



Journal of Islamic Propagation

Volume 5 ● No 11 ● Spring & Summer 2024

Ethical Imperatives in the Art of Oratory with Emphasis on the Audience

Hadi Khoshnoudi*

Abstract

In Islam, guiding people is considered the highest service, and one of the most effective methods for this purpose is "propagation through powerful oratory (religious speech)." The concept of oratory entails that the speaker presents their message with verbal and semantic eloquence, offering tranquility to the audience. This study, using library resources and a descriptive-analytical method, examines the ethical imperatives of the art of oratory, with a focus on the audience, yielding the following conclusions:

1. A good speaker significantly influences the beliefs and thoughts of their audience when they are well-versed in oratory skills and apply them;
2. Ethical imperatives in oratory fall into three categories: spiritual, internal-individual, and interpersonal;
3. Spiritual ethics (relationship with God) includes two subcategories: sincerity and faith in the purpose;
4. Internal-individual ethics (personal ethical dimension) includes two subcategories: knowledge and expertise in oratory, skill in impact and motivation;

Interpersonal ethics (communication ethics) includes four subcategories: eloquence and clarity (precise message delivery), patience and perseverance in purpose, honesty with the audience, and goodwill.

Keywords

Ethical Imperatives in Oratory, Art of Oratory, Audience Focus, Effective Propagation.

* Ethical Imperatives in Oratory, Art of Oratory, Audience Focus, Effective Propagation.

بایسته‌های اخلاقی هنر سخنوری با تأکید بر حوزه مخاطب

هادی خوشنودی*

چکیده

دین مبین اسلام، بالاترین خدمت را هدایت خلق برمی‌شمرد و یکی از بهترین راه‌ها برای این امر مهم، «تبلیغ با خطابه قوی» است. مفهوم خطابه، آن است که خطیب، سخن خود را با آرایش گفتاری و معنایی به مخاطب عرضه کند و آرامش خاطر را برای او حاصل نماید. در این نوشتار، با استفاده از منابع کتابخانه‌ای و با روش توصیفی - تحلیلی، به بررسی بایسته‌های اخلاقی هنر سخنوری با تأکید بر حوزه مخاطب پرداخته و به این نتایج رسیدیم که:

۱. سخنران خوب، زمانی نقش مؤثری را در افکار و عقاید مخاطبان خود بر جای می‌گذارد که از هنرهای سخنوری اطلاع داشته و آنها را عملی نماید؛ ۲. بایسته‌های اخلاقی سخنوری، سه قسم است: معنوی، درونی - فردی و میان‌فردی؛ ۳. بایسته‌های اخلاقی معنوی (ارتباط انسان با خدا)، دو زیرمجموعه دارد: اخلاص، ایمان به هدف؛ ۴. بایسته‌های اخلاقی درونی - فردی (بُعد اخلاق فردی)، دو زیرمجموعه دارد: علم و تخصص در زمینه سخنوری، مهارت تأثیرگذاری و انگیزه‌بخشی؛ ۵. بایسته‌های اخلاقی میان‌فردی (بُعد اخلاق ارتباطی)، چهار زیرمجموعه دارد: فصاحت و بلاغت (ارسال دقیق پیام به مخاطبان)، سعه صدر و استقامت در راه هدف، صداقت و راستگویی با مخاطبان، خیرخواهی.

کلیدواژگان: بایسته‌های اخلاقی سخنوری، هنر سخنوری، حوزه مخاطب، تبلیغ مؤثر.

مقدمه

امروز در جامعه بشری، نقش تبلیغ و پیامی که به مخاطب می‌رسد، قابل اهمیت است و مسئولیت سنگین سخنرانان و خطیبان در این امر نیز در تصرف و تغییر اندیشه‌های فکری عموم مردم، گفتاری است که سخنرانان را وامی‌دارد تا شرایط یک خطیب با استعداد را در اقناع و اشباع مثبتی که به وجود می‌آورد، در نظر گرفته و روی آن سخن برانند. زمانی که خطیب، هنر سخنوری را کامل بداند و سخن خود را پُر بار و مؤثر کند، می‌تواند اعتماد بیشتری در بین مردم پیدا کرده و رسالت الهی و تبلیغی خود را به سامان برساند. بنابراین، در برابر هجوم سهمگین تبلیغات ضدّ اسلامی دشمنان در اوضاع کنونی، تلاش عظیم مبلغان و سخنرانان توانا در امر یادگیری فنون سخنرانی و شرایط آن، بسیار اهمیت دارد؛ به گونه‌ای که با رعایت این فنون در امر تبلیغ، مؤثر واقع شوند و آرامش خاطری را برای مخاطب پدید آورند.

تاریخچه سخنرانی

قبل از بیان هرگونه تعریفی، لازم است تاریخچه سخنوری را مورد توجه قرار دهیم. در حقیقت، برای پیدایش خطابه، زمان دقیقی در دست نداریم؛ زیرا انسان از ابتدای آفرینش، دارای نطق بوده است.

از فنّ سخنوری در منطق اسلامی، به «ریطوریکا» تعبیر شده است. مبحث خطابه در منطق، بیشتر پیشینه یونانی دارد. یونانیان از فنّ خطابه در نطق‌های سیاسی که نزد آنان از اهمیت فراوانی برخوردار بود و نیز در محاکم عرفی و دادگاه‌ها استفاده می‌کردند. سوفیست‌ها (یا سوفسطاییان)، در این فن مهارت فراوان داشتند؛ از شهری به شهر دیگر می‌رفتند و با دریافت اجرت، جوانان را در این فن تعلیم می‌دادند و چون غرض آنان، همیشه معطوف به تحریک هیجانات و عواطف به کمک آرایش‌های اغراق‌آمیز لفظی و گاهی استفاده از حیل‌های سفسطی برای فریفتن مخالفان بود، حکیمانی چون: سقراط، افلاطون و ارسطو درصدد تهذیب این فن و شناساندن آن در همسویی با حکمت برآمدند و به جست‌وجوی قواعد صحیح آن پرداختند.

«از ظواهر تاریخ چنین پیداست که فنّ خطابه برای اولین بار در سرزمین یونان مورد استفاده قرار گرفته و برای دفاع از حقّ مالکیت به کار رفته است. پس، به مرور زمان به دست محققانی

چون: گورگیاس، ایسوکراتس و دموستنس، صورت یک فن مدون را پیدا کرده است» (سروری و انصاری، ۱۳۸۶ش، ص ۱۲). البته ایرانیان از دیرباز با این فن آشنا بوده‌اند؛ زیرا عده‌ای از مورخان و خاورشناسان در این باره نوشته‌اند که: «برخی از خطبای یونانی، از محضر استادان ایرانی استفاده کرده و در این کار متبحر شده‌اند.» حتی برخی گفته‌اند: «اصل منطقی و حکمت که ارسطو آن را تألیف و تهذیب کرده است، هنگام غلبه اسکندر بر دارا از گنجینه‌های ایرانی برداشته شده است» (کریمی، ۱۳۸۳ش، ص ۱۱۷).

مفهوم خطابه

در مورد تعریف خطابه، بعضی گفته‌اند: خطابه، صنعتی است که از گفتارها و کلمات پیامبران و پیشوایان و دانشمندان بزرگ گرفته شده و گفتار آنها موجب آرامش خاطر مردم است، تا انسان بتواند به وسیله آن، مردم را به قدر توانایی خود، به چیزی قانع نماید (سلطان‌محمدی طالقانی، بی‌تا، ص ۲۳). در بیان علمی و فشرده‌تری، خطابه این طور تعریف شده: خطابه، فنّ مشافهه و مخاطبه با توده‌های مردم، جهت تصرف در عواطف و اقتناع آنان است. «و بعضی‌ها هم این‌گونه خطابه را تعریف نموده‌اند: خطابه، از خَطَب [یخطب] گرفته شده و به معنای «سخنور شدن یا «سخنوری کردن است.» بنابراین، به مجموعه‌ای از حالات درونی و ظاهری انسان که از آرایش گفتاری، در معانی و قالب‌های زیبا و نافذ برخوردار است، خطابه می‌گویند (سروری و انصاری، ۱۳۸۶ش، ص ۱۳).

از نظر ابن‌سینا، خداوند در کتاب مبین قرآن، با ۳ روش مردم را به راه خود، یعنی دیانت حقیقی، فراخوانده است: یکی روش «حکمت» که همان برهان است. دیگر، «موعظه حسنه» یا پند نیکو که همان روش خطابه است و دیگری، «جدال احسن» که روش جدل، با استفاده از مشهورات محموده است. او جدل را پس از دو صنعت دیگر ذکر کرده است؛ زیرا آن دو روش دیگر، مصروف به فایده، و مجادله مصروف به مقاومت در برابر معاندان است. او همچنین معتقد است که خطابه، ملکه‌ای است که به کار بردن آن، در حفظ مصالح مُدُن و تدبیر امور عامه نفع فراوان دارد (ابن‌سینا، ۱۳۷۶ش، ص ۵).

بایسته‌های اخلاقی سخنوری

بایسته‌های اخلاقی سخنوری عبارت‌اند از:

۱. بایسته‌های اخلاقی معنوی (ارتباط انسان با خدا) که دو زیرمجموعه دارد: «اخلاص» و «ایمان به هدف».
۲. بایسته‌های اخلاقی درونی - فردی (بعد اخلاق فردی) که دو زیرمجموعه دارد: «علم و تخصص در زمینه سخنوری» و «مهارت تأثیرگذاری و انگیزه‌بخشی».
۳. بایسته‌های اخلاقی میان‌فردی (بعد اخلاق ارتباطی) که چهار زیرمجموعه دارد: «فصاحت و بلاغت (ارسال دقیق پیام به مخاطبان)»، «سعه صدر و استقامت در راه هدف»، «صداقت و راستگویی با مخاطبان» و «خیرخواهی».

۱. بایسته‌های اخلاقی معنوی (ارتباط انسان با خدا)

آموزه‌های اخلاقی اسلام، به سه قسمت قابل تقسیم است:

قسمت اول، درباره ارتباط با خدای رحمان و سلوک راه اوست. قسمت دوم، در ارتباط با خویشان است و قسمت سوم، در ارتباط با دیگران. در بین این سه دسته، ارتباط با خدا اصلی‌ترین و محوری‌ترین رکن اخلاق اسلامی است که شامل دو بخش است:

۱.۱. اخلاص

رمز موفقیت یک خطیب و مبلغ، اخلاص اوست که اگر تبلیغ برای خدا انجام بگیرد، بر دل‌ها اثر بیشتری خواهد گذاشت. کسی که می‌خواهد مردم را به خدا دعوت کند و از شرک و ریا، به توحید و اخلاص فرا خواند، لازم است قبل از هر چیز به درون خویش بیدارباش دهد. در غیر این صورت، موجب گمراهی مردم گشته، آنان در تطبیق گفتار و کردار گوینده، حیران شده و یا به انحراف کشیده می‌شوند. چنین افرادی، نباید به خود اجازه موعظه مردم بدهند. از این‌رو، امام صادق علیه السلام فرمود: «أَحْسَنُ الْمَوَاعِظِ مَا لَا يَجَاوِزُ الْقَوْلُ حَدَّ الصِّدْقِ وَ الْفِعْلُ حَدَّ الْإِخْلَاصِ فَإِنَّ مَثَلَ الْوَاعِظِ وَ الْمُوعُوظِ كَالْيَقْظَانِ وَ الْوَأَقِدِ فَمَنْ اسْتَيْقَظَ عَنْ رَفْدَتِهِ وَ عَقَلْتِهِ وَ مُخَالَفَتِهِ وَ مَعَاصِيهِ صَلَحَ أَنْ يُوقَظَ غَيْرُهُ مِنْ ذَلِكَ الرَّقَادِ» (مجلسی، ۱۳۶۸، ج ۲، ص ۵۲)؛

بهترین مواعظ، آن است که سخن از راستگویی تجاوز نکند و در عمل، حدّ اخلاص را پشت سر نگذارد. همانا مثال موعظه‌کننده و موعظه‌شونده، همانند بیدار و خواب است. پس،

کسی که از خواب غفلت و مخالفت و معصیت خود بیدار شود، صلاحیت دارد که دیگری را از خواب بیدار کند. شیوه تمامی رسولان الهی، اخلاص بود که به مردم می‌گفتند: «وَمَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ مِنْ أَجْرٍ إِنْ أَجْرِيَ إِلَّا عَلَى رَبِّ الْعَالَمِينَ» (شعرا، آیه ۱۰۹)؛ من برای رسالت خویش از شما پاداشی نمی‌خواهم و پاداش من، تنها نزد خداوند عالمیان است.»

۲-۱. ایمان به هدف

مبّغ و خطیب موفق، باید به اندازه‌ای به هدف خویش ایمان داشته باشد که همچون حضرت رسول اکرم صلی الله علیه و آله اگر ماه و خورشید را در دستان او قرار دادند، هرگز دست از هدف خویش برندارد و مانند جناب خضر علیه السلام در حالت تشنگی و گرسنگی هم رسالت خود را انجام بدهد؛ چنان‌که فرمود: «اسْتَطَعْنَا أَهْلَهَا فَأَبْوَأَ أَنْ يُضَيِّقُوهُمَا فَوَجَدَا فِيهَا جِدَاراً يُرِيدُ أَنْ يَنْقَضَ فَأَقَامَهُ قَالَ لَوْ شِئْتَ لَاتَّخَذْتَ عَلَيْهِ أَجْرًا» (عیاشی، ۱۳۸۰ق، ج ۲، ص ۳۳۴).

حضرت موسی و جناب خضر علیه السلام در حالی که گرسنه بودند، وارد روستایی شدند و از مردم غذا درخواست کردند؛ لکن مردم از مهمان کردن آن دو نفر، امتناع نمودند. [با این حال] همین که در آنجا دیواری مشاهده کردند که در حال ویران شدن بود، جناب خضر دیوار را درست کرد و در واقع، بی‌وفایی مردم هیچ تأثیری در اراده آنها نگذاشت.

جریان مباحثه حضرت رسول صلی الله علیه و آله با علمای مسیحی نجران نیز نشانه ایمان داشتن حضرت به هدفش بود. از این رو، یک مبّغ باید بعد از شناخت هدف خود، ایمانی استوار به آن هدف داشته باشد و اگرچه جان او هم در خطر افتاد، باز دست از بیان سخن حق نکشد.

۲. بایسته‌های اخلاقی درونی - فردی (بعد اخلاق فردی)

این عنوان، دو زیرمجموعه دارد:

۱-۲. علم و تخصص در زمینه سخنوری

نشان معرفت و شخصیت هرانسانی، زمانی آشکار می‌گردد که لب به سخن گشاید. از این رو، اندیشه و افکار و عقیده او به تبع سخنش نمایان می‌شود. پس، خطیبی که می‌خواهد برای ارشاد و هدایت خلق بر کرسی خطابه بنشیند، باید به سینه‌ای انباشته از معارف لازم، در مورد موضوعی که می‌خواهد سخنرانی و اظهار نظر کند، مجهز باشد و ناآگاهانه و بدون مطالعه حساب شده،

هرگز به این کار اقدام نکند. سعدی، استاد سخن، در این باره سفارش می‌کند که:
تا نیک ندانی که سخن عین صواب است باید که به گفتن دهن از هم نگشایی

در همین راستا، امام علی علیه السلام به فرزند خویش سفارش می‌کند:
«دَعِ الْقَوْلَ فِيمَا لَا تَعْرِفُ وَالْخِطَابَ فِيمَا لَمْ تُكَلِّفْ (نهج البلاغه، نامه ۳۱)؛ سخن گفتن درباره آنچه نمی‌دانی و خطابه‌ای را که بدان مکلف نیستی، ترک کن.»

آری، سستی و بی‌اعتباری سخنور، زمانی اتفاق می‌افتد که مخاطبان بدانند که او از نظر علمی بی‌مایه، و از نظر گفتار و اندیشه‌اش بی‌عمق و محتواست و درباره موضوعی که علم ندارد، سخن رانده است؛ درحالی که اطلاع و علم کافی در ابعاد مختلف آن ندارد. این امر، سبب می‌شود که سایر گفتارهای او، هرچند ارزنده باشد، مورد بی‌توجهی شنوندگان قرار گرفته و آن را بی‌محتوا تلقی کنند.

۲-۲. مهارت تأثیرگذاری و انگیزه‌بخشی

یک سخنران، راه‌های بسیاری برای تأثیرگذاری بر مخاطب دارد که عبارت‌اند از:
الف. تحریک حس زیباگرایی در مخاطب: سخنران باید بتواند احساسات شنوندگان را برانگیزاند؛ مثلاً می‌تواند در ابتدای سخن، با یک بیان ادبی توجه مخاطبان را به بحث زیاد کند.
ب. توجه و تمرکز بخشیدن به تفکر و اندیشه مخاطب: مثلاً با طرح سؤال، می‌توان بر میزان توجه مخاطب افزود.

ج. تحریک عواطف و احساسات دینی در مخاطب: یعنی سخنران باید به گونه‌ای برخورد کند که اعتماد مخاطبان به او جلب شود و آن‌ها سخن او را کاملاً بپذیرند. بنابراین، مطالب باید مستند، قوی با استدلال و منطقی باشد و به اندازه فهم مخاطبان باشد تا موجب اعتراض آنها نشود (پیشداد، ۱۳۸۶ش، ص ۲۴).

د. ابهام‌گویی: یکی از روش‌های ایجاد انگیزه در مخاطب، ابهام‌گویی است که دارای شرایط و ویژگی‌هایی است. اولاً، برای هر نوع مخاطبی کاربرد ندارد. این روش، برای مخاطبان هوشمند و قوی، مناسب است. ثانیاً، ابهام، در مطالب و محتوا نیست؛ بلکه نسبت به موضوع بحث است؛ یعنی مخاطب بتواند در انتهای بحث، از مطالب گفته‌شده نتیجه‌گیری کند تا هدف از طرح موضوع، کاملاً مشخص گردد. ثالثاً، حس کنجکاوی مخاطب را تحریک می‌کند و

عطش برای دنبال کردن سخن را تقویت می‌نماید.» (سروری، ۱۳۸۶ش، ص ۲۶).

هنگامی سخنران می‌تواند از روش ابهام‌گویی استفاده کند که بر بحث خود تسلط کامل داشته باشد. همچنین، مخاطب علاقه‌مند است بداند که موضوع اصلی سخنرانی چیست؟ این روش نیز در قرآن بسیار استفاده شده است؛ از جمله در سوره‌های: شمس، قیامت و تین؛ مثلاً در سوره شمس خداوند با بیان هفت قسم پشت سر هم، موضوع را در ابهام قرار داده و در پایان قسم‌ها، از تزکیه و رستگاری سخن گفته است.

هـ. تعریف از مطلب: روش دیگر ایجاد انگیزه، تعریف از مطلب در ابتدای کلام است. در حقیقت، سخنران برای توجه مخاطب به موضوع، باید مطلب را به خوبی تعریف کند و اهمیت آن را برای شنونده روشن سازد.

و. ایجاد پرسش در ذهن مخاطب: روشی که موضوع بحث را بیشتر در عمق وجود شنونده جای می‌دهد، ایجاد پرسش در ذهن مخاطب است. البته این روش باید به صورت یک‌طرفه باشد؛ یعنی سخنران نباید منتظر دریافت پاسخ از شنونده باشد؛ همچنین سؤال باید مورد نیاز شنونده و کاملاً جنبه کاربردی داشته باشد؛ مثلاً: "برای به اجابت رسیدن دعا چه کارهایی باید انجام داد؟" یا "فلسفه و حکمت عزاداری بر امام حسین علیه السلام چیست؟"، «آیا جسم انسان بعد از مرگ با روح ارتباط دارد؟»، «انسان در روز قیامت چگونه زنده می‌شود؟» چنین سؤالاتی برای مخاطب جالب است و تلاش می‌کند در همه مباحث شرکت کند تا جواب آن‌ها را دریابد. استفاده از این روش در سخنرانی‌های تربیتی و پشت سر هم بسیار مفید است. بنابراین اگر سخنران به نوع سؤال توجه نکند؛ باعث کاهش حضور شنوندگان می‌شود.

همچنین، سخنران باید دقت داشته باشد که: اگر در بحث، سؤالی را مطرح می‌کند، آن را بدون جواب نگذارد؛ یا اگر شک و شبهه‌ای در موضوع به وجود آمده است، آن را تا آخر بحث، برای مخاطب روشن کند.

ز: استفاده از آیات و روش‌های قرآنی

در قرآن برای جلب توجه مخاطب، از روش‌های مختلفی استفاده شده که بهره‌گیری از آنها در سخنرانی، بسیار مفید است؛ مثلاً فرموده: «وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ (توبه، آیه ۱۰۵)؛ بگو به خلق که هر عملی کنید، خدا [آن را] به شما می‌نماید و هم و

رسول و مؤمنان، بر آن آگاه می‌شوند.» بیان این نوع آیات قبل از بحث، می‌تواند ذهن مخاطب را آماده کند که در این عالم هستی، کسانی بر اعمال ما ناظر هستند.

ح: استفاده از داستان

قرآن کریم از این روش برای عبرت‌پذیری و پند و اندرز انسان‌ها استفاده نموده است. البته بهتر است در اواسط یا اواخر بحث، داستانی از شرح حال بزرگان برای مخاطبان بیان کرد یا از داستان‌های پُر محتوا و عبرت‌آموز استفاده نمود (سروری، ۱۳۸۶ ش، ص ۲۸).

۳. بایسته‌های اخلاقی میان فردی (بُعد اخلاق ارتباطی)

بایسته‌های اخلاقی میان فردی (بُعد اخلاق ارتباطی)، چهار زیرمجموعه دارد:

۱-۳. فصاحت و بلاغت (ارسال دقیق پیام به مخاطبان)

الف. فصاحت سخنور

از جمله شرایط سخنوری صحیح و سازنده، فصیح بودن آن سخن است؛ به گونه‌ای که کلام روان و روشن بوده، قابل درک و فهم شنوندگان باشد. بنابراین، باید از به‌کاربردن الفاظ و جملات نامأنوس و پیچیده پرهیز گردد. دانشمندان علم بیان، در تعریف فصاحت می‌نویسند: «الْفَصَاحَةُ عِبَارَةٌ عَنِ الْأَلْفَاطِ الْبَيِّنَةِ الظَّاهِرَةِ، المتبادرة إلى الفهم، وَالْمَأْنُوسَةِ الإِسْتِعْمَالِ بَيْنَ الْكُتَّابِ وَالشُّعْرَاءِ لِمَكَانِ حَسَنِهَا» (هاشمی، ۱۳۸۱ ش، ص ۷)؛ فصاحت، عبارت است از به‌کاربردن الفاظ روشن و روان که زود فهمیده شود و در میان نویسندگان و شاعران، به جهت خوبی و مطلوب بودن، رایج و معمول باشد.»

حضرت امیر مؤمنان علیه السلام فرمود: «مَنْ قَامَ بِهِ فَتَقَى الْقَوْلَ وَ رَتَقَهُ فَقَدْ حَازَ الْبَلَاغَةَ» (آمدی، ۱۳۹۷ ش، ج ۲، ص ۷۰۷)؛ کسی که بتواند مطلب و سخنی را باز و بسته و تحلیل کند و آن را جمع‌بندی نموده و به نتیجه برساند، به مرحله بلاغت دست یافته است.» همچنین، از امام علی علیه السلام سؤال شد: فصیح‌ترین افراد کیست؟ در پاسخ فرمود: «الْمُجِيبُ الْمُسَكِّتِ عِنْدَ بَدِهيَّةِ الْمَقَالِ» (مجلسی، ۱۳۶۸ ش، ج ۶۸، ص ۲۹۰). بنابراین، خطابه زمانی جذابیت و دل‌آرایی خواهد داشت که به زیور فصاحت آراسته باشد و از طریق چنین نفوذی، در آنان تحول فکری و سازندگی اعتقادی و اخلاقی به وجود آید.

ب. بلاغت خطیب

بلاغت، به معنای رساندن است و خطیب بلیغ، به کسی گفته می‌شود که سه شرط: «حال زمان»، «حال مکان» و «حال مخاطبان» را شناخته و بر اساس مقتضای یادشده، علوم ذهنی و اعتقادی خود را به سمع و درک مستمعان برساند. از امام صادق علیه السلام سؤال شد: بلاغت چیست؟ آن حضرت فرمود: کسی که چیزی را خوب می‌داند، درباره آن زیاد سخن نمی‌گوید؛ «إِنَّمَا سُمِّيَ الْبَلِيغَ لِأَنَّهُ يَبْلُغُ حَاجَتَهُ بِأَهْوَنَ سَعِيَةٍ (همان، ج ۷۵، ص ۲۴۱)؛ به شخص بلیغ بدان جهت بلیغ گفته می‌شود که توانایی دارد با کوشش اندکی، نیاز و خواسته خود را به دیگران اعلام دارد.» بنابراین، خطیب بلیغ، قدرت این را دارد که سخن خود را بگستراند و سپس، آن را با نتیجه‌ای عالی به پایان رساند؛ اما سخنوری که معنا و مقصود را با پراکنده‌گویی و سریع بدون هیچ تحلیل و نتیجه‌ای بیان کند، آن سخنور بدون مخاطب خواهد بود.

۲-۳. سعه صدر و استقامت در راه هدف

حضرت موسی علیه السلام هنگام رفتن به سوی فرعون، برای هدایت او و آگاه نمودن مردم، از پروردگارش فراخی سینه و قدرت و تحمل سختی‌ها را درخواست نمود؛ زیرا وجود این صفت برای یک مبلغ و خطیب، ضروری است؛ «رَبِّ اشْرَحْ لِي صَدْرِي وَيَسِّرْ لِي أَمْرِي» (طه، آیه ۲۵)؛ خدایا! سینه‌ام را وسعت ده و کارم را آسان ساز.» یک مبلغ باید بداند مخاطبان او یکسان نیستند و بعضی به زبان ایمان می‌آورند؛ اما در قلب ایمانی ندارند و در مسیر کفر، بر یکدیگر سبقت می‌گیرند. بنابراین، نباید اندوهگین شود. در زمان مرحوم آیت‌الله العظمی بروجردی، نماینده‌ای از سوی ایشان برای تبلیغ به یکی از شهرهای ایران رفت. پس از مدتی، به جهت فعالیت چشمگیر او، دشمنان دین، با تهمت‌ها و شایعه‌های فراوان، عرصه را بر او تنگ کردند تا او را فراری دهند. آن روحانی اعلام کرد که در فلان روز، جلسه‌ای مهم خواهد داشت و حرف آخر را خواهد زد. دوستان و دشمنان به گمان اینکه جلسه خداحافظی است، همه جمع شدند و او روی منبر رفت و گفت:

«ای مردم! اگر پشت سر من گفتند فلانی با ارباب و سرمایه‌داران رابطه دارد، باور کنید. اگر گفتند فلانی اهل فساد و فحشاست، باور کنید. اگر گفتند نماز نمی‌خواند باور کنید و... اما اگر گفتند او می‌خواهد از این شهر برود، باور نکنید که من تا آخرین لحظه در سنگر تبلیغی خود خواهم ماند» (قرآنی، ۱۳۸۰ ش، ص ۳۹).

مبَلَّغِي كَه پيرو رسول خدا ﷺ است، همچون آن حضرت مأمور به استقامت است: «فَادْعُ وَاسْتَقِمَّ كَمَا أُمِرْتَ (شوری، آیه ۱۵)؛ پس، تو چنان‌که مأموری، استقامت و پایداری کن.»

۳-۳. صداقت و راستگویی با مخاطبان

مفهوم صداقت، بسیار فراتر از صدق در خبر و کلام است و مفاهیمی چون صدق در وعده و حتی صدق نیت را نیز در بر می‌گیرد. مواردی مانند اینکه انسان چیزی را از دیگری طلب کند که خود به آن نمی‌پردازد، یا چیزی را بیان کند که به آن اعتقادی ندارد و یا وعده‌ای بدهد و به آن عمل نکند، ذیل عنوان صدق و صداقت قرار می‌گیرد. صداقت در اسلام، چنان اهمیتی دارد که علاوه بر توصیه هر مسلمانی به آن، به همراهی با راستگویان نیز تأکید شده است: «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ (توبه، آیه ۱۱۹)؛ ای مؤمنان! از خدا بترسید و همگام با راستان باشید.» در تعریف صداقت، همین کافی است که کلمه «صدیق» از آن مشتق است و خداوند در مقام مدح، پیامبران خود را با آن توصیف نموده است؛ مانند:

- «وَإِذْ كُنَّا فِي الْكِتَابِ إِبْرَاهِيمَ إِنَّهُ كَانَ صِدِّيقًا نَبِيًّا (مریم، آیه ۶۱)؛ بیان کن در کتاب ابراهیم. او بسیار راست‌کردار و راست‌گفتار و پیغمبر خدا بود.»

- «وَإِذْ كُنَّا فِي الْكِتَابِ إِسْمَاعِيلَ إِنَّهُ كَانَ صَادِقَ الْوَعْدِ وَكَانَ رَسُولًا نَبِيًّا (مریم، آیه ۵۴)؛ و در کتاب آسمانی قرآن، از اسماعیل بگو. آن کسی که در وعده‌هایش راست بود و پیغمبر والا مقامی بود.»

- «وَإِذْ كُنَّا فِي الْكِتَابِ إِدْرِيسَ إِنَّهُ كَانَ صِدِّيقًا نَبِيًّا (مریم، آیه ۵۶)؛ و در کتاب آسمانی قرآن، از ادريس بگو. او بسیار راستکار و راستگو و پیغمبر بزرگی بود.»

تأمل در این آموزه‌ها، مسلمان معتقد و پایبند را به کاوش در گفته‌ها، نوشته‌ها و هرآنچه را در مقام مخاطب به دیگران القا می‌کند، وامی‌دارد؛ خواه طرف گفت‌وگو و خطاب او انسان باشد و خواه در مقام عبادت و مخاطب با خداوند قرار گرفته باشد. لازمه صداقت در تبلیغ، پرهیز از دروغ‌گویی است. اگر صداقت اخلاقی در تبلیغ به خطر افتاد، بنیان معارف درست در انظار مردم نابود و سست می‌شود و جامعه به فساد کشیده می‌شود (ر.ک: طباطبایی، ۱۳۶۲، ج ۱۶، ص ۳۱۳).

۴-۳. خیرخواهی

خیرخواهی در مورد انسان‌ها، ویژگی برجسته همه پیامبران، اولیای الهی و مبلغان بزرگ دینی بوده است. جالب آنکه گستره این نیک‌طلبی، مردمان ناسپاس و دشمنان را نیز فرا می‌گیرد. یکی از نقاط برجسته و بسیار مهم در حرکت تبلیغی معصومین علیهم‌السلام، ظهور حدّ اعلای خیرخواهی برای مردم است. این بزرگواران، به معنای واقعی کلمه، دلسوز و خیرخواه مردم هستند و ارزش ارشاد و هدایت، هرچند یک نفر را از ارزش همه آسمان‌ها و زمین بیشتر می‌دانند.

وصف «ناصح» که در قرآن کریم به طرق مختلف برای پیامبران الهی به کار رفته، به همین نکته اشاره دارد. این واژه، از ریشه «نصح» که در مقابل «غش» و «ناخالصی» قرار دارد، اخذ شده است و نشان می‌دهد که انبیای الهی، به معنای واقعی کلمه، خیرخواه مردم بوده و از سر شفقت و مهربانی، طالب هدایت آنان بوده‌اند و در این راه، هرگونه سختی و مشقتی را به جان می‌خریدند. قرآن کریم در چندین نوبت، به این ویژگی نبی مکرم اسلام اشاره می‌کند؛ چنان‌که در سوره توبه، آیه ۱۲۸ آمده است: «به‌درستی فرستاده‌ای از خود شما به نزدیکان آمد که رنج‌کشیدنتان بر او سخت است و بر گرویدن شما به اسلام، حریص است و نسبت به مؤمنان، رئوف و مهربان است.» و یا در آیه ۶ سوره کهف آمده است: «ای پیامبر! نزدیک است که خود را از اندوه اینکه چرا به قرآن ایمان نمی‌آورند، هلاک سازی.» همچنین، در آیات نخست سوره طه می‌خوانیم: «ای پیامبر! ما قرآن را از آن جهت به تو نازل نکردیم که به رنج افتی.»

در کلام امیر مؤمنان علیه‌السلام نیز به طور متعدد و مکرر به این نکته اشاره شده که تمام هم و غم آن حضرت، اجرای احکام الهی و یاری بندگان خدا در جهت تمیز میان راه و چاه یا حق و باطل بوده و حتی حکومت را برای تحقق این مهم پذیرفته است. امام حسین علیه‌السلام نیز در یکی از جملات معروف خود، در جریان عظیم عاشورا می‌فرماید: «من از سر شادی و سرمستی و تبهکاری و ستمگری قیام نکردم؛ بلکه برای ایجاد اصلاح در امت جدّم به پا خاستم و اکنون می‌خواهم امر به معروف و نهی از منکر کنم و به روش جدّم و پدرم علی بن ابیطالب گام بردارم» (مجلسی، ۱۳۶۸ ش، ج ۴۴، ص ۳۴۹).

نتیجه

در این نوشتار، نتایج ذیل به دست آمد:

۱. سخنران خوب، زمانی نقش مؤثری را در افکار و عقاید مخاطبان خود می‌گذارد که از هنرهای سخنوری، با اطلاع باشد و آنها را عملی نماید.
۲. بایسته‌های اخلاقی سخنوری، سه قسم است: معنوی، درونی - فردی، میان فردی.
۳. بایسته‌های اخلاقی معنوی (ارتباط انسان با خدا)، دوزیر مجموعه دارد: «اخلاص» و «ایمان به هدف».
۴. بایسته‌های اخلاقی درونی - فردی (بعد اخلاق فردی)، دوزیر مجموعه دارد: «علم و تخصص در زمینه سخنوری» و «مهارت تأثیرگذاری و انگیزه‌بخشی».
۵. بایسته‌های اخلاقی میان - فردی (بعد اخلاق ارتباطی)، چهار زیر مجموعه دارد: «فصاحت و بلاغت (ارسال دقیق پیام به مخاطبان)»، «سعه صدر و استقامت در راه هدف»، «صدافت و راستگویی با مخاطبان» و «خیرخواهی».

منابع

۱. قرآن کریم.
۲. آمدی، عبدالواحد، ۱۳۹۷ش، غررالحکم ودررالکلم، ترجمه: محمد رحمتی شهرضا، نشر پیروزی.
۳. ابن سینا، حسین بن عبدالله، ۱۳۷۶ش، الشفاء، قم، دفتر تبلیغات حوزه علمیه قم.
۴. پیشداد، حسین، ۱۳۸۶ش، چگونه سخنران شویم، انتشارات سخنوران.
۵. دشتی، محمد، ۱۳۷۹ش، ترجمه و شرح نهج البلاغه، قم، دفتر نشر الهادی.
۶. سروری، حجت‌الله و انصاری، حسین، ۱۳۸۶ش، چگونه سخنران خوبی شویم، نشر صغیر.
۷. سعدی، مصلح‌الدین، ۱۳۹۹ش، کلیات سعدی، تصحیح: محمدعلی فروغی، نشر دوستان.
۸. سلطان محمدی طالقانی، مجتبی، بی تا، صناعت خطابه یا آئین سخنوری، نشر مرتضوی.
۹. صادقی اردستانی، احمد، ۱۳۸۰ش، روش‌های تبلیغ و سخنرانی، قم، بوستان کتاب.
۱۰. عیاشی، محمد بن مسعود، ۱۳۸۰ق، تفسیر عیاشی، مکتبه العلمیه الاسلامیه.

۱۱. قرائتی، محسن، ۱۳۸۰ش، خاطرات، مرکز فرهنگی درس‌هایی از قرآن.
۱۲. کرمی، رضا علی، ۱۳۸۳ش، روش تبلیغ، نشر راه قرآن.
۱۳. مجلسی، محمدباقر، ۱۳۶۸ش، بحار الأنوار، بیروت، دار إحياء التراث العربی.
۱۴. محمدی ری‌شهری، محمد، ۱۳۸۹ش، میزان الحکمة، قم، دار الحدیث.
۱۵. هاشمی، احمد، ۱۳۸۱ش، جواهر البلاغة، قم، نشر مرکز مدیریت حوزه علمیه قم.