



## شکاف بین قول و فعل مبلغان و مربیان دینی در تبلیغ دین

پدیدآورده (ها) : حاجی پور، حسین  
علوم اجتماعی :: آسیب پژوهی اجتماعی :: پاییز 1394، سال اول - پیش  
شماره 1

از 65 تا 86

آدرس ثابت : <http://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/1108719>

دانلود شده توسط : مرکز مدیریت حوزه های علمیه-کتابخانه ایت الله

بروجردی

تاریخ دانلود : 28/04/1395

مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی (نور) جهت ارائه مجلات عرضه شده در پایگاه، مجوز لازم را از صاحبان مجلات، دریافت نموده است، بر این اساس همه حقوق مادی برآمده از ورود اطلاعات مقالات، مجلات و تألیفات موجود در پایگاه، متعلق به "مرکز نور" می باشد. بنابر این، هرگونه نشر و عرضه مقالات در قالب نوشتار و تصویر کاغذی و مانند آن، یا به صورت دیجیتالی که حاصل و برگرفته از این پایگاه است، کسب مجوز لازم، از صاحبان مجلات و مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی (نور) و تخلف از آن موجب پیگرد قانونی است. به منظور کسب اطلاعات بیشتر به صفحه [فونانین و مقررات](#) استفاده از پایگاه مجلات تخصصی نور مراجعه فرمائید.

پایگاه مجلات تخصصی نور

## شکاف بین قول و فعل مبلغان و مریبان دینی در تبلیغ دین

حسین حاجی پور؛ دانشجوی دکتری اخلاق اسلامی دانشگاه قرآن و حدیث

Email: hajipour110@chmail.ir

فاطمه دستوار؛ پژوهشگر

به لحاظ اهمیت جایگاه مبلغ در تبلیغات اثرگذار، عدم شکاف بین قول و فعل مبلغ دینی در اعتمادسازی مخاطبان نقش بسزایی دارد و بر اساس منابع قرآنی و روایی، لزوم هماهنگی گفتاری و رفتاری دعوت‌کننده دینی، به‌عنوان یک اصل و قاعده، متبلور است. گفتارهای بدون عمل مبلغ در مسائل متنوع دینی آسیب‌های مختلفی را در سه حیطه خود مبلغ، مخاطبان و نهاد روحانیت پدید می‌آورد که تزلزل در دین، از بین رفتن داشته‌های علمی، تضاد شخصیتی، خودسوزی و پشیمانی هنگام مرگ از جمله پیامدهای فردی مبلغ است؛ بی‌رغبتی مخاطبان نسبت به گفتار مبلغ و خود محتوای دینی، سستی در اعتقادات و انحرافات رفتاری و البته بی‌اعتمادی آنها به نهاد روحانیت، از جمله آسیب‌های اجتماعی آن است.

افزایش آگاهی مبلغان نسبت به محتوا و جایگاه تبلیغ، سکوت در صورت عدم سلوک، موعظه خویشتن و تلاش جهت تزکیه نفس، راهکارهای ارائه‌شده جهت هماهنگی بین قول و فعل مبلغ است. همچنین بر این نکته تأکید می‌شود که اگر مبلغ دینی پیوسته خود را جزو مخاطبان پیام دینی لحاظ کند، فاصله مذکور کاهش خواهد یافت. روش تحقیق در مقاله روش تحلیل و با استفاده از منابع کتابخانه‌ای است.

واژگان کلیدی: تبلیغ، مبلغ، قول، فعل.

## مقدمه

میرهن است که در هر برهه‌ای از حیات بشری، دین الهی نیازمند تبلیغ بوده است و به میزان گسترده‌ای از دعوت‌ها و تبلیغات، مردم به سمت پذیرش دین و معارف الهی رغبت نشان داده‌اند. بر اساس دیدگاه‌های ارتباطی، تبلیغات دارای ارکان و عناصری محوری هستند که زوایای مبلغ، مخاطب و محتوای تبلیغی را شامل می‌شوند که البته فضا و مکان تبلیغ نیز می‌تواند به‌عنوان رکن چهارم تبلیغات مورد ملاحظه قرار گیرد.

با حفظ اهمیت والای تمام ارکان تبلیغی، جایگاه مبلغ در ترویج و نهادینه کردن معارف والای وحیانی، جایگاهی بس خطیر است. حساسیت چنین رکنی آنجا جلوه می‌کند که مبلغ پیام دینی در باور مخاطبان به‌عنوان عامل نیز مطرح است؛ بنابراین مخاطبان علاوه بر آنکه به سخنان مبلغ و مروج معارف دینی توجه دارند، رفتار را نیز مورد ملاحظه قرار می‌دهند و چنانچه از سوی دعوتگر معارف دینی، رفتاری مخالف گفتارش مشاهده کنند، نه‌تنها اعتماد ایشان نسبت به وی و یا سایر مبلغان کاهش می‌یابد، بلکه امکان تردید در محتوای گفتار گذشته‌اش از طرف آنها وجود دارد؛ ضمن آنکه آسیب‌های جدی به خود مبلغ نیز وارد خواهد شد؛ به همین جهت از لحاظ شرعی، اخلاقی و دانش ارتباطی ضرورت دارد که پیام‌رسان دین تا اندازه‌ای که امکان‌پذیر است در قول و فعل خویش هماهنگ باشد.

هماهنگی بین گفتار و رفتار مبلغ در تأثیرگذاری تبلیغی، از چنان درجه اهمیتی برخوردار است که قابلیت طرح آن به‌عنوان اصل یا قاعده تبلیغی را دارد؛ البته آموزه‌های دینی در این زمینه، استناد محکمی خواهد بود. به همین جهت در ابتدا به مقوله لزوم هماهنگی قول و فعل مبلغ پرداخته می‌شود، آنگاه آسیب‌های ناشی از



شکاف سخنان و اعمال او مورد تجزیه و تحلیل قرار خواهد گرفت و در پایان راهکارهایی برای عدم بروز آسیب‌ها ارائه خواهد شد.

### لزوم هماهنگی قول و فعل مبلغ

هماهنگی گفتار و رفتار؛ یعنی مطابقت سخن با اعتقاد قلبی گوینده و همچنین پابندی رفتاری وی نسبت به سخن گفته شده است. در لزوم هماهنگی قول و فعل، آیات و روایات بسیاری وجود دارد که تنها برخی از آنها تحلیل می‌شوند. به‌عنوان نمونه در این زمینه می‌توان به آیه شریفه ذیل استناد نمود که معیار صدق و کذب گفتاری را صدق و کذب اعتقادی و همچنین رفتاری معرفی می‌کند. آیه شریفه می‌فرماید: «إِذَا جَاءَكَ الْمُنَافِقُونَ قَالُوا نَشْهَدُ إِنَّكَ لَرَسُولُ اللَّهِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ إِنَّكَ لَرَسُولُهُ وَاللَّهُ يَشْهَدُ إِنَّ الْمُنَافِقِينَ لَكَاذِبُونَ» (منافقون، ۱)؛ (هنگامی که منافقان نزد تو آیند، می‌گویند: ما شهادت می‌دهیم که یقیناً تو رسول خدای! خداوند می‌داند که تو رسول او هستی، ولی خداوند شهادت می‌دهد که منافقان دروغ‌گو هستند).

پرسش آن است که چرا با وجود تطابق سخن منافقان با واقع که می‌گویند محمد رسول خداست، باز هم قرآن به آنها نسبت کذب می‌دهد؟ پاسخ آن است که اولاً سخن آنها مطابق با اعتقاد قلبی‌شان نیست و در گفتارشان (به کذب مخبری) کاذب هستند (طباطبایی، ۱۴۱۷ ق، ۲، ۱۹؛ حاجی‌پور، ۱۳۹۲، ۱۸۰)؛ دوم اینکه منافقان در مقام عمل نیز پیوسته با پیامبر خدا به مجادله، منازعه و مخالفت می‌پرداختند و این ناهماهنگی رفتاری با سخنانشان، دلیل بر آن بود که گفتارشان دروغی بیش نبود و با اعتقادات قلبی‌شان مطابقت نداشت؛ از این‌رو در لزوم هماهنگی گفتاری و رفتاری این مطلب استنباط می‌شود که مبلغ معارف دینی زمانی سخن می‌گوید که مطابق با اعتقادات قلبی‌اش است و بالطبع به آن عمل هم می‌کند؛ وگرنه سخن بدون عمل، برخاسته از اعتقاد ضعیف به گفتار خویش است؛



همچنین در رابطه با ضابطه بودن، اصالت داشتن و لزوم هماهنگی بین قول و فعل مبلغ می توان به آیه شریفه‌ای استناد نمود که روش تبلیغی موسی و هارون علیهم‌السلام را در برخورد با فرعون بیان می کند: «فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى»؛ (طه، ۴۴) (به نرمی با او سخن بگویند؛ شاید متذکر شود، یا (از خدا) بترسد). هر چند طبق دستور خداوند متعال آن دو پیامبر بزرگوار باید با فرعون با گفتار نرم و لَیِّن سخن بگویند و صراحت آیه در گفتار است، درعین حال، قول لَیِّن نشانگر طرز برخورد عملی است؛ ضمن آنکه اصولاً گفتار، بخشی از رفتار محسوب می شود.

آیه دیگری نیز به لزوم هماهنگی بین قول و فعل دلالت دارد، آنجا که قرآن کریم سخن شعیب علیه‌السلام را در عرصه تبلیغی اش نقل می کند و می فرماید: «وَمَا أُرِيدُ أَنْ أَمْلَأَ لَكُمْ إِلَى مَا أَنهَأْتُمْ عَنْهُ» (هود، ۸۸)؛ (من هرگز نمی خواهم آنچه شما را از آن باز می دارم، خودم مرتکب شوم).



در توازن قول و فعل، دو روایت از امام علی علیه‌السلام و روایت دیگری از امام کاظم علیه‌السلام نیز دستاویز صریحی بر این مطلب است که در روایت اول امام علی می فرماید: «الْعَالِمُ مَنْ شَهِدَتْ بِصِحَّةِ أَقْوَالِهِ أَعْمَالُهُ» (تمیمی آمدی، ۱۴۱۰ ق، ۹۱، ح ۱۷۴۰)؛ (دانا کسی است که کردارهای او به درستی گفتارهای او گواهی دهد). اهمیت مسئله آن قدر زیاد است که کلام امام علی علیه‌السلام با قسم به خدا درباره آن آمده: «أَيُّهَا النَّاسُ إِنِّي وَاللَّهِ مَا أَحْبَبْتُكُمْ عَلَى طَاعَةٍ إِلَّا وَاسْتَبَقْتُكُمْ إِلَيْهَا وَلَا أَنهَأْتُكُمْ عَنْ مَعْصِيَةٍ إِلَّا وَاتَّاهَى قَبْلَكُمْ عَنْهَا» (سیدرضی، ۱۴۱۴ ق، ۲۵۰، خ ۱۷۵)؛ (ای مردم به خدا قسم شما را به طاعتی ترغیب نمی نمایم جز اینکه خودم در عمل به آن از شما پیشی می گیرم و از گناهی باز نمی دارم مگر اینکه قبل از شما از آن باز می ایستم. همچنین در بخشی از توصیه های امام کاظم علیه‌السلام به هشام آمده: «إِنَّ النَّاسَ فِي الْحِكْمَةِ رَجُلَانِ رَجُلٌ اتَّقَى بِقَوْلِهِ وَصَدَّقَهَا بِفِعْلِهِ وَرَجُلٌ اتَّقَى بِقَوْلِهِ وَصَيَّعَهَا بِسُوءِ فِعْلِهِ فَشَتَّانَ بَيْنَهُمَا فَطُوبَى لِلْعُلَمَاءِ بِالْفِعْلِ وَ

وَيَدُلُّ الْعُلَمَاءَ بِالْقَوْلِ» (ابن شعبه حرانی، ۱۴۰۴، ۳۹۲)؛ بی شک مردم در مورد حکمت دو گروه‌اند: فردی که آن را استوار و محکم بر زبان جاری سازد و با کردار تأیید و تصدیقش نماید؛ دیگری آن کس که حکمت را به خوبی می‌گوید، ولی با بدی کردارش آن را تباه می‌سازد؛ چه دور است فاصله آن دو! پس خوشا به حال علمای با کردار و وای به حال علمای بدزبان و گفتار).

نکته دیگری که درباره گفتار و رفتار مبلغ حائز اهمیت است، درجه رتبه‌بندی و اولویت‌سنجی میان آنهاست که بر اساس عقل و نقل، رفتار عملی مبلغ از جایگاه تأثیرگذارتر و اصالت بیشتری برخوردار است. بر اساس آیه شریفه: «وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَ عَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنِّي مِنَ الْمُسْلِمِينَ»؛ (کیست خوش‌گفتارتر از کسی که به سوی خدا دعوت می‌کند و کار شایسته انجام می‌دهد و می‌گوید من از تسلیم‌شدگان هستم. (فصلت، ۳۳) هر چند آیه شریفه بر اهمیت گفتار نیک انسان‌های صالح تأکید می‌کند، اما زمانی گفتار آنها را احسن برمی‌شمارد که کار ایشان شایسته و در راستای سخنانشان باشد. در مقابل این آیه شریفه که به مدح رفتار شایسته اهتمام دارد، آیه دیگری به صورت تند به نکوهش گفتار بدون عمل، آن هم خطاب به مؤمنان می‌پردازد و می‌فرماید: «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَعْمَلُونَ كَبُرَ مَقْتًا عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ» (صف، ۲-۳)؛ (ای کسانی که ایمان آورده‌اید! چرا سخنی می‌گویید که عمل نمی‌کنید؟! موجب خشم بسیار خداست سخنی بگویید که عمل نمی‌کنید!). بر این اساس، با اینکه بیان یک‌سخن حق، شایسته به نظر می‌رسد، ولی اگر این سخن شایسته از زبان کسی صادر شود که به آن عمل نمی‌کند، مورد نکوهش قرآن کریم است؛ از این جهت، رفتار انسانی بر گفتارش اولویت دارد.



در این رابطه تحلیل تام شهید مطهری که برخاسته از آیات و روایات است، ذکر می‌شود که می‌گوید: «برای هدایت و راهنمایی بشر دو راه است: یکی راه گفتن و نوشتن و دیگر راه پیش‌قدم شدن و هرگز گفتن به قدر پیش‌قدم شدن اثر ندارد. بزرگان گفته‌اند: «دو صد گفته چون نیم کردار نیست». یک فرق میان مکتب انبیا و مکتب فلاسفه و حکما این است که حکما تنها اهل نظریه و تعلیم و تدریس هستند و سروکارشان تنها از راه زبان با افکار و ادراکات بشر است؛ ولی پیغمبران به آنچه می‌گویند قبل از آنکه از دیگران تقاضای عمل بکنند خودشان عمل می‌کنند و برای این تا اعماق روح بشر نفوذ می‌نمایند و قلب و احساسات بشر را تحت تصرف خویش در می‌آورند. سخن از زبان بیرون می‌آید و از گوش می‌گذرد، ولی عمل، موج و انعکاسی عمیق در روح دیگری پدید می‌آورد. اثر سخن وقتی هست که توأم با ایمان، عقیده و داغی روح باشد و اگر روح با ایمان بود، قهراً عمل را هم به دنبال دارد و بی‌اثر نمی‌ماند. اولیای خدا مردم را نه فقط با سخن، بلکه با عمل خود تحت تأثیر قرار دادند» (مطهری ۱۳۷۷، ۲۲، ۱۸۱).

### آسیب‌های ناشی از شکاف بین قول و فعل مبلغ

با توجه به لزوم هماهنگی بین قول و فعل مبلغ جهت تأثیرگذاری در مخاطبان، هرچه بین گفتار و رفتار عملی مبلغ فاصله باشد، نفوذ تبلیغی‌اش کمتر خواهد بود و آسیب‌های بسیاری را به وجود خواهد آورد. این آسیب‌ها را در سه حیطه می‌توان ترسیم نمود: آسیب‌های مربوط به خود مبلغ، آسیب‌های مربوط به مخاطبان و آسیب‌های مربوط به جایگاه تبلیغات دینی و نهاد روحانیت؛ البته سعی خواهد شد تمامی آسیب‌ها به آیات و روایات مستند شوند.



## ۲. ۱. آسیب‌های مربوط به مبلغ

آسیب‌های ناشی از شکاف بین قول و فعل مبلغ در اولین مرحله به خود او برمی‌گردد و شامل موارد قابل توجهی نظیر لعن خداوند، نفاق و تضاد شخصیتی، از بین رفتن علم و آگاهی، سستی در عقاید مبلغ، خودسوزی، پشیمانی هنگام مرگ و حسرت پس از مرگ می‌شود.

### ملعون خداوند

اگر کسی دیگران را به‌سوی کار نیک دعوت و ارشاد نماید و یا از منکرات نهی کند، در عین حال خودش پیوسته نسبت به گفتارش وارونه رفتار نماید، ملعون خداوند قرار خواهد گرفت. حضرت امیرالمؤمنین علیه السلام می‌فرماید: «لَعَنَ اللَّهُ الْأَمْرِينَ بِالْمَعْرُوفِ الثَّارِكِينَ لَهُ وَ النَّاهِيْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ الْعَامِلِينَ بِهِ» (سیدرضی، ۱۴۱۴ ق، ۴۰۱، خ ۱۲۹)؛ (نفرین خداوند بر آنها که به نیکی امر می‌کنند و خودشان آن را وامی‌گذارند و از بدی نهی می‌کنند و خودشان به آن می‌پردازند)؛ البته دلیل اینکه چنین افرادی ملعون خداوند و مورد نفرین امام علی علیه السلام قرار گرفته‌اند، به سبب تأثیرات بدی است که در مقام مروج دین بر اعتقادات مردم می‌گذارند که در آسیب‌های مربوط به مخاطبان مورد تحلیل قرار خواهد گرفت.

### نفاق و تضاد شخصیتی

یکی از بدترین صفات نفسانی که ممکن است انسان دچار آن شود، صفت مذموم نفاق است؛ نفاق یعنی دوگانگی یا چندگانگی شخصیت؛ به عبارتی «نفاق معنای وسیعی دارد که هرگونه دوگانگی ظاهر و باطن، گفتار و عمل را شامل می‌شود؛ هر چند اگر در افراد مؤمن باشد، ما از آن به‌عنوان «رگه‌های نفاق» نام می‌بریم» (مکارم شیرازی، ۱۳۷۴، ۱، ۱۰۰). عدم هماهنگی گفتار و رفتار به تدریج باعث به وجود آمدن نفاق می‌شود؛ زیرا شخصی که دیگران را به کاری ترغیب می‌کند، اما رفتار خودش هم‌سو با گفتار گذشته‌اش نیست، به‌مرور زمان احساس ذلت و ضعف اراده می‌کند و احساس ناتوانی در انجام اعمال، به تدریج باعث نفاق می‌شود. این تحلیل برخاسته از سخن روان‌شناسانه امام علی علیه السلام است که فرموده‌اند: «نَفَاقُ الْمَرْءِ مِنْ ذُلِّ يَجِدُهُ فِي نَفْسِهِ» (تمیمی آمدی، ۱۴۱۰ ق، ۷۲۲)؛ (منشأ نفاق شخصی، ذلتی است که وی در خودش احساس می‌کند).





صراحت بیان آسیب نفاق که برخاسته از گفتار بدون عمل است، در دیگر کلام بصیرت‌بخش امام علی علیه السلام هویدا است که می‌فرماید: «أَظْهَرَ النَّاسِ نِفَاقًا مَنْ أَمَرَ بِالطَّاعَةِ وَ لَمْ يَعْمَلْ بِهَا وَ نَهَى عَنِ الْمُعْصِيَةِ وَ لَمْ يَنْتَهَ عَنْهَا» (تمیمی آمدی، ۱۴۱۰ ق، ۲۰۶)؛ (آشکارترین مردم از جهت نفاق کسی است که به طاعت امر می‌کند، در عین حال خودش به آن عمل نمی‌کند؛ و از معصیت نهی می‌کند، در عین حال خودش نسبت به آن معصیت پروا نمی‌کند). چنین دوگانگی، سخت مورد مذمت قرآن کریم قرار گرفته و سخنوران بدون عمل را حتی از گفتن سخن حق هم منع می‌کند. «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَعْمَلُونَ كَبُرَ مُقْتًا عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ» (صف، ۲-۳)؛ (ای کسانی که ایمان آورده‌اید! چرا سخنی می‌گویید که عمل نمی‌کنید؟! نزد خدا بسیار موجب خشم است سخنی بگویید که خود عمل نمی‌کنید!) بر این اساس هر دو جهت عدم هماهنگی گفتار و رفتار مورد مذمت و ملامت قرآن قرار می‌گیرد؛ هم اینکه انسان به حرف‌هایی که می‌زند، عمل نکند و هم اینکه دیگران را به چیزی ترغیب کند که خودش عمل نمی‌کند؛ در هر دو صورت، نفاق یکی از پیامدهای آن خواهد بود.

### از بین رفتن علم و آگاهی

معمولاً مبلغ دینی پیرامون مطلبی که برای مخاطبان بیان می‌کند، نسبت به آن آگاهی نسبی و علم اجمالی دارد و بالطبع گفتارش برخاسته از دانش او است. پیامد عمل نکردن به گفته خویش، از بین رفتن همان آگاهی است. پیامد مذکور به‌ویژه در علوم و معارف دینی که در جهت هدایت مردم نقش مستقیم دارد، خیلی پررنگ است؛ ضمن آنکه در سایر علوم نیز وقتی دانش از جانب حاملانش به‌کار بسته نشود، به‌مرور زمان از فکر و قلب دارنده‌اش محو می‌شود. امام صادق علیه السلام در این باره می‌فرماید: «الْعِلْمُ مَقْرُونٌ إِلَى الْعَمَلِ فَمَنْ عَمِلَ عَمِلَ وَ مَنْ عَمِلَ عَمِلَ وَ الْعِلْمُ يَهْتِفُ بِالْعَمَلِ فَإِنْ أَجَابَهُ وَ إِلَّا اذْخَلَ عَنْهُ» (کلینی، ۱۴۰۷ ق، ۱، ۴۴)؛ (علم با عمل هم‌دوش است؛ هر کس بداند، باید عمل کند و هر کس



عمل می‌کند، باید علم داشته باشد. علم عمل را صدا می‌زند؛ اگر پاسخش گوید، می‌ماند و گرنه کوچ می‌کند). روایت فوق از امام علی علیه السلام در نهج البلاغه، حکمت ۳۶۶ نیز بیان شده است. از بهره‌وری علم محض و بدون عمل در کلام بزرگان دینی، به علم‌الدراسه یاد شده است؛ به این دلیل علم‌الدراسه گفته شده که «چند صباحی مهمان ماست و آنگاه از بین می‌رود و این علم بدون عمل، دلیلی علیه ماست و عامل ذلت ما خواهد بود، نه نردبان تعالی ما؛ علمی که به عمل صالح ختم نشود، حجتی بر علیه عالم است» (جوادی آملی، ۱۳۸۹، ۶، ۱۱۸).

### سستی در عقاید مبلغ و تزلزل در دین وی

شخصی که دیگران را به سوی خوبی‌ها دعوت می‌کند و یا از بدی‌ها نهی می‌کند، اما خودش در مقام عمل، پایبند به گفتارش نیست، یکی از دو بال پرواز و سلوک را ندارد؛ به عبارت دیگر، به جهت ناهماهنگی قول و فعل، به تدریج در علمش دچار تردید می‌شود و تردید در دانش، کم‌کم سستی عقیده و باور را در پی دارد. مفضل می‌گوید از امام صادق علیه السلام پرسیدم: نشانه اهل نجات چیست؟ حضرت فرمود: «مَنْ كَانَ فِعْلُهُ لِقَوْلِهِ مُوَافِقًا فَاتَّبَتْ لَهُ الشَّهَادَةُ وَ مَنْ لَمْ يَكُنْ فِعْلُهُ لِقَوْلِهِ مُوَافِقًا فَإِنَّهَا ذَلِكَ مُسْتَوْدَعٌ» (کلینی، ۱۴۰۷، ق، ۱، ۴۵)؛ (هر کس کردارش موافق گفتارش باشد، گواهی نجات او را ثبت کن و کسی که کردارش موافق گفتارش نیست، دین او متزلزل و لرزان است).

### حماقت و خودسوزی

حماقت و خودسوزی، آسیب دیگری است که به خود مبلغ بدون عمل وارد می‌شود. در تعریف حماقت می‌توان به روایت امام صادق علیه السلام مراجعه نمود که حماقت را ضد فهم و شناخت معرفی نموده و می‌فرماید: «وَ الْفَهْمُ وَ ضِدُّهُ الْحُمَقُ» (کلینی، ۱۴۰۷، ق، ۱، ۲۱). طبق اصل اعتدال، هر فضیلتی دارای دو جنبه افراط و تفریط است. فضیلت شناخت و فهم نیز اگر به مرحله تفریط برسد، حماقت نامیده می‌شود و جزو رذایل اخلاقی به شمار می‌رود.

بر اساس روایت شریفه پیشرو اگر کسی رذیلتی را نسبت به دیگران ناپسند بشمارد، ولی در عین حال خودش بر آن رذیلت پابرجا باشد و آن خصلت در اخلاق و رفتار او



متبلور باشد، جزو کم عقل ترین مردمان است. «أَحْمَقُ النَّاسِ مَنْ أَتَكَرَّ عَلَى عَيْرِهِ رَذِيلَةً هُوَ مُقِيمٌ عَلَيْهَا» (تمیمی آمدی، ۱۴۱۰ ق، ۲۱۵، ح ۵۱۸). چنین گوینده بی عملی در هر دفعه‌ای که به دیگران چیزی می‌آموزد، خودش عامل به گفته‌هایش نیست، او زیانکار و به خودسوزی مشغول است. منظور از خودسوزی، یعنی کسی که به فکر نجات و هدایت دیگران است، در عین حال هدایت خودش را مهم نمی‌داند و در بیراهه هلاکت گام برمی‌دارد. آیا این خودسوزی، حماقت نیست؟! در روایت آمده است مثل کسی که نیکی‌ها را به دیگران یاد می‌دهد، لکن خودش به آنها عمل نمی‌کند، مانند چراغی است که به دیگران روشنی می‌دهد، ولی خویشتن را می‌سوزاند؛ «مَثَلُ الَّذِي يَعْلَمُ الْخَيْرَ وَلَا يَعْمَلُ بِهِ مَثَلُ السَّرَاجِ يُضِيءُ لِلنَّاسِ وَ يَحْرِقُ نَفْسَهُ». (ورام بن ابی فراس، ۱۴۱۰ ق، ۲۱۴، ۲).

### پشیمانی هنگام مرگ و پس از مرگ

هر انسانی در لحظات مرگ حقایق را به وضوح می‌بیند و عملکرد گذشته‌اش فراروی وی قرار می‌گیرد؛ در آن لحظات پایانی، بسیاری از انسان‌ها افسوس می‌خورند که چرا حیات بهتر و زندگانی خدا گونه‌تری را نصیب خود نکرده‌اند؛ البته حسرت و پشیمانی عالمی که نسبت به دانسته‌ها و داشته‌هایش بی‌توجه بوده، بسیار بیشتر و دردآورتر خواهد بود (نبوی، ۱۳۸۴، ۷۴). امام علی علیه السلام در این باره می‌فرماید: «أَشَدُّ النَّاسِ نَدَمًا عِنْدَ الْمَوْتِ الْعُلَمَاءُ عَيْرُ الْعَامِلِينَ» (تمیمی آمدی، ۱۴۱۰ ق، ۲۰۵)؛ (پشیمان‌ترین مردم در لحظات مرگ، عالمان بی‌عمل هستند).

همچنین حسرت‌انگیزترین لحظات ورود به آتش در سرای دیگر، مربوط به کسی است که بندگان خدا را به سوی خداوند دعوت کرده و آنها پذیرفته‌اند؛ اما خودش معصیت پروردگار را مرتکب شده و در آن لحظات باید وارد آتش شود. امیر مؤمنان علیه السلام به نقل از رسول خدا صلی الله علیه و آله می‌فرماید: «إِنَّ أَشَدَّ أَهْلِ النَّارِ نَدَامَةً وَ حَسْرَةً رَجُلٌ دَعَا عَبْدًا إِلَى اللَّهِ فَاسْتَجَابَ لَهُ وَ قَبِلَ مِنْهُ فَأَطَاعَ اللَّهَ فَادْخَلَهُ اللَّهُ الْجَنَّةَ وَ أَدْخَلَ الدَّاعِيَ النَّارَ يَتْرُكُهُ عِلْمُهُ وَ اتِّبَاعِهِ الْهُوَى وَ طُولِ الْأَمَلِ» (کلینی، ۱۴۰۷ ق، ۱، ۴۴).



نکته پایانی آن است که آسیب‌های مربوط به مبلغ در موارد قبلی خلاصه نمی‌شود؛ بلکه شکاف بین قول و فعل مبلغ، پیامدهای دیگری نظیر ریا و تحریف هویت، قساوت قلب، از بین رفتن صداقت و جدال باطل را هم نصیب وی خواهد کرد که به دلیل جلوگیری از اطناب در این مقال، مجال دیگری طلب می‌شود.

## ۲.۲. آسیب‌های مربوط به مخاطبان

فاصله بین گفتار و رفتار مبلغ و به تعبیری قول بدون عمل، علاوه بر آسیب‌رسانی به خود مبلغ، پیامدهای نامطلوب اجتماعی نیز در پی دارد و باعث عدم نفوذ کلام در قلوب و حتی مقاومت منفی از طرف مردم می‌شود و آنها را نسبت به معارف دینی بی‌رغبت می‌کند و حتی بدتر آنکه موجب سستی و انحراف در اعتقادات و رفتارهای مخاطبان می‌شود.

### بی‌رغبتی مردم نسبت به قول مبلغ

در فرآیند تبلیغات، اعتمادسازی مخاطبان، نقش عمده‌ای در تأثیرگذاری فکری، عاطفی و رفتاری آنها دارد و جزء اولین مراحل دعوت محسوب می‌شود؛ یعنی تا زمانی که مخاطبان احساس اعتماد به مبلغ نداشته باشند، عملاً تأثیرپذیری آنها به وقوع نمی‌پیوندد. به همین جهت از نخستین وظایف مبلغان، همگام شدن با مخاطبان و جلب اعتماد ایشان است. ویژگی اعتمادسازی باید تا پایان فرآیند تبلیغ حفظ شود وگرنه در هر برهه‌ای از زمان که اعتماد مخاطب نسبت به مبلغ کاهش یابد، اثرگذاری تبلیغ، کم‌رنگ و یا سلب خواهد شد؛ چرا که «اعتمادسازی راه ورود به متقاعدگری است» (حاجی‌پور، ۱۳۹۲، ۳۱).

پرواضح است که وقتی مخاطبان از یک‌سو گفتار یک مبلغ را بشنوند، اما در خارج از محیط سخنوری، عمل وی را منافی و متضاد با گفته‌هایش مشاهده نمایند، در واقع اعتماد آنها از او سلب می‌شود و بدین جهت سخنان وی در قلوب آنها نفوذ نمی‌کند؛ به عبارتی دیگر، رفتار منفی مبلغ باعث می‌شود آنها گفتار وی را نیز مطلوب قلمداد نکنند



و هرگاه وی به دعوت و تبلیغ بپردازد، مخاطبان نسبت به پذیرش مطالب مقاومت نمایند و این وضعیت، یکی از بدترین حالت‌های ممکن در فرآیند تبلیغی خواهد بود.

امام صادق علیه السلام می‌فرماید: «إِنَّ الْعَالِمَ إِذَا لَمْ يَعْمَلْ يَعْلَمِهِ زَلَّتْ مَوْعِظَتُهُ عَنِ الْقُلُوبِ كَمَا يَزُلُّ الْمَطَرُ عَنِ الصَّخَاةِ» (کلینی، ۱۴۰۷، ۱، ۴۴)؛ (چون عالم به علم خویش عمل نکند، موعظه و اندرز از دل‌های شنوندگان بلغزد، چنان‌که باران بر روی سنگ صاف می‌لغزد). در روایتی به این مطلب اشاره شده که عالمان بی‌عمل و مبلغان خوش‌سخن بدرکدار از چشم مردم می‌افتند و جایگاهی نزد مردم ندارند. امام علی علیه السلام درباره آنها تعبیر «هَانُوا عَلَي النَّاسِ» را به کار می‌برد؛ یعنی در نظر مردم، خوار و بی‌مقدارند (ابن شعبه حرانی، ۱۳۶۳ ق، ۲۰۲).

#### بی‌رغبتی مردم نسبت به معارف دینی

علم بدون عمل و گفتار خوب بدون رفتار شایسته، آن‌قدر تأثیر بدی در افکار عمومی مخاطبان می‌گذارد که علاوه بر بی‌اعتمادی مردم نسبت به قول مبلغ، آنها را نسبت به اصل معارف دینی نیز بی‌رغبت می‌کند. حضرت علی علیه السلام می‌فرماید: «إِنَّمَا زَهَدَ النَّاسُ فِي طَلَبِ الْعِلْمِ لِمَا يَرَوْنَ مِنْ قَلَّةِ انْتِفَاعٍ مِنْ عِلْمٍ بِلَا عَمَلٍ» (دبلمی، ۱۴۱۲، ۱، ۱۵)؛ (علت این‌که مردم رغبت در طلب علم ندارند، این است که می‌بینند علمای بدون عمل از علم خود بهره نمی‌برند).

نکته‌ای که همین‌جا یادآوری و یادسپاری‌اش ضرورت دارد، آن است که اگرچه گفتار، سخنوری و قول مبلغ در مخاطبان تأثیر فراوانی می‌گذارد، اما به نظر می‌رسد دامنه تأثیرگذاری قولی فراتر از فکر و اندیشه و احساس و عواطف مخاطبان نباشد؛ ولی آنچه در ترغیب عملی و رفتاری مخاطبان اصالت دارد، فعل و رفتار مطلوب مبلغان دینی است. این مطلب فارغ از جنبه روان‌شناسانه‌اش، برخاسته از متن حدیثی است که امام صادق علیه السلام از رسول‌الله صلی الله علیه و آله نقل نموده که فرمود: «قَالَتِ الْحَوَارِيُّونَ لِعِيسَى يَا رُوحَ اللَّهِ مَنْ نُجَالِسُ قَالَ مَنْ يُذَكِّرُكُمُ اللَّهُ رُؤْيَيْتُهُ وَ يَزِيدُ فِي عِلْمِكُمْ مَنْطِقُهُ وَ يُرَغِّبُكُمْ فِي الْآخِرَةِ عَمَلُهُ» (کلینی، ۱۴۰۷، ۱، ۳۹)؛ (حواریون به عیسی علیه السلام گفتند: یا روح‌الله با چه کسی مجالست کنیم؟



فرمود: با کسی که دیدار او شما را به یاد خدا می‌اندازد و سخن او بر دانش شما می‌افزاید و عمل او شما را به آخرت ترغیب و تشویق می‌کند).

### سستی اعتقادی و انحراف رفتاری برخی مردم

بر اساس آموزه‌های اسلامی، هر کسی خودش مسئول افکار، اعتقادات و رفتار است و اختیار و انتخاب انسانی همیشه بر هر عامل دیگری اولویت دارد؛ لکن هم‌نشین و دوست، بزرگ‌تر یک گروه، مدیر یک جمعیت و هر شخص صاحب نفوذ در هدایت یا گمراهی افراد جامعه تأثیرگذار است. یک مبلغ دینی در جایگاه سخنگوی معارف اسلامی، جایگاه قابل اعتماد و موقعیت ذی‌نفوذی در نزد مخاطبان دارد و سخن مشهور «الناس علی دین ملوکهم» صحیح به نظر می‌رسد. ضمن آنکه در زمینه تأثیرپذیری دینی از هم‌نشین و قرین، در تصریح روایت وجود دارد؛ آنجا که امام صادق علیه السلام به نقل از پیامبر صلی الله علیه و آله می‌فرماید: «الْمَرْءُ عَلَى دِينِ خَلِيلِهِ وَ قَرِينِهِ» (کلینی، ۱۴۰۷ ق، ۲، ۳۷۵)؛ (انسان بر دین دوست و هم‌نشین خود است). به همین جهت، گوینده معارف والای دینی که به دلیل ارائه و انتقال همان معارف بالا، مرتبتی والا پیدا کرده، اگر در مقام عمل به بیراهه قدم بگذارد و کاملاً برخلاف گفتارش رفتار نماید، نه تنها شخصیت حقیقی‌اش مورد اعتماد مخاطبان نخواهد ماند و نه تنها توده مردم به معارف و مسائل دینی بی‌رغبت می‌شوند، بلکه بدتر آنکه موجب می‌شود همان اعتقاداتی که در حال حاضر دارند، سست شود و حتی جرئت و جسارت در انواع انحرافات پیدا کنند.

باز هم با تأکید بر حق انتخاب و اختیار هر انسانی تصریح می‌شود، توده مردم نسبت به افراد صاحب نفوذ فکری و لسانی به راحتی تأثیرپذیرند. آیه شریفه قرآن چنین تأثیرپذیری منفی را بیان می‌کند؛ آنجا که سخن پیروی‌کنندگان ضعیف و تقلید آنها از بزرگان خویش در قیامت را نقل نموده، می‌فرماید: «فَقَالَ الضُّعْفَاءُ لِلَّذِينَ اسْتَكْبَرُوا إِنَّا كُنَّا لَكُمْ تَبَعًا» (ابراهیم، ۲۱)؛ ضعیفان به مستکبران می‌گویند: ما (در دنیا) پیرو شما بودیم. همچنین آیه شریفه دیگری نیز به این نکته توجه داده و درباره گمراهی عده‌ای به علت



تبعیت از بزرگان خویش می‌فرماید: «وَقَالُوا رَبَّنَا إِنَّا أَعْطَيْنَا سَادَتَنَا وَكِبْرَاءَنَا فَأَصَلُّونَا السَّبِيلَا» (احزاب، ۶۷)، (و می‌گویند: پروردگارا ما از سران و بزرگان خود اطاعت کردیم و ما را گمراه ساختند)؛ در هر دو صورت، وقتی مبلغ معارف و مسائل دینی که از بزرگان تأثیرگذار یک منطقه محسوب می‌شود، بی‌توجه به اعمال خویش باشد، با توجه به نقش اثرگذارش نه‌تنها در مجموع تبلیغش مثبت نخواهد بود، بلکه باعث سست شدن عقاید معمول مخاطبان خواهد شد و حتی برخی توده مردم به سمت انحرافات رفتاری کشیده می‌شوند و در عصیان نسبت به دستورات الهی جری و جسور خواهند شد.

### ۲.۳. آسیب مربوط به نهاد روحانیت

به‌طور مسلم، تبلیغ به‌صورت سیستمی و سازمانی کارآمدتر و اثربخش‌تر است. نهاد روحانیت به‌عنوان معتبرترین نهاد تبلیغات دینی، برای آنکه بتواند نقش خطیر و رسالت الهی خویش را به‌صورت سازمانی و گروهی و به‌نحو احسن انجام دهد و تبلیغ را به معنای واقعی کلمه (که رساندن پیام به عمق فکر و جان مخاطبان است) به سرانجام برساند، ناگزیر باید مؤلفه‌هایی را که باعث جلب اعتماد مخاطبان می‌شوند، تقویت کند. یکی از مهم‌ترین شاخص‌های تقویت نهاد روحانیت، قدرت این نهاد است (حسین‌زاده، احمد، ۱۳۸۲، ۷۲، ۷۵). قدرت را می‌توان در امور مختلفی تحلیل نمود؛ اما با توجه به رویکرد مقاله حاضر، یعنی هماهنگی قول و فعل مبلغ، نهاد روحانیت که متشکل از مبلغان دینی است، باید قدرت عمل به‌گفتار خویش را داشته باشد و هر چه در این زمینه توانمندتر باشد، تأثیر و نفوذ فکری و رفتاری بیشتری خواهد داشت. همچنین یکی دیگر از مؤلفه‌های تقویت‌سازی نهاد روحانیت جهت تأثیرگذاری بیشتر بر مخاطبان، شاخصه اعتبار است. اعتبار پیام‌دهنده، یعنی درجه مقبولیت او در نزد مخاطبان. اعتبار نهاد روحانیت و مقبولیت مبلغان زمانی حفظ می‌شود و یا زمانی افزایش پیدا می‌کند که تک‌تک مبلغان، هماهنگی بین گفتار و رفتار را سرلوحه زندگی خویش قرار دهند.



با توجه به دو شاخص مهم مذکور، پرسشی مطرح می‌شود که چگونه ممکن است اعتبار، قدرت و جایگاه اجتماعی نهاد روحانیت نزد افکار عمومی کم‌رنگ یا محو شود؟ پاسخ به همان عملکرد مبلغان برمی‌گردد؛ بنابراین حتی اگر افراد اندکی از درون نهاد تبلیغاتی با عظمت و مؤمن روحانیت، تطابق گفتاری و رفتاری نداشته باشند، باز هم اعتبار اجتماعی و اعتماد عمومی مردم نسبت به این نهاد مقدس کاهش خواهد یافت و این تقصیر اندکی نیست و شاید عذری نپذیرفتنی برای مبلغ بدون عمل باشد که مایه بدبینی توده مردم نسبت به سایر مبلغان بزرگوار خواهد بود. مردمی که به تعبیر مقام معظم رهبری جایگاه ارزشمندی برای نهاد روحانیت قائل هستند: «مردم، روحانیت، این لباس و من و شما را مظهر این چیزها می‌دانند و مؤمن به حساب می‌آورند. گاهی خودشان اشتباه و خطا می‌کنند و دچار شهوت، غضب، پول‌پرستی، تجمل‌پرستی و کارهایی که بالاخره بشر در طبیعتش هست، می‌شوند و نقص خودشان را به پای کمالی می‌گذارند که در روحانیت به حساب می‌آورند. می‌گویند اگر ما ناقصیم، او کامل است؛ اگر ما نمی‌فهمیم، او حکم خدا را می‌فهمد؛ اگر رابطه ما با خدا ضعیف است، او رابطه‌اش قوی است؛ پس هر چه او می‌گوید، ما «مُتَقَرَّبًا إِلَى اللَّهِ» عمل می‌کنیم» (خامنه‌ای، ۱۳۶۹، ۲۹۲).

### راهکارهای هماهنگی بین قول و فعل مبلغ

هر چند یک مبلغ دینی، انسانی معصوم و به دور از خطا و اشتباه نیست، در عین حال هر چقدر تلاش کند رفتاری در خور شأن گفتار شایسته‌اش داشته باشد، تبلیغی با اثرگذاری مثبت‌تری خواهد داشت. برای هماهنگی بین قول و فعل مبلغ و به تعبیری برای رهایی از آسیب‌های ناشی از شکاف بین گفتار و رفتار وی، راهکارهایی پیشنهاد می‌شود؛ راهکارهایی که به آیات شریفه و روایات معصومین مستند است.

### ۳.۱. افزایش آگاهی نسبت به محتوا و جایگاه تبلیغ

امام علی علیه السلام می‌فرماید: «لَا تَقُلْ مَا لَا تَعْلَمُ». (سیدرضی، ۱۴۱۴، ۳۹۷، ن ۳۱). شایسته و بلکه بایسته است مبلغ دینی، علم و آگاهی خویش را نسبت به معارف دینی تعمق



بخشد و از روی آگاهی سخن بگوید. آگاهی عمیق پیرامون مسئله، باعث ترغیب انسان نسبت به آن کار می‌شود. به‌عنوان مثال، آگاهی عمیق پیرامون هر فضیلت یا رذیلت اخلاقی تا حدود زیادی باعث ایجاد انگیزه نسبت به انجام یا ترک آن فضیلت یا رذیلت می‌شود و البته ظرفیت وجودی‌اش هم به اندازه‌ای خواهد رسید که دیگر هر سخنی نمی‌گوید و بلکه عالماً و عاملاً در جهت تبلیغ دین الهی و هدایت بندگان خدا سخن خواهد گفت.

به تعبیری دیگر، آگاهی عمیق مبلغ نسبت به پیام، باور درونی به حقایق پیام ایجاد می‌کند و همین امر سبب تبلیغ می‌شود. (الهامی‌نیا، علی‌اصغر، ۷۵). قرآن مجید در این باره به پیامبر ﷺ می‌فرماید: «قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُوا إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ» (یوسف، ۱۰۸) (بگو، این راه من است! من و پیروانم با بصیرت کامل (مردم را) به سوی خدا دعوت می‌کنیم، خداوند منزّه است و من از مشرکان نیستم).



نکته دیگر آنکه مبلغ در جایگاه تبلیغ، ترویج و دعوت‌کنندگی است؛ از این رو باید آگاهی و علم خویش را پیرامون علم تبلیغ و دانش ارتباطات افزایش دهد؛ زیرا که با تمسک به آموزه‌ها و گزاره‌های سرشار آیات قرآن و روایات معصومین، استمداد از دانش ارتباطی، لازمه بصیرت افزایی مبلغ است. تسلط نسبی پیرامون فرآیند تبلیغ، دعوت، اقتناع، نفوذ و تأثیرگذاری، گفتاری موشکافانه‌تر و تحلیلی‌تر و عملکرد و رفتاری مطلوب‌تر از ناحیه مبلغ دینی در پی خواهد داشت و این برخورد گفتاری و رفتاری شایسته‌تر، ترغیب‌کننده مردم و مشوق ایشان به سوی معارف و معروف‌هاست. آگاهی افزایی در زمینه مقوله تبلیغ، این اصل را نتیجه می‌دهد که علاوه بر هماهنگی قول و فعل، رفتار عملی مهم‌تر و اثرگذارتر از گفتار است. امام علی علیه السلام در این باره می‌فرماید: «بَيِّنْغِي أَنْ تَكُونَ أَفْعَالُ الرَّجُلِ أَحْسَنَ مِنْ أَقْوَالِهِ وَلَا تَكُونَ أَقْوَالُهُ أَحْسَنَ مِنْ أَفْعَالِهِ». (تمیمی آمدی، ۱۳۶۶، ۲۱۱)؛ (سزاوار است رفتارهای مرد از گفتارهای او نیکوتر باشد و نه آن‌که) سخنان او از کردارهایش نیکوتر باشد).

### ۲.۳. سکوت در عدم سلوک

برای آنکه پیام‌رسان دینی به پیامدهای منفی ناهماهنگی گفتار و رفتار دچار نشود، یکی از بهترین راهکارها آن است که تنها تبلیغ‌کننده و دعوتگر معارف و فضایی باشد که آنها را در زندگی به کار بسته و یا در مقام موعظه، نسبت به آن دسته از رذایل و افعال ناپسند هشدار دهد و زبان به نکوهش بگشاید که خودش در مقام عمل واقعاً از آنها دوری گزیده است؛ ذات نایافته از هستی‌بخش، کی تواند که شود هستی‌بخش. سخن امیرمؤمنان علی علیه السلام هرگونه شبهه، ایراد و اشکال را بر این مطلب دفع می‌کند، آنجا که ایشان می‌فرماید: «أَيُّهَا النَّاسُ إِنِّي وَاللَّهِ مَا أَحْبُّكُمْ عَلَى طَاعَةٍ إِلَّا وَ أَسْفُكُمْ إِلَيْهَا وَ لَا أَنهَاكُمْ عَنْ مَعْصِيَةٍ إِلَّا وَ أَنْتَاهَى قَبْلَكُمْ عَنْهَا» (سیدرضی، ۱۴۱۴، ۲۵۰، خ ۱۷۵)؛ (ای مردم، به خدا قسم شما را به طاعتی ترغیب نمی‌نمایم، جز اینکه خود به عمل به آن از شما پیشی می‌گیرم و از گناهی باز نمی‌دارم مگر اینکه قبل از شما از آن باز می‌ایستم).

بر این اساس، تعبیر دیگری که در این راستا می‌توان بیان نمود، آن است که مبلغ پیام دینی، قبل از ابلاغ معارف اسلامی ابتدا خود باید بالغ باشد؛ یعنی راه را رفته و نسبت به معارف اسلامی سلوک داشته باشد. البته سخن در عمل مبلغ، شامل مسائل خاصی چون بیان احکام خاص بانوان نمی‌شود؛ بلکه بحث در محتوای تبلیغاتی است که پیامبران برای مبلغان علوم دینی به ارث گذاشته‌اند و بر آنها اصرار داشته‌اند؛ باورهای اعتقادی، فضایل و قبح رذایل اخلاقی و همه معارف ناب توحیدی که مبلغ خودش توانایی انجام آن را دارد؛ ولی برخلاف گفته‌هایش خلاف آن در عمل‌کردش دیده می‌شود. در تفسیر تسنیم ذیل آیه ۲۸۵ بقره در همین راستا آمده است: «عالمان دینی که وارثان انبیا هستند، وقتی در تعلیم کتاب، حکمت و تبلیغ معارف دین در نفوس مخاطبان خود موفق‌اند که فضایل محوری یاد شده را از موروثان خود به ارث برده باشند. معیار توفیق اینان به میزان بهره‌وری آنان از اصول مزبور است؛ بنابراین، مبلغان دینی قبل از ابلاغ احکام به دیگران بکوشند که خود از جهت علم و عمل به آنها بالغ شوند و مقدار ناکامی اینان در تبلیغ احکام به‌اندازه عجز علمی یا ضعف عملی است؛ البته گاهی علل خارجی و عوامل بیگانه بی‌اثر نیست» (جوادی آملی، ۱۳۸۸، ۱۲، ۷۰۱).



### ۳.۳. موعظه خویشتن

اگر تبلیغ حالت روزمرگی پیدا کند و مبلغ به مرحله‌ای از «عادت بیان گفتار» برسد که ترک آن برایش موجب مرض باشد، تبلیغش اثر چندانی ندارد. عادت بیان گفتار، نگاه ابزاری به آیات و روایات را در پی خواهد داشت؛ به گونه‌ای که شخص تنها از سر آماده نمودن سخنوری خویش به منابع قرآنی و روایی توجه می‌کند؛ توجهی که خویشتن خویش به فراموشی سپرده شده و مقدمه گفتار بدون عمل فراهم می‌شود. راهکاری که برای گریز از چنین وضعیت روانی - رفتاری پیشنهاد می‌شود، موعظه پیوسته خویشتن است؛ موعظه‌ای که می‌تواند از نگاه عمقی به همان آیات و روایات مورد ملاحظه به دست آید و مبلغ در ابتدا منبع قرآنی و روایی منظور را جهت تبلیغ درونی خودش استفاده کند و با موعظه‌ای که فارغ از آیه یا روایت خاصی، مبلغ را به اهتمام به زبان حال خویش وادارد. در روایتی آمده که خداوند به یکی از پیامبران بنی اسرائیل وحی نمود: «عِظْ نَفْسَكَ فَإِنَّ اتَّعَطَّتْ فَعِظِ النَّاسَ وَ إِلَّا فَاسْتَحْيِ مِثِّي» (ورام ابن ابی فراس، ۱۴۱۰ ق، ۱، ۲۳۹)؛ (خود را موعظه کن؛ پس اگر پند گرفتی، آنگاه مردم را موعظه کن وگرنه از من شرم کن).



### ۳.۴. تلاش در تزکیه نفس

قرآن کریم در آیاتی که تزکیه و تعلیم را به عنوان وظایف رسالت ذکر کرده در بیشتر موارد، تزکیه را بر تعلیم مقدم داشته که با توجه به فضای بیان آیات مربوطه، این دقت نشانگر اهمیت والای تزکیه و اصلاح نفس است. وقتی انسان در مقام تزکیه دیگران بر می‌آید، لازمه‌اش تزکیه سابق و حال حاضر خویشتن است. زمانی می‌توان در اصلاح جامعه بیرون موفق بود که بتوان در اصلاح جامعه درون توفیقی حاصل نمود. چگونه است که انسان عیوبی را درون خویشتن ببیند و به اصلاح آنها نپردازد، ولی غیر خود را نسبت به همان موارد نصیحت و موعظه نماید؟! این وضعیت موجب آسیب‌های متعددی خواهد شد؛ از این رو، یکی از راهکارهای مناسب جهت در امان ماندن از پیامدهای پیش‌گفته، تلاش در راه اصلاح خویشتن است که علمای اخلاق برای تزکیه و اصلاح نفس مراحل را برشمرده و تبیین نموده‌اند. علمای اخلاق تأکید می‌کنند که در

تهذیب نفس به چند نکته باید توجه کرد: ریاضت و تمرین، سلوک تدریجی، تداوم و استمرار در تهذیب، توجه به هر دو جنبه انجام واجبات و ترک محرمات و تمرکز اراده و خلوص نیت پیوسته در رفتار و گفتار (مهدوی کنی، ۱۳۸۴، ۳۹).

بیشتر مواردی که در تهذیب نفس گفته شد، ذیل کلیدواژه «صبر» قرار می‌گیرد که خود قرآن کریم پس از نکوهش گفتار بدون عمل، به استعانت از صبر فرا می‌خواند و می‌فرماید: «تَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْبِرِّ وَ تَنْسَوْنَ أَنْفُسَكُمْ وَ أَنْتُمْ تَتْلُونَ الْكِتَابَ أَ فَلَا تَعْقِلُونَ . وَ اسْتَعِينُوا بِالصَّبْرِ وَ الصَّلَاةِ وَ إِنَّهَا لَكَبِيرَةٌ إِلَّا عَلَى الْخَاشِعِينَ» (بقره، ۴۴-۴۵). با توجه به آیات شریفه به نظر می‌رسد صبر در مطابقت قول و فعل و گفتار و کردار تأثیر فوق‌العاده‌ای دارد، همچنان که بر اساس سایر آیات، صبر سرچشمه همه کمالات انسانی است؛ البته مفهوم صبر، مفهومی ایستا نیست؛ بلکه پویا و محرک انسان در هر کار پیشرو است.

مرکز تحقیقات کامپیوتر علوم اسلامی



## جمع‌بندی

لزوم هماهنگی قول و فعل مبلغ علاوه بر آنکه عنصر مهمی در تبلیغات و ارتباطات اثرگذار است، مورد تأکید آیات و روایات فراوانی قرار گرفته است و می‌تواند به‌عنوان یک اصل و معیار مهم در تبلیغ موفق مورد ملاحظه جدی واقع شود. شکاف بین قول و فعل مبلغ در عرصه تبلیغ، پیامدهای منفی بسیاری از جهت اعتقادی، روانی و رفتاری به خود مبلغ وارد می‌آورد که تزلزل در دین، سلب آگاهی و تضاد شخصیتی، همچنین حماقت و خودسوزی و پشیمانی و حسرت هنگام مرگ و پس از مرگ و بدتر از همه موارد، لعن خداوند را در پی دارد. علاوه بر ضررهای وارد آمده بر خویشستن، چنین ردیلت تبلیغاتی، آسیب‌های اجتماعی قابل تأملی نیز ایجاد می‌کند که هم مردم را نسبت به گفتار مبلغ و بلکه نسبت به دین بی‌رغبت نموده، هم موجبات سستی اعتقادات ایشان را فراهم می‌آورد؛ ضمن آنکه گفتار بدون عمل مبلغ دینی، امکان بدبینی توده مردم را به نهاد دلسوز روحانیت سبب خواهد شد؛ نهاد سازمان‌یافته‌ای که بزرگ‌ترین دغدغه‌اش، تبلیغ، ترویج و نهادینه‌سازی معارف اسلامی است. برای کاهش فاصله بین قول و فعل مبلغ، چند پیشنهاد به‌عنوان راهکار که مستند به تصریح و اشاره آیات و روایات است، ارائه شد. افزایش آگاهی مبلغ نسبت به محتوای تبلیغی و نسبت به جایگاه تبلیغات، سکوت در عدم سلوک، موعظه پیوسته خویشستن و تلاش در جهت تزکیه و تهذیب نفس که همان رفتار عملی مبلغ است، راه‌حل‌های پیشنهادی محسوب می‌شوند.

پس از پژوهش در محضر خلیل عظیمی از آیات و روایات و جمع‌بندی مطالب پیش‌گفته که شامل لزوم هماهنگی قول و فعل مبلغ، بیان آسیب‌های مختلف ناشی از شکاف گفتار و رفتار وی و ارائه راهکارهایی جهت هماهنگ‌سازی همه‌جانبه مبلغان بود، تحقیق حاضر بر دقت بیشتری در یک نکته خاص به‌عنوان نتیجه نهایی مقاله اصرار می‌کند و آن، توجه مبلغ به «خود» است. منظور از توجه به خود، خودگرایی یا

خودمحوری نیست؛ بلکه منظور آن است که در عرصه تبلیغات دینی، اولین کسی که باید پیام را درک کند و البته در سراسر زندگی اش به کار ببندد، «خود» مبلغ است. با چنین دیدگاهی، خود مبلغ هم یکی از مخاطبان پیام دینی خواهد بود. به همین جهت اگر او دلسوز مردم در جهت هدایت به صراط مستقیم است، به طور مسلم ابتدا باید دلسوز خویشتن باشد. بر این اساس، علاوه بر آنکه مبلغ پیوسته خود را مخاطب خطاب‌های قرآنی و روایی می‌بیند و همیشه به موعظه خویشتن اهتمام دارد، به عنوان مبلغ هم خود را فراتر از دیگران نمی‌داند؛ بلکه خود را مسئول و موظف نسبت به رساندن پیام دینی خواهد دانست. با توجه به خود و عدم خود فراموشی، غالباً گفتار و رفتار مبلغ هماهنگ بوده و وی از آسیب‌ها و پیامدهای منفی فردی و اجتماعی به دور خواهد ماند.

مرکز تحقیقات کامپیوتر علوم اسلامی



- \* قرآن کریم.
۱. ابن شعبه حرانی، حسن؛ *تحف العقول*؛ تصحیح علی اکبر غفاری، چاپ دوم، قم: جامعه مدرسین، ۱۴۰۴.
  ۲. تیمی آمدی، عبدالواحد؛ *غررالحکم و دررالکلم*؛ تصحیح سید مهدی رجائی؛ چاپ دوم، قم: دارالکتب الاسلامی، ۱۴۱۰ ق.
  ۳. جوادی آملی، عبدالله؛ *تفسیر تسنیم*؛ تحقیق محمد حسین الهی زاده؛ قم: اسراء، ۱۳۸۸.
  ۴. جوادی آملی، عبدالله؛ *سیره پیامبران در قرآن*؛ تحقیق علی اسلامی؛ چاپ پنجم، قم: اسراء، ۱۳۸۹.
  ۵. حاجی پور، حسین و سید محمدجواد حسینی؛ *قرآن و مبانی گفت‌وگو «بازتعریف اقناع اندیشه مخاطب از منظر قرآن کریم»*؛ چاپ اول، قم: سوق، ۱۳۹۲.
  ۶. حسین زاده، احمد؛ «منبر»؛ نقش ارتباطات و عوامل اجتماعی مؤثر بر تبلیغ چهره به چهره؛ مجله معرفت، شماره ۷۲، موسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی، آذر ۱۳۸۲.
  ۷. خامنه‌ای، سید علی؛ *نرم‌فزار حدیث ولایت*؛ مجموعه رهنمودهای مقام معظم رهبری، مجموعه بیانات، ۱۳۶۹.
  ۸. سیدرضی، محمد؛ *نهج البلاغه (الصبحی صالح)*؛ تصحیح فیض الاسلام؛ چاپ اول، قم: هجرت، ۱۴۱۴ ق.
  ۹. دلمی، حسن؛ *ارشاد القلوب الی الصواب*؛ چاپ اول، قم: شریف رضی، ۱۴۱۲ ق.
  ۱۰. طباطبایی، محمدحسین؛ *المیزان فی تفسیر القرآن*؛ چاپ پنجم، قم: دفتر انتشارات اسلامی جامعه مدرسین، ۱۴۱۷ ق.
  ۱۱. کلینی، محمد؛ *کافی*؛ تصحیح علی اکبر غفاری و محمد آخوندی؛ تهران: دارالکتب الاسلامیه، ۱۴۰۷ ق.
  ۱۲. مطهری، مرتضی؛ *مجموعه آثار استاد شهید مطهری*؛ قم: صدرا، جلد ۲۲، ۱۳۷۷.
  ۱۳. مکارم شیرازی، ناصر و همکاران؛ *تفسیر نمونه*؛ چاپ اول، تهران: دارالکتب الاسلامیه، ۱۳۷۴.
  ۱۴. مهدوی کنی، محمدرضا؛ *نقطه‌های آغاز در اخلاق عملی*؛ چاپ هفتم، تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی، ۱۳۸۴.
  ۱۵. نبوی، محمدحسن؛ «هم بگوئیم و هم عمل کنیم»؛ مجله مبلغان، شماره ۷۴، معاونت تبلیغ و آموزش‌های کاربردی حوزه علمیه قم، دی و بهمن، ۱۳۸۴.
  ۱۶. ورام بن ابی فراس، مسعود؛ *تنبیه الخواطر و نزه النواظر المعروف به مجموعه ورام*؛ چاپ اول، قم: فقیه، ۱۴۱۰ ق.