

تبلیغ مدیریتی

ارتباطات

۶

سید محمود بهشتی نژاد

ارتباطات اثربخش

از نظر اصطلاح مدیریتی «ارتباط اثربخش» ارتباطی است که در آن بین منظور ارسال کننده پیام و آنچه که گیرنده پیام، دریافت می‌کند تفاوتی وجود نداشته باشد؛ در حالی که در بسیاری از موارد، در انتقال پیام به مخاطب، میان آنچه مورد نظر فرستنده پیام است با آنچه که گیرنده دریافت می‌کند، تفاوت وجود دارد. از طرف دیگر، باید توجه داشت که اگر پیام، به حرکت و واکنش مناسب مخاطب، منجر شود، علامت اثربخش بودن آن پیام خواهد بود.

با توجه به نقش تبلیغات در

جامعه، در شماره‌های قبلی نکاتی پیرامون اهمیت تبلیغ و کیفیت تبیین معارف اسلامی مطرح شد و پس از ذکر فرایند پنج مرحله‌ای ارتباطات (فرستنده، گیرنده، پیام، کانالهای ارتباطی و بازخور) پیرامون هر کدام از آنها مطالب متنوعی تبیین شد و سپس به تشریح «موانع ارتباطات» و تأثیر آن در روند تبلیغات پرداخته شد. در این شماره ضمن تعریف از «ارتباطات اثربخش» راهکارهایی برای افزایش تأثیرات مثبت و سازنده تبلیغات اسلامی معرفی می‌شود.

در این است که برای گفتن و نوشتن و دستورالعمل، بیش از اندازه ارزش قائل هستند و از آن انتظار دارند، و در نتیجه از گوش افراد، نیز بیش از اندازه انتظار دارند و فکر می‌کنند همین که معارف دین را از طریق سخنرانی یا کتاب، تشریح کردند و مردم آگاهی یافتند، جامعه اصلاح می‌شود؛ لذا هنگامی که در عمل، انتظار آنها محقق نشد، ناراحت می‌شوند و ناله و فغان می‌کنند و می‌گویند:

گوش اگر گوش تو و ناله اگر ناله من

آنچه البته به جایی نرسد فریاد است در حالی که واقعیت این است که سخن اگر از جان برون آید، لاجرم بر دل نشیند، و گرنه از گوش شنونده تجاوز نمی‌کند. علی علیه السلام می‌فرماید: «الْكَلِمَةُ إِذَا خَرَجَتْ مِنَ الْقَلْبِ وَقَعَتْ فِي الْقَلْبِ وَإِذَا خَرَجَتْ مِنَ اللِّسَانِ لَمْ تَتَجَاوَزِ الْأُذُنَ»^۱ هنگامی که سخن از قلب خارج شود در قلب وارد می‌شود و هنگامی که [تنها] از زبان خارج شود از

به نظر می‌رسد عواملی که ذیلاً مطرح می‌شود، هم می‌تواند میزان تفاوت ذهنیت فرستنده پیام و گیرنده را کاهش دهد و هم انگیزه‌ای برای عمل مخاطب پیام باشد. و در یک کلام این عوامل می‌تواند تا حدود زیادی، تبلیغات و ارتباطات روحانیون را در جامعه، اثربخش و مؤثر کند:

۱. هماهنگی میان گفتار و عمل

اگر مبلغین، علاقه داشته باشند که مردم پیامهایی را که از طرف آنها تبیین می‌شود، به طور صحیح و مؤثر دریافت کنند و به آن جامه عمل ببوشانند؛ باید خود آنها، قبل از دیگران به محتوای کلامشان پایبند باشند. به عنوان مثال؛ اگر گوینده‌ای مخاطبین خود را به نظم و دقت در کارها سفارش کند، ولی خودش در عمل، انسان منظم و دقیقی نباشد؛ این دوگانگی در گفتار و عمل موجب می‌شود که افراد، ارزشی برای پیام و گفتار او قائل نشوند؛ اما پایبندی گوینده به نظم و دقت، آنها را علاقه‌مند به این دو خصلت می‌کند.

اساساً اشتباه برخی از روحانیون

۱. شرح نهج البلاغه، ابن ابی الحدید، دار احیاء الکتب العربیه، چاپ دوم، ۱۳۸۷ ه. ق، جلد بیستم، ص ۲۸۷.

گوشها تجاوز نمی‌کند.»

آری اگر کلام، پیام روح انسان باشد و از دل برخیزد، در دل نفوذ می‌کند، ولی اگر پیام روح نباشد و فقط لفظی باشد که بر زبان جاری می‌شود، نمی‌تواند تأثیر عملی در وجود مخاطب ایجاد کند.

بررسی زندگی پیشوایان دین - که پیام الهی را برای مردم بیان می‌کردند - نشان می‌دهد که آنها نه تنها به محتوای پیام و گفتار خود عمل می‌کردند، بلکه در عمل نسبت به دیگران پیشقدم بودند، و به همین جهت بود که کلام و پیام آنها تا اعماق جان افراد نفوذ می‌کرد و قلب و احساسات بشر را تحت تصرف خویش در می‌آورد.

امیرالمؤمنین علیه السلام در کلام زیبایی، روش و سیره خود را اینچنین بیان می‌فرماید: «أَيُّهَا النَّاسُ إِنِّي وَاللَّهِ مَا أُحْسِنُكُمْ عَلَى طَاعَةِ إِلَّا وَأَنْسِقُكُمْ إِلَيْهَا وَلَا أَتُهَاكُمْ عَنْ مَعْصِيَةِ إِلَّا وَأَتْنَاهُمْ قَبْلَكُمْ عَنْهَا؛ ای مردم! به خدا سوگند من شما را به هیچ طاعتی وادار نمی‌کنم مگر اینکه خودم پیش از شما آن را انجام می‌دهم و شما را از معصیتی نهی نمی‌کنم مگر اینکه خودم

پیش از شما از آن کناره‌گیری می‌نمایم.»^۱

۲. خیرخواهی نسبت به مردم

یکی از عواملی که می‌تواند اثربخشی کلام گویندگان مذهبی را افزایش دهد، خیرخواهی و دلسوزی نسبت به افراد جامعه است؛ بر مبلغین لازم است در کنار تبلیغ معارف دینی، به مصالح و مشکلات مردم توجه داشته باشند.

برخی از روحانیون در موقع تنظیم سخنرانی خود، تنها نفع و مصلحت شخصی را در نظر می‌گیرند و اصلاً خود را در فضای ناراحتیها و مشکلات مردم قرار نمی‌دهند و جالب اینکه انتظار دارند مخاطبین آنها موبه‌مو به سخنان آنها عمل کنند؛ در حالی که انسانی که گرفتار انواع و اقسام ناراحتی است، معمولاً هیچ‌گونه تمرکزی برای شنیدن کلام دیگران ندارد، تا چه رسد به اینکه به آنها عمل کند.

اساساً اسلام، روابط بین مربی و

۱. نهج البلاغه، خطبه ۱۷۵.

مردم را به گونه ای می‌پسندد که کسی که نقش هدایت جامعه را به عهده می‌گیرد، براساس خیرخواهی و دلسوزی با افراد رفتار کند، و مردم، نیز براساس عشق و محبت، گوش جان به مربی خود بسپرنند و در جاهایی که لازم است از او پیروی کنند. اگر روحانیون انتظار چنین عشق و محبتی را از مخاطبین خود دارند، باید هر چه بیشتر خیرخواه آنها باشند؛ زیرا همین خیرخواهی است که بذر محبت را در دل افراد می‌پاشد. حضرت علی علیه السلام این واقعیت را در یک جمله کوتاه اینگونه مطرح می‌فرماید:

«الْتَّصِيْحَةُ تُنْمِرُ الْوَدَّ»^۱
محبت را به ارمغان می‌آورد.

روحانی نمی‌تواند نسبت به مشکلات روحی و معنوی، و نیز گرفتاریهای مادی زندگی مردم بی تفاوت باشد. او بسان پدر در خانواده است؛ در نتیجه همان‌گونه که پدر نسبت به سرنوازش فرزندان و روحیه و عواطف و ناراحتیهای آنها حساس است و تمامی هم خود را صرف رفع گرفتاریها و تأمین نیازهای

روحی و عاطفی آنان می‌کند؛ روحانی نیز باید در قبال مردم، احساس مسئولیت پدران داشته باشد و آنها را همچون فرزندان خود، مورد توجه قرار دهد و به امور آنها رسیدگی کند.

مسئله خیرخواهی مبلغین و رسیدگی به مشکلات افراد، بدین معنا نیست که روحانی صبر کند تا مشکلات بزرگی برای آنها پیش آید و آنگاه در جهت رفع آنها به یاری افراد بشتابد؛ بلکه توجه نمودن و رسیدگی کردن به مشکلات جزئی مردم، نیز این احساس را در آنها به وجود می‌آورد که روحانی به آنان علاقه مند است و توجه خاصی به تک تک افراد دارد، حتی گاهی یک دلجویی و احوالپرسی ساده می‌تواند تأثیر شگرفی در روحیه مردم بگذارد و آنها را جذب مسجد و جلسات مذهبی کند.

مردم باید احساس کنند که روحانی در غم و شادی آنها شریک است، مثلاً هنگامی که جوان نجیبی برای تشکیل زندگی دچار نارسایی

۱. غرالحکم و دررالکلم، حدیث ۸۴۴

اقتصادی است، واقعاً ببیند روحانی محل برای حل مشکل او به تکاپو می‌افتد، یا مثلاً فرد دیگری که جوپای شغل است، احساس کند که روحانی به فکر حل مشکل اوست. حقیقتاً می‌توان ادعا کرد که یک روحانی دلسوز با مدیریتی قوی می‌تواند با صرف وقت نه چندان زیاد، توسط افراد خیر محل، قسمت قابل توجهی از این مشکلات اقتصادی، اخلاقی، خانوادگی و فرهنگی را برطرف کند، و از این رهگذر گذشته از اینکه به وظیفه اسلامی خود عمل کرده است، افراد جامعه را نسبت به روحانیت و دین خوشبین سازد.

۳. موقعیت‌سنجی

مبلغان باید به این نکته توجه داشته باشند که در همه موقعیتها نمی‌توان با یک سبک و اسلوب سخن گفت؛ بلکه مدیریت تبلیغ اقتضا می‌کند که انسان گاهی پیام خود را به صورت شفاهی مطرح کند، در بعضی از شرایط، پیام کتبی مؤثر و اثربخش است، در برخی از موارد کلام باید حالت هیجانی و خطابی داشته باشد و

گاهی برعکس، پیام به صورت موعظه و نصیحت می‌تواند تأثیرگذار باشد؛ حتی گاهی لازم است که پیام، آمیخته با ملامت و توبیخ باشد.

«سرعت، حجم، طنین صدا و مکنهای سخنران، می‌تواند به درک نکات اصلی پیام کمک کند. با تأکید بر کلمات، مکث کردن قبل از بیان یک نکته، یا بالا بردن صدا به هنگام بیان یک مطلب، سخنران بر اهمیت آن نکته یا مطلب تأکید می‌کند.»^۱

یک بررسی اجمالی نسبت به سخنان امیرالمؤمنین علیه السلام در نهج البلاغه - که حاوی پیامهای مختلف اخلاقی، عرفانی، اجتماعی، سیاسی و... است - نشان می‌دهد که ایشان با توجه به موقعیت‌شناسی، کلام خود را ایراد می‌کردند. آری آنجا که میدان، میدان موعظه و نصیحت است، آنگونه سخن می‌گوید که آنان که به سخن او گوش می‌کردند، سخت تحت تأثیر قرار

۱. رُئی ام. برکو و دیگران، مدیریت ارتباطات، مترجم: سید محمد اعرابی و داوود ایزدی، تهران، دفتر پژوهشهای فرهنگی، چاپ اول، ۱۳۷۸.

جوش می آورد و به دنبال آن، حرکت و جنبش را ایجاد می کند؛ ولی موعظه جوششها و هیجانهای بی جا را خاموش می نماید.

خطابه و موعظه، هر دو ضروری و لازم است. در نهج البلاغه از هر دو استفاده شده است. خطابه های مهیج امیرالمؤمنین علیه السلام در موقعی ایراد شده است که احساسات باید برافروخته شود و طوفانی به وجود آید و بنیادی ظالمانه برکنده شود، آنچنان که در جنگ صفین، در آغاز برخورد با معاویه، خطابه ای مهیج و آتشین ایراد کرد.

معاویه و سپاهیان، پیش دستی کرده بودند و «شریعه» را گرفته بودند و کار آب را بر حضرت علی علیه السلام و یارانش دشوار ساخته بودند. حضرت تلاش کرد که از طریق مذاکره این مشکل را حل نماید؛ اما معاویه فرصت را غنیمت شمرد و تصاحب شریعه را موفقیتی برای خود تلقی کرد و از هر گونه مذاکره ای خودداری نمود. کار بر یاران علی علیه السلام سخت شد. اینجا بود که می بایست با یک خطابه حماسی و

می گرفتند، موعظ وی دلها را می لرزاند و اشکها را جاری می ساخت. آنجا که عرصه، عرصه جهاد و مبارزه است، آنگونه سخن می راند که عشق به شهادت و مبارزه در راه خدا را در دل پیروان خود زنده می کرد، و همین طور در هر موقعیتی هماهنگ با آن ایراد سخن می کرد.

وارد شدن در این بحث به صورت همه جانبه و کامل، در حوصله این نوشتار نیست؛ ولی از باب نمونه - ضمن تبیین تفاوت موعظه با خطابه - برخی از سخنان موعظه ای و خطابی حضرت، با توجه به موقعیتهای متفاوتشان مطرح می شود:

خطابه برای تهییج و بی تاب کردن احساسات است و موعظه برای رام ساختن و تحت تسلط در آوردن آن. خطابه آنجا به کار می آید که احساسات، خمود و راکد است و موعظه آنجا ضرورت پیدا می کند که شهوات و احساسات، خودسرانه عمل می کنند. خطابه، احساسات غیرت، سلحشوری، عزت طلبی، مردانگی، کرامت، نیکوکاری و خدمت را به

آتشین، طوفانی ایجاد کرد و با یک یورش دشمن را عقب راند. علی علیه السلام برای سپاهیان خود چنین خطابه سرود: «قَدْ اسْتَطَعْمُوكُمْ الْقِتَالَ، فَأَقْرُوا عَلِيَّ مَذَلَّةً وَتَأْخِيرَ مَحَلَّةٍ؛ أَوْ زُرُّوا السُّيُوفَ مِنَ الدَّمَاءِ تَرَوُّوا مِنَ الْمَاءِ، فَالْمَوْتُ فِي حَيَاتِكُمْ مَقْهُورِينَ وَالْحَيَاةُ فِي مَوْتِكُمْ قَاهِرِينَ؛ [سپاهیان معاویه با بستن شریعه و تصرف آب] شما را به پیکار دعوت کرده‌اند؛ [اکنون دو راه در پیش دارید،] یا به ذلت و عقب ماندگی اقرار کنید یا شمشیرها را از خون [آن ستمگران] سیراب سازید تا از آب سیراب شوید؛ مرگ این است که زنده باشید اما شکست خورده و مغلوب، و زندگی آن است که بمیرید اما غالب و پیروز.^۱» این پیام حماسی کار خود را کرد، خونها را به جوش و غیرتها را به خروش آورد. شب نشده «شریعه» در اختیار یاران علی علیه السلام قرار گرفت و یاران معاویه به عقب رانده شدند.

اما مواعظ امیرالمؤمنین علیه السلام در شرایط دیگری انجام یافته است، مثلاً در شرایطی که بعد از رحلت پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله، فساد اخلاقی، دنیاپرستی،

تنعم و تجمل پرستی در میان مسلمین راه یافت، عصبیتهای قبیله‌ای از نوجان گرفت، و تعصب عرب و عجم بر آن اضافه شد؛ در میان آن غوغای دنیاپرستی و حرص و آز و کامجویی و تعصب، تنها فریاد ملکوتی موعظه‌ای که بلند بود، فریاد علی علیه السلام بود.^۲

بر این اساس، مبلغین باید به موقعیتها و شرایط مختلف توجه داشته باشند؛ مثلاً در صورتی که در جامعه روح تلاش و فعالیت از بین رفته است و تمایل به وابستگی به بیگانگان به وجود آمده است، روحانی باید با پیامها و روشهای مناسب، روح عزت طلبی، استقلال طلبی، خودکفایی و بسی نیازی از بیگانگان را در کالبد جامعه بدمد و گاهی نیاز است که با موعظه و نصیحت، احساسات منفی به وجود آمده در جامعه را کنترل کند، و همین طور باید در هر شرایطی، به مقتضای آن عمل کند.

۱. نهج البلاغه، خطبه ۵۱.

۲. ر.ک: سیری در نهج البلاغه، مرتضی مطهری، تهران، انتشارات صدرا، چاپ چهارم، زمستان ۱۳۶۶، صص ۱۹۷-۱۹۴.

۴. عوامل فیزیکی و ظاهری

یکی دیگر از عواملی که می‌تواند بر اثربخش بودن پیام، تأثیر بگذارد، مناسب بودن محیطی است که در آن، پیام ردوبدل می‌شود؛ مثلاً اگر فضایی که سخنران برای مخاطبین در آن سخن می‌گوید، بسیار گرم یا بسیار سرد باشد، همین مسئله می‌تواند تمرکز افراد را برهم زند؛ در نتیجه نسبت به ارسال پیام و دریافت آن دچار مشکل می‌شوند. حتی شرایط ظاهری سخنران از قبیل: شکل و قیافه، آراستگی و نظافت و کیفیت تن صدای او می‌تواند در مؤثر بودن کلام او نقش داشته باشد.

یکی از دانشمندان در این زمینه می‌گوید: «عواملی نظیر اندازه اتاق، رنگ دیوارها و نوع و محل قرار گرفتن وسایل، می‌توانند بر نوع احساس ما و نحوه برقراری ارتباط توسط ما تأثیر بگذارند. به عنوان مثال، جادادن تعداد زیادی از افراد، در یک محل کوچک کار، می‌تواند موجب محدود شدن ارتباطات گردد.»^۱

همچنین او بر این باور است که «رنگها نیز بر اشخاص اثر می‌گذارند و

بسیاری از مؤسسات بر این نکته تأکید زیادی دارند و آن را به کار می‌گیرند، به عنوان مثال؛ بیمارستانها استفاده از رنگهای مختلف را برای اتاقهای خود آزمایش می‌کنند، به این امید که تنوع رنگها موجب بهبود سریع بیماران یا تسکین درد آنها بشود. در بیمارستانها قطعات بزرگ تجهیزات پزشکی نظیر دستگاههای اشعه ایکس را به همان رنگ زمینه دیوارها رنگ آمیزی می‌کنند تا موجب هراس بیماران نشود. در رنگ آمیزی ملحفه‌ها و پتوها از رنگهای ملایم - صورتی، آبی و رنگهای روشن - استفاده می‌شود. به همین ترتیب، رنگهای روشن به کلاسهای درس افزوده می‌شود تا دانش آموزان، احساس نشاط و هوشیاری کنند.»^۲

طبیعی است وقتی که فضا، رنگ، صدا و به طور کلی عوامل فیزیکی و ظاهری به گونه‌ای باشند که در افراد ایجاد خستگی، ناراحتی و افسردگی بکنند؛ در چنین شرایطی مخاطبین، آمادگی برای پذیرش کلام گوینده را به خوبی ندارند، و برعکس

۱. مدیریت ارتباطات، ص ۲۰.

۲. همان، صص ۱۴۷ و ۱۴۸، با تلخیص.

نظافت و بهداشت و استفاده از بوی خوش، علاوه بر نتایج فردی و اجتماعی که دارد، موجب برقراری ارتباطات سالم و اثربخش بین افراد جامعه می‌شود؛ از این رو پیامبران که رسالت اصلی آنها برقراری ارتباط با مردم و ابلاغ پیام الهی به آنان بود، از نظر آراستگی ظاهر و نظافت به گونه‌ای بودند که افراد جامعه، رغبت و تمایل داشتند که در کنار آنها باشند و با آنها ارتباط برقرار کنند.

اساساً چیزهای ظاهری نظیر نظافت، پوشش مناسب، خوشبو بودن و صدای خوب می‌تواند جاذبه‌های زیادی برای مخاطب داشته باشد، و بر عکس، رعایت نکردن این مسائل می‌تواند حالت تنفر را در مخاطب ایجاد کند و حتی نسبت به خود پیام، او را بدبین و متنفر کند. شما تصور کنید، اگر یک مبلغ اسلامی بالباسی کثیف و چرکین و بدنی متعفن و بدبو، بخواهد پیام دین را به یک جوان پاکیزه و نظیف برساند، طبیعی است اگر سخنان این مبلغ از در و گهر هم باشد، آن جوان به سخنانش توجه

اگر این عوامل به شکلی ترتیب داده شوند که نشاط و انبساط روحی در افراد ایجاد کنند، آنها در موقعیتی قرار می‌گیرند که می‌توانند با حالتی مناسب و خوشایند، پیام گوینده را دریافت کنند، و این همان اثربخشی پیام است.

جالب این است که با مراجعه به متون اسلامی، مشاهده می‌شود که اسلام نسبت به همین امور ریز - که در نگاه ابتدایی خیلی سطحی و بی‌اهمیت به نظر می‌رسد - سفارش و تأکید کرده است، به عنوان مثال، می‌توان ادعا کرد که هیچ فرهنگ و مکتبی به اندازه اسلام سفارش به نظافت و بهداشت و مسواک کردن نکرده است؛ تا جایی که امام صادق علیه السلام برای ترغیب دیگران به بهداشت دهان می‌فرماید: «مِنْ أَحْضَاقِ الْأَنْبِيَاءِ السُّوَاكُ؛ مسواک کردن، از اخلاق پیامبران است.»^۱

برای دنیای امروز، این حرف خیلی جذاب و شنیدنی است، وقتی که می‌شنوند پیشوای شیعیان، امام صادق علیه السلام می‌فرماید: «كَانَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يُنْفِقُ عَلَى الطَّيِّبِ أَكْثَرَ مِمَّا يُنْفِقُ عَلَى رَسُولِ خَدَائِكَ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ؛ رسول خدا صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ برای بوی خوش (عطر زدن) بیشتر از خوراک، خرج می‌کرد.»^۲

۱. بحارالانوار، محمدباقر مجلسی، ج ۷۳، ص ۱۳۱.

۲. همان، ج ۱۶، ص ۲۴۸.

نکند و ارزشی برای آن قائل نباشد.

داشت.

متکلمین اسلامی می‌گویند: یکی از شرایط نبوت، این است که در پیغمبر نباید صفتی که موجب تنفر مردم بشود، وجود داشته باشد؛ اگر چه یک نقص جسمی باشد، با اینکه نقص ظاهری به کمال روحی انسان صدمه‌ای نمی‌زند؛ زیرا پیامبر باید از نظر ظاهری و جسمانی هم جذاب باشد و حداقل نفرت آور نباشد.^۱

شاید بتوان گفت؛ یکی از دلایلی که در آموزه‌های دینی، به رعایت کردن این عوامل ظاهری سفارش شده است، همین جاذبه‌های ارتباطی است، مثلاً گفته شده است که امام جماعتی که زیباتر باشد مقدم بر دیگران است؛ زیرا او با این سمتی که عهده‌دار می‌شود به طور طبیعی با مردم ارتباط دارد، و در همین ارتباطات است که پیام دین را به دیگران انتقال می‌دهد؛ بنابراین هر اندازه قیافه او جاذبه بیشتری داشته باشد، افراد با توجه و تمایل بیشتری به سخن و بیان او گوش می‌کنند. یا اینکه سفارش شده است که قرآن را با صدای زیبا بخوانید؛ به دلیل اینکه هنگامی که این پیام آسمانی با صدای دلنشین و جذاب به گوش مخاطبین برسد، اثربخشی بیشتری خواهد

بنابراین بر مبلغین - که نقش اصلی را در ایجاد ارتباطات ایفا می‌کنند - لازم است که توجه کافی به این عوامل تأثیرگذار در انتقال پیام دین داشته باشند؛ بویژه آراستگی و نظافت ظاهری. البته مطلوب در نظافت و بهداشت این است که سر و صورت، دهان و بینی و موها و نظافت کفش و لباس، به گونه‌ای باشد که از یک سو، تحریک کننده و سبب حواس پرتی برای مخاطبین نباشد و از سوی دیگر، بتواند در پذیرش پیام دین و عمل به آن تأثیر بگذارد.

در خاتمه، این سلسله مقالات را با ذکر یک خاطره زیبای تاریخی به پایان می‌بریم. در تاریخ می‌خوانیم که امام رضا علیه السلام در تابستان روی حصیر، و در زمستان روی گلیم می‌نشست و لباس زبر و خشن می‌پوشید؛ ولی زمانی که می‌خواست در مقابل مردم ظاهر شود، برای آنها خود را آراسته می‌کرد.^۲

۱. ر.ک: سیری در سیره نبوی، مرتضی مطهری، تهران، انتشارات صدرا، چاپ پنجم، بهار ۱۳۷۶، صص ۲۱۴ و ۲۱۵.

۲. بحارالانوار، ج ۷۶، ص ۳۰۰.