

بسم الله الرحمن الرحيم

آشنایی با بعضی از روش های تبلیغ

معنا و تعریف تبلیغ

معنای لغوی

تبلیغ در لغت به معنای رساندن^۱، واصل کردن پیام و خبر، رساندن عقاید دینی یا غیر آن، با وسایل ممکنه می باشد.^۲

در قرآن کریم واژه تبلیغ و مشتقات آن ۲۹ بار تکرار شده است.^۳ البته واژه های دیگری همچون موعظه و نصیحت، هدایت، ارشاد، دعوت، بشارت، تخویف، انذار، امر به معروف و نهی از منکر نیز با مفهوم تبلیغ، ارتباط نزدیک دارند، اما هیچ یک از آنها هم معنای واژه تبلیغ نیستند.

تعریف تبلیغ دینی

علماء اسلام برای تبلیغ تعریفهای مختلفی ارائه کرده اند که به برخی از آنها اشاره می شود.

^۱. لسان العرب، ج ۸، ص ۴۱۹ و مفردات راغب، ذیل واژه بلغ.

^۲. لغت نامه، علی اکبر دهخدا، ذیل لغت تبلیغ.

^۳. آل عمران/۲۰؛ نساء/۶۳؛ مائده/۶۷ و ۹۲ و ۹۹؛ انعام/۱۴۹؛ اعراف/۶۲ و ۶۸ و ۷۹ و ۹۳؛ توبه/۶؛ هود/۵۷؛ رعد/۴۰؛ نحل/۳۵ و ۸۲؛

انبیاء/۱۰۶؛ عنکبوت/۱۸؛ احزاب/۳۹؛ یس/۱۷؛ شورا/۴۸؛ احقاف/۲ و ۳۵؛ قمر/۵؛ جن/۲۸؛ قلم/۳۹؛ ابراهیم/۵۲؛ نور/۵۴؛ تغابن/۱۲؛

۱. امام خمینی رحمه الله تبلیغ را «شناساندن خوبیها و تشویق به انجام آن و ترسیم بدیها و نشان دادن راه گریز و منع از آن» دانسته است.^۴
۲. شهید مطهری رضوان الله علیه تبلیغ را چنین تعریف می کند: «تبلیغ یعنی رساندن یک پیام از کسی به کس دیگر».^۵
۳. و نیز در تعریف تبلیغ آورده اند: «تلاش برای هدایت و رشد انسانها و تبیین روشن گفتاری، رفتاری معارف ناب و زلال دینی با براهین متقن، موعظه نیکو، بشارت و انداز مردم، زیباترین مناظره، و با پرهیز از اجبار دیگران بر پذیرش».^۶
- با توجه به آیات و روایات مرتبط با تبلیغ^۷، نگاه به ارکان آن^۸ و اهداف تبلیغی انبیاء الهی^۹، تعریف ذیل از جامعیت بیشتری برخوردار بوده و حدود تبلیغ دینی را بهتر بیان می کند.
- تبلیغ دینی عبارت است از: «تبیین معارف ناب و زلال دینی توسط مبلغان دین برای همه مخاطبان با استفاده از روشها و ابزارهای مطلوب جهت هدایت و رشد آنها برای رسیدن به سعادت دنیوی و اخروی».
- آنچه در این کتاب از تبلیغ بیان می شود، منظور از آن، تبلیغ دینی می باشد.

ضرورت تبلیغ

تبلیغ دین از جهات مختلف در شرایط فعلی ضرورت دارد که به برخی از آن جهات آنها اشاره می شود:

۱. مکتب حیاتبخش اسلام آخرین دین الهی است و پیامبر آن آخرین پیامبر خدا می باشد^{۱۰} که برای

^۴ . روزنامه جمهوری اسلامی، ۱۳۸۶/۱/۱، ص ۱.

^۵ . حماسه حسینی، ج ۱، ص ۱۹۱.

^۶ . موفقیت در تبلیغ، ص ۳۶.

^۷ . به عنوان نمونه بنگرید: ابراهیم/۴، انعام/۱۰۴ و ۴۸ و ۶۳ و ۸۴ و ۵۰۶۵، مائده/۹۹، غاشیه/۲۱ و ۲۲، نحل/۱۲۵، حج/۴۹، احقاف/۹، بحار الانوار، محمد باقر مجلسی، ج ۵، ص ۱۹۸ و الکافی، کلینی، ج ۱، ص ۴۶.

^۸ . در تبلیغ حد اقل چهار رکن مورد توجه می باشد: مبلّغ، مخاطب، پیام، روش و ابزار انتقال پیام.

^۹ . برخی از اهداف تبلیغی انبیاء الهی عبارتند از: سوق دادن مخاطبان به سوی بندگی خدا و پرهیز از طاغوت، تزکیه و تعلیم آنان، خارج کردن ایشان از ظلمت به سوی نور، برقراری عدالت، رها ساختن آنها از وابستگیها و عاداتهای جاهلانه، برطرف شدن اختلافات در بین مردم.

^{۱۰} . قرآن کریم، پیامبر اسلام را آخرین پیامبر الهی معرفی کرده و می فرماید: مَا كَانَ مُحَمَّدٌ أَبَا أَحَدٍ مِنْ رِجَالِكُمْ وَلَكِنْ رَسُولَ اللَّهِ وَخَاتَمَ النَّبِيِّينَ؛ محمد پدر یکی از شما نبود؛ بلکه فرستاده خدا و آخرین پیامبران است. «(احزاب/ ۴۰)

سعادت دنیا و آخرت انسانها از سوی خداوند متعال فرستاده شده است و قرآن یعنی آخرین کتاب آسمانی به همه نیازهای انسانها در زمینه رشد و هدایت پاسخ می دهد.^{۱۱} از این رو لازم است به همه آنها رسانده شود تا راه سعادت و خوشبختی را بیابند.

۲. برای ماندگاری هر فکر و عقیده ای باید آن را در میان همه مردم منتشر نمود و از انحصار آن در میان هواداران فعلی پرهیز کرد. بنا بر این لازم است مکتب اسلام به همه مردم دنیا ابلاغ گردد.
۳. در شرایط کنونی استکبار جهانی برای رسیدن به آمال و آرزوهای خود، از پیشرفته ترین وسائل و روشها برای نابودی دین کمر همت بسته است تا با تهاجم گسترده به مرزهای فکری، اعتقادی و اخلاقی متدینان، دینشان را از آنان بگیرد. از این رو لازم است مبلغان دینی نهایت تلاش خود را جهت دفاع از مکتب قرآن به کار گیرند و از مرزهای عقیدتی و اخلاقی آن دفاع کنند.

اهمیت تبلیغ^{۱۲}

تبلیغ و مبلّغ در اسلام، جایگاهی بس رفیع دارند. در اهمیت و ارزش تبلیغ، همین بس که قرآن کریم، اصلی ترین رسالت انبیا و مبلّغان راستین دین را ابلاغ پیامهای خداوند به مردم می داند و می فرماید: «الَّذِينَ يُبَلِّغُونَ رِسَالَاتِ اللَّهِ وَيَخْشَوْنَهُ وَلَا يَخْشَوْنَ أَحَدًا إِلَّا اللَّهَ وَكَفَى بِاللَّهِ حَسِيبًا» ۱۳ «[پیامبران پیشین] کسانی بودند که تبلیغ رسالتهای الهی می کردند و [تنها] از او می ترسیدند، و از هیچ کس جز خدا بیم نداشتند و همین بس که خداوند، حسابگر [و پاداش دهنده اعمال آنها] است.» ۱۴

همچنین رسالت پیامبر بزرگوار اسلام را هدایت مردم می داند و درباره او می فرماید: «رَسُولًا يَتْلُوا عَلَيْكُمْ آيَاتِ اللَّهِ مُبَيِّنَاتٍ لِيُخْرِجَ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ مِنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّورِ وَمَنْ يُؤْمِن بِاللَّهِ وَيَعْمَلْ صَالِحًا يُدْخِلْهُ جَنَّاتٍ تَجْرَى مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ خَالِدِينَ فِيهَا أَبَدًا قَدْ أَحْسَنَ اللَّهُ لَهُ رِزْقًا» ۱۵ رسولی [به سوی شما فرستاده] که آیات روشن خدا را بر شما تلاوت می کند تا کسانی را که ایمان آورده و کارهای شایسته انجام داده اند، از تاریکیها به سوی نور خارج سازد و هر کس به خدا ایمان آورد و اعمال صالح انجام دهد، او را در باغهایی از بهشت وارد سازد که از زیر درختانش نهرها جاری است. جاودانه در آن می ماند و خداوند روزی نیکویی برای او قرار داده است.»

امام علی (ع) فرمودند: هنگامی که رسول خدا(ص) مرا به سوی یمن روانه ساخت، اینچنین فرمود: «یا

^{۱۱} . تمام موضوعات و مطالب مورد نیاز برای نیل به سعادت دنیوی و اخروی در قرآن وجود دارد. خداوند بزرگ می فرماید: «وَنَزَّلْنَا

عَلَيْكَ الْكِتَابَ تِبْيَانًا لِكُلِّ شَيْءٍ؛ و ما این کتاب را که روشنگر همه چیز است، بر تو نازل کردیم.» (نحل/۸۹) و می فرماید: «مَا فَرَطْنَا فِي الْكِتَابِ مِنْ شَيْءٍ؛ ما هیچ چیز را در این کتاب فرو گذار نکردیم.» (انعام/۳۸).

^{۱۲} . روش سخنرانی دینی، اثر نگارنده، صص ۳۱-۳۴.

^{۱۳} . احزاب/ ۳۹.

^{۱۴} . در سوره های رعد/ ۴۰، مائده/ ۹۲ و نحل/ ۸۲ نیز ابلاغ پیام الهی، رسالت اصلی پیامبر اسلام (ص) معرفی شده است.

^{۱۵} . طلاق/ ۱۱.

عَلَيْهِ لَا تُقَاتِلْ أَحَدًا حَتَّى تَدْعُوهُ إِلَى الْإِسْلَامِ وَأَيُّمُ اللَّهِ لَأَنْ يَهْدِيَ اللَّهُ عَلَى يَدَيْكَ رَجُلًا خَيْرٌ لَكَ مِمَّا طَلَعَتْ عَلَيْهِ الشَّمْسُ وَغَرَبَتْ وَلَكَ وَلَاؤُهُ؛^{۱۶} ای علی! با هیچ کس، پیش از دعوت او به اسلام جنگ مکن. سوگند به خدا! اینکه خداوند به دستان تو انسانی را هدایت کند، برایت بهتر است از آنچه خورشید بر آن طلوع و غروب کرده است و تو مولای اوئی.»

آشکاراست که هدف از جهاد در راه خدا نیز فراهم کردن زمینه برای هدایت گمراهان و باز کردن زنجیرهایی است که مستکبران بر اندیشه مستضعفان کشیده‌اند. پیامبر والامقام ما، مبلغان دین را از برگزیدگان امت خود می‌داند و می‌فرماید: «خيارُ أُمَّتِي مَنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ تَعَالَى وَحَبَّبَ عِبَادَةَ إِلَهِهِ؛^{۱۷} برگزیدگان امت من کسانی هستند که به سوی خداوند متعال فرا می‌خوانند و بندگانش را محبوب او می‌سازند.»

پیامبر اسلام (ص)، پیام‌آوران دین را جانشینان خود برمی‌شمارد و محبت ویژه خویش را نثار آنان کرده، برایشان دعا می‌کند. امام علی بن ابی طالب (ع) نقل می‌کند که: «قَالَ رَسُولُ اللَّهِ: اللَّهُمَّ ارْحَمْ خُلَفَائِي! - ثَلَاثًا - قِيلَ يَا رَسُولَ اللَّهِ وَمَنْ خُلَفَاؤُكَ؟ قَالَ: الَّذِينَ يُبَلِّغُونَ حَدِيثِي وَسُنَّتِي ثُمَّ يَعْلَمُونَهَا أُمَّتِي؛^{۱۸} رسول خدا سه بار فرمود: خداوند! به جانشینانم رحم کن! گفته شد: ای رسول خدا! جانشینان شما چه کسانی‌اند؟ فرمود: آنان که گفتار و کردار مرا تبلیغ می‌کنند و آنها را به امت من می‌آموزند.»

تبلیغ دین، رسالتی تاریخی

تبلیغ دینی از آغاز زندگی بشر وجود داشته است و در هر دوره ای مبلغانی از سوی خداوند مأمور ابلاغ پیامهای او برای رشد و هدایت انسانها بوده‌اند. اولین مبلغ، حضرت آدم علیه‌السلام بوده که افتخار ابلاغ پیام خدا را به فرشتگان یافته است. خداوند متعال در قرآن مجید می‌فرماید: «قَالَ يَا آدَمُ أَنْبِئْهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ؛^{۱۹} (خداوند متعال فرمود:) ای آدم! آنها را از [اسامی و

۱۶. الکافی، کلینی، ج ۵، ص ۳۶، ح ۲.

۱۷. کنز العمال، متقی هندی، ج ۱۰، ص ۱۵۲، ح ۲۸۷۷.

۱۸. الامالی، شیخ صدوق، ص ۱۸۰.

۱۹. بقره/۳۳.

اسرار] این موجودات آگاه کن.^{۲۰}

با هبوط آدم علیه السلام تبلیغ دین ادامه یافت. خدای بزرگ ماجرای هبوط آدم را چنین نقل می کند:

«قُلْنَا اهْبِطُوا مِنْهَا جَمِيعًا فَإِمَّا يَأْتِيَنَّكُمْ مِنِّي هُدًى فَمَنْ تَبَعَ هُدَايَ فَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ»^{۲۱} گفتیم: همگی از آن [به زمین] فرود آید. هر گاه هدایتی از طرف من برای شما آمد، کسانی که از آن پیروی کنند، نه ترسی بر آنها است و نه غمگین شوند.

از این آیه استفاده می شود که هدایت الهی از زمان هبوط آدم نیز ادامه یافته و کسی واسطه این هدایت و پیام رسانی بوده است که در اینجا خود حضرت آدم (ع) است.

از آن زمان تا بعثت خاتم الانبیاء صلی الله علیه و آله - که پیام آوران بسیاری برای ارشاد و هدایت آمدند - همواره انسان مبلغانی داشته است. خداوند فرموده است: «وَلَقَدْ بَعَثْنَا فِي كُلِّ أُمَّةٍ رَسُولًا أَنِ اعْبُدُوا اللَّهَ وَاجْتَنِبُوا الطَّاغُوتَ فَمِنْهُمْ مَنْ هَدَى اللَّهُ وَمِنْهُمْ مَنْ حَقَّتْ عَلَيْهِ الضَّلَالَةُ»^{۲۲} ما در هر امتی رسولی برانگیختیم که: خدای یکتا را پرستید و از طاغوت اجتناب کنید. خداوند گروهی را هدایت کرد و گروهی ضلالت و گمراهی دامانشان را گرفت.

به طور خلاصه تاریخ انبیاء علیهم السلام ترسیم گر تاریخ تبلیغ است و پیامبران علیهم السلام، مجریان تبلیغ و هدایت بوده اند.

در طول تاریخ هیچ قومی بدون تبلیغ و هشداردهنده نبوده است؛ لذا خداوند می فرماید: «وَأِنْ مِنْ أُمَّةٍ إِلَّا

^{۲۰}. البته در این مرحله، حضرت آدم (ع) حقایق را دریافت که پس از خبر دادن به فرشتگان، آنان نیز به توانایی او آگاه شدند و متوجه شدند که همانند آدم چنین استعدادی را برای دریافت حقایق اسماء ندارند. علامه طباطبایی رحمه الله می نویسد: «... علمی که برای آدم دست داد، حقیقت علم به اسماء بود، که فرا گرفتن آن برای آدم ممکن بود و برای ملائکه ممکن نبود و اگر آدم مستحق و لایق خلافت خدایی^{۲۰} شد، به خاطر همین علم به اسماء بوده، نه به خاطر خبر دادن از آن؛ وگرنه بعد از خبر دادنش، ملائکه هم مانند او با خبر شدند و دیگر جا نداشت که باز هم بگویند: ما علمی نداریم.» (ترجمه المیزان، سید محمدباقر موسوی همدانی، ج ۱، ص ۱۸۰).

اما بی شک با خبر دادن و ابلاغ این علم بود که مقام آدم علیه السلام برای ملائکه آشکار شد، هرچند که خلافت او مبتنی بر همان آگاهی از اسماء بود و «این آگاهی از علوم مربوط به جهان آفرینش و اسرار و خواص مختلف موجودات عالم هستی، افتخار بزرگی برای آدم علیه السلام بود.» (تفسیر نمونه، ج ۱، ص ۱۷۶).

^{۲۱}. بقره/۳۸.

^{۲۲}. نحل/۳۶.

خَلَا فِيهَا نَذِيرٌ»^{۲۳} و هر امتی در گذشته اندازکننده‌ای داشته است.»

خداپرست بودن اکثریت مردم در سراسر جهان هم، گواه آشکاری بر موفقیت تبلیغات دینی انبیاء

الهی علیهم السلام و رهروان راه آنان است.

پیروان ادیان بزرگ، مقام ارجمندی را در تبلیغ، به خود اختصاص داده‌اند و عقاید و اندیشه‌های

مذهبی، بیش‌ترین کاربرد را در تبلیغ به خود اختصاص داده است؛ زیرا که مذهب اصیل‌ترین و کهن‌ترین

اندیشه‌ای است که با عقل و احساس و ایمان انسان در طول تاریخ آمیخته بوده است و تجربه تبلیغی اسلام

در میدان اجتماع، موفق‌ترین و پربارترین تجربه‌ای است که در یکی از بحرانی‌ترین مقاطع تاریخی جهان، به

منصه ظهور رسیده است.^{۲۴}

و اینک وظیفه پرافتخار تبلیغ دین اسلام پس از پیامبر صلی‌الله‌علیه‌وآله و امامان معصوم علیهم السلام، بر دوش

عالمان دین اسلام گذاشته شده است؛ یعنی رسالت علمای اسلام، در امتداد رسالت انبیاء و اولیاء الهی است.

امام صادق % می‌فرماید: «إِنَّ الْعُلَمَاءَ وَرَثَةُ الْأَنْبِيَاءِ»^{۲۵} علماء، وارثان انبیاء هستند.

در روایات معصومین علیهم السلام، بیان معارف دینی تکلیف عالمان قلمداد گردیده است. امیرالمؤمنین علی

علیه السلام می‌فرماید: «مَا أَخَذَ اللَّهُ مِيثَاقًا مِنْ أَهْلِ الْجَهْلِ بِطَلَبِ تَبْيَانِ الْعِلْمِ حَتَّى أَخَذَ مِيثَاقًا مِنْ أَهْلِ الْعِلْمِ

بَبَيَانِ الْعِلْمِ لِلْجُهَالِ لِأَنَّ الْعِلْمَ قَبْلَ الْجَهْلِ»^{۲۶} خداوند قبل از آنکه از نادانان در دریافت علم عهد [و پیمان]

گیرد، از اهل علم در بیان علم برای نادانها پیمان گرفت؛ زیرا علم قبل از نادانی است.

از این روایت به خوبی معلوم می‌شود که ابتدا عالمان موظف‌اند علم خود را بیان کنند و بعد از آن،

نادانها مکلف به یادگیری هستند.

لازم به ذکر است که دانستن معارف و احکام الهی منحصر به روحانیون نیست؛ بلکه هر کس مطالبی

از دین بداند و افرادی نسبت به آن آگاهی نداشته باشند، باید آگاهیهای خود را به آنان بیاموزد. بدیهی است

روحانیون به دلیل علم بیشتر، تکلیف گسترده تری دارند.

^{۲۳}. فاطر / ۲۴.

^{۲۴}. پژوهشی در تبلیغ، محمدتقی رهبر، ص ۲۱ تا ۲۹.

^{۲۵}. کافی، شیخ کلینی، ج ۱، ص ۳۴.

^{۲۶}. الأمالی، شیخ مفید، ص ۶۶، المجلس السابع.

اهداف تبلیغی انبیاء الهی^{۲۷}

هدف در لغت به معنای آنچه آدمی برای رسیدن به آن می‌کوشد از قبیل مقام، مال و مکنت و نیز مقصود و غایت آمده است.^{۲۸}

بنابراین در مورد موجود ذی شعوری مثل انسان می‌توان گفت: هدف، چیزی است که انسان قبل از عمل آن را در نظر می‌گیرد و نیروی خویش را برای رسیدن به آن به کار می‌برد و غرضش دستیابی و رسیدن به آن است. هدف آن مطلوبی است که شوق دستیابی به آن محرک آدمی است تا راهی را که به آن می‌رسد برگزیند و وسایل لازم برای وصول به آن را انتخاب نموده و به کار برد.^{۲۹}

توجه به هدف در هر کاری موجب تمرکز، آرامش و پرهیز از سرگشتگی است، و در تبلیغ دین اگر برای دستیابی به هدف و اطمینان به نتیجه، اصول و معیارهایی در نظر گرفته شود، هر مبلغ به راحتی می‌تواند موفقیت یا شکست خود را ارزیابی کند؛ از اینرو بهتر است ابتدا روشن شود که هدف از تبلیغ چیست؟ از آنجا که توجه به اهداف انبیاء الهی در تبلیغ معارف، می‌تواند برای مبلغان امروز راهگشا باشد، برخی از اهداف تبلیغی انبیاء الهی را در ذیل بیان می‌کنیم.

۱. بندگی خدا و پرهیز از طاغوت

خداوند متعال هدف از خلقت جن و انس را عبادت و بندگی خود دانسته و می‌فرماید: «وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ»^{۳۰}؛ من جن و انس را نیافریدم جز برای اینکه عبادتم کنند [و از این راه تکامل یابند و به من نزدیک شوند].»

همچنین هدف از بعثت پیامبران خویش را دعوت به پرستش خداوند و پرهیز از طاغوت معرفی می‌کند و در کتاب آسمانی خویش می‌فرماید: «وَلَقَدْ بَعَثْنَا فِي كُلِّ أُمَّةٍ رَسُولًا أَنْ اعْبُدُوا اللَّهَ وَاجْتَنِبُوا الطَّاغُوتَ»^{۳۱}؛ ما در هر امتی رسولی برانگیختیم که: خدای یکتا را پرستید، و از طاغوت دوری کنید.»

۲. تزکیه و تعلیم

در قرآن کریم یکی از اهداف بعثت پیامبر اکرم(ص) تزکیه و تعلیم معرفی شده است. آنجا که می‌فرماید: «هُوَ الَّذِي بَعَثَ فِي الْأُمِّيِّينَ رَسُولًا مِنْهُمْ يَتْلُو عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَإِنْ كَانُوا مِنْ قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ مُبِينٍ»^{۳۲}؛ او کسی است که در میان جمعیت درس نخوانده رسولی از خودشان برانگیخت که آیاتش را بر آنها می‌خواند و آنها را تزکیه می‌کند و به آنان کتاب (قرآن) و حکمت می‌آموزد و

^{۲۷} . روش سخنرانی دینی، اثر نگارنده، صص ۵۸-۶۲.

^{۲۸} . فرهنگ فارسی، محمد معین، پص ۵۱۰۸.

^{۲۹} . فرهنگ تعلیم و تربیت اسلامی، محمدرضا امین‌زاده، ص ۴۷.

^{۳۰} . ذاریات/۵۶.

^{۳۱} . نحل/۳۶.

^{۳۲} . جمعه/۲.

مسلماً پیش از آن در گمراهی آشکاری بودند.»

همچنین دعای ابراهیم و اسماعیل (ع) را در هنگام بالا بردن پایه‌های خانه کعبه این چنین نقل می‌کند: «رَبَّنَا وَابْعَثْ فِيهِمْ رَسُولًا مِنْهُمْ يَتْلُو عَلَيْهِمْ آيَاتِكَ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَيُزَكِّيهِمْ إِنَّكَ أَنْتَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ»^{۳۳} پروردگارا! در میان آنها پیامبری از خودشان برانگیز، تا آیات تو را بر آنان بخواند و آنها را کتاب و حکمت بیاموزد و پاکیزه کند؛ زیرا تو توانا و حکیمی.»

۳. خروج از ظلمت به سوی نور

یکی از هدفهای نزول قرآن، خارج ساختن مردم از تاریکیها به سوی روشنایی است؛ چنانکه خداوند می‌فرماید: «كِتَابٌ أَنْزَلْنَاهُ إِلَيْكَ لِتُخْرِجَ النَّاسَ مِنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّورِ»^{۳۴} [این] کتابی است که بر تو نازل کردیم، تا مردم را از تاریکیها [ی شرک و ظلم و جهل،] به سوی روشنایی [ایمان و عدل و آگاهی] در آوری.» نیز می‌فرماید: «وَلَقَدْ أَرْسَلْنَا مُوسَى بِآيَاتِنَا أَنْ أَخْرِجْ قَوْمَكَ مِنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّورِ»^{۳۵} «ما موسی را با آیات خود فرستادیم [و دستور دادیم:] قومت را از تاریکیها به سوی نور بیرون آر.»

۴. برقراری عدالت

برانگیختن مردم به برپایی قسط و برقراری عدالت در جامعه، یکی دیگر از اهداف تبلیغی پیامبران الهی است. در قرآن مجید آمده است: «لَقَدْ أَرْسَلْنَا رُسُلَنَا بِالْبَيِّنَاتِ وَأَنْزَلْنَا مَعَهُمُ الْكِتَابَ وَالْمِيزَانَ لِيَقُومَ النَّاسُ بِالْقِسْطِ»^{۳۶}؛ «ما رسولان خود را با دلایل روشن فرستادیم و با آنها کتاب [آسمانی] و میزان [شناسایی حق از باطل و قوانین عادلانه] نازل کردیم تا مردم قیام به عدالت کنند.»

اجرای عدالت و جلوگیری از ظلم در ساحت‌های اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی، از اهداف بزرگ ارسال رسل و بعثت پیام‌آوران الهی بوده است. ظلم و بیداد، انسانها را به جای عبودیت خداوند به کرنش در مقابل ستمگران واداشته و از بزرگ‌ترین نعمت الهی که آزادی است، محروم می‌سازد. یکی از مهم‌ترین تفاوت‌های مبلغان راستین اسلام با بسیاری از مبلغان مکتبهای دیگر آن است که آنها در بسیاری از موارد نه تنها ظلم ستیز نیستند، بلکه توجیه گر ظلم ستمگران و پیشقراول استثمار قدرتهای بزرگ جهانی اند؛ اما مبلغان اسلام ناب در طول تاریخ همواره به حکومتی عادل اندیشیده و در این مسیر تلاشهای خستگی ناپذیری داشته اند، تا آنجا که در این راه شهدای فراوانی را تقدیم نموده‌اند. گاهی گفته می‌شود که بهتر است مبلغان دینی برای جذب مردم به دین در مسائل سیاسی دخالت نکنند تا قداست آنان پایدار مانده و محبوبیت عمومی داشته باشند، البته با چنین رویه‌ای این افراد در جذب انسانهای مرفه بی درد موفق می‌شوند، اما مؤمنان خدا جویی که برای حفظ دین خدا از جان و مال و هستی

۳۳. بقره/۱۲۹.

۳۴. ابراهیم/۱.

۳۵. ابراهیم/۵.

۳۶. حدید/۲۵.

خویش به راحتی می‌گذرند را، از دست می‌دهند.

این نوع مبلغان باید بخشی از مفاهیم و معارف الهی را رها کرده، به روشی روی آورند که در نهایت به نفع مستکبران و ظالمان منتهی شود. این کار نه تنها در اسلام مقبولیت ندارد، بلکه در هیچ یک از ادیان آسمانی نیز پذیرفته نیست و اگر ادیانی با این رویه دیده می‌شود، ادیان تحریف شده‌ای است که هواهای نفسانی و امیال شیطانی آدمیان در آن دخالت نموده است.

بنابر این مبلغان دینی موظفند برای گسترش عدالت در ابعاد مختلف، از محل تبلیغ گرفته تا کل جهان با تمام توانمندیها بکوشند و این هدف تبلیغی انبیاء الهی را محقق نمایند.^{۳۷}

۴. رهایی از وابستگیها و عاداتهای جاهلانه

برداشتن بارهای سنگین و زنجیرهایی که بر گردن مردمان بر اثر وابستگیهای جاهلانه و عاداتهای ناآگاهانه نهاده شده است، از جمله اهداف رسول گرامی اسلام بود. در قرآن مجید آمده است: «الَّذِينَ يَتَّبِعُونَ الرَّسُولَ النَّبِيَّ الْأُمِّيَّ الَّذِي يَجِدُونَهُ مَكْتُوبًا عِنْدَهُمْ فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ يَأْمُرُهُمْ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَاهُمْ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُحِلُّ لَهُمُ الطَّيِّبَاتِ وَيُحَرِّمُ عَلَيْهِمُ الْخَبَائِثَ وَيَضَعُ عَنْهُمْ إِصْرَهُمْ وَالْأَغْلَالَ الَّتِي كَانَتْ عَلَيْهِمْ»^{۳۸}؛ همانها که از فرستاده [خدا]؛ پیامبر امی پیروی می‌کنند، پیامبری که صفاتش را در تورات و انجیلی که نزدشان است می‌یابند. آنها را به معروف دستور می‌دهد، و از منکر باز می‌دارد، اشیاء پاکیزه را برای آنها حلال می‌شمرد و ناپاکیها را تحریم می‌کند، و بارهای سنگین و زنجیرهایی را که بر آنها بود، [از دوش و گردنشان] بر می‌دارد.

۶. برطرف شدن اختلافات

یکی از اهداف نزول کتابهای آسمانی، حکم کردن بین مردم در موارد اختلاف آنان است تا اختلاف و تفرقه آنها به صلح و وحدت مبدل گردد. خدای بزرگ فرموده است: «كَانَ النَّاسُ أُمَّةً وَاحِدَةً فَبَعَثَ اللَّهُ النَّبِيِّينَ مُبَشِّرِينَ وَمُنْذِرِينَ وَأَنْزَلَ مَعَهُمُ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ لِيَحْكُمَ بَيْنَ النَّاسِ فِي مَا اخْتَلَفُوا فِيهِ»^{۳۹}؛ مردم [در آغاز] یک دسته بودند [و تضادی در میان آنها وجود نداشت که به تدریج جوامع و طبقات پدید آمد و اختلافات و تضادهایی در میان آنها پیدا شد، در این حال] خداوند، پیامبران را برانگیخت تا مردم را بشارت و بیم دهند و کتاب آسمانی، که به سوی حق دعوت می‌کرد، با آنها نازل نمود؛ تا در میان مردم در آنچه اختلاف داشتند داوری کند.

برای رسیدن به اهداف فوق، رعایت واجبات و محرمات و حتی مستحبات و مکروهات که در شرع مقدس اسلام وارد شده است و نیز همه مسائل اخلاقی و تربیتی و معارف دینی لازم است و با تبلیغ و

^{۳۷}. موفقیت در تبلیغ، محمد حسن نبوی، ص ۶۶-۶۸.

^{۳۸}. اعراف/۱۵۷.

^{۳۹}. بقره/۲۱۳.

ترویج و عمل به آنها می‌توان به اهداف بعثت انبیاء دست یافت.

مبانی و اصول تبلیغ

تاکنون تعریف مورد اتفاقی از مبانی و اصول تبلیغ دینی ارائه نشده است. اگر نیم‌نگاهی به نوشته‌های موجود در مورد مبانی و اصول تبلیغ دینی که در گوشه و کنار مقالات و کتابها آمده است بیاندازیم، مشاهده می‌کنیم که هر کسی با سلیقه خاصی وارد این مقوله شده و به گونه‌ای مبانی و اصول را مطرح کرده است. آنچه را که بعضی اصل می‌دانند، برخی دیگر مبنا می‌شمارند و بالعکس. بعضی نیز بدون اینکه تعریفی از مبنا و اصل داشته باشند، اصول و مبانی را از یک مقوله و همه را در یک لیست ارائه می‌کنند. در این فصل تلاش خواهیم کرد ضمن بیان تعریف مشخصی از مبانی و اصول، مصداق‌هایی از آنها را ارائه کنیم.

تعریف مبانی

مبنا در لغت به معنای بنیاد، شالوده، بنیان و اساس آمده ۴۰ و در اصطلاح تاکنون تعاریف فراوانی برای آن در علوم مرتبط با تبلیغ بیان شده است. مثلاً گفته شده است که: «مبانی آموزشی، همان واقعیتهای خارجی موجود در طبیعت و انسان می‌باشد که ممکن است در علوم دیگر به اثبات رسیده باشد؛ نظیر واقعیتهای روان‌شناختی، جامعه‌شناختی، انسان‌شناختی و حتی فیزیکی، زیستی و...» ۴۱

و یا نوشته‌اند: «مبانی تعلیم و تربیت، مجموعه قانونمندیهای شناخته شده در علوم نظری چون روان‌شناسی و جامعه‌شناسی است که تعلیم و تربیت به آنها تکیه دارد.» ۴۲ با توجه به تعاریف موجود و معنای لغوی «مبنا»، می‌توان مبانی تبلیغ دینی را چنین تعریف کرد: مبانی تبلیغ دینی عبارتند از: «اعتقادات و باورهای اساسی ما در باره جهان و انسان تا آنجا که به تبلیغ دین مرتبط است و براساس جهان‌بینی الهی به آنها معتقدیم.» مبانی معمولاً به صورت جمله خبری و به شکل هست و نیست (وجود دارد و وجود ندارد) بیان می‌شوند.

مثلاً براساس جهان‌بینی الهی معتقدیم که «خداوند وجود دارد»، «جهان ماده وجود دارد»، «قیامت وجود دارد»، «فرشتگان وجود دارند»، «خداوند حاکم مطلق جهان است»، «انسان ضعیف آفریده شده است» و... اینها به نوعی می‌توانند مبنای تبلیغ دینی قرار گیرند و اصول و روشهای تبلیغ بر آنها مبتنی گردند.

تعریف اصول

۴۰. لغت‌نامه، علی اکبر دهخدا، ج ۱۲، لغت مبنی.

۴۱. نگرشی بر آموزش با تأکید بر آموزشهای دینی، سیدعلی حسینی‌زاده، ص ۲۶.

۴۲. نگاهی دوباره به تربیت اسلامی، خسرو باقری، ص ۶۴.

«اصل» معادل کلمه انگلیسی (Principle) در لغت به معنی بیخ و بنیاد و ریشه هر چیزی است^{۴۳} و در اصطلاح، همچون مبنا در علوم مختلف در معانی گوناگونی به کار رفته است؛ از جمله در برخی علوم رفتاری، به معانی زیر آمده است:

۱. اصل کلی راهنمایی سلوک، یا قاعده عمومی سلوک که پذیرفته شده است؛
۲. قانون کلی روش علمی؛
۳. اظهار یک همبستگی و یکنواختی در طبیعت؛
۴. یک ارتباط منطقی عمومی و کلی؛
۵. بایدها و نبایدها به مثابه راهنمای عمل برای رسیدن از مبانی به اهداف؛
۶. راهنمای عمل در محدوده‌ای که مبانی آن را تحمیل می‌کند؛^{۴۴}
۷. قاعده کلی که به منزله راهنمای عمل، تدابیر تعلیمی و تربیتی ما را هدایت می‌کند.^{۴۵}
۸. و

با توجه به آنچه بیان شد، می‌توان اصول تبلیغ دینی را چنین تعریف کرد:
اصول تبلیغ دینی عبارتند از: «باید‌ها و نبایدهای کلی تبلیغ دینی که برگرفته و مبتنی بر مبانی و در جهت اهداف دینی بوده و به عنوان راهنمای عمل، رفتارهای تبلیغی مبلغان را هدایت می‌کنند.»
مثلاً براساس مبانی دینی، «خدا وجود دارد» و «او مالک انسان است و انسان هر چه دارد از آن خداست.»

حال که چنین است، به عنوان یک اصل در تبلیغ دینی می‌گوییم: «باید مردم را به خدا دعوت کرد.» یا «باید مردم را با خدا آشتی داد.» پس «اصل دعوت به خدا» یکی از اصول تبلیغ دینی است.
«اصول» در واقع باید‌ها و نبایدهایی است که از مبانی، اهداف و رابطه آن دو، و با در نظر گرفتن مجموعه ساز و کارهای تبلیغ، و حتی با در نظر گرفتن اصول حاکمه‌ای که بسا در بادی نظر، تبلیغی محسوب نشود، ولی با دیدی دقیق و کلی تبلیغی به شمار آید، انشاء می‌شود و کیفیت رفتار مبلغ را شکل می‌دهد.^{۴۶}

ویژگیهای اصل

۱. نوعی کلیت و شمول در مفهوم اصل؛
۲. نوعی «دستور» و «باید» و «نباید» در مفهوم آن؛ یعنی اصول از سنخ «هست‌ها» نیست؛ بلکه از سنخ «باید‌ها» است که باید آنها را تحقق بخشید؛

^{۴۳}. لغت‌نامه، علی‌اکبر دهخدا، ج ۲، واژه اصل.

^{۴۴}. نگرشی بر آموزش با تأکید بر آموزشهای دینی، سیدعلی حسینی‌زاده، ص ۲۵.

^{۴۵}. نگاهی دوباره به تربیت اسلامی، خسرو باقری، ص ۶۴.

^{۴۶}. با استفاده از: نگرشی بر آموزش با تأکید بر آموزشهای دینی، سیدعلی حسینی‌زاده، ص ۲۶.

۳. نوعی جهت‌دهی و هدایت رفتار به وسیله آن؛ یعنی با توجه به اصول، کلیه رفتارهای مبلّغ؛ اعم از روشها و فنون، شکل و جهت می‌گیرد. اصل مانند شاغول یا نخ بنایی است که کلیه آجرها باید براساس آن شاخص، روی هم گذاشته شوند. ۴۷

نکات قابل توجه

۱. هر اصل تبلیغی به منزله معیار یا قاعده کلی است که با در دست داشتن آن می‌توان در مواجهه با شرایط تازه و پیچیده‌تر، با نظر به اقتضای معیار مذکور، به ابداع روشهای تبلیغی مناسب اقدام کرد. ۴۸

۲. گاهی از یک مبنا، چندین اصل استخراج می‌شود و براساس هر اصل، چندین روش و فعالیت تبلیغی به کار گرفته می‌شود، و گاهی ممکن است در یک روش یا اقدام تبلیغی، چند اصل و مبنای تبلیغی مورد توجه قرار گیرد.

مثالهایی از مبانی و اصول تبلیغ

تا کنون مبانی و اصول تبلیغ را تعریف کردیم و ضمن بیان ویژگیهای اصل، نکات قابل توجهی را در این باره توضیح دادیم. اینک برای روشن‌تر شدن بحث، مثالهایی از مبانی و اصول تبلیغ را بیان می‌کنیم و برخی از اقدامهای جزئی‌تر اجرایی تبلیغ را که بر آنها مبتنی هستند توضیح می‌دهیم. و برای اینکه تأثیر نگرشها و اعتقادات و باورها در اصول و فعالیتهای تبلیغی مشخص شود، بعد از بیان نمونه‌هایی از مبانی، اصول و اقدامات مبتنی بر آنها در تبلیغ دینی، نمونه‌هایی از آنها را در تبلیغات غیر دینی مطرح می‌کنیم.

الف. مبانی و اصول تبلیغ اسلامی

در ذیل چند نمونه از مبانی و اصول تبلیغات دینی را مطرح کرده و با ذکر برخی نکته‌های عملی و اجرایی مرتبط با هریک، در حد اختصار به توضیح آنها می‌پردازیم.

مبنا: ضعف معرفتی انسان در مقابل معرفت وحیانی

براساس باورهای اعتقادی ما، «در عالم، هیچ معرفتی بالاتر از معارف وحیانی و الهی نیست» و تبلور تام معرفت وحیانی در اسلام می‌باشد که از طریق قرآن و سنت بیان شده است. این مبنا هم برهان عقلی دارد و هم دلیل نقلی آن را اثبات می‌کند. در بحث ضرورت وجود انبیاء و ائمه (ع)، عقل اثبات می‌کند که معرفت انسان نسبت به ابعاد روحی، روانی و سعادت و عاقبت بشر محدود است؛ پس بر خدای حکیم لازم است که از طریق فرستاده‌ای انسان را هدایت کند. فرستاده‌ای که ناب‌ترین معارف را در اختیار بشر قرار دهد؛ معارفی که انسان بدون وحی الهی قدرت درک آنها را ندارد.

۴۷. همان.

۴۸. با اقتباس از: نگاهی دوباره به تربیت اسلامی، خسرو باقری، ص ۶۴ و ۶۵.

از نگاه قرآن کریم و روایات معصومین) نیز معارف الهی برترین معارفند. به نمونه‌های زیر توجه کنید:

۱. امام علی(ع) در مورد قرآن می‌فرماید: «إِنَّ أَحْسَنَ الْقَصَصِ وَ أَبْلَغَ الْمَوْعِظَةِ وَ أَنْفَعَ التَّذَكُّرِ كِتَابُ اللَّهِ جَلَّ وَ عَزَّ؛ ۴۹ نیکوترین قصه‌ها، رساترین موعظه و پرسودترین یادآوری، کتاب خداوند جلیل و عزیز است.»

۲. پیامبر عزیز خدا(ص) در مورد دانش ائمه اطهار(ع) که برگرفته از معرفت الهی است می‌فرماید: «أَيُّهَا النَّاسُ اسْمَعُوا وَ قَدْ بَلَغْتُ إِيَّاكُمْ سَرَدُونَ عَلَى الْحَوْضِ فَأَسْأَلُكُمْ عَمَّا فَعَلْتُمْ فِي الثَّقَلَيْنِ وَ الثَّقَلَانِ كِتَابُ اللَّهِ جَلَّ ذِكْرُهُ وَ أَهْلُ بَيْتِي فَلَا تَسْبِقُوهُمْ فَتَهْلِكُوا وَ لَا تَعْلَمُوهُمْ فَإِنَّهُمْ أَعْلَمُ مِنْكُمْ؛ ۵۰ ای مردم گوش فرا دهید؛ [این پیام را به شما] ابلاغ کردم: شما به زودی نزد حوض کوثر بر من وارد خواهید شد و من از شما درباره رفتارتان نسبت به دو چیز گران‌سنگ سؤال خواهم کرد. آن دو چیز، کتاب خدا و اهل بیت می‌باشد؛ پس هیچ‌گاه بر آنها پیشی نگیرید که هلاک می‌شوید و در صدد آموزش به آنها نباشید، که آنها آگاه‌تر از شمایند.»

براساس آنچه بیان شد، در این جهان هیچ معرفتی بالاتر از معارف قرآن کریم و مفسران واقعی آن که پیامبر اکرم(ص) و امامان معصوم(ع) هستند وجود ندارد، و همه معارف بشری در مقابل آن ناچیز است.

آموزه‌های علوم انسانی و تجربی حتی در آنجا که از مرحله فرضیه خارج و به نظریه می‌رسد، قطعی و تام نیست. بشر تاکنون در طول تاریخ نظریه‌ها و فرضیه‌های مختلفی را در مسائل گوناگون مرتبط با جسم و روح انسان، زمین، آسمان، گیاهان، جمادات و ... ارائه کرده و بعد از مدتی به بطلان آن پی برده است.

روزی آب را مایع بسیط می‌دانسته و روزگاری پی به مرکب بودن آن از نیدروژن و اکسیژن برده است.

روزی معتقد بود که زمین مرکز عالم است و خورشید به دور آن می‌چرخد، و روزگاری به این نظر رسید که زمین به دور خورشید می‌چرخد و کل مجموعه خورشید و سیاره‌های اطرافش، در آسمان ذره‌ای در مقابل اقیانوس کران ناپیداست. گاه معتقد به وجود روح گردید و گاه آن را انکار کرد و سپس از نظر خود برگشت. ۵۱

علوم بشری هم محدودند و هم در معرض غلط و اشتباه، ولی علوم وحیانی هم صحیح‌اند و معتبر و هم به دلیل اتصال به منبع بی‌کران علوم الهی نامحدود می‌باشند. پس هیچ معرفتی بالاتر از معارف وحیانی وجود ندارد.

اصل: محوریت قرآن و سنت

با توجه به مبنای فوق، نباید هیچ علمی را بزرگ‌تر از قرآن و سیره و سخنان اهل بیت(ع) جلوه داد، بلکه باید قرآن و سنت محور تبلیغات دینی قرار گیرد.»

اقدامات عملی

۴۹. الکافی، کلینی، ج ۸، ص ۱۷۵.

۵۰. همان، ج ۱، ص ۲۹۴.

۵۱. برای آشنایی بیش‌تر با سیر تحول اندیشه در مورد روح، به کتاب سیر حکمت در اروپا، نوشته محمدعلی فروغی مراجعه فرمایید. در این کتاب ضمن معرفی اندیشه‌های حکمای یونان تا دوران معاصر، بحث روح نیز به عنوان یکی از دغدغه‌های فکری بشر مطرح شده است.

با توجه به اصل محوریت قرآن و سنت، در تبلیغ باید به نکاتی مثل نکته‌های زیر توجه نمود:

۱. در سخنرانی دینی نباید مطالب علمی یا سخن یک دانشمند و دستاوردهای علوم انسانی و تجربی اصل قرار گیرد و در پایان بحث اشاره‌ای به قرآن و سنت شود.

۲. مواد سخنرانی دینی باید به دو دسته تقسیم شود. الف. قرآن و سنت که محور محتوایی تبلیغ دینی هستند. ب. مطالبی مانند داستان، شعر و... که برای پیوند مباحث و عینی کردن معارف قرآن و اهل بیت (ع) به کار می‌آیند. دسته اول باید رکن سخنرانی قرار گیرد که بدون آنها، سخنرانی بی‌ارزش است.

مبنا: محدودیت قدرت انسان

انسانها با قدرت خدادادی ظرفیتهای زیادی دارند و کارهای بزرگی انجام می‌دهند؛ اما در عین حال از جهات مختلف جسمی، علمی و... ضعیف و محدود آفریده شده‌اند و نمی‌توانند به صورت نامحدود اعمال قدرت کنند. قرآن کریم می‌فرماید: «خُلِقَ الْإِنْسَانُ ضَعِيفًا»^{۵۲} انسان ضعیف آفریده شده است. انسان به لحاظ قدرت جسمانی توانایی انجام هر گونه کاری را نداشته و از نظر علمی نیز ظرفیت همه دانشها را ندارد؛ به صورت محدود یاد می‌گیرد و به صورت محدود می‌تواند یاد بدهد.

اصول

برخی از اصولی که بر مبنای محدودیت قدرت و توانایی انسان استوار است، عبارتند از:

۱. اصل تدریج

از آنجا که انسانها به لحاظ علمی، جسمی و روحی محدود هستند، اغلب آنها توانایی پذیرش هر سخن حقی را در کوتاه مدت ندارند، مخصوصاً در مواردی که سخن حق و عمل کردن به آن برایشان بسیار نامأنوس و غیرمعارف باشد. و بر فرض بتوانند بپذیرند، در بسیاری از موارد توانایی ناگهانی اصلاح همه رفتارهای ناصحیح خود را ندارند.

در تبلیغ دینی باید معارف را به تدریج و به صورت مرحله به مرحله به مخاطب القاء نمود تا توانایی پذیرش و رفتار براساس آنها را داشته باشد. نزول تدریجی قرآن کریم و برخورد این کتاب آسمانی با برخی از منکرات در صدر اسلام، شاهدی گویا بر این مدعاست. مثلاً در مورد شرب خمر، قرآن کریم به صورت مرحله‌ای احکام الهی را تبیین نموده و از مخاطبان خود خواسته است با آن همراهی کنند. در ابتدا می‌فرماید:

«يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَقْرَبُوا الصَّلَاةَ وَأَنْتُمْ سُكَارَىٰ»^{۵۳} ای کسانی که ایمان آورده‌اید! در حالی که مست

هستید، به نماز نزدیک نشوید. در اینجا مقداری محدودیت برای شرب خمر ایجاد می‌شود.

سپس می‌فرماید: «يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ قُلْ فِيهِمَا إِثْمٌ كَبِيرٌ وَمَنْفَعٌ لِلنَّاسِ وَإِثْمُهُمَا أَكْبَرُ مِنْ

^{۵۲}. نساء/۲۸.

^{۵۳}. همان/۴۳.

نَفْعِهِمَا؛^{۵۴} از تو درباره شراب و قمار سؤال می‌کنند. بگو در آن دو گناه و زیان بزرگ و منفعی برای مردم وجود دارد، و گناه آنها از نفعشان بیش‌تر است.» و هشدار می‌دهد که گرچه در آنها منفعت کمی وجود دارد، اما گناه بزرگی نیز محسوب می‌شود.

آنگاه می‌فرماید: «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ؛^{۵۵} شراب و قمار و بتها و ازالام (نوعی بخت‌آزمایی)، پلید و از عمل شیطان است، از آنها دوری کنید تا رستگار شوید.» و در ادامه می‌فرماید: «إِنَّمَا يُرِيدُ الشَّيْطَانُ أَنْ يُوقِعَ بَيْنَكُمْ الْعَدَاوَةَ وَالْبَغْضَاءَ فِي الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ وَيَصُدَّكُمْ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَعَنِ الصَّلَاةِ فَهَلْ أَنْتُمْ مُنْتَهُونَ؛^{۵۶} شیطان می‌خواهد به وسیله شراب و قمار، در میان شما عداوت و کینه ایجاد کند، و شما را از یاد خدا و از نماز باز دارد. آیا [با این همه زیان و فساد، و با این نهی اکید،] خودداری خواهید کرد؟!»

اقدام عملی

در صورتی که بخواهیم مسائلی مثل خمس، ازدواج موقت و مجدد، کمک کردن به مسجد و از این قبیل امور را برای مخاطبانی که آمادگی روحی برای آنها ندارند مطرح کنیم، باید برای بیان آنها زمینه‌سازی کرده و پس از آمادگی روحی و فکری مخاطب، به تدریج این‌گونه مسائل را مطرح نماییم.

۲. اصل تقدیم اهم

هم‌گوینده مذهبی و مبلغ دینی از همه دانشها و مهارتها و قدرت جسمی و تواناییهای فیزیکی به صورت مطلق برخوردار نیست، و هم مخاطبان او توانایی شنیدن هر گونه موضوع و بحث را به هر شیوه و روشی ندارند. از این‌رو، در تبلیغ باید اهم را بر مهم و غیرمهم ترجیح داد و موضوعات و مطالب مهم‌تر را با روشها و شیوه‌های مناسب‌تر، به تناسب زمانها و مکانها و مخاطبان مختلف بیان نمود.

امام علی (ع) فرمودند: «إِنَّ رَأْيَكَ لَا يَتَّسِعُ لِكُلِّ شَيْءٍ فَفَرِّغْهُ لِلْمُهْمِ؛^{۵۷} رأی و نظر تو نمی‌تواند همه چیزها را فرا گیرد، پس آنرا برای [کارهای] مهم آزاد ساز.»

اقدام عملی

در تبلیغ، در راستای اصل فوق، اقدامات مختلفی انجام می‌شود. به عنوان نمونه بر اساس این اصل باید از راههای مناسب به تشخیص موضوع مناسب‌تر پرداخت، و پس از آن باید مهم‌ترین مسائل و مشکلات مخاطب در موضوع بحث مشخص شود و آنگاه مطالعه صورت گیرد، تا مهم‌ترین مطالب با توجه به تواناییهای گوینده و میل و ظرفیت و قدرت پذیرش شنونده، منتقل شود.

مبنا: عقلانی احساسی بودن انسان

^{۵۴}. بقره/۲۱۹.

^{۵۵}. مائده/۹۰.

^{۵۶}. همان/۹۱.

^{۵۷}. تصنیف غرر الحکم و درر الکلم، عبدالواحد بن محمد تمیمی آمدی، ص ۵۷.

بر اساس معارف اسلامی، انسان مجموعه‌ای مرکب از عقل و احساس است و خداوند، او را همراه با عقل و احساس آفریده است.

امام علی (ع) فرمودند: «هَبَطَ جَبْرَائِيلُ عَلَى آدَمَ (ع) فَقَالَ يَا آدَمُ إِنِّي أُمِرْتُ أَنْ أُخَيِّرَكَ وَاحِدَهُ مِنْ ثَلَاثٍ فَاخْتَرَهَا وَدَعِ اثْنَتَيْنِ فَقَالَ لَهُ آدَمُ يَا جَبْرَائِيلُ وَمَا الثَّلَاثُ فَقَالَ الْعَقْلُ وَالْحَيَاءُ وَالذِّينُ فَقَالَ آدَمُ إِنِّي قَدْ اخْتَرْتُ الْعَقْلَ فَقَالَ جَبْرَائِيلُ لِلْحَيَاءِ وَالذِّينِ انْصَرِفَا وَدَعَا فَقَالَا يَا جَبْرَائِيلُ إِنَّا أُمِرْنَا أَنْ نَكُونَ مَعَ الْعَقْلِ حَيْثُ كَانَ؛ ۵۸ جبرئیل (ع) بر آدم (ع) هبوط کرد و گفت: ای آدم! من مأمور شده‌ام که تو را بین یکی از سه چیز مخیر سازم؛ پس آن را انتخاب کرده و دو تای دیگر را رها کن. آدم (ع) به او فرمود: ای جبرئیل! آن سه کدام است؟ گفت: عقل و حیا و دین. آدم فرمود: من عقل را اختیار کردم. پس جبرئیل به حیا و دین گفت: بروید و او را رها کنید. گفتند: ای جبرئیل! ما مأمور شده‌ایم که با عقل باشیم؛ هر کجا که باشد.»

این حدیث نشان دهنده عقلانی بودن انسان است.

از سوی دیگر خداوند متعال می‌فرماید: «إِنَّ الْإِنْسَانَ خُلِقَ هَلُوعاً * إِذَا مَسَّهُ الشَّرُّ جَزُوعاً * وَإِذَا مَسَّهُ الْخَيْرُ مَنُوعاً ۵۹؛ به یقین انسان حریص و کم‌طاقت آفریده شده است. هنگامی که بدی به او برسد بی‌تابی می‌کند و هنگامی که خوبی به او برسد مانع دیگران می‌شود [و بخل می‌ورزد].»

این آیه نشان می‌دهد که انسان همراه با احساس خلق شده است.

از سوی دیگر انسانها رفتارهای خود را عمدتاً براساس عقل و احساس انجام می‌دهند و غالباً براساس احساسات عمل می‌کنند و حرکت‌های بزرگ اجتماعی با تحریک احساس به وجود آمده‌اند.

تا زمانی که بر روی احساس مخاطبان تأثیرگذاری صورت نگیرد، تأثیر گذاشتن بر رفتار آنان بسیار دشوار خواهد بود. یک وقت به کسی می‌فهمانیم که باید منتظر کسی مثل امام زمان (عج) باشد و یک زمان او را عاشق امام زمان (ع) می‌کنیم و می‌گوییم منتظر او باش. معلوم است که در صورت عاشق شدن، رفتار او تغییرات جدی خواهد کرد. یا مثلاً ممکن است مردم را در مورد زلزله اقناع اندیشه کنیم و به آنها بفهمانیم که باید خانه‌های خود را مقاوم کنند و ممکن است کاری کنیم که احساس خطر کنند. به صورت طبیعی پس از احساس خطر، زودتر به دنبال مقاوم‌سازی منازل می‌روند.

البته در صورتی احساسهای انسانها مثبت خواهند بود و منجر به رفتارهای معقول خواهند شد، که احساسها و علایق آنان مبتنی بر اندیشه صحیح و درست باشد.

اصول

۱. اصل تحریک احساس

بر اساس مبنای فوق، در تبلیغ دینی باید علاوه بر اقناع اندیشه مخاطبان، به تحریک احساس دینی و

^{۵۸}. الکافی، کلینی، ج ۱، کتاب عقل و جهل، ص ۱۰، ح ۲.

^{۵۹}. معارج/۱۹-۲۱.

مثبت آنان پرداخت.

در اینجا یادسپاری چند نکته حائز اهمیت است:

الف) اقناع اندیشه مخاطب در تحریک احساس او مؤثر است؛ همان گونه که تحریک احساس وی نیز در اقناع اندیشه‌اش تأثیر می‌گذارد. ولی در نهایت، انسانها بیش‌تر براساس هیجانها و احساسهای خود رفتار می‌کنند تا براساس اندیشه‌ها و دانسته‌های خویش.

ب) اگر همه استعدادهای انسانها در نظر گرفته نشود، تربیت ناقص و کاریکاتوری خواهد شد. متأسفانه برخی از مبلغان فقط به اقناع اندیشه و بعضی دیگر فقط به تحریک عواطف و احساسهای مخاطبان خود می‌پردازند، و در تحریک احساس نیز برخی بر طبل گریاندن می‌کوبند و برخی فقط به ایجاد حس شادی اقدام می‌کنند؛ در حالی که قرآن کریم می‌فرماید: «وَأَنَّهُ هُوَ أَضْحَكٌ وَابْكِي؛ ۶۰ و اینکه اوست (خداست) که خندانند و گریانند.»

از اینرو در تبلیغ دینی باید هم به قانع کردن اندیشه‌ها و افکار مخاطبان بها داده شود و هم با تحریک احساسهایی مثل احساس امید به آینده خوب در صورت انجام کارهای نیک، احساس ترس از آینده بد به خاطر انجام کارهای بد و ... پرداخت. بشارت و انداز در قرآن کریم و روایات معصومین (ع) یکی از نمونه های تحریک احساس مخاطبان است و در آنها احساس امید به آینده خوش یا ترس از آینده بد را ایجاد و تقویت می‌کند.

ج) تفاوت اساسی تحریک احساس در تبلیغ اسلامی و غیر دینی، در این است که، در تبلیغ غیر دینی با دور زدن اندیشه مخاطب، در احساس او تأثیر می‌گذارند؛ ولی در اسلام در کنار تحریک احساس، به اقناع اندیشه توجه می‌کنیم و تحریک احساسی را می‌پذیریم که مبتنی بر اندیشه دینی باشد.

به عنوان مثال آمریکاییها وقتی که اخبار عراق را در جریان جنگ آمریکا و عراق برای نابودی صدام از طریق تلویزیون بیان می‌کردند، یک میدان خرابه را کنار یک گنبد نشان می‌دادند و اینکه کنار این میدان چه خشونت‌هایی در حال انجام شدن است. پس از اینکه چندین بار این صحنه‌ها به صورت حساب شده پخش می‌شود، بیننده با دیدن گنبد، فوراً یک ویرانه و خبر کشتار مردم را در ذهن خود مرور می‌کند. یعنی با دیدن یک نماد دینی، به یاد یک خرابه و یک جنایت می‌افتد، در حالی که آن جنایت را یک بی‌دین انجام داده است. آنها هیچ وقت یک سرباز آمریکایی را که به سوی عراق می‌رود در کنار آن ویرانه نشان نمی‌دهند تا این احساس به مخاطب دست ندهد که آمریکا یعنی خرابی و عقب ماندگی. در این نوع تبلیغ، مخاطب ندانسته به احساس جدیدی می‌رسد که واقعی نیست.

۲. اصل مبتنی بودن احساس بر اندیشه

در صورتی که احساسهای انسانها بر اندیشه و تعقل آنان مبتنی نباشد، احتمال خطرهای فراوانی بر

جان و مال و ناموس و دین آنان می‌رود. احساسهای نامعقول در دوران انتخابات، احساسهای تعصب‌آمیز فرقه‌ای که فاقد پشتوانه فکری و عقلانی باشد، احساسهای قومی و قبیله‌ای و فامیلی، حس ملی‌گرایی افراطی و...، که آثار زیانبار آنها مشهود است، شاهی گویا بر این مدعاست. تحریک احساس در مورد مصائب اهل بیت عصمت و طهارت (ع)، آنجا که از دایره عقلانیت و اعتدال خارج گشته، موجب تحریف در دین و تاریخ اهل بیت (ع) بوده است. و این گونه تحریک احساس امروزه ابزاری در دست دشمنان اسلام است و برای بوجود آمدن آن هزینه‌های کلانی می‌کنند.^{۶۱}

از این رو در تبلیغ دینی باید از تحریک احساس به صورت نامعقول و غیرمبتنی بر اندیشه و فکر دینی پرهیز نمود.

اقدامات عملی

اصول یاد شده در مورد تحریک احساس را باید در اقدامهای عملی تبلیغ مورد توجه قرار داد. چند نکته عملیاتی در این راستا به عنوان نمونه بیان می‌شود:

۱. در سخنرانی دینی علاوه بر اقناع اندیشه مخاطبان به تحریک گرایشها، هیجانها و احساسهایی مثل انگیزه استماع، زیباگرایی، اعجاب، نوع دوستی، نوگرایی و ... می‌پردازیم.
۲. در چپش مطالب و محتوای سخنرانی، حتی الامکان در ابتدا، درباره موضوع مورد بحث اقناع اندیشه کرده، و آنگاه براساس اندیشه صحیح به تحریک احساس می‌پردازیم.
۳. در صورتی که نسبت به موضوع مورد بحث قبلاً اقناع اندیشه صورت گرفته باشد، سخنران می‌تواند از همان ابتدا به تحریک احساس بپردازد.
۴. در سخنرانی دینی جهت تعدیل در احساس شادی و غم مخاطبان، از لطیفه و نکات نشاط‌آور نیز استفاده می‌کنیم و در مناسبتهای شاد دینی؛ مثل میلاد امامان معصوم (ع)، احساس شادی را در مخاطبان برمی‌انگیزیم؛ همان گونه که در عزای آنان احساس حزن و اندوه را در شنوندگان ایجاد می‌کنیم.

مبنا: رفتار براساس بیم و امید

انسانها براساس بیم و امیدی که نسبت به آینده دارند رفتار می‌کنند. اگر از چیزی بترسند، از آن پرهیز می‌کنند و رفتارهایی جهت دور شدن از آن بروز می‌دهند و اگر نسبت به چیزی امیدوار باشند، به سوی آن حرکت کرده و رفتارهایی در جهت حرکت به سوی آن نشان می‌دهند. از ترس عذاب اخروی یا دنیوی، بعضی از گناهان و جرائم را مرتکب نمی‌شوند و به امید اجر و پاداش اخروی یا دنیوی، فعالیت‌های مثبتی را انجام می‌دهند.^{۶۲} اگر به صورت افراطی به رحمت خداوند امیدوار باشند همانند یهود و نصاری که خود را

^{۶۱} ر.ک: مجله مبلغان، شماره ۵۴، مقاله «افشای توطئه‌ای بزرگ علیه مکتب تشیع»، صص ۷۰-۷۱.

^{۶۲} امام صادق (ع) فرمودند: «انَّ الْعِبَادَ ثَلَاثَةٌ: قَوْمٌ عِبَدُوا اللَّهَ عَزَّ وَجَلَّ خَوْفًا فَنِلَكَ عِبَادَةُ الْعَبِيدِ وَقَوْمٌ عِبَدُوا اللَّهَ تَبَارَكَ وَتَعَالَى طَلَبًا لِلثَّوَابِ فَنِلَكَ عِبَادَةُ الْأَجْرَاءِ وَقَوْمٌ عِبَدُوا اللَّهَ عَزَّ وَجَلَّ حُبًّا لَهُ فَنِلَكَ عِبَادَةُ الْأَحْرَارِ وَهِيَ أَفْضَلُ الْعِبَادَةِ؛ پرستشگران سه گروهند: گروهی که خدای عز و جل را از ترس، عبادت کردند که آن، عبادت بردگان است و گروهی که خدای تبارک و تعالی را برای

فرزندان و دوستان خدا می‌پنداشتند،^{۶۳} مرتکب گناهان بزرگ می‌شوند^{۶۴} و اگر به صورت افراطی و زیاده از حد از خدا بترسند و گناهان خود را مانع فیض الهی بدانند، از دین بریده شده و خود را در وادی هلاکت می‌افکنند.^{۶۵}

اصل تعادل بین بیم و امید

بر اساس مبنای یاد شده، در تبلیغ باید بین بشارت و امید دادن و انذار و ترساندن، تعادل ایجاد کرد و به گونه‌ای بشارت و انذار را انجام داد که مخاطبان در حالتی متعادل بین خوف و رجاء قرار گیرند و به همان میزان که از عذاب الهی می‌ترسند، به رحمت واسعه او امیدوار گردند. امام صادق(ع) در مورد ویژگیهای مؤمن می‌فرماید: «كَانَ أَبِي يَقُولُ: إِنَّهُ لَيْسَ مِنْ عَبْدٍ مُؤْمِنٍ إِلَّا وَفِي قَلْبِهِ نُورَانِ: نُورٌ خِيفَهُ، وَ نُورٌ رَجَاءَهُ، لَوْ وَزِنَ هَذَا لَمْ يَزِدْ عَلَى هَذَا، وَ لَوْ وَزِنَ هَذَا لَمْ يَزِدْ عَلَى هَذَا»^{۶۶} پدرم همواره می‌فرمود: هیچ بنده مؤمنی نیست مگر اینکه در دل او دو نور وجود دارد: نور ترس و نور امید. اگر این یکی وزن شود، زیادت از دیگری نیست، و اگر آن یکی وزن شود، زیادت از این یکی نیست.»

اگر مبلغ دینی بخواهد مخاطبان خود را به حقیقت ایمان برساند، باید خوف و رجاء را در آنها متعادل سازد.

اقدامات عملی

چنانچه بخواهیم اصل تعادل بین بیم و امید را در تبلیغ رعایت کنیم، لازم است اقداماتی را انجام دهیم که به دو نمونه از آن در ذیل اشاره می‌شود:

۱. در تبلیغ باید برای مخاطبانی که از رحمت خدا مأیوس هستند، بیش‌تر آیات رحمت الهی را بازگو کنیم و برای مخاطبانی که زیادی به خداوند امیدوارند و ترس از خدا در زندگیشان مشاهده نمی‌شود، بیش‌تر آیات عذاب الهی را بخوانیم.
۲. به صورت کلی، چون انسانها بیش‌تر به دنبال شهوت می‌روند و کم‌تر به فکر عذاب الهی هستند، در تبلیغ بیش‌تر باید مردم را از عذاب الهی ترساند، هرچند در ابتدا افراد را با بیان بشارتهای الهی جذب کرد. این حقیقت در آیات قرآن کریم در مورد روش تبلیغی انبیاء الهی نیز مشهود است.^{۶۷} و^{۶۸}

ثواب عبادت نمودند که آن، عبادت مزدبگیران است و گروهی که خدای عزّ وجلّ را به جهت محبت و دوستی او عبادت کردند که آن، عبادت آزادگان است و این برترین عبادت است.» (الکافی، کلینی، ج ۲، ص ۸۴)

^{۶۳}. «وَقَالَتِ الْيَهُودُ وَالنَّصَارَى نَحْنُ أَبْنَاءُ اللَّهِ وَأَحِبَّاؤُهُ؛ يَهُودُ وَ نَصَارَى كُفَّتْ: مَا فَرَزْدَانِ خُودَا وَ دُوسْتَانِ [خَاص] أَوْ هَسْتِیم.» (مائده/۱۸).

^{۶۴}. قرآن کریم توجیه منحرفان اهل کتاب را چنین نقل می‌کند که: [وَقَالُوا لَنْ تَمَسَّنَا النَّارُ إِلَّا أَيَّامًا مَعْدُودَةً]؛ «گفتند: هرگز آتش دوزخ، جز چند روزی، به ما نخواهد رسید.» (بقره/۸۰).

^{۶۵}. مثل حمید بن قحطبه که به خاطر کشتن سادات و در نتیجه یأس از رحمت الهی، در ماه مبارک رمضان روزه نمی‌گرفت.

^{۶۶}. الکافی، کلینی، ج ۲، ص ۶۷.

^{۶۷}. رک: منشور جاوید، آیت الله جعفر سبحانی، ج ۱۰، ص ۳۳۶ و ۳۳۷.

^{۶۸}. حضرت آیت العظمی خامنه‌ای مد ظله در سخنرانی محرم ۱۴۲۷ خود خطاب به مبلغان فرمودند: در دعای صحیفه سجادیه یک جا حضرت سجاد(ع) از طرف خودش به خداوند متعال عرض می‌کند که: من خوفم از رجایم بیش‌تر است، نه اینکه مأیوس باشم. این، یک اعلان

مینا: جامعیت دین اسلام

دین اسلام مجموعه‌ای از اخلاق، عقاید، احکام و آداب است و با توجه به زندگی فردی و اجتماعی انسان، در همه زوایای زندگی او برنامه و رهنمود دارد. در زمینه تربیت انسان، از هیچ نکته سودمندی دریغ نکرده و همه مطالب لازم برای رشد و سعادت بشر در قرآن کریم موجود است.

امام صادق(ع) می‌فرماید: «إِنَّ اللَّهَ تَبَارَكَ وَتَعَالَى أَنْزَلَ فِي الْقُرْآنِ تَبْيَانَ كُلِّ شَيْءٍ حَتَّىٰ وَاللَّهِ مَا تَرَكَ اللَّهُ شَيْئًا يَحْتَاجُ إِلَيْهِ الْعِبَادُ حَتَّىٰ لَا يَسْتَطِيعَ عَبْدٌ يَقُولُ لَوْ كَانَ هَذَا أَنْزَلَ فِي الْقُرْآنِ - إِلَّا وَ قَدْ أَنْزَلَهُ اللَّهُ فِيهِ؛ ۶۹ خداوند تبارک و تعالی در قرآن همه چیز را بیان کرده است؛ تا آنجا که به خدا سوگند! خداوند هیچ چیزی از نیازمندیهای انسان را نادیده نگرفته است؛ به گونه‌ای که شخصی نمی‌تواند بگوید: چرا در قرآن فلان چیز نازل نشده، مگر اینکه خداوند از قبل در قرآن آورده است.»

اصل جامعیت در تبلیغ

اصل جامعیت در تبلیغ دو تبیین دارد که هر دو نیز درست و صحیح است.

۱. در تبلیغ دین باید دین را با جامعیت آن به مردم عرضه کرد و تبلیغ خطی؛ یعنی تبلیغ در یک محور خاص مثل اینکه فقط احکامی باشیم یا اخلاقی و یا اعتقادی، موجب نشان دادن چهره‌ای ناقص از دین به مخاطبان خواهد شد.

۲. بیان هر یک از احکام، آداب، اخلاق و اعتقادات باید با توجه به جایگاه و نسبت آن با همه مجموعه دین صورت گیرد، تا موجب انحراف مخاطب از مسیر اصلی دین نگردد.

اقدامات عملی

برای اجرای اصل جامعیت باید نکات عملی و اجرایی فراوانی را مورد توجه قرار داد که به عنوان نمونه موارد ذیل بیان می‌گردد:

۱. برای بیان نظریه دینی به عنوان نظر اسلام حتماً باید کارشناسی لازم صورت گیرد و در صورت ناتوانی علمی گوینده، از نظر کارشناسان دین که بر کل مباحث دینی اشراف دارند استفاده شود و مثلاً سخنران به هنگام سخنرانی به جای نظریه‌پردازی شخصی بگوید: شهید مطهری یا علامه طباطبایی و یا ... در این موضوع دینی چنین فرموده‌اند، تا خدای ناکرده بدون توجه به جامعیت دین و همه معارف آن،

رسمی و دستورالعمل است. خوف را همراه رجاء حتماً به دلها بدمید؛ و خوف را بیش‌تر. اینکه ما آیات رحمت الهی را بخوانیم - که بعضی از این آیات و مبشرات، مخصوص یک دسته خاصی از مؤمنین است و به ما ربطی ندارد - و یک عده‌ای را غافل کنیم و نتیجه‌اش این بشود که خیال کنند - با یک توهم معنویت - غرق در معنویتند و از واجبات و ضروریات دین در عمل غافل بمانند، درست نیست. در قرآن، بشارت مخصوص مؤمنین است؛ اما انذار برای همه است؛ مؤمن و کافر مورد انذاراند.

پیغمبر خدا(ص) گریه می‌کند، شخصی عرض می‌کند: یا رسول الله! خداوند فرمود: «لِيَغْفِرَ لَكَ اللَّهُ مَا تَقَدَّمَ مِنْ ذَنْبِكَ وَ مَا تَأَخَّرَ»، این گریه برای چیست؟ عرض می‌کند: «أَفَلَا أَكُونُ عَبْدًا شَكُورًا»؛ یعنی اگر شکر آن مغفرت را نکنم، پایه آن مغفرت سست خواهد شد. در همه حال، انذار باید در دل مستمعان ما حاکم باشد. (مجله مبلغان، شماره ۷۶، ص ۱۰ و ۱۱).

۶۹. الکافی، کلینی، ج ۱، ص ۵۹.

اظهار نظر غیردینی نکرده باشد.

۲. هنگام بیان احکام شرعی، مسائل اخلاقی و اعتقادی مرتبط با آن احکام نیز بیان شود؛ مثلاً هنگام بیان احکام مربوط به وظایف همسرداری، باید اخلاق همسرداری را نیز بیان کرد تا زندگی، قانونی و خشک و بی روح نگردد.

مبنا: علاقه‌مندی انسان به تکریم و احترام

انسانها از اینکه مورد تکریم و احترام باشند لذت می‌برند و عزت و آبروی خویش را دوست دارند و می‌خواهند مقبول و محبوب دیگران باشند. در زیارت امین الله می‌خوانیم: «اللَّهُمَّ فَاجْعَلْ نَفْسِي ... مَحْبُوبَةً فِي أَرْضِكَ وَ سَمَائِكَ؛ ۷۰ خدایا نفس مرا در زمین و آسمانت محبوب گردان.» این فراز از دعا نشان دهنده تمایل انسان به محبوب شدن است.

خدای متعال نیز دوست دارد که انسان در میان مخلوقاتش مورد احترام و عزیز باشد و شاید یکی از اسرار فرمان خداوند جهت سجده ملائکه بر آدم، همین موضوع بوده است.

اصل کرامت مخاطب

حال که انسان علاقمند است محبوب و مورد احترام باشد، در تبلیغ باید کرامت مخاطبان رعایت شود و از بی‌احترامی و زیر سؤال بردن شخصیت انسانی آنان پرهیز گردد. در برخی موارد در قرآن کریم خداوند متعال لحن سخن و یا نوع خطاب را یک باره عوض می‌کند. برخی از مفسران مثل مرحوم علامه طباطبایی در تفسیر شریف المیزان معتقدند این تغییر خطاب بدون دلیل نیست و یکی از دلایل آن می‌تواند رعایت احترام مؤمنین و یا نوعی سرزنش منافقین و مشرکین باشد.

مثلاً در قرآن کریم می‌خوانیم: « يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبَ بَعْضُكُم بَعْضًا يُجِبُّ أَحَدُكُمْ أَنْ يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَ اتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ؛ ۷۱ ای کسانی که ایمان آورده‌اید! از بسیاری از گمانها بپرهیزید؛ چرا که بعضی از گمانها گناه است، و هرگز [در کار دیگران] تجسس نکنید و هیچ یک از شما دیگری را غیبت نکنند، آیا کسی از شما دوست دارد که گوشت برادر مرده خود را بخورد؟! [به یقین] همه شما از این امر کراهت دارید. تقوای الهی پیشه کنید که خداوند توبه‌پذیر و مهربان است.»

چنانکه ملاحظه می‌شود، قرآن کریم در این آیه، آنجا که می‌خواهد مثال تندی در مورد غیبت مطرح کند، به جهت رعایت حال مخاطب، خطاب را عوض کرده و با خطاب غیرمستقیم به او هشدار می‌دهد.

اقدامات عملی

در همه جای تبلیغ باید مواظبت کرد تا با زیر پا گذاشته شدن کرامت و شخصیت مخاطبان، تأثیر تبلیغ

۷۰. مفاتیح الجنان، شیخ عباس قمی، زیارت امین الله، ص ۶۲۲.

۷۱. حجرات/۱۲.

کاهش نیابد، به عنوان نمونه:

۱. آنگاه که می‌خواهیم به مخاطب در مورد بدیهایش هشدار دهیم، با خطاب مستقیم و بی‌پرده با او سخن نگوییم.

۲. بعضی از مخاطبان روی لفظ «باید» و «نباید» خیلی حساسیت داشته و بیان آن را توهین به خود تلقی می‌کنند. در سخن گفتن برای چنین افرادی، شایسته است از این گونه الفاظ پرهیز شود. چنانکه بخواهیم لفظ باید و نباید را به کار گیریم، می‌توانیم خودمان را مشمول خطاب قرار داده و مثلاً بگوییم که باید چنین باشیم و یا نباید چنین و چنان باشیم؛ نه باشید.

۳. از بی‌ادبی و جسارت به دیگران در تبلیغ پرهیز کنیم.

۴. جهت تکریم و تشویق مخاطب، نقاط قوت او را بیان کنیم.

۵. در مواردی که قرار است نقاط ضعف مخاطب بیان شود، پیش از آن، نقاط قوت او را مطرح کنیم.

۶. به جای بیان بدیههای یک فرد یا جمعیت، می‌توان خوبیهای فرد یا جماعت دیگری را مطرح کرد تا انسانهای بد درس بگیرند. امام علی(ع) می‌فرماید: «أُزْجِرُ الْمُسِيءَ بِثَوَابِ الْمُحْسِنِ»^{۷۲} گناهکار را با پاداش دادن به نیکوکار تنبیه کن.

وقتی خوبیهای انسان خوب به درستی و زیبایی مطرح شود، و به او پاداش خوب داده شود، انسانهای بد زجر می‌کشند و متنبه می‌گردند.

۷. در هنگام بیان نقاط ضعف، اسم افراد مطرح نشود.

۸. نباید از حرفهای مطرح شده از سوی مبلغ، بوی منت‌گذاری بر مخاطب استشمام شود.

یادسپاری: مبلغانی که معمولاً نقاط ضعف را مطرح کرده، یا به هر شکلی به مخاطبان خود بی‌احترامی و توهین می‌کنند، کم‌کم مورد نفرت مردم قرار گرفته و منزوی می‌شوند.

مبنا: آسان بودن دین اسلام

دین اسلام یک دین آسان است و خداوند نخواسته است که بر بندگانش سخت بگیرد. پیامبر عظیم‌الشان اسلام فرمودند: «بَعَثَنِي بِالْحَنِيفَةِ السَّهْلَةِ السَّمْحَةِ»^{۷۳} [خداوند] مرا بر دین پاک، آسان و با گذشت مبعوث کرد.

خداوند متعال نیز فرموده است: «يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ»^{۷۴} خداوند راحتی شما را می‌خواهد، نه زحمت شما را.

همچنین می‌فرماید: «مَا يُرِيدُ اللَّهُ لِيَجْعَلَ عَلَيْكُم مِّنْ حَرَجٍ»^{۷۵} خداوند نمی‌خواهد مشکلی برای شما

^{۷۲}. نهج البلاغه، شریف رضی، ص ۵۰۱.

^{۷۳}. الکافی، کلینی، ج ۵، ص ۴۹۴.

^{۷۴}. بقره/۱۸۵.

^{۷۵}. مائده/۶.

ایجاد کند.»

اصل سهولت

یکی از اصولی که بر مبنای آسان بودن دین اسلام استوار است، اصل سهولت می باشد. در تبلیغ دین از دو جهت باید اصل سهولت را رعایت کرد:

۱. محتوایی ارائه شود که هضم آن برای مخاطب آسان باشد و بتواند آن را اجرا کند.
 ۲. مطالب دینی با روشی منتقل شود که مخاطب به آسانی بتواند آنها را دریافت کند.
- از یک سو خداوند به گونه‌ای تکلیف نمی‌کند که مخاطب نتواند آن را انجام دهد، چنانکه می‌فرماید:
- «لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا؛ ۷۶ خداوند هیچ کس را جز به اندازه توانایش تکلیف نمی‌کند.» و نیز می‌فرماید: «يُرِيدُ اللَّهُ أَنْ يُخَفِّفَ عَنْكُمْ؛ ۷۷ خدا می‌خواهد کار را بر شما سبک کند.»
- و از سوی دیگر به پیامبرانش دستور می‌دهد، به گونه‌ای تبلیغ کنند که حال مخاطبان رعایت شود. پیامبر اکرم (ص) فرمودند: «إِنَّا مَعَاشِرَ الْأَنْبِيَاءِ أُمَرْنَا أَنْ نُكَلِّمَ النَّاسَ عَلَى قَدْرِ عَقُولِهِمْ؛ ۷۸ ما گروه پیامبران، فرمان گرفته‌ایم که با مردم به اندازه عقلهایشان سخن بگوییم.»

اقدامات عملی

- برخی از اقدامات اجرایی تبلیغ که مبتنی بر اصل سهولت می باشند عبارتند از:
۱. در تبلیغ، زمانی که می‌خواهیم الگوی رفتاری معرفی کنیم، باید به گونه‌ای الگو را معرفی کنیم که برای مخاطب دست یافتنی باشد. یعنی مخاطب یا بتواند مثل او بشود و یا حداقل بتواند در مسیر او گام بردارد. بعضی اوقات الگوهایی معرفی می‌شوند که در نظر مخاطب دست‌یافتنی نیستند و او تصور می‌کند که هیچ زمانی نمی‌تواند مثل آنها باشد. مثلاً حالات ویژه مرحوم قاضی یا نخودکی و ... برای مخاطبی که هنوز در ابتدای راه است و یا تاکنون در بیراهه بوده مطرح می‌شود. باید حالات و ویژگیهایی از بزرگان را نقل کرد و از مخاطب انتظار پیروی داشت که برای او قابل فهم و دسترسی باشد؛ ولو اینکه فعلاً بخواهد اولین مراحل کار را انجام دهد.
 - مثلاً اگر به او گفته شود: در صورتی که می‌خواهی مثل مرحوم قاضی باشی، این ده مرحله را که دست یافتنی است طی کن، او انگیزه حرکت پیدا می‌کند؛ ولی اگر آخرین حالات مرحوم قاضی نقل شود و گفته شود که باید چنین باشی، مأیوس خواهد گشت و راه را طی نخواهد کرد.
 ۱. احکام و مسائل شرعی به گونه‌ای بیان نشود که مخاطب - با توجه به شرایط خود - احساس کند اصلاً قابل عمل نیست؛ بلکه ضمن بیان احکام، تبصره‌های آن نیز بیان شود و گفته شود که در صورت عدم استطاعت به انجام چنین حکمی، چنین راههای دیگری نیز وجود دارد. مثلاً ضمن

^{۷۶}. بقره/۲۸۶.

^{۷۷}. نساء/۲۸.

^{۷۸}. الکافی، کلینی، ج ۱، ص ۲۳، ح ۱۵.

بیان حکم جهاد یا روزه، حکم افراد مریض و معذور نیز بیان شود.

ب. مبانی و اصول تبلیغ غیر دینی

پس از بیان نمونه هایی از مبانی و اصول تبلیغ اسلامی، برای روشن تر شدن دخالت اعتقادات انسان در نوع تبلیغ او، نمونه های از مبانی و اصول تبلیغ غیر دینی و اقدامات مبتنی بر آنها را نیز مطرح می کنیم.

مبنا: قدرت، اساس فضیلت

یکی از مکتبهای فکری رایج در دنیای امروز، مکتب قدرت طلبی است. بر اساس آموزه های این مکتب، هر موجود زنده ای حیات خود را دوست داشته و به دنبال حفظ آن می باشد؛ اما حفظ حیات، متفرع بر «قدرت» و «نیرومندی» است. و بدین سبب موجود ضعیف در طبیعت، محکوم به شکست و نابودی می باشد. بنابراین، «قدرت» منشأ و ریشه همه صفات نیک در انسان است؛ به طوری که بدون تحقق قدرت در انسان هیچ صفت پسندیده ای را در او نمی توان انتظار داشت. نیچه^{۷۹} مؤسس مکتب قدرت طلبی در نظام اخلاقی خود می گوید: «نیک چیست؟ آنچه حس قدرت را تشدید می کند... بد چیست؟ آنچه از ناتوانی می زاید. نیک بختی چیست؟ احساس اینکه قدرت افزایش می یابد، احساس چیره شدن بر مانعی. نه خرسندی بل قدرت بیش تر. به هیچ رو نه صلح بل جنگ. نه فضیلت بلکه زبردستی...، ناتوانان و ناتندرستان باید نابود شوند. این است نخستین اصل بشردوستی ما... چه چیز زیانبخش تر از هر تباهی است؟ همدردی فعال نسبت به ناتوانان و ناتندرستان.»^{۸۰}

اصول

برخی از اصول تبلیغی که بر مبنای ارزشمندی قدرت مبتنی هستند عبارتند از:

۱. اصل ترویج خشونت

اگر قدرت ارزش دارد، در تبلیغ باید به گونه ای رفتار کرد که این قدرت به نمایش گذاشته شود؛ پس «باید خشونت را ترویج کرد.»

۲. اصل دعوت به کسب اقتدار بیش تر

براساس مبنای پیش گفته، در تبلیغ «باید مردم را دعوت کرد تا به کسب اقتدار بیش تر بپردازند.»

اقدامات عملی

براساس دو اصل «ترویج خشونت» و «دعوت به کسب اقتدار بیش تر»، باید به گونه ای در حیطه های مختلف مثل فیلمهای سینمایی، سخنرانیهای عمومی، تبلیغ نوشتاری، تبلیغ از راه هنر و موسیقی و... اقدام

^{۷۹}. فیلسوف آلمانی متولد ۱۸۴۴ و متوفای ۱۹۰۰ میلادی.

^{۸۰}. فلسفه اخلاق، مجتبی مصباح، صص ۸۱-۸۳.

شود که منجر به ترویج خشونت و دعوت مردم به کسب اقتدار بیش‌تر گردد. به عنوان نمونه باید نکته‌های زیر رعایت شود:

۱. در تدوین فیلم‌نامه‌ها، چهره‌های خشن الگو قرار گیرند و افراد با مهر و عاطفه در حاشیه باشند و منزوی گردند.

۲. در فیلم‌های سینمایی، حاکمیت سرمایه در جهت کسب اقتدار بیش‌تر پررنگ نشان داده شود؛ نه در جهت عبودیت و بندگی خداوند.

۳. در فیلم‌های تلویزیونی، اکتشافات علمی به گونه‌ای مطرح شود که قدرت بشر را در تسخیر طبیعت به نمایش بگذارد.^{۸۱}

۴. سخنران، در سخنرانی برای مردم به گونه‌ای سخنرانی کند که احساس نکنند قدرتمند نیستند؛ پس باید از ارائه مطالبی که ضعف آنها را می‌رساند پرهیز کند.

مبنا: کامجویی و لذت

برخی اعتقاد دارند که سعادت بشر منحصر در کامجویی و لذت دنیوی است. این باور از دیر زمان در میان بعضی از مردمان رایج بوده است. در یونان باستان آریستپوس شاگرد افلاطون مکتب لذت‌گرایی شخصی را بنیاد نهاد. پس از او افرادی چون اپیکور، جرمی بنتام، جان استوارت میل و... این مکتب را تعدیل کردند و حیطه لذت را معقول‌تر ساختند و مکتب‌های جدیدی پایه‌گذاری نمودند.^{۸۲} پس از آنها حکمای مغرب زمین در مورد حد و مرز لذت‌طلبی انسان کتاب‌های زیادی نوشتند؛ اما به هر روی این باور امروزه در میان عده‌ای از مردم جهان وجود دارد که انسانی سعادت‌مند است که بتواند بیش‌ترین لذت دنیوی را از آن خود سازد. آنها گاهی قدرت را نیز برای کسب التذاذ بیش‌تر می‌خواهند. این یک باور و اعتقاد در انسان‌شناسی آنهاست.

اصول

برخی از اصولی که مبتنی بر اعتقاد به «کامجویی و لذت بشر» است عبارتند از:

۱. اصل ترویج لذت‌گرایی

از آنجا که در مکتب لذت‌گرایی، سعادت انسان در گرو بردن لذت است، در تبلیغ «باید لذت‌گرایی را ترویج کرد» تا انسان‌ها به لذت‌گرایی روی آورند و با انجام کارهایی که لذت دنیوی را برای آنها تأمین می‌کند، به سعادت برسند!

۲. اصل ترویج برهنگی

^{۸۱}. البته ممکن است با باور به ضعف انسان نیز اکتشافات علمی توضیح داده شود؛ اما در این صورت روش ارائه اکتشافات علمی به گونه‌ای است که قدرت خدا را به نمایش می‌گذارد.

^{۸۲}. برای اطلاع بیش‌تر رجوع کنید: فلسفه اخلاق، مجتبی مصباح، ص ۷۶ و ۷۷.

برای اینکه انسانها بتوانند بیش‌تر لذت ببرند، «باید برهنگی را در شئون مختلف ترویج کرد».

۳. اصل ترویج تجمل‌گرایی

«باید تجمل‌گرایی را ترویج کرد» تا مردم با بدست آوردن وسایل تجملی و استفاده از آنها بهره و لذت بیش‌تری نصیبشان گردد.

۴. اصل ترویج مصرف‌انبوه

استفاده بیش‌تر از امکانات و منابع موجود و کالاهای تولید شده، موجب بهره‌مندی بیش‌تر از لذتهای دنیوی است؛ از این‌رو در تبلیغات «باید مصرف‌انبوه را ترویج کرد».

اقدامات عملی

برای تأمین اصول فوق، به عنوان نمونه، باید اقدامات زیر مورد توجه قرار گیرد، و چنانکه مشهود است، امروز در تبلیغات غربی که بر اساس بارهای غیر دینی اداره می‌شود، این نکته‌ها مراعات می‌گردد:

۱. در پخش اخبار تلویزیون، بهتر است از گوینده زن به صورتی که نیمه عریان یا عریان باشد، استفاده شود.

۲. هنرمندان، به ویژه ستاره‌های سینما، مخصوصاً زنان که محور التذاذ بخشی هستند، بزرگ شده و الگو شوند.

۳. در ساخت فیلم برای موضوعات مختلف سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و... بهتر است یک زن جوان زیباروی عریان الگو باشد و به گونه‌ای همه موفقیتها به او نسبت داده شود.

۴. برای ساخت برنامه‌های خانوادگی، بهتر است محل اجرای برنامه در یک خانه بسیار مجلل باشد تا مردم با دیدن این خانه و لوازم لوکس آن، توجه بیش‌تری به این گونه زندگی نشان دهند.

۵. شایسته است در تبلیغات، به شکلهای گوناگون، داشتن ماشین برای همه یک ضرورت قلمداد شود و سعادت یک خانواده در داشتن ماشین مدل بالا باشد.

۶. در تبلیغات بانکها، مؤسسات تجاری و... بهتر است جوایز لوکس مثل ماشینهای مدل بالا و... در نظر گرفته شود.

راههای اساسی دعوت انبیاء^{۸۳}

انبیاء الهی از دو راه اساسی به دعوت می پرداختند:

^{۸۳}. با اقتباس از کتاب «منشور جاوید قرآن» نوشته حضرت آیه الله جعفر سبحانی، جلد ۱۰، صص ۳۲۹ - ۳۴۲ و دخل و تصرف فراوان.

۱. بشارت و انذار (امید و بیم)؛

۲. حجت و دلیل.

دعوت با امید و بیم

یکی از راههای دعوت انبیاء ایجاد امید نسبت به آینده ای خوش در مخاطبان و یا ایجاد ترس در آنان نسبت به آینده ای خطرناک بوده است تا بخاطر امید به آینده خوش، کارهای خوب را انجام دهند و بخاطر ترس از آینده ای بد و خطرناک، از کارهای بد پرهیز نمایند.

هریک از بیم و امید در روش تربیتی و تبلیغی آنان به دو دسته تقسیم می شود: بیم و امید دنیوی و بیم و امید اخروی؛ بنابراین چهار رقم بیم و امید مورد توجه قرار می گیرد که عبارتند از:

۱. بشارت به نعمتهای دنیوی؛

۲. بیم از نعمتهای دنیوی؛

۳. بشارت به نعمتهای اخروی؛

۴. بیم دادن از عذابهای اخروی.

در ذیل برای هر یک نمونه هایی از قرآن کریم بیان می شود.

بشارت به نعمتهای دنیوی

در قرآن کریم گاهی پیامبران الهی برای تشویق مخاطبان به انجام کارهای خوب، آنان را نسبت به آینده ای خوش در دنیا و نعمتهای دنیوی بشارت داده اند. مثلاً تقوا و پاکدامنی و توبه را موجب برکت و رحمت خداوند معرفی کرده اند. به عنوان نمونه:

۱. هود علیه السلام به قوم خود فرمود: «وَايَا قَوْمِ اسْتَغْفِرُوا رَبَّكُمْ ثُمَّ تُوبُوا إِلَيْهِ يُرْسِلِ السَّمَاءَ عَلَيْكُمْ مِدْرَارًا وَيَزِدْكُمْ قُوَّةً إِلَى قُوَّتِكُمْ وَلَا تَتَوَلَّوْا مُجْرِمِينَ»^{۸۴} ای مردم! از خدای خود آمرزش بخواهید و سپس به سوی او برگردید. او ابرهای باران را پی در پی به سوی شما می فرستد و بر نیروی شما می افزاید. با گناه از خدا روی برتابید.

۲. «وَلَوْ أَنَّ أَهْلَ الْقُرَى آمَنُوا وَاتَّقَوْا لَفَتَحْنَا عَلَيْهِم بَرَكَاتٍ مِنَ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ وَلَكِنْ كَذَّبُوا فَأَخَذْنَاهُمْ بِمَا كَانُوا يَكْسِبُونَ»^{۸۵} اگر مردم آبادیها و شهرها ایمان آورده و از گناه پرهیز کرده بودند، برکات زمین و آسمان را به روی آنان می گشودیم، ولی آنان [پیامبران الهی] را تکذیب کردند و ما آنان را به مقتضای اعمالشان مؤاخذه کردیم.

^{۸۴}. هود/۵۲.

^{۸۵}. اعراف/۹۶.

۳. خداوند متعال از نوح علیه السلام چنین نقل می‌کند: «فَقُلْتُ اسْتَغْفِرُوا رَبَّكُمْ إِنَّهُ كَانَ غَفَّاراً يُرْسِلِ السَّمَاءَ عَلَيْكُمْ مِدْرَاراً وَ يُمْدِدْكُمْ بِأَمْوَالٍ وَ بَنِينَ وَ يُجْعَلْ لَكُمْ جَنَّاتٍ وَ يُجْعَلْ لَكُمْ أَنْهَاراً؛^{۸۶} [خدایا!] من به مردم گفتم: از خدا طلب آمرزش کنید! او آمرزنده گناهان است [و در این صورت، خداوند] ابرهای باران را به سوی شما می‌فرستد و شما را با ثروتها و فرزندان کمک می‌کند و باغها و جویبارها در اختیار شما قرار می‌دهد.»

بیم از نقمت‌های دنیوی

خداوند متعال در قرآن کریم و پیامبران الهی و امامان معصوم در گفتار خود گاهی برای برحذر داشتن مردم از گناهان، آنها را از آینده‌های بد در دنیا بیم می‌دادند. در ذیل به برخی از این نمونه‌ها اشاره می‌شود:

۱. خداوند متعال می‌فرماید: «وَ مَا أَصَابَكُمْ مِنْ مُصِيبَةٍ فَبِمَا كَسَبَتْ أَيْدِيكُمْ وَ يَغْفُوا عَنْ كَثِيرٍ؛^{۸۷} هر نوع ناگواری که به شما می‌رسد، نتیجه کارهایی است که انجام داده اید و او از بسیاری از کارها [ی ناروا] می‌گذرد.»

در این آیه هشدار داده شده است که نتیجه اعمال بد انسان، مبتلا شدن به عذاب در همین دنیا می‌باشد. ۲. خداوند بزرگ در قرآن مجید می‌فرماید: «وَ اتَّقُوا فِتْنَةً لَا تُصِيبَنَّ الَّذِينَ ظَلَمُوا مِنْكُمْ خَاصَّةً وَ اعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ؛^{۸۸} از عذابی که تنها دامنگیر ستمگراشتان نمی‌شود، بپرهیزید و بدانید که عذاب خدا شدید است.»

به طور مسلم این عذابی که دامن مجرم و غیر مجرم را می‌گیرد، تنها عذاب دنیوی است که در آن، خشک و تر را با هم می‌سوزاند و گرنه، عذاب اخروی هر کس، از آن خود اوست و در هر حال، این عذاب دنیوی واکنش اعمال یک جامعه است.

۳. حضرت شعیب (ع) به قومش فرمود:

«وَ يَا قَوْمِ لَا يَجْرِمَنَّكُمْ شِقَاقِي أَنْ يُصِيبَكُمْ مِثْلُ مَا أَصَابَ قَوْمَ نُوحٍ أَوْ قَوْمَ هُودٍ أَوْ قَوْمَ صَالِحٍ وَ مَا قَوْمُ لُوطٍ مِنْكُمْ بِبَعِيدٍ؛^{۸۹} ای قوم من! مبادا عداوت با من موجب آن شود که آنچه به قوم نوح و قوم هود و قوم صالح رسید، دامنگیر شما شود! و قوم لوط از شما دور نیستند.»

در این آیه نیز توسط یک پیامبر الهی به مرد در باره آینده کار زشتشان هشدار داده شده است تا شاید به خاطر ترس از آینده ای که در پیش دارند، از کارهای بد خود دست بردارند.

^{۸۶}. نوح/۱۰-۱۲.

^{۸۷}. شوری/ ۳۰.

^{۸۸}. انفال/۲۵.

^{۸۹}. هود/۸۹.

امید و بیم اخروی

دو اهرم دیگر که پیامبران در تبلیغ رسالت خویش از آن بهره گرفته اند، امید و بیمهای اخروی است که بیش از دو موضوع پیشین مورد توجه بوده اند. آنان پیوسته در دعوت به آیین خود به مردم بشارت می‌دادند که افراد مؤمن و نیکوکار در آخرت وارد بهشت می‌شوند و در آنجا از نعمتهای الهی بهره می‌گیرند؛ همچنان که آنان را بیم می‌دادند که مخالفان آیین خداوندی سرنوشت ناگواری که همان زندگی در آتش دوزخ است، دارند.

بنابراین، مجموع آیات مربوط به بهشت و دوزخ، بلکه آیات مربوط به زندگی شهیدان در برزخ و معذب بودن گنهکاران در آن، یکی از اهرمهای تبشیر و انذار بوده است.

تذکر دو نکته

در پایان بحث از بیم امید به عنوان یک راه اساسی دعوت انبیاء الهی دو نکته را متذکر می‌شویم:

۱. در صورتی امید به آینده خوب موجب حرکت به سوی انجام کارهای خوب و ترس از آینده بد و خطرناک موجب کنترل انسان در مقابل گناهان می‌شود که بیم و امید با هم ارائه شود و مخاطبان، هم از عذاب الهی بترسند و هم به رحمت و مغفرت و لطف او امیدوار باشند. تکیه بر امید تنها و یا بیم تنها، یا مایه طغیان، و یا وسیله یأس خواهد بود. امید بیش از حد، مایه سهل انگاری می‌گردد و چه بسا فرد تحت تربیت از انجام وظائف شانه خالی می‌کند. فرزندان بنی اسرائیل به خاطر امید فزون از حد، راه طغیان و تجاوز را در پیش گرفتند و خود را ملت برگزیده انگاشتند و از هر نوع فساد به امید مغفرت خدا خودداری نکردند و شعار آنان این بود که «لَنْ تَمَسَّنَا النَّارُ إِلَّا أَيَّامًا مَعْدُودَةً»^{۹۰} جز مدتی کوتاه آتش دوزخ ما را نخواهد سوخت.

همچنان که بیم تنها کارساز نیست و چه بسا مایه یأس و نومیدی می‌گردد و از این جهت، قرآن یأس و نومیدی از رحمت خدا را از ویژگیهای کافران می‌شمارد و می‌فرماید: «إِنَّهُ لَا يَئُوسُ مِنْ رَوْحِ اللَّهِ إِلَّا الْقَوْمُ الْكَافِرُونَ»^{۹۱} از رحمت خدا جز کافران کسی مأیوس نمی‌گردد.

به همین دلیل در برنامه‌های تربیتی، به هر دو عامل توجه می‌شود و این دو، به موازات یکدیگر مورد استفاده قرار می‌گیرند؛ مثلاً اگر زندان و تبعید و کارهای اجباری و سرانجام اعدام وجود دارد، در برابر آن تشویق و تقدیر و ترفیع رتبه و معرفی افراد خدمتگزار به جامعه نیز وجود دارد.

در برنامه‌های پیامبران، بشارت و انذار، و بیم و امید، به موازات یکدیگر پیش رفته و خداوند متعال پیامبران خدا چنین مبعوث نموده است: «فَبَعَثَ اللَّهُ النَّبِيِّنَ مُبَشِّرِينَ وَمُنْذِرِينَ»^{۹۲} خدا پیامبرانی برانگیخت که

^{۹۰}. بقره/۸۰.

^{۹۱}. یوسف/۸۷.

^{۹۲}. بقره/۲۱۳.

مژده آور و بیم دهنده بودند.» و خداوند بزرگ در قرآن می فرماید: «رُسُلًا مُبَشِّرِينَ وَ مُنْذِرِينَ لِّئَلَّا يَكُونَ لِلنَّاسِ عَلَى اللَّهِ حُجَّةٌ»^{۹۳} پیامبرانی [برانگیخت] مژده بخش و بیم دهنده تا مردم بر خدا حجتی نداشته باشند [و حجت بر مردم، تمام گردد].

۲. اگر چه پیامبران الهی برای ابلاغ رسالت خویش از دو اهرم تبشیر و انذار بهره جسته اند، ولی اهرم انذار نقش اساسی تری را ایفا کرده است. این حقیقت را با مراجعه به آیات قرآن به روشنی می توان به دست آورد؛ زیرا علاوه بر اینکه در همه موارد، در کنار عنصر تبشیر از انذار نیز یاد شده، در موارد بسیاری تنها عنصر انذار مطرح گردیده است؛ تا آنجا که در بخشی از آیات قرآن، عموم پیامبران الهی به عنوان «منذر» و «نذیر» توصیف گردیده اند. مثلاً خداوند متعال فرموده است:

۱. «وَإِنْ مِنْ أُمَّةٍ إِلَّا خَلَا فِيهَا نَذِيرٌ»^{۹۴} و هیچ امتی نبوده، مگر اینکه انذار کننده ای داشته است.
۲. «وَمَا أَهْلَكْنَا مِنْ قَرْيَةٍ إِلَّا لَهَا مُنْذِرُونَ»^{۹۵} ما هیچ شهر و دیاری را هلاک نکردیم، مگر اینکه انذار کنندگانی داشتند.

اهمیت انذار از دیدگاه قرآن به پایه ای است که در آیات متعدد، وظیفه و مأموریت آخرین پیامبر الهی را فقط انذار دانسته است؛ چنان که می فرماید: «إِنَّمَا أَنْتَ مُنْذِرٌ»^{۹۶} [ای پیامبر!] تو فقط بیم دهنده ای. و باز می فرماید: «قُلْ إِنَّمَا أَعْلِمُ عِنْدَ اللَّهِ وَ إِنَّمَا أَنَا نَذِيرٌ مُبِينٌ»^{۹۷} بگو علم فقط از جانب خداست و من تنها بیم دهنده ام.

و نیز در مورد حضرت نوح علیه السلام که اولین پیامبر صاحب شریعت است، می فرماید: «وَلَقَدْ أَرْسَلْنَا نُوحًا إِلَىٰ قَوْمِهِ إِنِّي لَكُمْ نَذِيرٌ مُبِينٌ»^{۹۸} نوح را به سوی قومش فرستادیم [و او به آنان گفت:] من برای شما بیم دهنده ای آشکارم.

البته حصر در آیه ۷ سوره رعد (ای پیامبر! تو بیم دهنده ای بیش نیستی) مسلماً حصر اضافی است، یعنی در مقابل اجبار، پیامبر فقط نقش بیم دهنده دارد، نه اینکه کار او منحصر به بیم دادن باشد؛ زیرا پیامبران بیم دهندگان و نوید دهندگان اند؛ اگر چه تأکید آیات بر انذار بیش از تأکید آنها بر تبشیر است. و شاید علت آن این است که تأثیر انذار در انسانهای معمولی بیش از تأثیر تبشیر می باشد.

^{۹۳}. نساء/۱۶۵.

^{۹۴}. فاطر/۲۴.

^{۹۵}. شعراء/۲۰۸.

^{۹۶}. رعد/۷.

^{۹۷}. ملک / ۲۶. (در این باره به آیات: اعراف / ۱۸۴؛ هود / ۱۲؛ حجر / ۸۹؛ حج / ۴۹؛ شعراء / ۱۱۵؛ عنکبوت / ۵۰؛ سبأ / ۴۶؛ فاطر /

۲۳؛ ص / ۷۰؛ احقاف / ۹؛ ذاریات / ۵۰ و ۵۱؛ فرقان / ۱؛ ص / ۴ و ۶۵؛ ق / ۲؛ شعراء / ۱۹۴؛ نمل / ۹۲ نیز مراجعه کنید. البته این آیات افزون بر آیاتی است که در آنها انذار و تبشیر با هم ذکر شده اند.)

^{۹۸}. هود / ۲۵.

دعوت با حجت و استدلال

دومین راه اساسی دعوت انبیاء الهی، دعوت بر اساس استدلال و آوردن حجت و برهان است. این راه در میان جمعیت‌هایی که از عقل و درایت و آگاهی کافی برخوردار باشند کارایی دارد و مبلغ می‌تواند با استمداد از فطرت و خرد آنان، از درون تحولی در وجودشان ایجاد کند و آنها را هدایت نماید.

پیامبران الهی به فراخور حال افراد و برای اثبات مدعاهای کلی و جزئی خود از انواع استدلال و برهان استفاده کرده‌اند. گاهی برای اثبات پیامبری خود، از معجزه به عنوان یک برهان و دلیل کلی استفاده کرده‌اند که در نوع افراد یقین ایجاد می‌کرد و گاهی از دلایل عقلی و فطری و احیاناً بیانات خطابی برای اثبات ادعاهای خویش و نسبت به برخی افراد بهره گرفته‌اند. در ذیل به یک نمونه از دعوت همراه با استدلال در قرآن کریم اشاره می‌کنیم.

حضرت ابراهیم (ع) را به جرم در هم شکستن بتها برای محاکمه احضار و محاکمه کردند. آن حضرت در هنگام محاکمه، به حاضران فرمود: «أَفَتَعْبُدُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ مَا لَا يَنْفَعُكُمْ شَيْئاً وَ لَا يَضُرُّكُمْ أَفَ لَكُمْ وَلِمَا تَعْبُدُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ أَ فَلَا تَعْقِلُونَ»^{۹۹} آیا جز خدا موجوداتی را می‌پرستید که نسبت به شما سود و زیانی ندارند. آوٰخ بر شما و معبودانی (جز خدا) که می‌پرستید! چرا نمی‌اندیشید؟»

در این آیه شریفه به استدلال ابراهیم (ع) اشاره شده است. شرح استدلال این است که: اگر موجودی خدا باشد، باید بتواند به انسان نفع و ضرری برساند. این بتها نمی‌توانند نفع و ضرری به شما برسانند. پس اینها خدا نیستند.

در اینجا لازم است به یک نکته اشاره شود و آن اینکه گاهی پیامبران به جای برهان، برای اقناع اندیشه مخاطبان خود از جدل استفاده کرده‌اند. در جدل، در مقدمه استدلال از قضایی استفاده می‌شود که طرف مقابل، آنها را مسلم دانسته و قبول دارد. این قضایا علیه خود مخاطب به کار گرفته می‌شود. به عنوان نمونه، قرآن کریم از کسی یاد می‌کند که در مورد احیای مردگان با پیامبر گرامی اسلام مخاصمه کرد و استخوان پوسیده‌ای را نشان داد و با لحنی تعجب آمیز و همراه با تمسخر به آن حضرت گفت: چه کسی این استخوان را زنده می‌کند؟

خداوند به پیامبر خود وحی کرد که در پاسخ بگوید: «يَحْيِيهَا الَّذِي أَنْشَأَهَا أَوَّلَ مَرَّةٍ»^{۱۰۰} آن کس که در مرحله نخست آن را آفرید، بار دیگر زنده می‌کند.

از ظاهر سیاق استفاده می‌شود که فرد مخاصم و مجادل، معتقد به خدا بود و پذیرفته بود که استخوان مخلوق خداست. به همین جهت، این اصل مورد قبول خصم، پایه استدلال قرار گرفته و با او در مورد

^{۹۹}. انبیاء / ۶۶ - ۶۷.

^{۱۰۰}. یس / ۷۹.

مسئله معاد مناظره گردیده است.

تبلیغ چهره به چهره

مقدمه:

از میان روشهای مختلف تبلیغی، تبلیغ چهره به چهره جایگاه ویژه ای دارد. مقام معظم رهبری مد ظله العالی

در اهمیت تبلیغ چهره به چهره فرموده اند:

«درست است که بحمدالله بیانات علمای متعددی - چه در مرکز و چه در شهرستانها- به عناوین مختلف و به حسب اقتضای نماز جمعه، یا بعضی از مناسبت‌های دیگر و نیز درس‌ها و بحث‌هایی که دارند، در رادیو و تلویزیون منتشر می‌شود؛ لیکن ... هیچ چیز، جای تبلیغ روبه‌رو و چهره به چهره را -آن طوری که رسم ما روحانیون بوده است که با مردم حرف می‌زدیم- نمی‌گیرد... . این، متعلق به جامعه ماست که روحانیون در

همه سطوح مختلف، در شهرها و محلات و روستاهای گوناگون و در بین عشایر، با مردم روبه‌رو و مواجه هستند؛ با آن‌ها حرف می‌زنند؛ حساب و کتاب دارند؛ سر و کار عموم مردم با آن‌هاست؛ مرجع درد دل‌ها و بیان شبهه‌های ذهنی و مشکلات روحی مردمند و نیز غمگسار آن‌ها هستند.^{۱۱}

ایشان همچنین می‌فرمایند: «خدای تعالی یک رازی در مواجهه و روبرو شدن دو انسان با یکدیگر قرار داده که نمی‌دانم چیست؛ اما هست و اینکه یک مربی با مخاطب خود در یک جلسه می‌نشیند و با او حرف می‌زند که این صورت او را می‌بیند و صدای او را بی‌واسطه می‌شنود و او به مخاطب خود رو می‌کند و با او حرف می‌زند. این یک اثری دارد که در هیچ ابزار هنری دیگر نیست. این یک رازی است که این هم از خصوصیات انسان است.»^{۱۲}

با توجه به نقش و جایگاه تبلیغ چهره به چهره در حج و زیارت، با استفاده از تجربه های تبلیغی گذشته، رهنمودهایی به آن دسته از عزیزان ارائه می‌کنیم که قصد دارند به تبلیغ مکتب قرآن با این روش بپردازند.

تعریف تبلیغ چهره به چهره

تبلیغ چهره به چهره در معنای عام، به نوعی از تبلیغ اطلاق می‌گردد که مبلّغ در آن مستقیماً و به صورت رو در رو با مخاطب ارتباط برقرار می‌کند. با این تعریف، منبر و خطابه، پرسش و پاسخ، کلاس‌داری تبلیغی، مناظره، گفتگوهای دو یا چند نفره به صورت خیلی طبیعی و عادی و ... که در آنها مبلّغ رو در رو مخاطب با او ارتباط برقرار می‌کند، تبلیغ چهره به چهره به حساب می‌آیند.

تبلیغ چهره به چهره به معنای خاص عبارتست از: «ارتباط رودرروی مبلّغ با مخاطب به صورت مستقیم، غیر رسمی و خودمانی و در عین حال حساب شده و هدفمند جهت هدایت او». در اینجا نه سخنرانی و

^{۱۱}. سخنرانی در دیدار با روحانیون، در آستانه ماه رمضان (۱۳۷۳ / ۱۱ / ۵).

^{۱۲}. بیانات رهبر معظم انقلاب در میان هزاران تن از جوانان، بهمن ۱۳۸۲.

کلاس‌داری رسمی وجود دارد و نه جلسه پرسش و پاسخ است و مناظره کلاسیک؛ بلکه مبلغ است و یک یا چند نفر از افرادی که با آنها روبرو شده و قصد دارد در اندیشه و احساس و رفتار آنان بر اساس آموزه های دینی اثر بگذارد. بر اساس این تعریف، در تبلیغ چهره به چهره مسائل زیر مورد توجه قرار می گیرد:

۱. مبلغ رو در روی مخاطب قرار می گیرد و به صورت مستقیم با او ارتباط تبلیغی برقرار می کند.
۲. این ارتباط آن قدر خودمانی و طبیعی است که مخاطب احساس نمی کند کسی آمده است تا او را هدایت کند.
۳. در عین حال این ارتباط «حساب شده و هدفمند» است و با برنامه از پیش تعیین شده، به منظور تأثیر گذاری مطلوب دین در اندیشه و احساس و رفتار مخاطب صورت می گیرد.
۴. این تبلیغ منحصر در گفتن نیست؛ بلکه ممکن است مبلغ با رفتار خود و یا انجام یک کار هنری و یا حتی با زبان بدن به تبلیغ دین بپردازد.

امتیازات تبلیغ چهره به چهره

- تبلیغ چهره به چهره از امتیازات فراوانی برخوردار است که در ذیل برخی از آنها بیان می گردد:
۱. تأثیرپذیری بیش تر: در این نوع از تبلیغ، به دلیل خودمانی و غیر رسمی بودن، مخاطبان تأثیر پذیرترند. علاوه بر این، بسیاری از مخاطبان در برنامه های رسمی مثل سخنرانی، نه برای تأثیرپذیری و انتخاب مسیر، بلکه برای اعلام حمایت از برنامه ها و کوری چشم مخالفان و یا بردن ثواب شرکت می کنند، در حالی که در تبلیغ چهره به چهره مخاطب چنین انگیزه

هایی ندارد و در صورت یافتن حقیقت، آن را می پذیرد. این نوع از تبلیغ اگر با تبلیغ عملی همراه گردد، توان همراه ساختن سخت ترین دل ها را دارد.

۲. فعال بودن مبلّغ: تقریباً در همه روشهای تبلیغی مرسوم دیگر، مبلّغ منتظر می ماند تا مخاطب در برنامه او شرکت کرده و اثر بپذیرد؛ اما در تبلیغ چهره به چهره ما منتظر مخاطب نمی نشینیم بلکه خودمان به سراغش می رویم.

۳. قدرت به کارگیری سایر روشها: ممکن است در حین اکران یک فیلم به راحتی نتوانیم تبلیغ چهره به چهره کنیم؛ اما در حین تبلیغ چهره به چهره به راحتی می توانیم فیلم و یا هر محصول دیگر هنری را به مخاطب خود بدهیم.

۴. گستردگی مخاطب: تعداد و تنوع کسانی که در برنامه های مختلف فرهنگی شرکت می کنند، بسیار کمتر از کسانی است که در تیررس تبلیغ چهره به چهره قرار می گیرند.

۵. هزینه کمتر: این روش نیازی به هزینه چندانی ندارد و نسبت به بسیاری از روشهای تبلیغی، هزینه کمتری دارد.

۶. جذب خاکستریها: بسیاری از افراد، مخصوصاً افراد خاکستری با قرار گرفتن در معرض تبلیغات سوء معاندین، نسبت به مبلغان دین بدبین گشته و تمایلی به شرکت در برنامه های آنها ندارند. این افراد در برخوردهای دوستانه ای که در تبلیغ چهره به چهره صورت می گیرد، متوجه اهداف پلید مخالفان می شوند و بین آنها و مبلغان دینی ارتباط دوستانه برقرار می گردد.

۷. شناخت بهتر از مردم: به دلیل ارتباط رو در رو و خودمانی و گرم گرفتن با مخاطبان در تبلیغ

چهره به چهره، بهتر به منویات، نیازها، گرایشها و خواسته های مردم پی می بریم و این خود

عاملی برای تأثیر گذاری بیش تر در تبلیغ است.

۸. ایجاد زمینه توزیع محصولات فرهنگی: بیش از تولید محصولات فرهنگی، توزیع آنها اهمیت

دارد و تا یک محصول در اختیار مخاطب قرار نگیرد، از آن بهره ای برده نمی شود. تبلیغ

چهره به چهره فرصت مناسبی برای معرفی و توزیع محصولات فرهنگی است.

فرایند تبلیغ چهره به چهره

در تبلیغ چهره به چهره، مراحل زیر اجرا می گردد:

۱. حرکت به سوی مخاطب؛

۲. جذب مخاطب؛

۳. ایجاد رابطه حسنه و عاطفی؛

۴. اجرای فنون تبلیغی؛

۵. پایان ارتباط.

الف) حرکت به سوی مخاطب

در تبلیغ چهره به چهره عمدتاً ما تلاش می کنیم به سوی مخاطب برویم و به هیچ وجه منتظر نمی مانیم تا او به سوی ما بیاید؛ همچون پیامبر عزیز خدا که به قول امام علی علیه السلام طیبی دوار بود و به سوی مخاطبانش حرکت می کرد.

«طیب دوار بطبه قد أحکم مراهمه و أحمی مواسمه یضع ذلک حیث الحاجه إلیه من قلوب عمی و آذان صم و ألسنه بکم و یتتبع بدوائه مواضع الغفله و مواطن الحیره»^{۱۰۳}؛ طیبی است که برای درمان بیماران سیار

^{۱۰۳}. «تصنیف غرر الحکم و درر الکلم»، ص ۱۰۹.

است. مرهمهای (شفابخش) او آماده و ابزار داغ کردن زخمها را گذاشته است. این (مرهم و ابزار داغ کردن) را در جاهایی که نیاز شود مثل (شفای) قلبهای کور و گوشهای ناشنوا و زبانهای لال، قرار می دهد.»
در این راستا توصیه می شود مبلغان گرامی اقدامات زیر را انجام دهند:

۱. سعی کنید در میان مردم باشید تا بتوانید بیشترین تعامل و ارتباط را با آنها داشته باشید.
۲. در میان مردم به گونه ای حرکت کنید، نگاه کنید، غذا بخورید، زیارت کنید و دیگر فعالیتهای خود را انجام دهید که احساس نکنند برای خودتان هستید و نمی توان با شما ارتباط گرفت. بدین منظور، به دیگران توجه کنید، در حال راه رفتن سرتان را بالا بگیرید و آماده باشید که هر لحظه از شما چیزی بپرسند و یا مطلبی را مطرح کنند.

ب) جذب مخاطب

پس از حضور در میان مخاطبان، باید به گونه ای بود و به شکلی عمل کرد که نه تنها موجب رنجش آنان نشود؛ بلکه آنها را به سمت مبلغ بکشاند. ویژگیها و اقدامات زیر موجب جذب افراد می شود:

۱. آراستگی ظاهر:

امام علی علیه السلام فرمودند: التَّجَمُّلُ مِنْ أَخْلَاقِ الْمُؤْمِنِينَ^{۱۰۴}؛ زیبا سازی از اخلاق مؤمنین است.»

لازم است به گونه ای باشیم که ظاهر ما موجب آزردهی مخاطب نباشد، بلکه در جایگاه خود آنان را جذب کند. بدین منظور توصیه می شود موارد زیر رعایت گردد:

- از پوشیدن لباسهای پاره، کثیف و چروک پرهیز کنیم.
- لباسمان را مرتب بپوشیم و دکمه های آن را ببندیم و خود را مرتب نگه داریم.
- با استفاده از چفیه و لباسهای مناسب، حالت معنوی بیش تری داشته باشیم.
- سر و صورت خود را همواره مرتب نگه داریم.

۲. معطر بودن:

در هنگام برخورد با افراد، بوی دهان، بدن، کفش و لباس، آنها را آزرده می کند و مانع ارتباط مطلوب می گردد. مبلغ باید همواره بدن و لباس خود را تمیز نگه دارد و خود را معطر و خوشبو نماید. انبیاء الهی همیشه به این امر توجه می کردند، تا آنجا که امام رضا علیه السلام فرموده اند: «الطیب مِنْ أَخْلَاقِ الْأَنْبِيَاءِ^{۱۰۵}؛ بوی خوش از اخلاق پیامبران است.»

^{۱۰۴}. «تصنیف غرر الحکم و درر الکلم»، ص ۴۳۵.

^{۱۰۵}. «الکافی»، ج ۶، ص ۵۱۰.

توصیه می شود مبلغان گرامی نکات زیر را مورد توجه قرار دهند:

- در فواصل معین، پاها و در صورت امکان بدن خود را شستشو دهید.
- از خوردن پیاز و سیر هنگامی که می خواهید در میان مردم باشید، به شدت پرهیز کنید.
- در صورتی که بدن شما به خاطر عرق کردن بو می گیرد، از مواد ضد تعریق در بدن و کفشها استفاده کنید.
- همواره بعد از غذا مسواک بزنید و دهان خود را خوشبو نگهدارید. استفاده از آب نمک و دهانشویه، موجب سلامت لثه از بیماری و عفونت می شود و بوی دهان را کاهش می دهد.
- از عطرها و جاذب استفاده کنید و خود را خوشبو نمایید.

۳. پرهیز از پرخوری:

پر خوری زیانهای جسمی، روحی و روانی فراوانی دارد که از جمله آنها مبعوض شدن به درگاه خداوند متعال است. امام باقر علیه السلام فرمودند: «ما من شیء أبغض إلی الله عز و جل من بطن مملوء»^{۱۰۶}؛ در نزد خداوند هیچ چیزی بدتر از شکم پر نیست.

علاوه بر این، پر خوری چهره زشتی از انسان در محافل عمومی به جای می گذرد و موجب نفرت بسیاری از افراد می گردد. طبیعی است که مخاطبان با دیدن منظره پر خوری یک فرد، جذب او نشوند.

۴. لبخند زدن و گشاده رویی:

مردم از چهره های عبوس و گرفته بدشان می آید و به انسانهای بشاش و شاد علاقه نشان می دهند، از همین جهت گاهی یک لبخند از دور مخاطب را جذب می کند. یکی از ویژگیهای پیامبر اسلام، با قدرت جاذبه فراوانی که داشتند، لبخند زدن و گشاده رویی در مقابل مخاطبان نشان بود. در باره آن حضرت نقل شده است که: «کان رسول الله صلی الله علیه و آله إذا حدث بحديث تبسم فی حدیثه»^{۱۰۷}؛ هر گاه پیامبر خدا سخن می گفت، در سخن گفتن تبسم می کرد.

ممکن است شما به خاطر گرفتاریهای زندگی ناراحت و اندوهگین باشید، اما باید سعی کنید این ناراحتی را به چهره خود سرایت ندهید و با صبر و تحمل، با چهره ای گشاده با مردم برخورد کنید که امام علی علیه السلام فرمودند: «بشر المؤمن فی وجهه و حزنه فی قلبه»^{۱۰۸}؛ شادی مؤمن در صورت و ناراحتی او در قلبش قرار دارد.

در این راستا شایسته است موارد زیر مورد توجه قرار گیرد:

- از درهم کشیدن ابروها و اخم کردن پرهیزید و شاد و بشاش باشید.

^{۱۰۶}. «المحاسن»، ج ۲، ص ۴۴۵.

^{۱۰۷}. «مکارم الأخلاق»، ص ۲۱.

^{۱۰۸}. «غرر الحکم و درر الکلم»، ص ۳۱۴.

- در هنگام پاسخگویی به سؤالات مخاطبان، با لبخند و سلام و حال و احوال پرسى، آنان را شاد کنید.
- هنگام ورود به مکانهای مختلف و خروج از آنها در مواجهه با دیگران و یا جداشدن از آنان، به صورت معقول تبسم کنید.
- در خندیدن افراط نکنید و از خندیدن با صدای بلند و قهقهه پرهیزید تا وقار و متانت شما از بین نرود.
- در مراسم معنوی مخصوصاً در هنگام خواندن دعا و زیارت، از خندیدن و حتی گاهی لبخند زدن پرهیزید.

ج) ایجاد رابطه حسنه و عاطفی

ایجاد ارتباط با افراد و مخصوصاً رابطه حسنه و عاطفی با آنان، اهمیت ویژه‌ای دارد؛ زیرا باب گفتگو را باز نموده و تأثیر مستقیمی بر روند تبلیغ می‌گذارد. تبلیغ چهره به چهره تنها از طریق ارتباط و ارتباط نیز از راه رفاقت محقق می‌شود. کسانی که نمی‌توانند با مردم ارتباط برقرار کنند، برای تبلیغ چهره به چهره مناسب نیستند. قبل از بیان فنون برقراری ارتباط و رابطه عاطفی، به دو ویژگی مهم مبلغ در تبلیغ چهره به چهره اشاره می‌کنیم:

۱. داشتن معنویت و ارتباط قوی با خداوند:

اگر انسان اهل معنویت بوده و ارتباط قوی با خداوند داشته باشد، خدای بزرگ محبت او را در دل دیگران قرار می‌دهد و بهتر می‌تواند با آنان ارتباط برقرار کرده و تأثیر بگذارد. خدای عزیز و رحیم در قرآن کریم می‌فرماید: «إِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ سَيَجْعَلُ لَهُمُ الرَّحْمَنُ وُدًّا^{۱۰۹}؛ قطعاً کسانی که ایمان آورده و کارهای شایسته انجام داده‌اند، به زودی [خدای] رحمان برای آنان [در دل‌ها] محبتی قرار خواهد داد.»

بنابر این مبلغان گرامی باید روز به روز ارتباط خود را با خداوند تقویت کرده، با تعمیق ایمان و انجام اعمال صالح، بر تأثیر گذاری معنوی خود بیفزایند.

۲. روابط عمومی بالا:

مبلغانی که به اصطلاح درون گرا بوده و از روابط عمومی بالایی برخوردار نباشند، در تبلیغ به راحتی نمی توانند با دیگران ارتباط برقرار کنند. این امر در تبلیغ چهره به چهره از اهمیت بیش تری برخوردار است، از این رو باید قدرت روابط عمومی و گفتگو با دیگران را در خود تقویت کنند.

روشهای ایجاد رابطه حسنه و عاطفی

برای ایجاد ارتباط با مخاطبان و برقراری و تقویت رابطه عاطفی، می توان از فنون زیر استفاده کرد که اتفاقاً بسیاری از آنها به عنوان آداب اسلامی مورد تأکید قرار گرفته است:

سلام کردن:

پیامبر خدا همیشه بر کوچک و بزرگ سلام می کردند^{۱۱۰} و هیچ کس نتوانست بر او در سلام کردن پیشی بگیرد. در بسیاری از اوقات یک سلام کردن، آن هم با صدای بلند، زمینه ارتباط و ایجاد محبت و عاطفه بین مبلغ و مخاطب می شود و از این راه باب گفتگو و مراوده باز می گردد. سلام کردن به دیگران نشانه تواضع است و به همین جهت در جذب آنها و ایجاد رابطه حسنه بسیار مؤثر می باشد. امام صادق علیه السلام از پدرش و او از پدرانش از رسول خدا صلی الله علیه و آله نقل می کند که آن حضرت فرمودند: «إِنَّ مِنَ التَّوَاضُّعِ أَنْ يَرْضَى الرَّجُلُ بِالْمَجْلِسِ دُونَ شَرَفِ الْمَجْلِسِ وَأَنْ يُسَلِّمَ عَلَى مَنْ لَقِيَ؛ یکی از نشانه های تواضع این است که انسان به غیر از بالای مجلس راضی باشد و اینکه به هر کس برخورد کرد، سلام کند.»

در این باره توجه به نکات زیر شایسته است:

- سعی کنیم همیشه در سلام کردن پیشقدم باشیم و این سلام را با تبسم همراه کنیم.
- در نوع سلام کردن، شرایط سنی، علمی، اجتماعی و آداب و سنتهای طرف مقابل را رعایت کنیم. مثلاً به یک کودک بگوییم سلام به روی ماهت، یا سلام عزیزم و به یک فرد متشخص بگوییم سلام علیکم و رحمت الله و ...

بر خاستن از جا:

بر خاستن از جا در هنگام ورود مخاطب، می تواند در ایجاد رابطه دوستانه و حسنه مؤثر باشد. در سیره پیامبر خدا - آمده است که: «كَانَ إِذَا لَقِيَ وَاحِدًا مِنْ أَصْحَابِهِ قَامَ مَعَهُ»^{۱۱۱}؛ همیشه چنین بود که اگر یکی از اصحابش بر او وارد می شد، به احترامش بر می خاست.

^{۱۱۰} . عن النبي صلى الله عليه وآله انه كان يسلم على الصغير والكبير (مستدرک الوسائل، ج ۲، ص ۶۹).

^{۱۱۱} . همان، ص ۴۳۸.

دست دادن:

در باره رسول خدا- نقل شده است که: «وَإِذَا لَقِيَ مُسْلِمًا بَدَأَهُ بِالْمُصَافَحَةِ»^{۱۱۲}؛ به هنگام ملاقات با هر مسلمانی، او آغاز به دست دادن می‌کرد.

پیامبر خدا در مصافحه کردن، دست خود را قبل از طرف مقابل نمی‌کشیدند که این نیز به نوبه خود در ایجاد رابطه حسنه تأثیر بیش تری دارد. در باره آن حضرت نقل شده است که: «مَا أَخَذَ أَحَدٌ يَدَهُ فَيُرْسِلَ يَدَهُ حَتَّى يُرْسِلَهُ»^{۱۱۳}؛ هنگامی که دستش در دست کسی برای مصافحه بود، دست خود را نمی‌کشید تا آنکه فرد دستش را بکشد.^{۱۱۴}

در باره دست دادن به نکات زیر توجه کنیم:

- دست افراد را به گرمی بفشاریم تا آنها بیش تر احساس دوستی و محبت کنند.
- به همراه دست دادن، اگر شرایط اقتضا می‌کند، ثواب دست دادن را بیان کنیم. مثلاً بگوییم: به به چه کار خوبی، پیغمبر اکرم صلوات الله علیه در باره مصافحه فرمودند.....
- می‌توان هنگام دست دادن و همراه با بیان روایتی از معصومین علیهم السلام در باره مصافحه، نکات دیگری را بیان کرد که رابطه را عاطفی تر کند. مثلاً می‌توانیم بگوییم: امام محمد باقر علیه السلام فرمودند: وقتی دو نفر مؤمن با هم دست می‌دهند، خدا کسی را بیش تر دوست دارد که شخص مقابل را بیش تر دوست داشته باشد. حالا شما منو بیش تر دوس داری یا من شما رو؟
- سعی کنیم اول ما دستمان را به سمت افراد دراز کنیم تا به ما دست بدهند.
- تا افراد دست ما را رها نکرده اند، ما دستمان را رها نکنیم.
- با دو دستمان به افراد دست بدهیم و کمی آنها را به طرف خودمان بکشیم. این روش بیش تر آنها را به ما علاقمند می‌کند.
- اگر مخاطب بدش نمی‌آید، هنگام صحبت کردن هم دست او را رها نکنیم و دست در دست یکدیگر سخن بگوییم.
- از دست دادن و معانقه کردن با غیر ایرانیها پرهیز نکنیم. البته اگر بتوانیم آداب و ستهای آنها در دست دادن و معانقه را رعایت کنیم بهتر است. مثلاً عراقیها وقتی می‌خواهند معانقه کنند، سه بار یک طرف صورت را به هم می‌زنند یا می‌بوسند، برخلاف ایرانیها که سه طرف روی یکدیگر را می‌بوسند.

^{۱۱۲}. «بحار الأنوار»، ج ۱۶، ص ۲۲۶.

^{۱۱۳}. «بحار الأنوار»، ج ۱۶، ص ۲۲۶.

^{۱۱۴}. امام صادق علیه السلام در باره پیامبر خدا- فرمودند: «وَإِنْ كَانَ لِيَصَافِحَهُ الرَّجُلُ فَمَا يَتْرُكُ رَسُولُ اللَّهِ - يَدَهُ مِنْ يَدِهِ حَتَّى يَكُونَ هُوَ التَّارِكُ؛ اگر کسی به او دست می‌داد، رسول خدا- دست او را رها نمی‌کرد تا او خودش چنین کند.» (الکافی، ج ۲، ص ۶۷۱)

تبسم:

داشتن چهره‌ای متبسم می‌تواند در ایجاد محبوبیت و رابطه عاطفی با مخاطب تأثیر گذار باشد. در باره پیامبر عزیز خدا که از محبوبیت فراوانی در میان اصحاب و یاران خود برخوردار بود، نقل شده است که: «وَكَانَ أَكْثَرَ النَّاسِ تَبَسُّمًا»^{۱۱۵}؛ از همه مردم تبسمش بیش تر بود.

اکرام و احترام:

احترام گذاشتن به دیگران، از سنتهای نیکوی محمدی- است. آن حضرت افرادی را که بر او وارد می شدند احترام می‌نمود و آنان را گرمی می‌داشت. در باره رسول خدا- نوشته‌اند: «وَكَانَ يُكْرِمُ مَنْ يَدْخُلُ عَلَيْهِ حَتَّى رُبَّمَا بَسَطَ ثَوْبَهُ وَ يُؤَثِّرُ الدَّاحِلَ بِالْوَسَادَةِ الَّتِي تَحْتَهُ»^{۱۱۶}؛ هر کسی بر او وارد می‌شد، اکرامش می‌کرد و حتی لباس خود را برایش پهن می‌کرد و متکا و بالش خود را پشت او می‌گذاشت. در سیره رسول خدا- چنین نقل شده است: «وَكَانَ أَكْثَرَ جُلُوسِهِ أَنْ يَنْصِبَ سَاقِيَهُ جَمِيعًا»^{۱۱۷}؛ نشستن او غالباً دو زانو بود.

چنانچه مخاطب از سن و سال بالاتری برخوردار باشد، از نظر اولیای دین لازم است بیش تر مورد احترام و اکرام قرار گیرد. امام صادق علیه السلام فرمودند: «لَيْسَ مِنَّا مَنْ لَمْ يُؤَقِّرْ كَبِيرَنَا وَ يَرْحَمْ صَغِيرَنَا»^{۱۱۸}؛ کسی که به بزرگسالان ما احترام نگذارد و به کودکان ما رحم نکند، از ما نیست. وقتی مبلغ دین، چنین رفتارهایی از خود بروز می دهد، افراد به راحتی شیفته او می شوند و بهترین ارتباطات عاطفی بین آنها شکل می گیرد.

احوالپرسی:

یک احوالپرسی ساده می تواند رابطه شما را با افراد تقویت کند و موجب ایجاد انس و همدلی گردد. در این احوالپرسی می توانید بگویید: حالتون چطوره؟ اهل کجا هستید؟ چند سال دارید؟ تحصیلات شما چقدر است؟ شغلتون چیه؟ متأهل هستید یا مجرد؟ کجایی هستید؟ و وقتی مخاطبان به این سؤالات پاسخ دادند، شما بسنده نکرده و سؤالات مرتبط دیگری بپرسید تا راه ارتباط عاطفی بیش تری باز شود. اگر این سؤالات مورد علاقه افراد باشد، بیش تر در آنها علاقه ایجاد می کند و ارتباط شما قوی تر می گردد. مثلاً اگر طرف شما هیئتی است، در باره هیئت آنها سؤال کنید و اگر کشاورز است، از کسب و کار و کشاورزش بپرسید و از وضعیت آب و باغ و ملک و ... بگویید و

محبت:

یکی از راههای ایجاد محبوبیت، محبت به دیگران است؛ خصوصاً این اقدام در باره کودکان دارای

^{۱۱۵}. «بحار الانوار»، ج ۱۶، ص ۲۲۶.

^{۱۱۶}. «بحار الانوار»، ج ۱۶، ص ۲۲۶.

^{۱۱۷}. «بحار الانوار»، ج ۱۶، ص ۲۲۶.

^{۱۱۸}. «الکافی»، ج ۲، ص ۱۶۵.

تأکید بیش تری می‌باشد و به عنوان یکی از حقوق آنان مطرح شده است. امام سجاد علیه السلام فرمودند: «وَحَقُّ الصَّغِيرِ رَحْمَتُهُ فِي تَعْلِيمِهِ وَالْعَفْوُ عَنْهُ وَالسَّتْرُ عَلَيْهِ وَالرَّقُّ بِهِ وَالْمَعُونَةُ لَهُ»^{۱۱۹}؛ حق کودک مهربانی به او در آموزش و گذشت از خطای وی و عیب پوشی و همراهی و یاری اوست.»

نگاه محبت آمیز به مخاطب، موجب جذب او به سمت مبلغ است؛ از این رو شایسته، بلکه بایسته است مبلغان گرامی در هنگام برخورد با مخاطبان نشان نگاهی محبت آمیز به آنان داشته، از هرگونه سوء ظن نسبت به آنها پرهیزند؛ هرچند ظاهر بعضی از آنها غلط انداز باشد. البته در برخورد با جنس مخالف باید حدود اخلاقی و شرعی را رعایت نمود.

همچنین استفاده از واژه های محبت آمیز می تواند ارتباط عاطفی فوق العاده ای برقرار کند. مثلاً بعد از آنکه رابطه اولیه با مخاطب برقرار شد، می توان برای تقویت ارتباط و ایجاد محبت، در خطابه های بعدی از واژه هایی مانند: داداشم، اخوی، برادر، دوست عزیزم و ... استفاده کرد.

استفاده از نام افراد:

وقتی با کسی صمیمی می شوید و او را با اسم کوچک صدا می کنید، احساس قرب بیش تری می کند و بین شما و او ارتباط قوی تری برقرار می شود. البته در این باره باید شرایط سنی و جنسی مخاطب را در نظر گرفت؛ زیرا بعضی از آنها نمی خواهند با اسم کوچک صدا شوند و این اقدام را نوعی توهین به خود در بعضی شرایط می دانند و در باره بانوان نیز نباید چنین کرد. در صدا زدن افراد با اسم کوچک و استفاده از نام آنها برای برقراری ارتباط و جذب مخاطب به نکات زیر توجه کنیم:

- هنگامی که افراد برای پرسیدن سؤال، مشورت و یا هرکار دیگری به ما مراجعه می کنند، می توانیم در آغاز اسم آنها را بپرسیم و در مرحله بعدی آنها را با نام کوچکشان صدا بزنیم. مثلاً اگر برای مسئله نماز مسافر مراجعه کرده و ما اسم او را پرسیده ایم و نامش محمد است، بگوییم: ببین محمد آقا اگر شما امروز عصر که وارد انار شده اید قصد ده روز کردی ...
- اگر به همراه بزرگترها که به ما مراجعه کرده اند یا ما با آنها برخورد کرده ایم، فرزندشان نیز حضور دارد، اسم بچه ها را از خودشان بپرسیم، مثلاً بگوییم: عزیزم اسمت چیه؟ و اگر اسم خوبی دارد او را تشویق کرده و مثلاً بگوییم: به به محمد آقا، چه اسم قشنگی و
- اگر بعد از پرسیدن نام افراد، در هنگام بیان نام خودشان نکته دیگری را به آن اضافه کردند، از همان نکته نیز برای برقراری ارتباط بیش تر استفاده کنیم، مثلاً اگر در جواب گفتند: کوچیک شما علی هستم، بگوییم: نوکر امام حسین علیه السلام که کوچیک نمیشه، خیلی هم آقا و بزرگوار هستید. یا اگر گفتند: نوکر شما مجید هستم، بگوییم: ایشالا نوکر امام حسین باشید.

^{۱۱۹} «من لایحضره الفقیه»، ج ۲، ص ۶۲۵.

- اگر در چند ساعت با عده ای از نوجوانان و جوانان همراه می شویم و مثلاً با هم پاده روی می کنیم، سعی کنیم در همان آغاز نامشان را بپرسیم و حفظ کنیم و در طول مسیر در هنگام گفتگو، آنها را با نامشان صدا بزنیم. این کار فوق العاده در برقراری ارتباط و جذب آنان مؤثر است.

تواضع:

تواضع و فروتنی در برقراری رابطه همدلانه و محبوبیت نقش کلیدی دارد. امام علی علیه السلام فرمودند: «ثلاث یوجبن المحبة: حسن الخلق و حسن الرفق و التواضع»^{۱۲۰}؛ سه خصلت موجب محبت می شود: خوشخویی، مهربانی و فروتنی. «بنابر این سعی کنیم در مقابل مخاطبانمان متواضعانه برخورد کنیم. عدم تقید به جای خاص:

بر اساس روایات منقول، پیامبر خدا هیچ گونه تقیدی به جای خاص در مجلس نداشتند. امام مجتبی علیه السلام از دایی خود هند بن ابی هاله نقل کرده است که: «سَأَلْتُ عَنْ مَجْلِسِهِ أَيْ رَسُولِ اللَّهِ - فَقَالَ كَانَ -.... إِذَا انْتَهَى إِلَى قَوْمٍ جَلَسَ حَيْثُ يَنْتَهِي بِهِ الْمَجْلِسُ»^{۱۲۱}؛ از او در باره نشستن رسول خدا سؤال کردم. پس گفت:.... رسول خدا چنین بود که هر گاه به گروهی می رسید، هر کجا جا بود همانجا می نشست. توجه به همه:

در جلسه گروهی لازم است مبلغ به همه افراد توجه کند. از امام صادق علیه السلام نقل شده است که فرمودند: «كَانَ رَسُولُ اللَّهِ - يَقْسِمُ لِحَضَاتِهِ بَيْنَ أَصْحَابِهِ فَيَنْظُرُ إِلَى ذَا وَ يَنْظُرُ إِلَى ذَا بِالسَّوِيَّةِ»^{۱۲۲}؛ پیامبر خدا - همیشه توجه و نگاه خود را بین اصحاب خویش تقسیم می نمود؛ و به صورت مساوی به این و آن نگاه می کرد.

اعلام دوستی:

اعلام دوستی نسبت به کسی که انسان او را دوست دارد، موجب ارتباط مناسب تر و بهتر شدن روابط عاطفی و ایجاد محبوبیت است. امام صادق علیه السلام از پدرانش از امام علی علیه السلام نقل کرده است که آن حضرت فرمودند: پیامبر خدا - فرمودند: «إِذَا أَحَبَّ أَحَدُكُمْ أَخَاهُ فَلْيُعْلِمْهُ فَإِنَّهُ أَصْلَحُ لِذَاتِ الْبَيْنِ»^{۱۲۳}؛ هرگاه یکی از شما برادر دینی اش را دوست بدارد، باید او را آگاه سازد؛ زیرا این برای ارتباط بین افراد مناسب تر است.

خوش سخنی:

امام علی علیه السلام خوش سخنی را در جلب افراد و ایجاد انس و رفاقت مؤثر دانسته و فرموده اند: «من عذب لسانه كثر إخوانه»^{۱۲۴}؛ کسی که خوش سخن و شیرین زبان باشد، برادران [و دوستان] او بسیار

^{۱۲۰}. «غرر الحکم و درر الکلم»، ص ۲۵۵.

^{۱۲۱}. «مستدرک الوسائل»، ج ۸، ص ۴۰۴.

^{۱۲۲}. «مستدرک الوسائل»، ج ۸، ص ۴۰۴.

^{۱۲۳}. «مستدرک الوسائل»، ج ۸، ص ۳۴.

^{۱۲۴}. «غرر الحکم و درر الکلم»، ص ۴۳۵.

شوند.»

اگر بخواهیم سخنان مناسب تری از مخاطب دریافت کنیم، لازم است از سخنان زیبا و دلپسند استفاده کنیم. امام علی علیه السلام فرمودند: «أَجْمَلُوا فِي الْخُطَابِ تَسْمَعُوا جَمِيلَ الْجَوَابِ»^{۱۲۵}؛ زیبا و آراسته سخن گوئید تا جوابی زیبا و آراسته بشنوید.

یکی از معیارهای خوش سخنی، رعایت ادبیات مخاطب است. هریک از دانش آموزان، دانشجویان، طلاب علوم دینی، کشاورزان، پزشکان، کسبه و ... دارای ادبیات مخصوص خود هستند. اگر بتوانیم از واژه های مورد استفاده خود آنها استفاده کنیم، بهتر می توانیم با آنها ارتباط برقرار کرده و بر آنها اثر بگذاریم.

اگر با افراد عوام عوامگونه، با فرهیختگان و تحصیلکردگان با ادبیات خودشان و با اقشار دیگر به زبان خودشان سخن بگوییم و حتی از اصطلاحات مورد علاقه آنان استفاده کنیم، بهتر به دل آنها می نشینیم.

هدیه دادن:

هدیه دادن موجب جلب محبت است. امام علی علیه السلام فرمودند: «تَفَضَّلْ عَلَى مَنْ شِئْتَ فَأَنْتَ أَمِيرُهُ»^{۱۲۶}؛ به هر که می خواهی عطا کن که در این صورت امیر او خواهی بود. می توانید هدایایی هرچند به لحاظ مادی کم قیمت به همراه داشته و در موارد مقتضی به دیگران هدیه دهید و از این راه، به تقویت ارتباط عاطفی کمک کنید.

شوخی کردن:

شوخی کردن اگر بجا و مناسب باشد موجب شاد کردن برادران دینی و ایجاد جاذبه و برقراری ارتباط محبت آمیز است. گاهی یک شوخی، موجب تغییر نگرش مخاطب نسبت به شما می شود و مسیر هدایت و تبلیغ را هموار می نماید.

در روایات ما سفارش اکیدی به شوخی کردن و شاد کردن مؤمنین شده است. فضل بن ابی قره می گوید، امام صادق علیه السلام فرمودند: «مَا مِنْ مُؤْمِنٍ إِلَّا وَفِيهِ دَعَابَةٌ قَلَتْ وَ مَا الدَّعَابَةُ قَالَ الْمَزَاحُ»^{۱۲۷}؛ هیچ مؤمنی نیست الا اینکه در او دعابه است، گفتم دعابه چیست؟ فرمود: مزاح.

^{۱۲۵}. «غُررُ الْحُكْمِ وَ دُرَرُ الْكَلِمِ»، ص ۴۳۵.

^{۱۲۶}. «بَحَارُ الْأَنْوَارِ»، ج ۷۰، ص ۱۶۹.

^{۱۲۷}. «الْكَافِي»، ج ۲، ص ۶۶۳.

گاهی با یک شوخی مختصر ارتباط خوبی برقرار می شود، مثلاً وقتی در برخورد با یک پسر بچه با او خوش و بش می کنید و لپ او را می کشید، با شما ارتباط برقرار می کند و جذب می شود. البته باید شرایط را در نظر گرفت و از شوخیهایی که تناسب ندارد پرهیز کرد. همچنین آقایان محترم به هیچ وجه با بانوان شوخی نکنند.

استفاده از شرایط و اتفاقات:

ما با شرایط و اتفاقات خاصی روبرو می شویم که هرکدام از آنها بهانه ای برای ایجاد ارتباط با دیگران است. مثلاً وقتی در صف نانوائی قرار می گیریم و کسی قبل و یا بعد از ماست، می توانیم با او در باره برکتهای خداوند و یا روحیه خدمت گذاری که در مردم وجود دارد و این نان را در اختیار دیگران می گذارند، صحبت کنیم. اگر هیئتی را می بینیم که خیلی پر شکوه به سمت امامزاده حرکت کرده است، با اطرافیانمان در باره عظمت دستگاه امام حسین علیه السلام سخن بگوییم. وقتی یک تصادف را مشاهده می کنیم، در باره بلاها و سختیهای زندگی صحبت کنیم و ... هر یک از این شرایط و اتفاقات بهانه ای است برای ایجاد ارتباط با مخاطب و بیان بخشی از معارف دین.

بهره گیری از نقاط اشتراک:

گاهی با افرادی مواجه می شویم که نقاط اشتراکی با ما دارند. مثلاً لباس بسیجی پوشیده و اتفاقاً ما هم بسیجی هستیم، از چفیه و عکس مقام معظم رهبری استفاده کرده و ما هم عاشق رهبر معظم انقلاب و انقلابی هستیم، از لباس ورزشی استفاده کرده و ما هم ورزشکار هستیم، هریک از این نقاط اشتراک می تواند بهانه ای برای برقراری ارتباط ما با یکدیگر باشد. مثلاً به طرف می گوییم: لباس ورزشی پوشیدید، انگار ورزشکار هستید. وقتی پاسخ مثبت داد، در باره نوع ورزش مورد علاقه او و ورزش مورد علاقه خودمان صحبت می کنیم و این را بهانه ای قرار می دهیم برای مطرح کردن ورزش روح و روان و پهلوانی در مقابل شیطان و ...

استفاده از ابزارهای ارتباطی و رسانه ای:

امروزه مردم از ابزارهای ارتباطی پیش رفته ای استفاده می کنند و خود اینها می تواند بهانه ای برای برقراری ارتباط با آنها باشد. شما می توانید از بعضی مخاطبان عکس بگیرید و قول بدهید که برایشان ارسال می کنید و یا از آنها بخواهید از شما عکس بگیرند و ارسال کنند. از طریق بلوتوث عکسها و کلیپهای مناسب ارسال کنید، شماره تلفن خود را بدهید تا از شما مشورت بگیرند، آدرس وبلاگ و سایت خود را بدهید، آدرس کانال خود در سروش یا ایتا را بدهید و ...

با این اقدامات می شود با افراد رابطه دوستانه برقرار کرد. البته در این باره باید متوجه بعضی آسیبها بود؛ مثلاً به هیچ وجه نباید زنان را در بسیاری از این گونه ارتباطات به مشارکت گرفت.

گذشتن از خطاهای مخاطبان:

شایسته است مبلغان گرامی در برخورد با خطاهای مخاطبان نکات زیر را رعایت کنند:

- در مورد خطاهای آنان تا حد امکان تغافل کنند. بدیهی است که تغافل به معنای غفلت و بی خبری نیست؛ بلکه بدین معناست که خطای طرف را نادیده می گیریم تا شخصیت او در مقابل ما کوچک نشود و در نتیجه به صورت آشکار به آن گناه دست نزنند.
- در برخورد با کسانی که حجاب اسلامی را رعایت نمی کنند؛ در عین اجرای وظیفه نهی از منکر، به گونه ای عمل کنند که مخاطب احساس نکند او را فاسد و فاسق می دانند.
- برخی از افراد انسانهایی تند خو و بدرفتار هستند. با آنها به گونه ای محبت کنند که روش محبت کردن به دیگران و کنترل خشم را در عمل یاد بگیرند.

(د) اجرای فنون تبلیغی

پس از جذب مخاطب و ایجاد رابطه عاطفی با او، لازم است با اجرای فنون تبلیغی، هدایت گری انجام شود. در این هدایت گری ممکن است ما به یک پرسش مخاطب به خوبی پاسخ دهیم، شبهه ای را برطرف کنیم، یا به او در کاری مشورت بدهیم و یا امر به معروف و نهی از منکر کنیم و یا هرنوع فعالیت تبلیغی دیگری که موجب هدایت دیگران است انجام دهیم. گاهی نیز ممکن است کاری که ما در اینجا انجام می دهیم زمینه ای برای ارتباطات بعدی تا چندین سال گردد و فرصتی برای هدایت های بعدی باشد. در این مرحله به تناسب می توان از فنون زیر استفاده کرد:

۱. انگیزه سازی

قبل از هر چیز باید در مخاطب انگیزه شنیدن و پذیرش ایجاد کرد. برای ایجاد انگیزه شنیدن، از روش های مختلفی می توان استفاده کرد که به برخی از آنها اشاره می شود:

(الف) روش سؤالی:

در این روش یک سؤال از مخاطب می پرسیم، سؤالی که در واقع دغدغه او نیز هست، یا اینکه اگر دغدغه او نیست، به گونه ای مطرح می کنیم تا دغدغه او نیز بشود. مثلاً اگر این سؤال را مطرح کنیم که: به نظر شما واقعاً چگونه می توان زائر واقعی امام حسین علیه السلام بود؟ این سؤال به دلیل اینکه دغدغه مخاطب است، انگیزه شنیدن پاسخ آن را دارد و می خواهد ما پاسخ او را بدهیم و این زمینه ای است برای طرح مباحث ما. البته اگر با این روش می خواهیم انگیزه استماع ایجاد کنیم، باید نکات زیر را رعایت کنیم:

- حتماً پاسخ سؤال را به خوبی بدهیم؛

- سؤال نباید به گونه ای باشد که موجب ایجاد شبهه در ذهن مخاطب گردد.

(ب) روش داستانی:

در این روش، یک داستان پرجاذبه را برای مخاطب تعریف می کنیم. در این صورت به دلیل جاذبه های داستانی، او به ما و مطالبمان علاقمند می شود و می خواهد بقیه مطالب ما را نیز بشنود. در این روش

باید به نکات زیر توجه شود:

- داستان باید برای مخاطب پرجاذبه باشد تا در او انگیزه شنیدن ایجاد کند؛ نه فقط برای ما. چه بسا داستانهایی که برای ما جاذبه دارند، ولی برای برخی از مخاطبانمان، هیچ گونه جاذبه ای ندارند.

- حتی الامکان از داستانهای اولیاء الهی مخصوصاً ائمه اطهار علیهم السلام و اصحاب و یاران با وفای آنان استفاده شود؛

- حتماً داستان، مستند باشد و از ذکر داستانهای بی مدرک که گاه با اعتقادات و یا احکام دینی معارض اند پرهیز شود.

- داستان، به روحیات و نیازهای مخاطب و شرایط زمانی و مکانی پیوند برقرار کند تا اثر گذاری بیش تری داشته باشد.

ج) روش تعریف از مخاطب:

همه انسانها دوست دارند مورد تمجید و تعریف دیگران قرار گیرند و زمانی که از آنها تعریف می شود خوشحال می شوند و به سمت تعریف کننده جذب می شوند. علاوه بر این با شنیدن این گونه مطالب در خود احساس کرامت می کنند و در اغلب موارد موجب تقویت اعمال خوب و صفات نیکو در آنها می شود. ما می توانیم در برخورد با افراد و به منظور انگیزه سازی جهت شنیدن حرفهای بعدیمان، از آنها تعریف کنیم. اگر از این روش استفاده می کنیم لازم است نکات زیر مورد توجه قرار گیرد:

- کارهای مثبت و خوبی را که از مخاطب دیده ایم مورد تمجید قرار دهیم، مثلاً اینکه او در نماز جماعت شرکت کرده است را به عنوان یک کار خوب مورد ستایش قرار دهیم؛

- در تعریف از مخاطب افراط نکنیم و آنچه را که او ندارد برای او ذکر نکنیم تا مبتلا به دروغگویی نشویم؛

- می توانیم از خلقت الهی او تعریف کنیم، مثلاً بگوییم ماشا الله چه قدر رشیدی دارید، یا چه رنگ موی زیبایی دارید، یا چقدر با استعداد و خوش سخن هستید و ...

۲. گوش دادن

خوب گوش دادن به سخنان مخاطب، علاوه بر اینکه به او شخصیت می دهد، موجب فهم دقیق تر مسئله و مشکل از سوی او است. امام صادق علیه السلام خوب گوش دادن را دلیلی بر اصابت رأی و نظر دانسته و فرمودند: «ثَلَاثَةٌ يَسْتَدِلُّ بِهَا عَلَى إِصَابَةِ الرَّأْيِ: حُسْنُ اللَّقَاءِ وَ حُسْنُ الْإِسْتِمَاعِ وَ حُسْنُ الْجَوَابِ»^{۱۲۸}؛ با سه چیز بر اصابت رأی استدلال می شود: خوب برخورد کردن و نیک گوش کردن و پاسخ نیکو دادن.

سعی کنیم زیادی گوش باشیم و به افراد اجازه حرف زدن بدهیم، خیلی ها برای اینکه ضد دین، انقلاب و نظام و ... نشوند، فقط نیاز دارند یک نفر انقلابی را ببینند که حاضر است گوش بدهد.

^{۱۲۸}. «بحار الانوار»، ج ۷۵، ص ۲۳۷.

صبر و تحمل شنیدن نظرات مخالف، ابتدایی‌ترین نیاز برای تبلیغ چهره به چهره است و مخاطبین هیچ وقت حاضر نیستند با کسی که تحمل شنیدن سخنان آنان را ندارد ارتباط مستمر فرهنگی و فکری داشته باشند و از او تأثیر بگیرند.

۳. توجه به حالات

در ارتباط تبلیغی باید کاملاً به حالات مخاطب توجه نمود؛ زیرا از این طریق بهتر می‌توان به شناخت روحیات و ما فی الضمیر او پرداخت و به ریشه یابی مشکلات روحی و روانی وی رسید. امام علی علیه السلام فرمودند: «مَا أَضْمَرَ أَحَدٌ شَيْئاً إِلَّا ظَهَرَ فِي فَلَتَاتِ لِسَانِهِ وَ صَفَحَاتِ وَجْهِهِ»^{۱۲۹}؛ هیچ کس مطلبی را در دل پنهان نمی‌کند، مگر اینکه در لغزشهای زبان و رنگ به رنگ شدن صورتش ظاهر می‌گردد. از این رو شایسته است با توجه به حالات ظاهری مخاطب، شناخت بهتری از او پیدا کرده و بر اساس آن، به انتخاب و ارائه محتوای مناسب بپردازیم.

۴. قطع نکردن سخن مخاطب

بعضی از افراد، قبل از اینکه طرف سخنشان مشکل خود را به طور کامل مطرح کند و ساکت شود، با تصور اینکه مشکل را به خوبی فهمیده‌اند، شروع به ایراد پیشنهاد می‌کنند، در حالی که اجازه دادن به مخاطب برای ارائه مطالب و توضیحات به طور کامل یکی از اصول مهم تبلیغ چهره به چهره است و پاسخ دادن قبل از فهم درست مسئله، نشانه جهل مشاور محسوب می‌شود. امام صادق علیه السلام فرمودند: «مَنْ أَخْلَقَ الْجَاهِلَ الْجَابِلُ قَبْلَ أَنْ يَسْمَعَ وَالْمُعَارِضَةُ قَبْلَ أَنْ يَفْهَمَ وَالْحُكْمُ بِمَا لَا يَعْلَمُ»^{۱۳۰}؛ از اخلاق نادان، پاسخ دادن پیش از شنیدن و معارضة و گفتگو پیش از فهمیدن، و حکم کردن به آنچه نمی‌داند است. برخی از افراد کار ناآزموده تصور می‌کنند که قطع کردن سخن طرف مقابل باعث می‌شود او تصور کند بسیار دانا و خبره هستند و قبل از ارائه توضیحات کامل مخاطب، مطلب را به خوبی فهمیده‌اند و اینک در صدد حل مشکل‌اند؛ در حالی که قطع کردن کلام مخاطب، آثار روانی منفی بر او باقی می‌گذارد و باعث می‌شود که او تصور کند مبلغ حوصله شنیدن ندارد یا می‌خواهد به گونه‌ای از فهم مشکل شانه خالی کند. پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله هرگز سخن کسی را قطع نمی‌کرد: «وَلَا يَقْطَعُ عَلَى أَحَدٍ كَلَامَهُ حَتَّى يَجُوزَهُ فَيَقْطَعَهُ بِنَهْيٍ أَوْ قِيَامٍ»^{۱۳۱}.

ابراهیم بن عباس در باره امام رضا علیه السلام می‌گوید: «مَا رَأَيْتُ قَطَعَ عَلَى أَحَدٍ كَلَامَهُ حَتَّى يَفْرُغَ مِنْهُ»^{۱۳۲}؛ هیچگاه امام رضا علیه السلام را ندیدم که سخن کسی را قطع کند تا اینکه او از سخن خود فارغ گردد.»

^{۱۲۹}. نهج البلاغه، ص ۴۷۲.

^{۱۳۰}. «بحار الأنوار»، ج ۲، ص ۶۲.

^{۱۳۱}. «بحار الأنوار»، ج ۱۶، ص ۱۵۲.

^{۱۳۲}. «بحار الأنوار»، ج ۴۹، ص ۹۰.

۵. پرهیز از سرزنش کردن

یکی از فنونی که در تبلیغ چهره به چهره باید رعایت گردد، پرهیز از ملامت و سرزنش مخاطب است. سرزنش مخاطب موجب برافروختن حس عداوت و دشمنی در اوست. امام هادی علیه السلام فرمودند: العتاب مفتاح التقالی^{۱۳۳}؛ سرزنش کردن کلید دشمنی (و کینه) است.

حال اگر در این امر زیاده روی شود، موجبات لجبازی مخاطب را نیز فراهم نموده، فرایند تبلیغ را با آسیب جدی تری مواجه می‌سازد. امام علی علیه السلام فرموده‌اند: «الإفراط فی الملامة یشب نار اللجاجة»^{۱۳۴}؛ زیاده روی در ملامت و سرزنش، آتش لجاجت را (در فرد) شعله ور می‌سازد.

۶. ایجاد سؤال

ایجاد سؤال ممکن است به شکل‌های مختلف و به انگیزه‌های گوناگونی صورت گیرد.

گاهی برای ایجاد انگیزه شنیدن در مخاطب از او سؤال می‌شود، تا پس از جلب توجه او، مطلبی برایش بیان شود. به عنوان نمونه امام باقر علیه السلام از کسانی که در محضر او بودند، سؤال کرد: «آیا شما را از چیزی با خبر نکنم که چون بدان عمل کنید، سلطان و شیطان از شما دور شوند؟ پس ابوحمزه عرض کرد: بله! آن را بفرمایید تا بدان عمل کنیم. امام علیه السلام فرمود: بر شماست که روز را با صدقه آغاز نمایید؛ چرا که صدقه شیطان را روسیاه می‌کند و در آن روز، خشم‌گیری سلطان ستم‌پیشه را بر شما بی‌اثر می‌سازد. و بر شماست دوستی در راه خدا و مهرجویی و همیاری در انجام کردار نیک؛ زیرا این کار ریشه آن دو؛ یعنی سلطان (ظالم) و شیطان را قطع می‌کند و در آمرزش‌خواهی پافشاری کنید؛ چرا که این کار گناهان را پاک می‌کند.»^{۱۳۵}

در بعضی از موارد، حضرات معصومین علیهم السلام مطلبی را مبهم بیان می‌کردند و پس از طرح سؤال از سوی مخاطب، پاسخ روشن تری ارائه می‌نمودند؛ مثلاً جملات یا اصطلاحاتی را به کار می‌بردند که مردم معنی آن را نمی‌فهمیدند. وقتی در ذهن شنونده سؤال ایجاد می‌شد و آنان از معنی آن اصطلاح می‌پرسیدند، بحث آغاز می‌شد. به عنوان نمونه، حذیفه بن منصور می‌گوید: امام صادق علیه السلام فرمودند: «اتَّقُوا الْحَالِقَةَ فَإِنَّهَا تُمِيتُ الرَّجَالَ» از حلقه پرهیزید که انسان را می‌میراند. پرسیدم: حلقه چیست؟ فرمود: «قَطِيعَةُ الرَّحِمِ؛ قطع رحم.»^{۱۳۶}

این شیوه در پایدار سازی مطلب تأثیر بیش تری دارد.

گاهی نیز مطلب را به صورت سربسته و یا در سطح پایین بیان می‌کردند تا کسی که مطلب برایش مبهم است و یا خواهان فهم بیش تر است، با طرح سؤال خود، از امام مطالب بیش تری را بخواهد. نقل شده

^{۱۳۳}. «نزه الناظر و تنبيه الخاطر»، ص ۱۳۹.

^{۱۳۴}. «غرر الحکم و درر الکلم»، ص ۲۲۳.

^{۱۳۵}. «بحار الأنوار»، ج ۷۵، ص ۱۷۸؛ «تحف العقول عن آل الرسول»، ص ۲۹۸.

^{۱۳۶}. «الکافی»، ج ۲، ص ۳۴۶.

است که ابوحنیفه برای تحصیل علم نزد امام صادق علیه السلام آمد. امام به او فرمود: «هر گاه اراده تحصیل علم کردی، اول حقیقت بندگی را در خود ایجاد کن و علم را با عمل به آن، بخواه و از خدا طلب فهم کن که او به تو خواهد داد.» ابوحنیفه می‌گوید: از امام علیه السلام پرسیدم: حقیقت عبودیت چیست؟ فرمود: «حقیقت عبودیت در سه چیز است: اول اینکه بنده هر آنچه را خدا به او داده، ملک خود نداند؛ زیرا بندگان مالک نمی‌شوند....»^{۱۳۷}

اگر سؤال ابوحنیفه از حقیقت بندگی نبود، امام وارد آن بحث نمی‌شد؛ ولی با سؤال او، امام مطالب بسیار سودمندی را برایش بیان کرد.

۷. پاسخ‌گویی

گاه مخاطب به طرح سؤالاتی از شما می‌پردازد. این سؤالات ممکن است جنبه‌های مختلفی داشته باشد. مثلاً ممکن است صرفاً برای برقراری ارتباط با شما باشد که در این صورت باید با درک شرایط، با پاسخ‌گویی به سؤال، به ایجاد رابطه با او بپردازید. همچنین ممکن است پرسش برای حقیقت‌یابی باشد و بخواهد حقیقتاً چیزی را بداند که لازم است در حد امکان پاسخ سؤال او مطرح شود. گاهی نیز سؤالات بیهوده اند و دانستن پاسخ آن هیچ فایده‌ای ندارد؛ چنانکه دانستن آن نیز هیچ مشکلی ایجاد نمی‌کند. در مقابل چنین سؤالاتی، ضمن پاسخ‌دادن به پرسش، به گونه‌ای بسیار ظریف یادآوری کنید که بهتر است به جای پی‌گیری این گونه سؤالات، به دنبال دانسته‌هایی بروید که برایش سودمند است. نکات کلی قابل توجه در پاسخ‌گویی:

در پاسخ گفتن به سؤالات افراد، لازم است نکات زیر مورد توجه قرار گیرد.^{۱۳۸}

الف - آرامش خود را حفظ کرده و از هر گونه عجله بپرهیزید؛

ب - در مواردی که پاسخ طولانی است، ابتدا پاسخ را به طور اجمالی و بدون ذکر مستندات و توضیحات بیان کنید؛ سپس پاسخ کامل و تفصیلی را ارائه نمایید.

و - در مواردی که پرسش مخاطب در باره اموری است که به لحاظ شرعی نمی‌توان پاسخ آن را بیان کرد؛ مثل اینکه در باره اخبار محرمانه‌ای است که نباید فاش شود یا اینکه موجب غیبت و یا عیب‌گویی دیگران به صورت غیر مجاز است، در این گونه موارد لازم نیست همه دانسته‌های خود را در پاسخ بیان کنید.

ز - از ارائه پاسخهای فراوان و ارائه راه‌های گوناگون بپرهیزید؛ زیرا گاهی مخاطب را در تحیر و سردرگمی قرار می‌دهد و او نمی‌تواند راه درست را انتخاب کرده و به مقصد برسد.

ح - در پاسخ‌گویی به سؤال مخاطبان به هیچ وجه نباید در دامان پرگویی افتاد؛ زیرا گاهی موجب

^{۱۳۷}. «بحارالانوار»، ج ۱، ص ۲۲۴.

^{۱۳۸}. ر.ک: «شیوه پاسخ به پرسشهای دینی»، صص ۶۷ - ۱۱۴.

ملالت خاطر آنان می‌شود.

و- بلافاصله جواب طرف مقابل را ندهیم. سعی کنیم او را به فکر وادار کنیم. طوری نشود که به خاطر جواب محکم و قاطع ما به سؤالات و ابهاماتش در همان ابتدا، دیگر جرئت سؤال کردن از ما را نداشته باشد.

ز- در صورتی که پاسخ سؤالی را نمی‌دانیم، هیچ اشکالی ندارد که به مخاطبمان بگوییم: «فعلا جواب سؤالت را نمی‌دانم، اگر موافق هستی تحقیق می‌کنم و بعدا با هم تماس می‌گیریم و صحبت می‌کنیم.» البته باید با مطالعه، خود را به جایی برسانیم که تعداد نمی‌دانم هایمان زیاد نباشد.

۸. تکرار

در فن تکرار، گاه سخن مخاطب توسط مبلغ تکرار می‌شود و گاهی مبلغ به تکرار مطالب خود می‌پردازد. تکرار سخن مخاطب از آن جهت اهمیت دارد که او متوجه می‌شود، مبلغ مشکل یا مطلبش را به خوبی درک کرده است و از این جهت اطمینان خاطر بیش تری به وی دست می‌دهد و اگر تشخیص دهد که نیاز بیش تری به توضیح وجود دارد، آن را ارائه می‌کند.

تکرار مطالب، به ویژه مطالب مهم مبلغ نیز حائز اهمیت است؛ زیرا به استقرار و تثبیت مطالب در ذهن مخاطب می‌انجامد. رسول خدا- به این امر عنایت داشته و زمانی که حدیثی را بیان می‌فرمودند، یا به سؤالی پاسخ می‌دادند، آن را سه بار تکرار می‌کردند. ابن عباس نقل کرده است که: «كَانَ رَسُولُ اللَّهِ - إِذَا حَدَّثَ الْحَدِيثَ أَوْ سُئِلَ عَنِ الْأَمْرِ كَرَّرَهُ ثَلَاثًا لِيَفْهَمَ وَيُفْهَمَ عَنْهُ»^{۱۳۹}؛ رسول خدا صلی الله علیه و آله هرگاه حدیثی را می‌فرمود یا در مورد چیزی از او سؤال می‌شد، سه بار آن را تکرار می‌کرد تا (مطلب را) بفهمد و از او فهمیده شود.»

البته باید توجه داشت که تکرار کردن آمرانه یک ارزش، گاهی باعث ضد ارزش شدن آن نزد مخاطب می‌شود؛ بنابراین باید از چنین تکرارهایی پرهیز کرد.

۹. سکوت

در بعضی از موارد سکوت بیش از سخن گفتن اثر دارد، چنانکه امیرمؤمنان علی علیه السلام فرمودند: «رُبَّ سَكُوتٍ أَبْلَغُ مِنْ كَلَامٍ»^{۱۴۰}؛ بسی سکوت که از سخن رساتر است.»

مبلغ به تجربه در می‌یابد که کجا باید بگوید و در کجا سکوت بیش تر تأثیر دارد. به عنوان مثال یکی از موارد سکوت در جایی است که طرف از فرط جهالت قدرت تشخیص سخن شما را ندارد و بیان مطلب، بسان آب در هاون کوبیدن است. در چنین مواردی بهتر است از بیان مطالب و یا پاسخ گویی به سؤال او طفره رفته و با سکوت خود به درمان وی پردازید. امام علی علیه السلام فرمودند: «إِذَا حَلُمْتَ عَنِ الْجَاهِلِ

^{۱۳۹}. «بحار الأنوار»، ج ۱۶، ص ۲۳۴؛ «مکارم الاخلاق»، ص ۲۰.

^{۱۴۰}. «غرر الحکم و درر الکلم»، ص ۲۱۵.

فَقَدْ أَوْسَعَتْهُ جَوَاباً^{۱۴۱}؛ چون در برابر نادان بردباری نمودی، او را پاسخی گشاده داده‌ای.»

۱۰. استناد

ارائه دلیل و مدرک مطالبی که بیان می‌کنید، در بسیاری از موارد موجب اطمینان مخاطب نسبت به راه حل ارائه شده است. این مطلب در جایی که مخاطب از اهل علم و مطالعه باشد، اهمیت بیش تری دارد. دلیل و مدرک سخن، ممکن است آیه، روایت و یا سخن یکی از بزرگان باشد، و اصولاً هر چیزی که مخاطب را بهتر قانع می‌کند در اینجا مؤثر است و این تأثیر به نوع نگاه، اعتقادات و سطح فهم و درک او مربوط می‌شود.

هر چند عموم آیه «وَمَا يَنْطِقُ عَنِ الْهَوَىٰ ۖ إِنْ هُوَ إِلَّا وَحْيٌ يُوحَىٰ»^{۱۴۲} ثابت می‌کند که تمام کلمات و سخنان پیامبر اکرم از جانب خداوند است؛ در عین حال سیره آن حضرت چنین بود که سخن خود را به خداوند مستند می‌کرد. به عنوان مثال، روزی «عبدالله بن سلام» یهودی، به صورت خصوصی به حضور پیامبر-آمد و گفت: من سه سؤال دارم که جز پیامبران جواب آن را نمی‌دانند، آیا اجازه هست مطرح کنم؟ پیامبر خدا-فرمود: مطرح کن. عبدالله سؤالات خود را پرسید. پیامبر-فرمود: هم اکنون جبرئیل پاسخ سؤالات را از طرف خدا می‌آورد و من به تو خواهم گفت.^{۱۴۳}

۱۱. تشویق به تفکر

برخی از رفتارها و خصلتهای بد انسانها ناشی از اندیشه نکردن در امور است. فکر باعث می‌شود فرد درباره امور، بصیرت یابد و عقلش او را به گونه‌ای تدبیر کند که رفتارهای نابهنجار را کنار گذارد و به انجام رفتارهای نیک کشانده شود. امیرالمؤمنین % می‌فرماید: «تفکرک یفیدک الاستبصار و یکسبک الاعتبار»^{۱۴۴}؛ اندیشیدن، تو را به بصیرت و درک صحیح می‌کشاند و اعتبار و ارزش را برای تو به ارمغان می‌آورد.» بنا بر این در موارد مقتضی باید مخاطب را تشویق کرد تا در باره مسئله مورد نظر فکر کند و راه چاره بیابد.

۱۲. موعظه

گاهی، با وجود شرایط موعظه و اندرز، می‌توان به موعظه و نصیحت گویی مخاطب پرداخت و او را نسبت به آثار خوب اعمال نیک و عاقبت سخت رفتارهای غلط در دنیا و آخرت تحریک نمود و از این راه مشکلات روحی، روانی، اجتماعی و فردی او را مرتفع نمود. در اجرای این فن، رعایت مناسبات گوینده و شنونده و مقتضای حال بسیار حائز اهمیت است و شرایط سنی گوینده و شنونده، جنسیت هر یک از آنها، ارتباطات نسبی بین آنان (پدر، فرزند، عمو، عمه، دایی، خاله، و...)، نسبتهای اجتماعی آنان (استاد و شاگرد،

^{۱۴۱}. «غرر الحکم و درر الکلم»، ص ۲۸۵.

^{۱۴۲}. نجم / ۳-۴: «و هرگز از روی هوای نفس سخن نمی‌گوید! آنچه می‌گوید چیزی جز وحی که بر او نازل شده نیست!»

^{۱۴۳}. ر ک: «بحار الأنوار»، ج ۱۹، ص ۱۳۱.

^{۱۴۴}. «غرر الحکم و درر الکلم»، ص ۵۷.

و... باید مورد توجه قرار گیرد تا موعظه بار منفی پیدا نکرده و نشانه خود بزرگ بینی و تکبر مبلغ قلمداد نشود. از امیر مؤمنان% نقل شده است که: «رحم الله امرأ عرف قدره و لم يتعد طوره»^{۱۴۵}؛ خدا رحمت کند کسی را که اندازه خود را بداند و از حد خود تجاوز نکند.

۱۳. بیان تجارب

امام علی% تجربه‌های زندگی را حاوی وعظ و اندرز دانسته و فرموده‌اند:

«فی کل تجربه موعظه»^{۱۴۶}؛ در هر تجربه‌ای موعظه‌ای است.

امیر مؤمنان گاهی به بیان تجربه‌های خود می‌پرداختند و با این اقدام، به یاری و راهنمایی دیگران می‌شتافتند؛ چنانکه از ایشان نقل شده است:

إِنِّي وَجَدْتُ وَفِي الْأَيَّامِ تَجْرِبَةً
وَقُلٌ مَنْ جَدَّ فِي أَمْرِ يُطَالِبُهُ
لِلصَّبْرِ عَاقِبَةٌ مَحْمُودَةٌ الْأَثَرِ
فَاسْتَصْحَبَ الصَّبْرَ إِلَّا فَازَ بِالظَّفَرِ^{۱۴۷}

«من در این ایام تجربه‌ای بدست آوردم، و آن اینکه صبر عاقبت و نتیجه (نیکو و) ستایش شده‌ای دارد. و بگو کسی که در طلب چیزی تلاش کند و رفیق صبر و بردباری باشد، به پیروزی می‌رسد.»

۱۴. معرفی الگو

گاهی مخاطب بیش از اینکه نیاز به دلیل داشته باشد، نیاز به الگو دارد. در اینجا لازم است الگوهای مناسبی به او معرفی گردد. ما می‌توانیم با بیان خاطراتی از زندگی بزرگان، الگوهای خوبی را برای مخاطبانمان معرفی کنیم. شایسته است در معرفی الگوها به نکات زیر توجه شود:

- بهترین الگوها، حضرات معصومین علیهم السلام هستند که از طهارت درون برخوردارند و از سوی حضرت حق به عنوان الگوی زندگی معرفی شده‌اند.
- در معرفی غیر معصومین به عنوان الگو نباید به گونه‌ای عمل کرد که مردم آنها را الگوهای تمام عیار و غیر قابل خدشه بدانند؛ بلکه در همان جهتی که مورد بحث است به عنوان الگو معرفی شوند.
- در معرفی الگوها بهتر است شرایط سنی و جنسی مخاطبان در نظر گرفته شود. مثلاً می‌توانیم برای نوجوانان، محمد حسین فهمیده را معرفی کنیم و برای جوانان، حضرت علی اکبر علیه السلام را و برای پیر مردها، افراد سالخورده از شهدای کربلا را و برای بانوان، حضرت زهرا، حضرت زینب، حضرت خدیجه و حضرت مریم را معرفی کنیم.

۱۵. ارجاع

گاهی ممکن است به هر دلیلی مبلغ نتواند به نحو مطلوب پاسخگوی مشکل مخاطب باشد، در این

^{۱۴۵}. «غرر الحکم و درر الکلم»، ص ۲۳۳.

^{۱۴۶}. «غرر الحکم و درر الکلم»، ص ۴۴۴.

^{۱۴۷}. «بحار الأنوار»، ج ۳۴، ص ۴۱۱.

صورت باید او را به کسی ارجاع دهد که صلاحیت چنین کاری را دارد. امام سجاده% در بیان حقوق مشورت گیران فرمودند:

«وَأَمَّا حَقُّ الْمُسْتَشِيرِ فَإِنْ حَضَرَكَ لَهُ وَجْهٌ رَأَى جَهْدَتَ لَهُ فِي النَّصِيحَةِ وَأَشْرَتْ عَلَيْهِ بِمَا تَعْلَمُ إِنَّكَ لَوْ كُنْتَ مَكَانَهُ عَمِلْتَ بِهِ وَذَلِكَ لِيَكُنْ مِنْكَ فِي رَحْمَةٍ وَلَكِنْ فَإِنَّ اللَّيْنَ يُؤْنِسُ الْوَحْشَةَ وَإِنَّ الْغُلْظَ يُوحِشُ مَوْضِعَ الْأَنْسِ وَإِنْ لَمْ يَحْضُرْكَ لَهُ رَأْيٌ وَعَرَفْتَ لَهُ مَنْ يَتَّقُ بِرَأْيِهِ وَتَرْضَى بِهِ لِنَفْسِكَ دَلَّتْهُ عَلَيْهِ وَأَرْشَدَتْهُ إِلَيْهِ، فَكُنْتَ لَمْ تَأْلَهُ خَيْرًا وَلَمْ تَدْخِرْهُ نَصْحًا»^{۱۴۸}؛ حق مشورت کننده این است که اگر رأی صحیحی داری در نصیحت و خیرخواهی اش بکوشی و کاری را که اگر تو بجای او بودی می کردی با مهربانی به او بنمایی. که نرمشی رمیدن را بزداید و خشونت رمیدن را بیفزاید، و اگر رأی و نظری نداری، او را نزد کسی که به رأیش اعتماد داری و نظر او را برای خود می پسندی، معرفی کنی تا در خیرخواهی و نصیحتش کوتاهی و فروگذاری نکرده باشی.»

ه) پایان ارتباط

در پایان ارتباط تبلیغی لازم است فنون زیر مورد توجه قرار گیرد:

۱. آغاز نکردن به جدا شدن از مخاطب

یکی از سنتهای نیکوی پیامبر اسلام که مردم را شیفته آن حضرت می کرد، این بود که هنگام جدایی از افراد، او آغاز به جدایی نمی کرد. در حالات آن حضرت نقل شده است که: «مَنْ رَامَهُ بِحَاجَةٍ صَابِرَهُ حَتَّى يَكُونَ هُوَ الْمُتَصَرِّفُ»^{۱۴۹}؛ وقتی کسی برای حاجتی به او مراجعه می کرد، تا اقدام به رفتن نمی کرد، حضرت از وی جدا نمی شد.»

۲. خدا حافظی

یکی دیگر از سنتهای نیکوی اسلامی، خدا حافظی کردن هنگام جدا شدن از یکدیگر است. خدا حافظی، در واقع دعا کردن برای یکدیگر در هنگام جدا شدن از هم می باشد. در باره پیامبر اکرم - نقل شده است که: «أَنَّهُ إِذَا وَدَعَ أَحَدًا قَالَ أَسْتَوْدِعُ اللَّهَ دِينَكَ وَأَمَانَتَكَ وَخَوَاتِيمَ عَمَلِكَ»^{۱۵۰}؛ هرگاه پیامبر با کسی وداع می کرد، می گفت: از خداوند می خواهم دین و امانتها و پایان اعمال را حفظ کند.»

۳. مشایعت

این سنت اختصاص به همراه و مصاحب مسلمان ندارد، بلکه شامل غیر مسلمانان نیز می شود. چنانچه نقل شده است که امام علی% با مردی ذمی (یهودی یا مسیحی) همراه بودند، مرد ذمی از حضرت سؤال کرد قصد کجا دارید؟ و آن حضرت فرمود: کوفه. وقتی در مسیر، مرد ذمی به راه دیگری چرخید، امام علی% نیز با او چرخید. ذمی گفت مگر نمی خواستی به کوفه بروی؟ حضرت فرمود: چرا. گفت: پس چرا

^{۱۴۸}. «بحار الأنوار»، ج ۷۱، ص ۱۸.

^{۱۴۹}. «بحار الأنوار»، ج ۱۶، ص ۲۲۶.

^{۱۵۰}. «مستدرک الوسائل»، ج ۸، ص ۲۰۹.

همراه من آمدی؟ فرمود: این برای خوش رفاقتی است که هرکس رفیقش را هنگام جدا شدن تا اندازه‌ای مشایعت کند. این دستور پیامبر ماست. سرانجام به خاطر این حرکت نیکو، آن مرد مسلمان شد.^{۱۵۱}

تبلیغ عملی

یکی از روشهای تبلیغ، تبلیغ با عمل و رفتار مبلغ است. این نوع از تبلیغ بیشترین تأثیر را در مخاطبان ایجاد می‌کند؛ زیرا مخاطب در مقابل چشمان خود الگویی را می‌بیند که بر اساس آموزه‌های دینی عمل می‌کند. امام صادق علیه السلام فرمودند: «کونوا دعاة للناس بغير ألسنتکم لیروا منکم الورع و الاجتهاد و

^{۱۵۱}. «آداب معاشرت (ترجمه جلد شانزدهم بحار الانوار)»، ج ۱، ص ۱۰۱.

الصلاة و الخير فإن ذلك داعية^{۱۵۲}؛ با غیر زبانهایتان مردم را دعوت کنید تا از شما ورع و تلاش و نماز و خوبی ببینند که این دعوت کردن است.»

چه نیکوست در سفرهای زیارتی بر امور زیر بیش تر مواظبت کنیم تا به لطف خداوند تأثیر تبلیغمان بیش تر گردد:

۱. هر روز در آغاز و انجام فعالیتها، به اهل بیت علیهم السلام توسل کنیم و از آنان بخواهیم ما را در راه تبلیغ دین یاری کنند. در این توسلها دیگران را هم دعوت کنیم تا آنان نیز از آن بهره ببرند.
۲. روزمان را با صدقه آغاز کنیم و از کسانی که با آنها همنشین هستیم بخواهیم آنها نیز صدقه بدهند تا سلامت بمانند.
۳. نمازهای واجب را اول وقت و با جماعت بخوانیم.
۴. نماز شب را با حال بخوانیم و از این فرصت نورانی بهترین توشه ها بگیریم.
۵. اذکار و عبادتهای مستحبی را فراموش نکنیم و دیگران را نیز به آنها توصیه کنیم.
۶. اهل ذکر باشیم و با یاد خدا دلهایمان را نورانیت بخشیم.
۷. سعی کنیم دعاها، مرسوم و مشهور مثل کمال و ندبه و ... را در جمع بخوانیم.
۸. خدمتگذار مردم باشیم (به افراد مریض و سالخورده سربزنیم و دست آنان را بگیریم و از هیچ کوششی برای آنان دریغ نکنیم، در هنگام راه بدان، برای باز کردن راه کمک کنیم، برای پیدا کردن گم شده ها با افراد مربوط همکاری کنیم، و ...).

روش برخورد با مخالفان و بزهکاران

ممکن است با کسانی مواجه شوید که به نوعی با شما، حکومت اسلامی ایران، ولایت فقیه و ... مخالف باشند. و نیز ممکن است افرادی سعی کنند با استفاده این مخالفتها و در واقع نظرات مخالف، معرکه بیار

^{۱۵۲} . «الکافی»، ج ۲، ص ۷۸.

- میدان شده و به ایجاد اختلاف در میان مردم دامن زنند. همچنین ممکن است با افراد نادانی مواجه شوید که از سر ناآگاهی به شما یا دیگران پرخاش کنند و ناسزا بگویند.
- در اینجا به نظر می‌رسد رعایت نکات زیر راهگشا باشد:
- از هرگونه گفتار یا اقدامی که موجب ایجاد درگیری و اختلاف در صفوف مردم شود پرهیز کنید؛ زیرا اختلاف و درگیری به هر صورتی که باشد و عامل آن هرچه باشد، به نفع ما نیست.
 - در مواجهه با مخالفان سعی کنید با رأفت و رحمت برخورد کنید و به هیچ وجه آنان را تحریک نکنید.
 - چنانچه برخی مخالفان سعی کردند با فحاشی و پرخاشگری، شما یا دیگران را تحریک کنند، این شما باشید که با سعه صدر و گشاده رویی آنان را شرمند می‌کنید. نوع برخورد امام مجتبی علیه السلام با مرد شامی که از ناصبیها بود و با برخورد امام از محبان اهل بیت گشت، در اینجا الگوی بسیار مناسبی است.
 - چنانچه توانایی دارید و احتمال تأثیر می‌دهید، در خلوت با مخالفین ارتباط برقرار کنید و پاسخگوی شبهات آنان باشید.
 - در مقابل افراد نادان، با عفو و گذشت رفتار کنید و با متانت از کنار آنها بگذرید که خدای متعال می‌فرماید: «وَعِبَادُ الرَّحْمَنِ الَّذِينَ يَمْشُونَ عَلَى الْأَرْضِ هَوْنًا وَإِذَا خَاطَبَهُمُ الْجَاهِلُونَ قَالُوا سَلَامًا»^{۱۵۳}؛ و بندگان رحمان کسانی‌اند که روی زمین با آرامش و فروتنی راه می‌روند، و هنگامی که نادانان آنان را طرف خطاب قرار می‌دهند [در پاسخشان] سخنانی مسالمت‌آمیز می‌گویند.»

شیوه پاسخگویی به پرسشهای دینی

انواع پرسش

یکی از مهم‌ترین اصولی که قبل از پاسخ‌دهی باید بدان توجه کرد، شناخت نوع پرسشی است که پرسشگران مطرح کرده‌اند. بدون این شناخت اگر نگوییم پاسخ‌دهی غیر ممکن است، باید بگوییم پرسشگر به پاسخ خود دست نخواهد یافت. چنانکه شهید مطهری در این باره می‌نویسد: «سؤالاتی که بشر در مورد مجهولات خود [مطرح] می‌کند، یک جور نیست، انواع متعدداست و هر سؤالی فقط در مورد خودش درست است و به همین جهت الفاظی که در لغات جهان برای سؤال وضع شده است، متعدد است؛ یعنی در هر زبانی چندین لغت سؤالی وجود دارد. تنوع و تعدد لغتهای سؤالی علامت تنوع سؤالات است و تنوع سؤالات علامت تنوع مجهولات انسان است و پاسخی که به هر سؤال داده می‌شود؛ غیر از پاسخی است که به سؤال دیگر باید داده شود.»^{۱۵۴}

سؤالات را از نظر شکل ارائه و هدف از پرسش و محتوای سؤال می‌توان به چند دسته تقسیم کرد که در ادامه به مهم‌ترین انواع آن اشاره می‌شود:

۱. ارتباطی

سؤالات ارتباطی به سؤالاتی گفته می‌شود که هدف از طرح آن، ایجاد ارتباط با مخاطب است. یکی از راههای ارتباط با مخاطب، پرسیدن مطلبی از اوست تا سر سخن باز شود و پرسشگر بتواند سؤال اصلی خود را بپرسد.

در بسیاری از مواقع به ویژه در جلسات پرسش و پاسخ، مشاوره یا گفتگو و ... وقتی نوجوانی، روحانی را می‌بیند، مایل است که سؤالات خود را از او بپرسد و یا درباره مسئله و مشکل مهمی که با آن مواجه شده است با او مشورت کند. در این گونه موارد غالباً سؤالی فقهی را مطرح می‌کند تا ببیند برخورد روحانی با او چگونه است. پرسشگر در سؤالات ارتباطی بیش‌تر به دنبال ارتباط با پاسخگو است و این ارتباط از اصل پاسخ برایش مهم‌تر است.

در چنین مواردی روحانی باید به این نکته مهم توجه داشته باشد و علاوه بر پرداختن به اصل پاسخ، به نکات ارتباطی مانند عطف، خوشرویی، احوالپرسی از پرسشگر و در صورت امکان مصافحه و نگاه کردن به پرسشگران مرد با تمام صورت و ... نیز توجه داشته باشد تا حتی اگر

پرسشگر جواب خود را دریافت نکرد، خوشرویی و برخورد مناسب روحانی باعث شود او بتواند با وی ارتباط برقرار کند و سایر سؤالات خود را مطرح کند.

در سؤالات ارتباطی باید توجه داشته باشیم که آنچه پرسشگر در اولین بار می‌پرسد، غالباً سؤال اصلی او نیست؛ بلکه او پرسش خود را به عنوان راهی برای ارتباط با روحانی برگزیده است؛ پس علاوه بر پاسخ صحیح، به دنبال بازخوردگیری از ارتباطی است که با روحانی برقرار کرده است؛ اگر بازخورد مورد علاقه خود را دریافت کند، سایر سؤالات خود را نیز می‌پرسد و در غیر این صورت، با روحانی خداحافظی می‌کند.

۲. پرسشهای انکاری

یکی دیگر از تقسیمات پرسشها تقسیم آن به پرسشهای انکاری و حقیقی است. در پرسش یا استفهام حقیقی، پرسشگر به دنبال پاسخ است؛ ولی در پرسشهای انکاری پرسشگر به دنبال پاسخ پرسش مطرح شده نیست؛ بلکه با این نوع جمله سؤالی می‌خواهد وقوع مطلبی را انکار کند. مثل اینکه کسی به مسافرت رفته و مسافرتش طول کشیده باشد، در این حالت کسی که فکر می‌کند مسافر از دنیا رفته و هیچ‌گاه بر نمی‌گردد، می‌گوید: پس این مسافر کی خواهد آمد؟ در این جمله پرسشگر به دنبال زمان آمدن مسافر نیست؛ بلکه بدین وسیله آمدنش را نفی می‌کند. روشن است که پاسخ‌دهی به پرسشهای پرسشگرانی که سؤال آنها انکاری است، نباید مانند پاسخ افرادی باشد که سؤال آنان حقیقی است.

موارد استفهام انکاری در قرآن فراوان است.^{۱۵۵}

یکی از تکنیکهای اصلی در پاسخ‌دهی به پرسشهای انکاری، این است که پاسخگو انگیزه انکار را بیابد و آنگاه با دلایل محکم، آن انگیزه را از بین ببرد.

۱۵۵. ۱. [كَيْفَ يَهْدِي اللَّهُ قَوْمًا كَفَرُوا بَعْدَ إِيمَانِهِمْ وَ شَهِدُوا أَنَّ الرَّسُولَ حَقٌّ وَ جَاءَهُمُ الْبَيِّنَاتُ وَ اللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الظَّالِمِينَ]؛ (آل عمران/۸۶) «چگونه خداوند جمعیتی را هدایت می‌کند که بعد از ایمان و گواهی به حقایق رسول و آمدن نشانه‌های روشن برای آنها، کافر شدند؟! و خدا، جمعیت ستمکاران را هدایت نخواهد کرد!» که مقصود این است که خداوند چنین انسانهایی را هدایت نمی‌کند.

۲. [...قَالَ يَا وَيْلَتَى! أَعْجَزْتُ أَنْ أَكُونَ مِثْلَ هَذَا الْغُرَابِ فَأُوَارِيَ سَوْءَةً أُخِي فَأَصْبَحَ مِنَ النَّادِمِينَ]؛ (مائده/۳۱) «او گفت: وای بر من! آیا من نتوانستم مثل این زاغ باشم و جسد برادرم را دفن کنم؟! و سرانجام (از ترس رسوایی و بر اثر فشار وجدان، از کار خود) پشیمان شد.» که به فرموده مفسران این استفهام نیز انکاری است. ترجمه المیزان، ج ۷، ص ۲۰۴.

۳. [أَفَلَا يَعْلَمُ إِذَا بُعْثِرَ مَا فِي الْقُبُورِ وَ حُصِّلَ مَا فِي الصُّدُورِ إِنَّ رَبَّهُمْ بِهِمْ يَوْمَئِذٍ لَّخَبِيرٌ]؛ (عادیات/۹) «آیا نمی‌داند آن روز که تمام کسانی که در قبرها هستند برانگیخته می‌شوند و آنچه در درون سینه‌هاست آشکار می‌گردد. در آن روز پروردگارش از آنها کاملاً باخبر است» که مقصود این است که انسانهای ناسپاس این مطالب را می‌دانند. تفسیر نمونه، ج ۲۷، ص ۲۵۱.

برای مثال: گاهی زنان یا دختران بدحجاب می‌پرسند: چه کسی گفته حجاب واجب است؟ حال اگر با توجه به قرائن حالیه و مقالیه بفهمیم پرسش وی انکاری است، نه پرسش حقیقی، روشن است که اگر در پاسخ بگوییم در قرآن آمده یا روایات فرموده‌اند، او از کردارش دست برنمی‌دارد. در این صورت باید نتایج بدحجابی و عذاب دنیوی و اخروی آن را به او گوشزد کنیم؛ مثلاً می‌توانیم بگوییم: وقتی که شب اول قبر فرشته‌های عذاب الهی از فرد بدحجاب پرسیدند که چرا دستور خدا را زیر پا گذاشتی و با آیات قرآن مخالفت کردی، آن وقت می‌فهمند که چه کسی فرموده که حجاب واجب است. وقتی که به فرموده پیامبر(ص) در روز قیامت او را به موی سرش آویزان کنند و چنان عذابی ببیند که مغز سرش به جوش آید، آن زمان پاسخ پرسش خود را می‌یابد.^{۱۵۶}

وقتی که هزاران جوانی که به خاطر بدحجابی یا بی‌حجابی چنین زنی گمراه شده‌اند، به درگاه خداوند از او شکایت کنند و از خدا بخواهند که عذاب چنین زنی را بیفزاید^{۱۵۷} و ... آن وقت می‌فهمند که چه کسی فرموده که حجاب واجب است. وقتی که به فرموده علی(ع) او در جهنم جاودانه بسوزد^{۱۵۸} می‌فهمد که چه کسی فرموده حجاب واجب است و ...

۳. تَعَنَّتِي

این قسم از سؤال نه استفهام حقیقی است و نه استفهام مجازی؛ بلکه سؤالهای ایدایی است؛ یعنی پرسشهایی که پرسشگر برای فهمیدن، آموختن و حتی یاد دادن مطرح نمی‌کند؛ بلکه برای به رخ کشیدن دانشش به گوینده یا اثبات ضعف او یا مسخره کردن مطرح می‌کند. سؤال تَعَنَّتِي؛ یعنی سؤال برای آزار دادن و فرار از انجام وظیفه و در واقع نوعی بهانه‌جویی. روشن است کسی که سؤالات

۱۵۶. برگرفته از حدیث مشهوری که از پیامبر اکرم(ص) نقل شده که در شب معراج افرادی را در عذاب دید؛ از جمله درباره زن بدحجاب و بی‌حجاب فرمود: «رَأَيْتُ امْرَأَةً مُعَلَّقَةً بِشَعْرِهَا يَغْلِي دِمَاعُ رَأْسِهَا... أَمَّا الْمُعَلَّقَةُ بِشَعْرِهَا فَإِنَّهَا كَانَتْ لَا تُعْطَى شَعْرَهَا مِنَ الرَّجَالِ؛ دِیدَم زَنی رَا کَه بَا مَوَهِیشِ آوِیزَانِ شُدِه بُوَد وَ مَغْزِ سَرَشِ مِی‌جُوشِید ... اَن کَس کَه بَا مَوَهِیشِ آوِیزَانِ بُوَد، کَسِی بُوَدِه کَه مَوِیشِ رَا اَز مَرْدَانِ [نَامَحْرَم] نَمِی‌پُوشَانْدِه اِسْت.» (عیون اخبار الرضا) (ع) (ج ۱، ص ۱۳؛ بحارالانوار، ج ۸، ص ۳۰۹؛ همان، ج ۸۱، ص ۳۵۱؛ تفسیر نورالتقلین، ج ۳، ص ۱۲۱).

۱۵۷. برگرفته از آیه شریفه: [قَالُوا رَبَّنَا مَنْ قَدَّمَ لَنَا هَذَا فَرِیدَةً عَذَاباً ضِعْفاً فِی النَّارِ] (ص/۶۱)؛ «(سپس) می‌گویند: پروردگارا! هر کس این عذاب را برای ما فراهم ساخته، عذابی مضاعف در آتش بر او بیفز!»

۱۵۸. اشاره به این حدیث است: اصبح بن نباته گوید: از امیرالمؤمنین(ع) شنیدم که می‌فرمود: «يُظْهَرُ فِی آخِرِ الزَّمَانِ وَ اقْتِرَابِ الْقِيَامَةِ وَ هُوَ شَرُّ الْأَزْمَنِ نِسْوَةً مُتَبَرِّجَاتٍ كَاشِفَاتٍ عَارِيَاتٍ مِنَ الدِّينِ دَاخِلَاتٍ فِی الْفِتَنِ مَائِلَاتٍ إِلَى الشَّهَوَاتِ مُسْرِعَاتٍ إِلَى اللَّذَاتِ مُسْتَحْجِلَاتٍ لِلْمَحْرَمَاتِ فِی جَهَنَّمَ خَالِدَاتٍ؛ در آخر الزمان نزدیک به قیامت که بدترین زمانهاست، زنانی ظاهر شوند: خودآراستگان [برای غیر شوهران]، بی‌حجابان، رها کردگان آئین، داخل شدگان در آشوبها، مائلان بشهوات [و مسائل جنسی]، شتاب‌کنندگان به سوی لذات [و خوشگذرانیها]، حلال شمارندگان محرمات [الهی]، و جاودانگان در دوزخ.» مکارم الاخلاق، ص ۳۹۰.

تعتی می‌پرسد، به دنبال پاسخ سؤال نیست؛ از اینرو روش پاسخ‌دهی به سؤالات ایذایی و حتی درخواستهای غیرمنطقی متفاوت است. به آیات زیر توجه کنید:

[وَقَالُوا مَا لِهَذَا الرَّسُولِ يَأْكُلُ الطَّعَامَ وَيَمْشِي فِي الْأَسْوَاقِ لَوْلَا أُنْزِلَ إِلَيْهِ مَلَكٌ فَيَكُونُ مَعَهُ نَذِيرًا* أَوْ يُلْقَىٰ إِلَيْهِ كَنْزٌ أَوْ تَكُونُ لَهُ جَنَّةٌ يَأْكُلُ مِنْهَا وَقَالَ الظَّالِمُونَ إِن تَتَّبِعُونَ إِلَّا رَجُلًا مَسْحُورًا* انْظُرْ كَيْفَ ضَرَبُوا لَكَ الْأَمْثَالَ فَضَلُّوا فَلَا يَسْتَطِيعُونَ سَبِيلًا]؛^{۱۵۹}

«و گفتند: چرا این پیامبر غذا می‌خورد و در بازارها راه می‌رود؟! چرا فرشته‌ای بر او نازل نشده که همراه وی مردم را انذار کند؟! یا گنجی [از آسمان] برای او فرستاده شود؟! یا باغی داشته باشد که از [میوه] آن بخورد؟! «و ستمگران گفتند: شما تنها از مردی مجنون پیروی می‌کنید! ببین چگونه بر تو مثلها زدند و گمراه شدند، آنگونه که قدرت پیدا کردن راه را ندارند!»

چنانکه در آیات فوق روشن است، سؤالات و درخواستهای مشرکانی که نمی‌خواستند ایمان بیاورند، سؤالات معقولی نبود؛ از اینرو خداوند در دو آیه بعدی ابتدا به این نکته اشاره می‌کند که این مطالب که درباره پیامبر می‌گویند، چیزهایی نیست که خداوند از انجام آن عاجز باشد؛ ولی اینان بهانه جویانی هستند که برای تکذیب قیامت این سخنان را بیان می‌کنند و از اینرو به جای پاسخ صریح به این درخواستها، انگیزه پرسیدن آنان را مورد توجه قرار داده و به آنان یادآور می‌شود که عذاب تکذیب کنندگان آتشی سوزان است.^{۱۶۰}

با توجه به نمونه‌ای که ذکر شد و موارد فراوان دیگری که در آیات و روایات وجود دارد، به نظر می‌رسد چند اصل در پاسخ‌دهی به سؤالات تعتی باید مورد توجه قرار گیرد:

۱. توجه به انگیزه‌های کسی که اینگونه سؤالات را مطرح می‌کند: اگر بتوان انگیزه او را کشف کرد، باید به جای پاسخ‌دهی به سؤالات او انگیزه‌هایی را که در اینگونه سؤالات دارد رد و نفی کرد؛ چنانکه گذشت، به نظر می‌رسد انگیزه اصلی مشرکان از طرح این سؤالات تعتی بازداشتن پیامبر از رسالتش بوده است؛ از اینرو ابتدا سعی کردند با تطمیع و تهدید، آن حضرت را از راهی که در پیش گرفته، بازدارند؛ ولی چون به این کار موفق نشدند، به سوی سؤالات تعتی روی آوردند و پیامبر

^{۱۶۰}. ترجمه آیات چنین است: زوال ناپذیر و بزرگ است خدایی که اگر بخواهد برای تو بهتر از این قرار می‌دهد. باغهایی که نهرا از زیر درختانشان جاری است. و [اگر بخواهد] برای تو کاخهایی مجلل قرار می‌دهد. [اینها همه بهانه است]؛ بلکه آنان قیامت را تکذیب کرده‌اند و ما برای کسی که قیامت را تکذیب کند، آتشی شعله‌ور و سوزان فراهم کرده‌ایم! (فرقان/۱۲ - ۱۳).

اکرم(ص) نیز در پایان بر رسالت خود و الهی بودن آن تأکید کرد؛ چنانکه در پاسخ پیشنهادات مالی و مقام نیز بر همین مطلب تأکید کرد.

۲. عدم پاسخ‌دهی صریح به سؤالات تعتی: در برخی از موارد مناسب است به سؤالات تعتی پاسخ داده شود؛ ولی در غالب موارد اگر پاسخ صحیح نیز داده شود، پرسشگر و شبهه‌کننده نخواهد پذیرفت و بلافاصله شبهه دیگری را مطرح خواهد کرد؛ از اینرو لازم نیست پاسخ صریحی به او داده شود.

۳. راهنمایی پرسشگر و درخواست برای ترک پرسشهای تعتی: اگر پاسخگو مصلحت را در پاسخ دهی به سؤالات تعتی دید، باید به او یادآوری کند که از چنین سؤالاتی بپرهیزد؛ چنانکه در روایات فراوانی به این مطلب اشاره شده است؛ از جمله:

– امیرمؤمنان(ع) به ابن الکواء فرمود: «وَيْلَكَ! سَلْ تَقْقَهَا وَ لَا تَسْأَلْ تَعْتًا، وَيْلَكَ! سَلْ عَمَّا يَعْنِيكَ وَ دَعْ مَا لَا يَعْنِيكَ»^{۱۶۱} وای بر تو، برای فهمیدن مطلب سؤال کن؛ نه برای اذیت کردن، وای بر تو، از چیزی سؤال کن که تو را راهنمایی کند و آنچه را که رهنمایت نمی‌کند رها کن!

– امیر المؤمنین(ع) به کسی که مسئله مشکلی را از آن حضرت پرسیده بود، فرمود: «سَلْ تَقْقَهَا وَ لَا تَسْأَلْ تَعْتًا فَإِنَّ الْجَاهِلَ الْمُتَعَلِّمَ شَبِيهُ بِالْعَالِمِ وَ إِنَّ الْعَالِمَ الْمُتَعَسِّفَ شَبِيهُ بِالْجَاهِلِ»^{۱۶۲} برای فهمیدن مطلب سؤال کن؛ نه برای [به زحمت انداختن و] آزار دادن. به درستی که جاهلی که دنبال فراگیری است، شبیه عالم است و عالمی که بیراهه می‌رود شبیه جاهل است.

– آن حضرت در ذم برخی از مردم زمانه‌اش می‌فرماید: «سَأَلْتَهُمْ مُتَعَتٌ وَ مُجِيبُهُمْ مُتَكَلِّفٌ»^{۱۶۳} سؤال کننده آنها آزار و اذیب کننده است و جواب دهنده آنها به سختی می‌افتد.

– امام صادق(ع) به عنوان بصری فرمود: «أَمَّا اللَّوَاتِي فِي الْعِلْمِ فَاسْأَلِ الْعُلَمَاءَ مَا جَهِلْتَ وَ إِيَّاكَ أَنْ تَسْأَلَهُمْ تَعْتًا»^{۱۶۴} اما اموری که در باب علم است: پس آنچه نمی‌دانی از علما پرس و بر حذر باش از اینکه برای اذیت و آزار کردنشان سؤال کنی!

۱۶۱. الغارات، ج ۲، ص ۷۳۷.

۱۶۲. بحار الانوار، ج ۱، ص ۲۲۲.

۱۶۳. همان، ج ۱، ص ۲۲۲.

۱۶۴. همان، ج ۲، ص ۲۶۰.

۴. توجه دادن افراد به اینکه چنین سؤالاتی تعتی است و پاسخ ندادن به آن، به همین علت است: در روایتی می‌خوانیم: حضرت علی (ع) فرمود: قبل از آنکه مرا از دست بدهید، از من [سؤالاتان را] پیرسید! شخصی برخاست و عرض کرد: روی سر من چند تار مو است؟ امیرمؤمنان فرمود: رسول خدا (ص) از سؤالت به من خبر داده بود ... و اگر اثبات آنچه از آن پرسیدی مشکل نبود، پاسخت را می‌دادم؛^{۱۶۵} (هر تعدادی که گفته شود، ممکن است پرسشگر نپذیرد و شمارش موهای سر نیز مشکل است).

۴. پرسشهای بیهوده

پرسشهای بیهوده به پرسشهایی گفته می‌شود که دانستن پاسخ آن هیچ فایده‌ای ندارد؛ چنانکه ندانستن آن نیز هیچ اشکالی ندارد. در روایتی می‌خوانیم: روزی پیامبر اکرم (ص) وارد مسجد شدند و دیدند مردم اطراف شخصی جمع شده‌اند. فرمود: این کیست؟ پاسخ دادند: علامه است. فرمود: علامه چیست؟ گفتند: یعنی به نسبهای اعراب و مطالب جاهلیت و اشعار عربی دانا است. فرمود: این دانشی است که ندانستن آن به کسانی که آن را نمی‌دانند ضرری نمی‌رساند، و کسی که می‌داند نیز برایش فایده‌ای ندارد. سپس حضرت اصول علوم سودمند را فرمودند که شامل عقاید، اخلاق و احکام است.^{۱۶۶}

هر چند پرسشهای تعتی و بیهوده در بسیاری از موارد یکسان هستند و بسیاری از پرسشهای تعتی نیز بیهوده‌اند؛ ولی نمی‌توان این دو را یکسان دانست؛ بلکه نسبت بین آنها عموم و خصوص من وجه است. در پرسشهای بیهوده، پاسخ‌دهنده باید به چند نکته توجه کند:

الف. ضمن پاسخ‌دادن به پرسش، به گونه‌ای بسیار ظریف یادآوری کند که بهتر است به جای پی گیری اینگونه سؤالات، به دنبال دانسته‌هایی برود که برایش سودمند است؛ چنانکه در دعاها اشاره

۱۶۵. ارشاد، ج ۱، ص ۳۳۰؛ احتجاج، ج ۱، ص ۳۸۹؛ مناقب آل ابی طالب، ج ۲، ص ۱۰۵؛ بحارالانوار، ج ۱۴، ص ۳۱۳.

۱۶۶. «دَخَلَ رَسُولُ اللَّهِ (ص) الْمَسْجِدَ فَإِذَا جَمَاعَةٌ قَدْ أَطَافُوا بِرَجُلٍ فَقَالَ مَا هَذَا؟ فَقِيلَ: عَلَمَةٌ. فَقَالَ: وَمَا الْعَلَمَةُ؟ فَقَالُوا لَهُ: أَعْلَمُ النَّاسِ بِأَسْبَابِ الْغَرْبِ وَوَقَائِعِهَا وَ أَيَّامِ الْجَاهِلِيَّةِ وَالْأَشْعَارِ الْعَرَبِيَّةِ. قَالَ: فَقَالَ النَّبِيُّ (ص): ذَاكَ عِلْمٌ لَا يَنْصُرُ مَنْ جَهَلَهُ وَلَا يَنْفَعُ مَنْ عَلِمَهُ. "ثُمَّ قَالَ النَّبِيُّ (ص): "إِنَّمَا الْعِلْمُ ثَلَاثَةٌ: آيَةٌ مُحْكَمَةٌ أَوْ فَرِيضَةٌ عَادِلَةٌ أَوْ سُنَّةٌ قَائِمَةٌ وَمَا خَلَّاهُنَّ فَهُوَ فَضْلٌ" (کافی، ج ۱، ص ۳۲؛ امالی، ص ۳۴۰؛ شرح اصول کافی، ج ۲، ص ۲۱؛ وسائل الشیعة، ج ۷، ص ۳۲۷).

شده^{۱۶۷} و گفته شده است: یکی از مواردی که پیامبر از آن به خداوند پناه می‌برد، دانش غیر سودمند بوده است.^{۱۶۸}

ب. سعی کند از این سؤالات برای ارتباط با پرسشگر استفاده کند.

پ. اگر به پرسشگر یادآوری کرد که بهتر است به سؤالات مهم‌تر بپردازد، نمونه‌ای از سؤالات مهم‌تر و دانستی‌هایی را که دانستن آن بسیار سودمند است به او یادآوری کند؛ چنانکه در حدیثی که گذشت، پیامبر اکرم(ص) پس از یادآوری علومی که فایده‌اش ناچیز است، به علومی که بسیار مهم است اشاره فرمود.

ت. از جمله وظایف روحانیون، معلمان و مربیان، اساتید، مراکز فرهنگی و دینی و همه دست اندرکاران امور فرهنگی جامعه این است که خود نیز از مطرح کردن این‌گونه سؤالات پرهیزند و جامعه را به جای آنکه به این‌گونه امور سوق دهند، به علوم مهم‌تری رهنمون شوند. یکی از مشکلات جامعه امروز ما که مسئولان امور فرهنگی نیز در آن دخالت دارند، سوق دادن جامعه به سوی سؤالاتی است که به فرموده پیامبر اکرم(ص): «لَا يَضُرُّ مَنْ جَهْلُهُ وَلَا يَنْفَعُ مَنْ عِلْمُهُ؛ به کسی که آن را نمی‌داند ضرر نمی‌رساند و به کسی که آن را می‌داند، نفعی نمی‌رساند.»

۵. پرسشهای ممنوع

از آنچه گذشت، روشن می‌شود که پرسیدن، کلید فهم حقایق است و در آیات و روایات اسلامی نیز به مسلمانان دستور اکید داده شده است که هر چه را نمی‌دانند، پرسند؛ ولی این اصل اساسی تعلیم و تربیت استثنایی دارد و آن اینکه؛ گاهی پنهان بودن پاره‌ای از مسائل برای حفظ نظام اجتماع و تأمین مصالح افراد بهتر است. در این‌گونه موارد جستجوها و پرسشهای پی‌درپی برای پرده برداشتن از روی واقعیت، نه تنها فضیلتی نیست؛ بلکه مذموم و ناپسند می‌باشد، مثلاً غالب پزشکان صلاح می‌دانند که بیماریهای سخت و وحشتناک را از شخص بیمار پنهان کنند. گاهی تنها اطرافیان را در جریان می‌گذارند. همچنین مردم در همکاریهای خود نیاز به خوش‌بینی دارند و برای حفظ این سرمایه

۱۶۷. بخشی از تعقیب نماز عصر چنین است: «اللَّهُمَّ إِنِّي أَعُوذُ بِكَ مِنْ عِلْمٍ لَا يَنْفَعُ وَمِنْ قَلْبٍ لَا يَخْشَعُ وَمِنْ نَفْسٍ لَا تَشْبَعُ وَمِنْ دُعَاءٍ لَا يُسْمَعُ» (بحارلأنوار، ج ۲، ص ۵۹؛ مفاتیح الجنان، تعقیبات نماز عصر؛ جامع عباسی، ص ۶۶).

۱۶۸. مستدرک الوسائل، ج ۵، ص ۷۰؛ سنن ابن ماجه، ج ۲، ص ۱۲۶۱ که روایت سنن چنین است: «كَانَ رَسُولُ اللَّهِ (ص) يَقُولُ: أَعُوذُ بِكَ مِنَ الْارْبَعِ: مِنْ عِلْمٍ لَا يَنْفَعُ وَقَلْبٍ لَا يَخْشَعُ وَنَفْسٍ لَا تَشْبَعُ وَدُعَاءٍ لَا يُسْمَعُ؛ رسول خدا(ص) می‌فرمود: [خدایا!] از چهار چیز به تو پناه می‌برم: از علمی که نفعی ندارد و قلبی که خاشع نیست و نفسی که سیر نمی‌شود و دعایی که شنیده نمی‌شود.»

بزرگ، صلاح این است که از تمام جزئیات حال یکدیگر باخبر نباشند؛ زیرا هر کس نقطه ضعفی دارد و فاش شدن نقطه‌های ضعف، همکاریهای افراد را با اشکال مواجه می‌کند، همچنین ممکن است کسی پشت سر دوست خود حرفی زده باشد، تا زمانی که شخص از آن حرف اطلاعی ندارد، ارتباطش با وی بسیار مناسب و خوب باشد؛ ولی اگر بداند، باعث مشکلات زیادی می‌شود و ... خلاصه اینکه هر چند دانستن خوب است؛ ولی در برخی موارد ندانستن باعث می‌شود که از بسیاری مشکلات جلوگیری شود. از اینرو دین مقدس اسلام نیز در برخی موارد از مردم خواسته است از برخی سؤالات پرهیزند. خداوند می‌فرماید:

[يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَسْأَلُوا عَنْ أَشْيَاءٍ إِن تُبْدَ لَكُمْ تَسْأَلُكُمْ...]; «ای کسانی که ایمان آورده‌اید! از چیزهایی نپرسید که اگر برای شما آشکار گردد، شما را ناراحت می‌کند!...»^{۱۶۹}

در شأن نزول این آیه می‌خوانیم: روزی پیامبر(ص) خطبه‌ای خواند و دستور خدا را درباره حج بیان کرد. شخصی گفت: آیا این دستور برای هر سال است و همه سال باید حج بجا بیاوریم؟ پیامبر(ص) به سؤال او پاسخ نگفت؛ ولی او لجاجت کرد و سؤال خود را تکرار نمود. پیامبر(ص) فرمود: «وای بر تو! چرا این همه اصرار می‌کنی؟ اگر در جواب تو بگویم: بلی، حج در همه سال بر همه شما واجب می‌شود و اگر در همه سال واجب باشد، توانایی انجام آن را نخواهید داشت و اگر با آن مخالفت کنید، گناهکار خواهید بود؛ بنابراین، مادام که چیزی به شما نگفته‌ام، روی آن اصرار نورزید؛ زیرا [یکی از] اموری که باعث هلاکت [بعضی از] اقوام گذشته شد، این بود که لجاجت و پرحرفی می‌کردند و از پیامبرشان زیاد سؤال می‌نمودند؛ پس هنگامی که به شما دستوری می‌دهم، به اندازه توانایی خود آن را انجام دهید. «إِذَا أَمَرْتُكُمْ بِشَيْءٍ فَأَتُوا مِنْهُ مَا اسْتَطَعْتُمْ» و هنگامی که شما را از چیزی نهی می‌کنم، خودداری کنید!» آیات فوق نازل شد و آنها را از این کار بازداشت.^{۱۷۰}

چند مورد دیگر از مواردی که پیامبر(ص) یا امامان(ع) از پرسیدن نهی کرده‌اند، چنین است:

الف. مردی از پیامبر خدا(ص) پرسید: ای پیامبر خدا! آیا من بهشتی‌ام یا جهنمی؟ فرمود: تو در بهشتی. سپس دیگری برخاست و گفت: آیا من بهشتی‌ام یا جهنمی؟ فرمود: تو در جهنمی. سپس

^{۱۷۰}. در شأن نزول آیات فوق در منابع حدیث و تفسیر اقوال مختلفی دیده می‌شود؛ ولی آنچه گذشت با آیات فوق و تعبیرات آن سازگارتر است و از حضرت علی(ع) نقل شده است. (تفسیر نمونه، ج ۵، ص ۹۶؛ مجمع البیان، ج ۳، ص ۳۸۶؛ المیزان فی تفسیر القرآن، ج ۶، ص ۱۵۵).

فرمود: در آنچه من ساکت ماندم، شما هم ساکت باشید، و اگر نبود که همدیگر را دفن نمی‌کردید، جهنمیان شما را معرفی می‌کردم، تا آنان را هنگام مرگ بشناسید و اگر به این کار فرمان می‌یافتم، بی‌گمان انجام می‌دادم.^{۱۷۱}

با توجه به این روایت و روایات مشابه، روشن می‌شود که یکی از مواردی که پرسش ممنوع است، پرسیدن از آیندهٔ انسانها و گناهانی است که انجام داده‌اند و ممکن است موجب جهنمی شدن آنان بشود؛ چنانکه از این دسته روایات می‌توان عدم جواز افشای اسرار و جواز کتمان اینگونه اسرار را استفاده کرد.

ب. ۱ امام باقر(ع) در پاسخ به پرسش درباره پنی‌های موجود در بازار مسلمانان و اینکه ممکن است مایهٔ پنی‌ش از میته باشد، فرمود: «اشتر من رجل مسلم ولا تسأله عن شيء»^{۱۷۲} [پنی‌را] از شخص مسلمان بخر و از چیزی می‌پرس.

با توجه به این روایت و روایات مشابه که بسیار زیاد هستند، بسیاری از فقها معتقدند در این موارد پرسیدن نه تنها مستحب نیست؛ بلکه می‌توان قائل به کراهت آن شد؛ چنانکه به عنوان نمونه درباره گوشت‌های موجود در بازار مسلمانان، لازم نیست پرسید که ذابح مسلمان بوده یا نه، بسم الله گفته یا نه و^{۱۷۳}

از آنچه گذشت، سرنوشت دسته دیگری از پرسش‌های ممنوع روشن می‌شود که عبارتند از: وسواس در حلیت و حرمت، همچنین طهارت و نجاست مواد غذایی موجود در بازار و خانه‌های مسلمانان.

ج. امیرمؤمنان (ع) فرمود: «خمسۃ أشياء یجب علی القاضی الأخذ فیها بظاهر الحکم الولاية و المناکح و الموارث و الذبائح و الشهادات إذا کان ظاهر الشهود مأموناً جازت شهادتهم و لا یسأل عن باطنهم»^{۱۷۴} در ۵

۱۷۱. مجمع الزوائد و منبع الفوائد، ج ۷، ص ۱۸۸؛ المصنف، ج ۷، ص ۴۳۸؛ مسند ابی یعلیٰ موصلی، ج ۱، ص ۶۷.

۱۷۲. بحار الانوار، ج ۶۲، ص ۹۲.

۱۷۳. همان.

۱۷۴. خصال، ج ۱، ص ۳۱۱.

مورد بر قاضی لازم است به ظاهر حکم کند: در امر ولایت، ازدواجها، ارثها، ذبایح و شهادات و هرگاه ظاهر گواهان درست و راست باشد، گواهی آنها پذیرفته شود و از باطن کار آنها نباید پرسیده شود.»

در این روایت به روشنی مواردی که پرسیدن جایز نیست، مشخص شده است.
د. کاهلی از مردی روایت می‌کند که وی از امام صادق (ع) پرسیده بود: من از راهی می‌گذرم که آب ناودان بر من می‌ریزد، در هنگامی که می‌دانم وضو می‌گیرند. حضرت فرمود: «اشکالی ندارد و از من می‌پرس.»^{۱۷۵}

از مجموع آنچه گذشت روشن می‌شود که مهم‌ترین سؤالاتی که از پرسیدن آن نهی شده‌ایم، برخی امور غیبی یا قیودی است که شارع مقدس به واسطهٔ مصلحت در آن سکوت کرده است. و حکم را مطلق وضع کرده؛ چنانکه تجسس در امور شخصیه و احوال خصوصی مردم نیز چنین است.