



Journal of Islamic Propagation

Volume 3 ● No 8 ● Autumn & Winter 2023

An Examination of the Harms of Traditional Propagation

Marzieh Ghanbari*

Abstract

Propagation of Islam is one of the main duties of divine prophets, which has been considered since the first days of the Prophet's Bi'tha. This important matter in today's society is the responsibility of propagators and those who are familiar with divine knowledge and teachings, who have always been leaders in this field. Of course, in the course of time, the fulfillment of this important mission has been faced with failures and ups and downs. The remarkable thing in this field is how the religious mission is carried out by the religious propagators, which needs all-round attention in the matter of propagating. Traditional propagation is one of the types of religious propagations, which is the best way to propagate religion due to face-to-face and direct communication, which has deep and lasting effects. In this regard, the present study aims to answer the question that "What harms traditional propagation is faced with, as one of the most important types of religious propagation? The findings of the research suggest that traditional propagation has always been associated with harms that not paying attention to them is not only ineffective in guiding people, but also has harmful consequences. The propagator's lack of commitment to his speech, lack of attention to the difference of the audience, lack of training before propagation, presentation of suspicious and exaggerated content, lack of knowing about novel issues, and lack of literary skills (eloquence and rhetoric) are among the disadvantages of traditional propagation that it is important to be careful in resolving them in order to focus on the propagation goals.

Keywords

Pathology of religious propagation, pathology of traditional propagator, means of traditional propagation, method of traditional propagation.

* PhD in comparative interpretation of the Qur'an, University of Qom.



بررسی آسیب‌های تبلیغ سنتی

مرضیه قنبری*

چکیده

تبلیغ دین اسلام، از وظایف اصلی انبیای الهی است که از نخستین روزهای بعثت پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله نیز مورد توجه بوده است و این مهم در جامعه کنونی، بر عهده مبلغان و آشنایان به دانش و معارف الهی است که همواره در این عرصه پیشتاز بوده‌اند. البته در گذر زمان، انجام این رسالت مهم، دستخوش نارسایی‌هایی شده و با فرازونشیب‌هایی همراه بوده است. نکته قابل توجه در این عرصه، چگونگی انجام رسالت دینی از سوی مبلغان دینی است که نیازمند توجه همه‌جانبه در امر تبلیغ است. تبلیغ سنتی، یکی از انواع تبلیغ دینی است که به دلیل برخورداری از ارتباط چهره‌به‌چهره و مستقیم، بهترین شیوه تبلیغ دین است که از آثار عمیق و ماندگاری برخوردار است. بر این اساس، پژوهش حاضر به روش توصیفی - تبیینی در صدد پاسخ به این پرسش است که تبلیغ سنتی به عنوان یکی از مهم‌ترین انواع تبلیغ دینی، با چه آسیب‌هایی مواجه است؟

یافته‌های پژوهش، این است که تبلیغ سنتی همواره با آسیب‌هایی همراه بوده است که عدم توجه به آنها، نه تنها در هدایت انسان‌ها مؤثر نیست، بلکه پیامدهای زیان‌آوری به همراه دارد. عدم التزام مبلغ به گفتار خویش، عدم توجه به تفاوت مخاطبان، نبود آموزش پیش از تبلیغ، ارائه مطالب شبهه‌انگیز و غلوآمیز، عدم شناخت مسائل روز و نداشتن مهارت ادبی (بلاغت و فصاحت)، از جمله آسیب‌های تبلیغ سنتی است که دقت نظر در رفع آنها جهت پیشبرد اهداف تبلیغ، امری درخور توجه است.

کلیدواژگان: آسیب‌شناسی تبلیغ دینی، آسیب‌شناسی مبلغ سنتی، ابزار تبلیغ سنتی، روش تبلیغ سنتی.

مقدمه

امر تبلیغ دین، از آغاز زندگی بشر، هدف اصلی ارسال انبیای الهی معرفی شده است؛ چنانکه خداوند متعال خطاب به پیامبر اکرم صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ می‌فرماید: «إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ بِالْحَقِّ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَإِنْ مِنْ أُمَّةٍ إِلَّا خَلَا فِيهَا نَذِيرٌ» (فاطر، آیه ۲۴). همچنین، در قرآن کریم امر تبلیغ، بالاترین نیکوکاری بیان شده است: «وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ» (فصلت، آیه ۳۳). تبلیغ سنتی به دلیل ماهیتش که چهره‌به‌چهره است، آثار بیشتری بر مخاطبان دارد و از امتیازات والایی برخوردار است. بر این اساس، سعی بر آن است با بررسی آسیب‌های تبلیغ دینی، بتوان راهبرد صحیحی در تبلیغ سنتی اتخاذ نمود. با توجه به تغییرات گسترده اجتماعی در ساحت‌های مختلف زندگی، جهت ارتقای بهره‌وری شیوه مذکور باید به واکاوی آسیب‌های تبلیغ سنتی در عصر حاضر پرداخت، تا بتوان در عرصه تبلیغ نقش آفرینی نمود. بنابراین، بر مبلغان لازم است که در امر تبلیغ، از آسیب‌های آن مصون بمانند و با بهره‌گیری از روش‌های تبلیغ صحیح، آن را در زمان خود به کار برند. بر این اساس، پژوهش حاضر در صدد پاسخ به این پرسش است که تبلیغ سنتی به عنوان یکی از انواع تبلیغ در امر دین، با چه آسیب‌هایی روبه‌روست؟ این پژوهش، از نوع مطالعات توصیفی - تحلیلی به شیوه کتابخانه‌ای، به جمع‌آوری اطلاعات پرداخته است.

پژوهش حاضر با روش توصیفی - تحلیلی، تبلیغ سنتی و آسیب‌های آن را بررسی نموده است؛ درحالی‌که در پژوهش‌های انجام‌شده، کمتر به بررسی آسیب‌های تبلیغ سنتی اشاره شده است. از این رو، این نوشتار، پژوهشی درخور توجه است.

مفهوم تبلیغ و تبلیغ سنتی

- تبلیغ: تبلیغ از «بلغ» به معنای رسانیدن پیام از طریق نوشتن و امثال آن (فراهیدی، ۱۴۰۹ق، ج ۴، ص ۴۲۱؛ جوهری، ۱۳۷۶ق، ج ۴، ص ۱۳۱۶) و همچنین به مفهوم انتهای هدف و مقصد رسیدن و یا انجام کاری در زمان و مکانی معین است که در این معنا، با کلمه «بلاغ» به کار رفته است (راغب اصفهانی، ۱۴۱۲ق، ص ۱۴۴). افزون بر این، به معنای رسیدن به مطلوب چیزی و نیز تلاش در امور است (ابن اثیر، ۱۳۶۷ش، ج ۱، ص ۱۵۳). «تبلیغ» در آیات قرآن، گاهی در معنای بلاغ به کار رفته است: «وَإِنْ تَوَلَّوْا فَإِنَّمَا عَلَيْكَ الْبَلَاغُ» (آل عمران، آیه ۲۰).

رهبر معظم انقلاب در بیان معنای تبلیغ چنین فرموده: «تبلیغ را که از آن در قرآن به «بلاغ»، «بیان»، «تبیین» تعبیر شده، از وظایف مقدس انبیا، علما، متفکران و دانایان و مصلحان دانسته‌اند و تبلیغ، یعنی رساندن آن حقایق به اذهان و دل‌های مخاطبان که بدون آن، دچار خسارت خواهند شد؛ این است که ارزش تبلیغ را بالا می‌برد» (www.farsi.khamenei.ir، دسترسی: ۱۳۷۷/۰۲/۰۲).

- تبلیغ سنتی: تبلیغ سنتی، همان شیوه تبلیغ مرسوم از صدر اسلام است که ارتباط چهره‌به‌چهره و مستقیم با مخاطبان برقرار می‌شود و مخاطب از طریق الگوگیری از رفتار و گفتار مبلغ، از او تأثیر می‌پذیرد. مبلغ در تبلیغ سنتی، به دلیل ارتباط نزدیک با مخاطبان، توانایی شناسایی مخاطبان و جریان‌های فکری موجود را دارد. بدین جهت، همدلی میان مبلغ مخاطب در این نوع تبلیغ به طور کامل شکل می‌گیرد. در حقیقت، در تبلیغ سنتی امکان تبلیغ عملی فراهم می‌گردد و پذیرش پیام و ایجاد باور قلبی به محتوای پیام تبلیغ در این نوع تبلیغ مورد توجه است. بر همین اساس، بازخورد پیام در این شیوه، سریع‌تر انجام می‌گیرد و مبلغ به راحتی می‌تواند تغییرات لازم را در مورد روش‌های خود انجام دهد تا زمینه پذیرش را در مخاطب ایجاد کند.

- روش تبلیغ سنتی: تبلیغ سنتی با روش‌هایی چون: سخنرانی، موعظه، خطابه، مشاوره، جلسات مذهبی، مراسم عزاداری، هیئت‌های مذهبی و همراهی با مخاطب در برنامه‌های زیارتی انجام می‌گیرد. بر این اساس، حضور مبلغ در کنار مخاطب و برقراری رابطه، از اصول این شیوه تبلیغ است.

- ابزار تبلیغ سنتی: از آنجاکه تبلیغ سنتی عمدتاً چهره‌به‌چهره و به صورت مستقیم است، نیازمند ابزار پیچیده‌ای نیست؛ بلکه واژگان و فرهنگ بیان، محتوای پیام، حالات چهره، صدا و خصوصیات رفتاری مبلغ، از ابزارهای مورد توجه در این تبلیغ است.

آسیب‌های عدم توجه به تبلیغ

تبلیغ دین اسلام با تمام نقشی که در گذشته داشته، اکنون آن جایگاه بایسته را ندارد؛ زیرا پاره‌ای دانش‌آموختگان و کسانی که تحصیلات عالی‌ه حوزوی دارند، تبلیغ دین به خصوص سخنرانی را که نوعی تبلیغ سنتی محسوب می‌شود، با شأن علمی خود سازگار نمی‌دانند. این نگرش موجب گردید که این گروه از دانشوران و نخبگان، کمتر وقت خود را صرف تبلیغ و موعظه و خطابه کنند

و از این امر مهم روی برگردانند و به کارهای دیگر علمی روی می آورند. زمانی که عرصه خالی شود و مردم نیاز داشته باشند، افراد کم بهره از دانش های حوزوی و آگاهی های روز، وارد عرصه می شوند. از این رو، تبلیغ از حضور عالمان برجسته، نکته سنج، آگاه و متبحر در معارف و عقاید اسلامی بی بهره می ماند و این، یکی از آسیب ها است. بر همین اساس، امام خمینی علیه السلام دسیسه دشمن را در دوری گزینی عالمان فرزانه و بزرگ از منبر، دخیل می داند و از خیانت پیشگان و دست های ناپاکی یاد می کند که سعی دارند، سنگر منبر را از فرزنانگان و آگاهان خالی کنند و با سمپاشی ها و تبلیغات سوء، این امتیاز بزرگ و تکلیف الهی را از اهل علم بگیرند:

«ممکن است دست های ناپاکی، با سمپاشی ها و تبلیغات سوء، برنامه های اخلاقی و اصلاحی را بی اهمیت وانمود کرده، منبر رفتن برای پند و موعظه را با مقام علمی مغایر جلوه دهند و یا نسبت دادن «منبری»، به شخصیت های بزرگ علمی که در مقام اصلاح و تنظیم حوزه ها هستند، آنان را از کار بازدارند. امروز، در بعضی حوزه ها شاید منبر رفتن و موعظه کردن را ننگ بدانند؛ غافل از اینکه حضرت امیر علیه السلام منبری بودند و در منابر مردم را آگاه، هوشیار و راهنمایی می کردند. سایر ائمه نیز چنین بودند. شاید عناصر مرموزی این تزییقات سوء را نمودند تا معنویات و اخلاقیات از حوزه ها رخت بر بندد و در نتیجه، حوزه های ما فاسد و ساقط گردد» (موسوی خمینی، ۱۳۷۸ ش، ص ۲۵-۲۶).

۱. عدم التزام مبلغ به گفتار

عدم التزام مبلغ به آنچه بیان می کند، از آسیب های اساسی در تبلیغ سنتی است که باعث می شود مخاطب به دلیل تناقض رفتار و گفتار در مبلغ، دچار سردرگمی شود و الگوگیری صحیح انجام نگیرد. بر این اساس، مبلغ باید در امر تبلیغ مطالبی را بیان کند که خود به آنها ملتزم است. امام علی علیه السلام در این باره فرمود: «أَيُّهَا النَّاسُ إِنِّي وَاللَّهِ مَا أَحْتُكُمُ عَلَى طَاعَةٍ إِلَّا وَأَسْبِقُكُمْ إِلَيْهَا وَلَا أَنهَاكُمُ عَنْ مَعْصِيَةٍ إِلَّا وَأَتَنَاهِي قَبْلَكُمْ عَنْهَا (نهج البلاغه، خطبه ۱۷۵)؛ ای مردم، سوگند به خدا! شما را به طاعتی ترغیب نمی کنم، مگر آنکه به آن از شما پیشی می گیرم و شما را از معصیتی منع نمی کنم، مگر آنکه پیش از شما از آن باز می ایستم.» همچنین امام صادق علیه السلام در روایتی فرمود: «رَحِمَ اللَّهُ قَوْمًا كَانُوا سِرَاجًا وَمَنَارًا، كَانُوا دُعَاءَ إِلَيْنَا بِأَعْمَالِهِمْ وَمَجْهُودِ طَاقَتِهِمْ لَيْسُوا كَمَنْ يُذِيعُ أَسْرَارَنَا» (ابن شعبه حرانی، ۱۴۰۴ ق، ص ۳۰۸). گاهی رفتار انسان موجب می شود که دیگران به او

تمایل نمایند و اگر در گفتار ضعف و نقصی باشد، با رفتار و شخصیت او جبران می‌شود. بنابراین، در مقام ارشاد و نصیحت، تأثیر عمل بسیار مورد توجه است. بر همین اساس، حضرت علیه السلام می‌فرماید: «خدا رحمت کند گروهی را که با عمل و تمام توان خود، در هدایت مردم تلاش کردند.»

۲. عدم توجه به تفاوت مخاطبان

عدم توجه به تفاوت مخاطبان، از دیگر آسیب‌های مورد توجه در امر تبلیغ دین است. در برخی از «حوزه‌های تبلیغی»، فرقه‌های مختلفی از مسلمانان زندگی می‌کنند. مبلغ باید سعی در جذب همه مخاطبان داشته باشد. حفظ وحدت اسلامی، وظیفه‌ای است که ضرورت آن، بعد از تشکیل جمهوری اسلامی ایران، مضاعف شده است. امام علی علیه السلام در این باره فرمود: «لَيْسَ رَجُلٌ فَاغْلَمَ أَخْرَصَ عَلَى جَمَاعَةٍ أَهْمَةٌ مُحَمَّدٍ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ وَالْفِتْنَةُ مِنِّي أَبْتَغِي بِدَلِكِ حُسْنَ الثَّوَابِ وَكَرَمِ الْمَاءِ (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۳۳، ص ۳۰۴)؛ بدان که هیچ‌کس حریص‌تر و کوشاتر از من بر حفظ وحدت و انتظام امر امت محمد صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ و الفت و دوستی آنان نیست. انتظارم پاداش نیکو و بازگشت نیک فرجام است.» در این راستا، با توجه به شرایط کنونی که دشمنان اسلام همواره نقشه می‌کشند تا مسلمانان را به نزاع با یکدیگر وادارند، مبلغ باید با الفت و محبت، سخنان جاهلانه را خنثا کند و قلب مخاطبان را مجذوب خویش سازد. دستور اسلام در ایجاد الفت میان انسان‌ها چنین است: «وَلَا تَسْتَوِي الْحَسَنَةُ وَلَا السَّيِّئَةُ، ادْفَعْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ فَإِذَا الَّذِي بَيْنَكَ وَبَيْنَهُ عَدَاوَةٌ كَأَنَّهُ وَلِيٌّ حَمِيمٌ» (فصلت، آیه ۳۴). بعد از بیان دعوت به سوی خداوند و اوصاف دعوت‌کنندگان به سوی خدا، روش دعوت را شرح داده و می‌گوید: نیکی و بدی، یکسان نیست.، این، روشی است که پیامبر گرامی اسلام صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ و پیشوایان معصوم علیهم السلام، همیشه از این روش عالی قرآنی بهره می‌گرفتند (مکارم شیرازی، ۱۳۷۴ش، ج ۲۰، ص ۲۷۹-۲۸۲).

۳. عدم توجه به آموزش

تبلیغ، از جنبه آموزشی که عنصر تشکیل‌دهنده آن است، فاصله گرفته و دغدغه اثرگذاری علمی، به‌خصوص در سخنرانی‌کم‌رنگ شده است و این، آسیب بزرگی است که امروزه گریبان‌گیر برخی از مجالس مذهبی شده است. اکتفا به مراسم بدون توجه به جنبه آموزشی و علمی، محافل مذهبی را از کانون توجه دور نموده و در بسیاری از موارد، تنها به این مقدار بسنده می‌شود

که سخنرانی و ذکر توسل‌ی شود؛ اما اینکه تا چه اندازه سطح علمی مخاطبان بالا برود، مورد توجه نیست. توجه به اینکه این همه هزینه و صرف نمودن وقت، چه دستاورد علمی و معرفتی داشته، در مواردی در عرصه تبلیغ مورد غفلت قرار گرفته است. این در حالی است که ماهیت تبلیغ دینی، آموزشی است؛ چنان‌که رسول اکرم صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ ماهیت رسالت خویش را چنین بیان نموده و فرموده: «بِالتَّعْلِيمِ أُزِيلْتُ» (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۱، ص ۲۰۶).

خداوند متعال نیز در قرآن کریم جنبه آموزشی دعوت پیامبر اکرم صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ را به روشنی و با تعبیرهای گوناگون چنین بیان نموده است: «بِالْبَيِّنَاتِ وَالزُّبُرِ وَأَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الذِّكْرَ لِتُبَيِّنَ لِلنَّاسِ مَا نَزَّلَ إِلَيْهِمْ وَلَعَلَّهُمْ يَتَفَكَّرُونَ» (نحل، آیه ۴۴). بر این اساس، مبلغ دینی باید مردم را به تفکر وادارد. این در صورتی به حقیقت می‌پیوندد که مطالب او درون‌مایه آموزشی داشته باشد و از طرح بحث‌های عامه‌پسند پرهیزد. این، آفتی است که اگر چاره‌اندیشی نشود، جهل، خرافه و دوری از معارف والای دینی، جامعه اسلامی را فرا می‌گیرد. بسیاری از معارف دینی و آموزه‌های اسلامی، از همین طریق در سینه‌ها جای گرفته و در حقیقت، به مردم تعلیم شده است. بر همین اساس، اهمال‌کاری‌ها و عدم توجه به افزایش سطح علمی مخاطبان، موجب شده آموزش که رکن اصلی تبلیغ دین است، در تبلیغ و انتقال مفاهیم کم‌رنگ شده باشد.

۴. ارائه مطالب شبهه‌انگیز و غلوآمیز

از آسیب‌های دیگری که اکنون در تبلیغ سنتی دیده می‌شود، ارائه مطالب شبهه‌انگیز و گاهی مطالب غلوآمیز از سوی برخی سخنرانان است. این امر به دلیل کم‌دانشی و ناآشنایی با معارف اسلامی و عوام‌زدگی است. برخی هر آنچه از کرامت، شفای بیماران و نظایر آن را خواننده یا شنیده‌اند، بدون نقد و بررسی با منطق، عقل سلیم و معیارهای دینی، به نام دین عرضه می‌کنند. از این رو، مباحث و مطالبی که از سوی شماری از مبلغان سنتی طرح می‌شود، گاهی سبب شبهه در میان افراد به دین و مذهب می‌شود. این امر سبب گردیده گفتار آنان دستاویزی برای مخالفان اسلام و تشیع شود و اسلام را دین خرافی و ناسازگار با علم و عقل معرفی نمایند. اگر مبلغان دینی، چنان‌که قرآن کریم دستور می‌دهد، حکیمانه، استوار، سنجیده، با براهین و استدلال‌های متقن بحث کنند و از اسلام ناب، به دور از پیرایه و سخنان غلوآمیز سخن به میان آورند، هرگز ابهامی پدید نمی‌آید و دستاویزی برای مخالفان نخواهد شد. امام علی عَلَيْهِ السَّلَام اصلی را فراروی

پیروان خود قرار می‌دهد که با توجه به آن می‌توان از تیررس خرده‌گیران در امان ماند: «هرچه را شنیدی، برای مردم بازگو مکن که همین، دلیل دروغ‌گویی توست؛ [چراکه برخی مطالب نقل شده، دروغ است و تو هم دروغ را تکرار کرده‌ای. پس، دروغ‌گو هستی] و هرچه را مردم می‌گویند، تکرار نکن؛ زیرا این کار، نشانه نادانی است؛ [چراکه برخی حرف‌های مردم، واقعیت ندارد]»^۱ (نهج البلاغه، نامه ۶۹).

آن حضرت در این نامه توصیه نموده که انسان نباید هرچه را شنید، برای مردم بازگو نماید؛ زیرا این امر، نشانه دروغ‌گویی و نادانی شخص است. بنابراین، مبلغ دینی باید چنان هوشمندانه سخن بگوید که از گفتن آنچه گمان دروغ نزد مخاطب می‌رود، پرهیز نماید؛ چون ممکن است هر مطلبی بازتاب‌های گوناگونی داشته باشد. از طرفی نیز نباید سخن مبالغه‌آمیز بگوید و راه افراط را ببیماید. این‌گونه سخن گفتن، به هر نیتی که باشد، با معیارهای عقلی و دینی سازگاری ندارد. در حقیقت، هر گامی که برای دین برداشته می‌شود، باید با مبانی پذیرفته‌شده سازگار باشد و از قرآن و سنت سرچشمه بگیرد.

امام سجاد علیه السلام برای اینکه چنین خطری دامن‌گیر اهل دین نشود، به زهری سفارش نمود: «ای زهری، هیئات! مبادا برای این کار، دچار خودبینی شوی. مبادا چیزی بر زبان آوری که نادرستی آن زودتر بر دل‌ها نشیند (در سخن گفتت خیلی دقت کن)؛ گرچه عذر (توجیه) آن را داشته باشی؛ زیرا هر آن کس که سخن نادرستی را به او می‌شنوایی، چنین نیست که بتوانی عذرت را نیز به او بقبولانی (ممکن است عذرت را نپذیرد)». سپس، فرمود: «ای زهری! هرکه عقلش کامل‌ترین صفتش نباشد، تباه شدنش آسان‌ترین ویژگی‌اش خواهد بود»^۲ (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۶۴، ص ۲۲۹). بنابراین، اگر مبلغ مسیر درستی را برگزیند و از نقل مطالب غیر مستند و شبهه‌انگیز پرهیزد، بی‌گمان به استواری اندیشه‌ها کمک کرده و شخصیت خویش را از هر جهت از گزندها دور کرده است.

۱. «وَلَا تُحَدِّثِ النَّاسَ بِكُلِّ مَا سَمِعْتَ بِهِ، فَكَفَى بِذَلِكَ كَذِبًا وَلَا تَرُدَّ عَلَى النَّاسِ كُلِّهَا حَدِيثُكَ بِه فَكْفَى بِذَلِكَ جَهْلًا.»

۲. «إِيَّاكَ أَنْ تُعْجَبَ مِنْ نَفْسِكَ بِذَلِكَ، وَإِيَّاكَ أَنْ تُتَكَلَّمَ بِمَا يَسْبِقُ إِلَى الْقُلُوبِ إِنْكَارُهُ وَإِنْ كَانَ عِنْدَكَ اعْتِدَارُهُ؛ فَلَيْسَ كُلُّ مَنْ تُسَمِعُهُ تُكْرَأُ يُمَكِّنُكَ أَنْ تَوْسِعَهُ عُدْرًا. ثُمَّ قَالَ: يَا زَهْرِيُّ، مَنْ لَمْ يَكُنْ عَقْلُهُ مِنْ أَكْمَلِ مَا فِيهِ كَانَ هَلَاكُهُ مِنْ أَيْسَرِ مَا فِيهِ.»

۵. عدم شناخت مسائل روز

عدم آگاهی مبلغان از مسائل روز، از دیگر آسیب‌های مهم در امر تبلیغ سنتی است که موجب می‌شود مبلّغ بصیرت کافی نداشته باشد. ارتقای بینش سیاسی افراد جامعه، از جمله مواردی است که نقش مؤثری در نگرش انسان برای مبارزه و ترویج فرهنگ ایشار و شهادت دارد. مقام معظم رهبری فرموده:

«باید بینش سیاسی آحاد مردم و نگاه آنان به مسائل بین‌المللی را به گونه شگفت‌آوری ارتقا داد. تحلیل سیاسی و فهم مسائل بین‌المللی در موضوعاتی همچون: جنایات غرب به‌خصوص آمریکا، مسئله فلسطین و ظلم تاریخی به ملت آن، مسئله جنگ افروزی‌ها و رذالت‌ها و دخالت‌های قدرت‌های قلدر در امور ملت‌ها و امثال آن را از انحصار طبقه محدود و عزلت‌گزیده‌ای به نام روشنفکر بیرون آورد؛ این‌گونه، روشنفکری میان عموم مردم در همه کشور و همه ساحت‌های زندگی جاری شد و مسائلی از این دست، حتی برای نوجوانان و نونهالان، روشن و قابل فهم گشت» (بیانیه گام دوم انقلاب).

مبلغان باید آگاه‌ترین مردمان باشند و نقشه‌های بیگانگان را افشا نمایند و با بصیرت و بینش، مردم را از آسیب‌ها و خطرات تهدیدکننده آگاه نمایند. این در حالی است که شماری از اهل منبر و مبلغان سنتی که در محافل و مجالس بسیاری حضور دارند، به مسائل روز آشنایی ندارند. ناآشنایی اهل منبر و تبلیغ با مسائل روز و آنچه در عرصه اجتماع و حوزه سیاست می‌گذرد، زیانبار است. گاهی مبلّغ در بیان مسائل سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی، سخنانی را بر زبان جاری می‌سازد که بیگانه از موضوع است. این دوری و بیگانگی و ناآگاهی از مسائل روز و جریان‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، سبب می‌گردد که آگاهان به مسائل روز، سیاست‌مداران و اقتصاددانان، اعتماد خود را به اهل منبر از دست دهند.

۶. عدم مهارت ادبی (بلاغت و فصاحت)

برخی مبلغان، از مهارت‌های ادبی بی‌بهره هستند؛ درحالی‌که در طول تاریخ، تلاش مبلغان اسلامی با پیروی از رسول خدا ﷺ، امام علی علیه السلام و ائمه اطهار علیهم السلام بر این بوده است، خطبه‌ای را ارائه دهند که از نظر ادبی به فنّ بلاغت و فصاحت آراسته باشد. بر این اساس، مبلّغ در مقام سخنرانی باید بتواند با به‌کارگیری واژگان زیبا، رسا، هماهنگ با ذوق و طبع سلیم، سخنانی به

دور از پیچیدگی و ابهام لفظی و معنوی با بهره‌مندی از توانایی درخور و شایسته در رساندن دقیق و روشن پیام ارائه دهد و به مقتضای حال، دگرگونی بیافریند و پیام دین را زیبا و خردمندانه در ذهن‌ها و دل‌ها رسوخ دهد. بدین جهت، سخنوران بزرگ از این زبان بهره می‌بردند تا راهی به دل‌ها بکشایند؛ زیرا از این طریق می‌توان جاذبه آفرید، ذهن‌ها را با زیبایی‌های دین روشن کرد و به دل‌ها آرامش بخشید. بلاغت و فصاحت و مهارت‌های ادبی در قرآن کریم، نزد رسول خدا ﷺ و ائمه اطهار علیهم‌السلام جایگاه ویژه‌ای دارد و لازمه کار مبلّغ، برخوردار از دانش بلاغت است؛ زیرا در این صورت می‌تواند آنچه را دریافته، به گونه دقیق به شنوندگان برساند و مباحثی را که ارائه کرده، جمع‌بندی کند و نتیجه را در اختیار آنان بگذارد. امام علی علیه‌السلام در حدیثی در این باره فرموده: «هرکه سخن را بشکافد و سخنش پیوسته باشد، حق بلاغت را به جا آورده است»^۱ (تمیمی آمدی، ۱۴۱۰ق، ص ۶۵۷).

بنابراین، مبلّغ باید چنان از مهارت‌های ادبی بهره‌مند باشد که مخاطبان به شنیدن سخن او مشتاق باشند. امام علی علیه‌السلام کلام نیکو را کلامی دانسته‌اند که گوش‌ها به شنیدن آن، سخت مشتاق باشند و فهم‌ها در درک آن، گرفتار سنگلاخ نگردند؛ یعنی سخت فهم نباشد^۲ (همان، ص ۲۸۱)؛ به بیان دیگر، نیکوترین سخن، آن است که گوش‌ها را در شنیدن بی‌رغبت نسازد و فهم‌ها را به دشواری نیندازد. از طرفی نیز مبلّغ باید از رساترین عبارات برای رسانیدن مطالب به مخاطبان استفاده کند و از سخنان زاید و درازگویی که شنونده را خسته می‌کند، پرهیز نماید؛ بلکه از جملات کوتاه و پُر معنا استفاده کند. امام صادق علیه‌السلام در حدیثی در این باره چنین فرموده: «بلاغت، در سه چیز است: نزدیک شدن به معنای مورد نظر، دوری کردن از گفتار حشو و زاید، و رساندن معنای زیاد با عبارت کوتاه»^۳ (ابن شعبه، ۱۴۰۴، ص ۳۱۳).

حضرت موسی علیه‌السلام از سوی خداوند متعال به رسالت مبعوث شد و مأموریت یافت که نزد فرعون برود و ابلاغ دین کند. موسی علیه‌السلام از خداوند درخواست نمود که در این مأموریت بزرگ، برادرش هارون را که شیواتر در سخن گفتن است، برای یاری خود همراه سازد. قرآن کریم در این

۱. «مَنْ قَامَ يَفْتَقِرُ الْقَوْلَ وَرَتَقَهُ، فَقَدْ جَارَ الْبَلَاغَةَ.»

۲. «أَحْسَنُ الْكَلَامِ مَا لَا تَمَجُّهُ الْأَذَانُ وَلَا يَتَعَبُ فَهْمُهُ الْأَفْهَامُ.»

۳. «ثَلَاثَةٌ فِيهِنَّ الْبَلَاغَةُ التَّقَرُّبُ مِنْ مَعْنَى الْبَغْيَةِ وَالتَّبَعُدُ مِنْ حَشْوِ الْكَلَامِ وَالدَّلَالَةُ بِالْقَلِيلِ عَلَى الْكَثِيرِ.»

باره چنین آورده است: «برادرم هارون را نیز که سخنش فصیح‌تر از من است، با من یار و شریک در کار رسالت نما تا مرا تصدیق و ترویج کند که می‌ترسم این فرعونیان، سخت تکذیب رسالتم کنند»^۱ (قصص، آیه ۳۴).

در این آیه، خداوند به درخواست موسی عليه السلام اشاره نموده است که به خدا گفت: من تنها هستم و زبانم آن قدر فصیح نیست؛ برادرم را نیز با من بفرست که زبانش از من گویاتر است، تا مرا یاری و تصدیق کند. من از این بیم دارم که تنها بمانم و تکذیبم کنند. «افصح» از ماده «فصیح»، در اصل به معنای خالص بودن چیزی است و به سخن خالص و گویا که خالی از هرگونه حشو و زواید باشد، فصیح گفته می‌شود و «رء» به معنای معین و یاور است. به هر حال، از آنجا که این مأموریت، بسیار بزرگ و سنگین بود و موسی می‌خواست هرگز با شکست مواجه نشود، این تقاضا را از خداوند بزرگ کرد (مکارم شیرازی، ۱۳۷۴ ش، ج ۱۶، ص ۷۸). درحقیقت، این آیه شریفه، درخواست موسی عليه السلام از خداوند را در کنارش قرار داد، تا هارون بتواند از موسی عليه السلام دفاع کند و راستگویی او را به بهترین شیوه و شیواترین سخن بنمایاند. بنابراین، این آیه راه چگونگی ابلاغ دین را به نهادهای تبلیغی نشان می‌دهد که از عالمان شیواسخن بهره‌برند و در شرایط سخت مواجهه حق و باطل، پا به عرصه بگذارند و از کیان دین دفاع نمایند و با سخن شیوا، راه مؤمنان را به سوی حق بگشایند.

آسیب‌های نهادهای اعزام مبلّغ

۱. عدم توجه به شایستگی‌های علمی مبلّغ

از آسیب‌های نهادهای اعزام مبلّغ، توجه نداشتن به شایستگی‌های علمی مبلّغان است که پیامدهای ناگواری دارد؛ زیرا موجب می‌شود آموزه‌های دینی به صورت عامیانه و به دور از منطق مطرح شود و استدلال و برهان جایگاهی نداشته باشد. گاه کسانی بر منبر می‌روند که شایستگی علمی و نیز توانایی بیان معارف و آموزه‌های دینی را ندارند. بر همین اساس، در بالندگی فکری و رشد اندیشه مردمان تأثیری ندارند. در این صورت، مخاطبان بهره‌های لازم را نمی‌برند، به ساحت‌های نو وارد نمی‌شوند و تحولی در زندگی‌شان شکل نمی‌گیرد. قرآن کریم ویژگی‌های

۱. «وَأَخِي هَارُونُ هُوَ أَفْصَحُ مِنِّي لِسَانًا فَأَرْسَلْهُ مَعِيَ رِدْءًا يُصَدِّقُنِي إِنِّي أَخَافُ أَنْ يُكَذِّبُون.»

روشن برای مبلغان پیام دین را بیان کرده و اصول و ارکان دعوت را باز نموده است. برنامه و مسیر دعوت رسول اکرم صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ در ابلاغ، اسوه‌ای است برای مبلغان. آن حضرت در این باره چنین فرموده است: «[ای رسول ما! خلق را] به حکمت [و برهان] و موعظه نیکو به راه خدایت دعوت کن و با بهترین طریق با اهل جدل مناظره کن. [وظیفه تو، بیش از این نیست] که البته خدای تو [عاقبت حال] کسان را که از راه او گمراه شده و آنان را که هدایت یافته‌اند، بهتر می‌داند»^۱ (نحل، آیه ۱۲۵). این آیه، به رسول اکرم صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ خطاب نموده که جامعه بشری را به سوی دین اسلام و اصول توحید دعوت نماید و برنامه مکتب عالی قرآن را به آنان تعلیم بیاموزد. طبق این آیه، موعظه باید مناسب با افق فکر شنونده باشد و شخص واعظ باید به نظر شنونده، ناصح و شایسته رهبری باشد و صلاح و نجاح شنونده را بیان می‌نماید و خود او نیز به آنچه می‌گوید، عمل نماید. بدیهی است، چنانچه واعظ و داعی در نظر شنونده اهلیت رهبری و بینش نداشته باشد، این‌گونه سخنان و عطاآمیز در قلب شنونده اثری نخواهد گذارد (حسینی همدانی، ۱۴۰۴ق، ج ۹، ص ۵۷۱-۵۷۳). در این آیه، سه رکن مهم تبلیغ، به گونه‌ای زیبا بیان شده است:

۱. دعوت حکیمانه؛ یعنی پیام دین به گونه‌ای عرضه شود که حکیمانه بودن آن به روشنی نمایان باشد. آنچه را بگوید و محور سخن قرار بدهد که از راه دلیل‌های عقلی و برهان‌های استوار بیان کند؛ ۲. موعظه حسنه؛ یعنی پند نیکویی که از هر کاستی به دور باشد و مخاطبان را جذب کند؛ ۳. جدال احسن؛ یعنی گفت‌وگوی میان مبلغ و مخاطبان، از هر جهت نیکوتر باشد. این، شیوه انبیای الهی است که از روی بصیرت و آگاهی، مردمان را به سوی خدا می‌خواندند و همه چیز را آگاهانه تبیین می‌کردند: «بگو: راه و روش من و پیروانم، همین است که خلق را به خدا با بینایی و بصیرت دعوت کنیم و خدا را از شرک و شریک منزّه دانم و هرگز به خدای یکتا شرک نیاورم»^۲ (یوسف، آیه ۱۰۸).

از این آیه استفاده می‌شود که هر مسلمانی باید همچون پیامبر اکرم صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ دیگران را با گفتار و کردارش به سوی خدا فرا خواند. فراخوان پیامبران، بر اساس تقلید نیست؛ بلکه با آگاهی و شناخت و یقین به سوی خدا دعوت می‌کنند و حقانیت این راه برای پیامبر و رهروان راستین او

۱. «أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِلَا تِي هِيَ أَحْسَنُ.»

۲. «قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُوا إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي.»

روشن شده است (رضایی اصفهانی، ۱۳۸۷ش، ج ۱۰، ص ۱۸۲). امام علی علیه السلام انسان مؤمن را پرهیز می‌دهد از اینکه تا حقیقت محتوای سخنی را نمی‌داند، بازگوید؛ زیرا سخن، نشانه خرد و معرفت است: «درباره آنچه راهش را نمی‌شناسی و حقیقتش را نمی‌دانی، سخن مگو؛ زیرا سخن تو، نشانگر خرد توست و بیان تو، از شناخت تو خیر می‌دهد»^۱ (تمیمی آمدی، ۱۴۱۰ق، ص ۱۷۴). این روایت، بیانگر آن است که انسان باید از گفتن آنچه چگونگی ارائه و حقیقت محتوای آن را نمی‌داند، پرهیزد؛ زیرا سخن، نشانه خرد و معرفت انسان است.

۲. عدم توجه به شایستگی‌های تقوایی مبلّغ

از دیگر آسیب‌های نهادهای اعزام‌کننده، عدم توجه به شایستگی‌های تقوایی مبلّغان است. تقوا، رکن و پایه اصلی تبلیغ دین است و پیشرفت دین، بستگی به مبلّغان تقوایی داشته است؛ زیرا جامعه نیازمند الگوهایی است که از دین سخن بگویند و با رفتار پسندیده و اسلامی خود، در دل‌ها دگرگونی ایجاد کنند. در حقیقت، رفتار و چگونگی سلوک مبلّغان، عامل مؤثری در الگوگیری مخاطبان است. اگر پیام و آموزه‌های دین، در رفتار مبلّغان به‌زیبایی جلوه‌گر شده باشد، ماهیت تبلیغ، برنامه‌ریزی همه‌جانبه برای تربیت مبلّغان را ایجاد می‌کند. بر این اساس، گوهر تبلیغ، تقواست و در صورتی که با برنامه‌ریزی عالمانه، در تبلیغ دین نمود نیابد و جان و روح مبلّغان به آن آراسته نگردد، چراغی فرا راه آدمیان نخواهد افروخت. امام صادق علیه السلام در تمجید از مبلّغانی که چراغی فروزان فراراه مردم، دعوت‌کننده مردمان به دین و اندیشه‌های والای اهل بیت علیهم السلام و شناساننده حق با رفتار سنجیده و شایسته خود هستند، چنین فرموده: «خداوند آن جمعیت را رحمت کند که چراغ و مناره [هدایت] اند و مردم را با اعمال و نهایت توانشان، به سوی ما فرامی‌خوانند»^۲ (ابن‌شعبه حرانی، ۱۴۰۴ق، ص ۳۰۸). قرآن کریم معیار سنجش ارزش انسان را تقوا می‌شمارد و با معرفی نمودن تقوا به عنوان ملاک برتری و کرامت (حجرات، آیه ۱۳)، به انسانیت حیات واقعی و جاودانه می‌بخشد. اهمیت این بحث چنان است که خداوند در آیات بسیاری به آن اشاره نموده و آن را مهم‌ترین فضیلت اخلاقی (بقره، آیه ۱۰۳) معرفی نموده است؛

۱. «إِنَّا وَالْكَلامَ فِيمَا لَا نَعْرِفُ طَرِيقَتَهُ وَلَا تَعَلَّمْ حَقِيقَتَهُ. فَإِنَّ قَوْلَكَ يَدُلُّ عَلَى عَقْلِكَ، وَعِبَارَتُكَ تُبَيِّنُ عَنْ مَعْرِفَتِكَ.»

۲. «رَجَمَ اللهُ قَوْمًا كَانُوا سِرَاجًا وَمَنَارًا، كَانُوا دُعَاةَ إِلَيْنَا بِأَعْمَالِهِمْ وَمَجْهُودِ طَاعَتِهِمْ.»

چنان‌که در فرازی دیگر، تقوا را بهترین زاد و توشه شمرده است (بقره، آیه ۱۹۷).

نتیجه

تبلیغ سنتی، به دلیل برخورداری از ماهیت چهره‌به‌چهره، از اهمیت بسزایی برخوردار است و مبلغ با رفتار و گفتار خویش موجبات رشد و هدایت مخاطبان را فراهم می‌کند. بر این اساس، با توجه به اهمیت والای تبلیغ سنتی، شایسته است که به آسیب‌های پیش رو در آن توجه شود تا بتوان با دقت نظر در آسیب‌های تبلیغ سنتی، گامی در جهت پیشبرد اهداف تبلیغ برداشت. از جمله آسیب‌های مورد توجه در تبلیغ سنتی، عبارت‌اند از: عدم التزام مبلغ به گفتار خویش، عدم توجه به تفاوت مخاطبان، عدم توجه به آموزش، ارائه مطالب شبهه‌انگیز و غلوآمیز، عدم شناخت مسائل روز و عدم مهارت‌های ادبی که در پژوهش حاضر با پرداختن به این آسیب‌ها و راهکار رفع آن، سعی بر آن است بتوان در جهت پیشبرد اهداف تبلیغ تلاش نمود.

منابع

۱. قرآن کریم، ترجمه: ناصر مکارم شیرازی.
۲. نهج البلاغه، ترجمه: محمد دشتی.
۳. ابن اثیر، مبارک بن محمد، ۱۳۶۷ش، النهاية فی غریب الحدیث و الأثر، چاپ چهارم، قم، مؤسسه مطبوعاتی اسماعیلیان.
۴. ابن شعبه حرانی، حسن بن علی، ۱۴۰۴ق، تحف العقول، چاپ دوم، قم، جامعه مدرسین.
۵. بلخی، مقاتل بن سلیمان، ۱۴۲۳ق، تفسیر مقاتل بن سلیمان، چاپ اول، بیروت، دار احیاء التراث.
۶. تمیمی آمدی، عبدالواحد بن محمد، ۱۴۱۰ق، غرر الحکم و درر الکلم (مجموعه من کلمات و حکم الإمام علی علیه السلام)، محقق: سید مهدی رجائی. چاپ دوم، قم، دار الکتب الاسلامی.
۷. جوهری، اسماعیل بن حماد، ۱۳۷۶ق، الصحاح: تاج اللغة و صحاح العربیة، چاپ اول، بیروت، دار العلم للملایین.
۸. حسینی شاه عبدالعظیمی، حسین بن احمد، ۱۳۶۳ش، تفسیر اثنا عشری، چاپ اول، تهران، انتشارات میقات.
۹. حسینی همدانی، سید محمد حسین، ۱۴۰۴ق، انوار درخشان، چاپ اول، تهران، کتاب فروشی لطفی.
۱۰. خطیب، عبدالکریم، ۱۴۲۴ق، التفسیر القرآنی للقرآن، چاپ اول، بیروت، دار الفکر العربی.
۱۱. راغب اصفهانی، حسین بن محمد، ۱۴۱۲ق، المفردات فی غریب القرآن، چاپ اول، دمشق، دار العلم الشامیة.
۱۲. رضایی اصفهانی، محمد علی، ۱۳۷۸ش، تفسیر قرآن مهر، چاپ اول، قم، پژوهش های تفسیر و علوم قرآن.
۱۳. طباطبایی، سید محمد حسین، ۱۴۱۷ق، المیزان فی تفسیر القرآن، چاپ پنجم، قم، دفتر انتشارات اسلامی وابسته به جامعه مدرسین.
۱۴. فراهیدی، خلیل بن احمد، ۱۴۰۹ق، العین، چاپ دوم، قم، انتشارات هجرت.

۱۵. کاشانی، محمدبن مرتضی، ۱۴۱۰ق، تفسیر المعین، چاپ اول، قم، کتابخانه آیه‌الله مرعشی نجفی.
۱۶. لیشی واسطی، علی بن محمد، ۱۳۷۶ش، عیون الحکم والمواعظ، چاپ اول، قم، دار الحدیث.
۱۷. مجلسی، محمدباقر، ۱۴۰۳ق، بحار الأنوار لجامعة لدرر أخبار الأئمة الأطهار، چاپ دوم، بیروت، دار إحياء التراث العربی.
۱۸. مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ش، تفسیر نمونه، چاپ دهم، تهران، دار الکتب الاسلامیة.
۱۹. موسوی خمینی، روح‌الله، ۱۳۷۸ش، جهاد اکبر، چاپ نهم، قم، مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی رحمته.