عنوان کتاب/اثر: بایسته های تبلیغی (2) : به مناسبت فرا رسیدن ماه مبارک رمضان و اعزام طلاب و روحانیون برای تبلیغ / [illegible]
نشریه: اطلاعات 1372/11/23
صفحه 1/1

به مناسبت فرا رسیدن ماه مبارک رمضان و اعزام طلاب و روحانیون برای تبلیغ

حوزه و بایسته‌های تبلیغی

● بخش دوم

■ محمدصادق مزینانی

از آن جا که کنایه و اشاره [illegible] مؤثرتر است، چنان که گفته‌اند: «الکنایه ابلغ من التصریح»، استکبار جهانی در تبلیغات خود، از این شیوه در اتهام به افراد و جریانهای انقلابی و آزادیخواه استفاده بسیاری می کند. به عنوان مثال: گفته می‌شود: می گویند در زندانهای فلان کشور شکنجه وجود دارد. و یا حقوق بشر مراعات نمی شود و... این تبلیغات تاثیر زیادی بر مخاطبین نمی گذارد، و تا جایی که ممکن است تکرار این تبلیغات، آن کشور را از نظر گیرندگان پیام تبلیغاتی به کلی از اعتبار ساقط کند.

د ـ تجاهل عمدی:

اگر مقابله کننده عناصر قویی که به او امکان رویارویی با بعضی از عناصر تبلیغات مخالف را می‌دهد نداشته باشد، در مورد آنچه طرف او به عنوان پیامهای تبلیغاتی در بعضی از امور انتشار می‌دهد، به تجاهل متوسل می‌شود. به عنوان مثال: اکثر رادیوهای غربی، رادیو اسرائیل در رابطه با تظاهرات روز قدس در آخرین جمعه ماه مبارک رمضان این گونه عمل می کنند.

هـ ـ وضوح:

در بسیاری از مواقع مبلغ در پیام تبلیغاتی خویش عباراتی را به عنوان این که به اندازه کافی روشن هستند به کار می گیرد، با وجود این که محل بحث است و صحت آن مسلم نیست.

و ـ توجه به انگیزه‌هایی که مخاطب پیام تبلیغاتی را به حرکت وا می‌دارد یکی دیگر از تکنیک‌های تبلیغاتی است.

تکرار پیام تبلیغاتی با توجه به شرایط خاص آن، مبالغه در مواقع و وقایع معین، جعل خبر و دروغ‌پردازی به نحوی که کشف نشود، ارائه نظر به عنوان حقیقت، اعتماد به منابع موثق، ارتباط دروغین، استخدام عاطفه و غریزه اتحاد در تبلیغات جمعیتهایی که روابط مشترکی مثل: دین، نژاد، جنس زن و مرد، محیط اجتماعی، کار و تابعیت آنها را به هم مربوط می‌سازد و... از دیگر تکنیکهای تبلیغاتی به شمار می آیند.[۳۲]

بخشی از این تکنیکها از جمله: دروغ، ارائه نظر به عنوان حقیقت، ارتباط دروغین، و... که امروزه از سوی مستکبران و ایادی آنان به کار گرفته می‌شود، از دیدگاه اسلام مشروع نیست، ولی در هر حال شناخت آنها و نحوه به کارگیری آن امری لازم و ضروری است.

> ■ امروزه، رادیو، تلویزیون، سینما، تأتر، موسیقی، روزنامه، مجله، رمّان، داستان، طنز، کاریکاتور، نقاشی، شعر و... از ابزارهایی هستند که در تبلیغات بکار گرفته می‌شوند و حضور فرهنگی، سیاسی و تبلیغی حوزه در سطح جهان و پاسخگویی فکری، فرهنگی، تفریحی و... نسل معاصر، تنها و تنها با استفاده معقول از این ابزارها امکان‌پذیر است.

۳ـ آگاهی از نیازها:

پیامبران الهی، افزون بر دعوت مردم به اصول مشترك، به شرایط خاص زمان و اجتماع خویش توجه داشته و در تبلیغ بر نیاز زمان تکیه می کردند. سر تفاوت محتوای دعوت پیامبران پس از اشتراك در اصول همین است، به عنوان مثال: «ابراهیم» با خرافه‌پرستی، بت‌پرستی، خضوع در برابر کواکب که چهره خدایی گرفته‌اند، مبارزه می کند.[۳۳] اما لوط در دعوت خویش به بعد اخلاقی آن توجه بیشتری دارد، چرا که انحراف جنسی و اخلاقی دامن‌گیر قوم او بوده است.[۳۴]

در دعوت شعیب بعد اقتصادی بیشتر مورد توجه است، چون غارتگری و تجاوز به اموال دیگران در قوم او رایج بود.[۳۵]

و در دعوت صالح مبارزه با دنیاگرایی و مظاهر آن از قبیل: تجمل‌پرستی اشرافی‌گری، جاه‌طلبی و... نمایان است.[۳۶]

و در دعوت موسی اصلاحات سیاسی و اجتماعی و مبارزه بالاستکبار فرعونی، ثروت و نیرنگ و سحر و در دعوت عیسی زهد و پارسایی و... غلبه دارد.[۳۷]

کوتاه سخن این که: پیامبران الهی به نیاز زمان در تبلیغات خویش توجه داشتند. پیامبر اکرم (ص) و ائمه معصومین (ع) علاوه بر رعایت نیاز زمان در دعوت و هدایت مردم، دیگران را نیز به شناخت زمان و اهل زمان توصیه و سفارش کرده‌اند از جمله پیامبر اکرم (ص) می فرماید:

«علی العاقل ان یکون بصیرا بزمانه مقبلاً علی شأنه حافظاً للسانه.»[۳۸]

انسان عاقل باید به زمان خویش بصیر و آگاه باشد، و به شأنی که شایسته اوست روی آورد و زبان خویش را از سخنان نابجا نگه دارد.

در برخی از روایات به جای شناخت زمان، به شناخت اهل زمان توصیه و سفارش شده است.[۳۹]

امام صادق (ع) می فرماید:

«العالم بزمان لاتهجم علیه اللوابس.»[۴۰]

آن که زمان خود را بشناسد مورد هجوم اشتباهات واقع نمی‌شود.

مفهوم مخالف حدیث شریف این است که: هر کس زمان و نیاز زمان خویش را نشناسد به لغزشهای فراوانی دچار خواهد شد و به هیچ‌وجه نمی‌تواند پاسخگوی نیاز زمان باشد و به موقع با نیروهای مهاجم به اسلام به مقابله برخیزد.

سلف صالح ما با تأسی به پیامبران الهی و روایات فوق به این امر اهمیت بسیار می‌دادند.

شیخ طوسی «ره» در این باره می‌فرماید:

«کان شیوخنا (رحمهم الله) المتقدمون منهم والمتاخرون... بلغوا النهایه القصوی من استقصاء ما اقتفت از منتهم من الادله والکلام علی المخالفین فانه قد تجدد من شبهات القوم ما یحتاج معها الی ترتیبات اخر.»[۴۱]

«علمای بزرگ ما، چه آنان که در قدیم بوده‌اند و چه آنان که سپس آمده‌اند، همه درباره دلیلهای زمان‌پسند و آنچه طبیعت زمان اقتضا می کرده است، تا نهایت درجه ممکن کوشیده‌اند و پیش تاخته‌اند، و در برابر دیگران و مخالفان موضع آگاهانه‌ای داشته‌اند، چون همواره شبهه‌ها و مسائل تازه‌ای القا می شده است، از این رو آنان نیز آگاهیها و دلیلهای تازه‌ای عرضه می کرده‌اند.»

کلام فوق، ملاك تبلیغات را به خوبی ارائه داده است. و آن شناخت زمان و عرضه مسائل تبلیغی با توجه به نیازهای زمان است. با توجه به آنچه که آوردیم: شناخت زمان، اهل زمان و نیازهای آن برای موفقیت تبلیغات و هماهنگی و تناسب آن با نیازها امری است لازم و ضروری.

۴ـ گسترش تبلیغات:

اگر به جهانی بودن اسلام بیندیشیم و بخواهیم اسلام و انقلاب اسلامی را در گستره وسیعی مطرح کنیم، حضور تبلیغی ما در سراسر جهان: کشورهای اسلامی و غیر اسلامی امری لازم و ضروری است. البته پیش از آن لازم است از آن کشورها تا حدودی از نظر فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و تاریخی آگاهی داشته باشیم. این شناخت نسبت به کشورهای اسلامی باید دقیق‌تر باشد.

باید بدانیم وضع داخلی و مردم آنها چگونه است؟ سیاست خارجی آنها چیست؟ رابطه استعمارگران با آنان چگونه است؟ حکومتهای آنان تا چه اندازه مستقلند؟ آیا مکاتب الحادی، مسیحیت و یهودیت در آن کشورها حضوری دارند یا ندارند؟ نیازهای تبلیغی و فرهنگی آنان چیست؟ و چندین مسأله دیگر که شناخت آن برای حضور تبلیغی موفق دارای اهمیت است.

متاسفانه، تاکنون شناخت و حضور ما در خارج از کشور بسیار ضعیف بوده است و در مواردی که اقدامی صورت گرفته کمتر کسانی فرستاده شده‌اند که کارآمد و ساخته شده برای چنین امری باشند. حوزه‌های علمیه با وضعیت کنونی توان تغذیه فکری جهان تشیع را ندارد، جهان اسلام و غیر اسلامی با این گستره وسیع که جای خود دارد.

بنابراین، یکی از وظایف حوزه‌های علمیه، شناخت جهان معاصر و فرهنگ بشری معاصر و تربیت مبلغانی شایسته، برای حضور در این جهان و این فرهنگ است.

۵ـ حضور علمی ـ فرهنگی در سطح جهان:

یکی از راههای تبلیغ و گسترش یك فکر، حضور فعال در عرصه‌های علمی و فرهنگی جهانی است. به هر میزانی که حضور اندیشه‌ای جدّی‌تر و اساسی‌تر باشد، رشد و حیات آن نیز بیشتر خواهد بود. بنابراین، باید هر جا و به هر مقدار که فضای عرضه و ارائه فرهنگ اسلام امکان‌پذیر باشد، حضور یابیم و از راه حضور جدی و پیگیر در صحنه‌های مختلف: علمی، فرهنگی به القا و گسترش ارزشهای اسلامی درجهان بپردازیم. امروز شرکت در کنفرانسها، سمینارها، نمایشگاههای بین‌المللی کتاب، دانشگاهها و سایر مراکز فرهنگی باید از نظرگاه کار تبلیغی مورد توجه قرار گیرد.

همان گونه که این حضور ضروری می‌نماید غیبت از آن آثاری تضعیف کننده و ویرانگر برای مکتب خواهد داشت. بی‌تفاوتی و غفلت مکتب، در هر جا که حضور و بیان موضع ضرورت دارد موجب تضعیف آن خواهد شد. استعمارگران بقا و گسترش سلطه خود را در پرتو فعالیتهای علمی و فرهنگی از قبیل:

انتشار کتابها و نشریات گوناگون به زبانهای مختلف، اعزام دانشمندان و خبرنگاران و برپایی کنفرانسهای مختلف تعقیب می کنند.

بنابراین، حوزه‌های علمیه، باید خود را از جهت عرضه تحقیقات، نشریات و دیگر فعالیتهای فرهنگی، خود را در سطحی آماده سازند که بتوانند در مجامع بین‌المللی مطرح شوند. انقلاب اسلامی، و در پی آن، موج اسلام‌گرایی و گرایش به اسلام و آثار اسلامی، ضرورت این حضور را ملموس‌تر می کند.

روزنامه الاهرام، از نمایشگاه بین‌المللی کتاب در قاهره، چنین گزارش می‌دهد:

«کتابهای اسلامی، جدید و یا قدیم، بیشترین فروش را در نمایشگاه داشته‌اند.»

از جمله پرطرفدارترین آثار اسلامی اخیر، بازگشت به خویشتن اثر دکتر علی شریعتی می‌باشد که باعنوان: «العود الی الذات» به عربی ترجمه شده است.

کتابهای اسلامی در مورد زن و حقوق زن و مسائل شرعی، از جمله کتابهایی بوده‌اند که طرفداران زیادی داشته‌اند.[۴۲]

گزارش فوق نمونه‌ای از واقعیت و جریانی است که امروز در جای جای سرزمینهای اسلامی و غیر آن چهره نشان داده است.

۶ـ جامع نگری:

اسلام، شریعتی است جامع و کامل که در آن به تمام ابعاد وجودی انسان توجه شده است. قوانین و دستوراتش منسجم و مرتبط به یکدیگر است. اسلام، مسائل مادی و معنوی را در کنار یکدیگر در تکامل انسان سهیم دانسته است. بنابراین به هنگام تبلیغ و ارائه چهره اسلام باید به تمامی ابعاد آن توجه شود و از یك سونگری اجتناب گردد. چنان که پرداختن به مسائل فردی و نادیده گرفتن جنبه‌های اجتماعی، به دشمنان دستاویزی برای حمله به اسلام داده است تا اسلام را همانند مسیحیت منحصر به امور عبادی فردی معرفی نمایند. تکیه بیش از حد بر مسائل سیاسی و اجتماعی و بی‌توجهی به مسائل اخلاقی و اعتقادی نیز باعث دلزدگی مردم از تبلیغات می گردد.

متاسفانه پس از انقلاب اسلامی گروهی از نویسندگان و سخنرانان که عرق انقلابی داشتند، بیشتر روی مسائل سیاسی تاکید داشتند، و مسائل عقیدتی، اخلاقی و تفسیری را کمتر مطرح می کردند و گروهی که با انقلاب اسلامی همراهی چندانی نداشتند به گونه‌ای مسائل را مطرح می کردند که گویی انقلابی رخ نداده است. مباحث مطروحه از جانب اینان، بیشتر مسائل سنتی بی ارتباط به زمان و بیگانه با سیاستهای جاری و گرفتاری مسلمانان بود. به عقیده ما هر دو شیوه نادرست است. مبلغ دینی باید به طور جامع مسائل تبلیغی را مطرح کند.

لذا، امام خمینی (ره) علمای اسلام را موظف می‌نماید که در تبلیغ به تمام ابعاد آن توجه کنند:

«بر علمای اعلام است که تمام شئون اسلام را تدوین و بیان کنند و به تمام دنیا عرضه نمایند...»[۴۳]

و از کسانی که با پرداختن به یك بُعد و نادیده گرفتن ابعاد دیگر اسلام را دینی غیر جامع و ناهماهنگ می‌نمایاندند، با تأسف شدید گله می کرد که:

«مع الاسف، اسلام همیشه مبتلا بوده به این یك طرف دیدنها... همیشه یك ورق را گرفته‌اند و آن ورق دیگر را حذفش کرده‌اند، یا مخالفت کرده‌اند. مدتی گرفتار عرفا بودیم... آنها خدمتشان خوب بود؛ اما گرفتاری برای این بود که: همه چیز را برمی گردانند به آن طرف [معنویت].

... یك وقت هم گرفتار شدیم به یك دسته دیگری که همه معنویات را بر می گردانند به این طرف؛ اصلاً به معنویات کاری ندارند.»[۴۴]

آنگاه در ادامه سخن، با اندیشه همه‌سو نگرش چنین می فرماید:

«... اسلام همه چیز است. اسلام آمده انسان درست کند و انسان همه چیز است، همه عالم است انسان. آن که مربی انسان است، باید همهٔ عالم را آشنا بر آن باشد... تا بتواند این انسان را به مدارجی که دارد برساند، اسلام را به همه جهاتش بشناسد...»[۴۵]

۷ـ کیفیت و کمیت:

در اسلام کیفیت و چگونگی عمل ارزشمند است نه کمیت و مقدار آن. لذا امام صادق(ع) در ذیل آیه شریفه:

«الذی خلق الموت الحیوة لیبلوکم ایکم احسن عملاً»[۴۶]

خدایی که زندگی و مرگ را آفرید تا شما را بیازماید که کدامتان از حیث عمل نیکوترید.

می فرماید:

«لیس یعنی اکثر عملاً ولکن اصوبکم عملاً...»[۴۷]

مقصود از «احسن عملاً» کثرت عمل نیست، بلکه درستی و استواری آن است.

> ■ اسلام به همان اندازه که هنر انحرافی و هنرمندان غیرمتعهد را می کوبد و سرزنش می کند، حامی وستایشگر هنر مسئول و هنرمندان متعهد است. اسلام ارزشهای هنری و ادبی و قدرت زیبایی را گرامی می‌دارد. خدای اسلام مظهر جمال و زیبایی مطلق است، زیبایی را دوست دارد، زیبائیهای طبیعت همواره در زبان قرآن تکرار می‌شود وچنان ستایش می‌شود که خدا گاهی به آنها سوگند می‌خورد.

در کار تبلیغ نیز باید کیفیت مدّ نظر باشد نه کمیت. کثرت مبلغان، تعدد جلسات و سخنرانیها، تعداد و تیراژ زیاد کتاب و نشریات، بسیاری از تلاشهای هنری و... در صورتی که از کیفیت عالی و جاذبه خوبی برخوردار نباشد ارزش چندانی ندارد و ایفا کننده رسالت حوزویان در زمینه تبلیغات نخواهد بود.

تبلیغ در هر زمینه‌ای باید مستدل، حساب شده و منظم باشد نه شعاری و عاطفی. نسل امروز آگاه است. بسیاری از مردم اهل مطالعه اند. چه بسا افرادی در جلسات حضور می‌یابند و یا کتابها و دیوان شعر و... را می‌خوانند و نسبت به مسائل مطروحه مطالعاتی دارند، از این روی، مبلغان باید از کیفیت خوبی برخوردار باشند تا همگان از آنان استفاده کنند.

این اصل همان گونه که بر محتوا باید حاکم باشد، مراعات آن در شکل و فرم انتشارات مذهبی نیز لازم است. باید نویسندگان ما با آگاهی کامل از مسأله‌ای که به طرح آن پرداخته‌اند و با آگاهی از موازین فارسی‌نویسی و درست‌نویسی و چاپخانه‌ های ما با حروف و صفحه‌بندی و صحافی مناسب رغبت مطالعه را در خوانندگان برانگیزانند.

متاسفانه، امروزه، بسیاری از ناشران و سرمایه‌گذاران، کمترین توجهی به این امر ندارند. اینان بیشترین قصدشان از این کار، کسب و تجارت و سود بیشتر است.

۸ ـ اهم و مهم در تبلیغات:

رعایت اهم و مهم و تقدم امور مهمتر از اصول عقلایی است. و باید در انجام هدایت و ارشاد مردم که از مهمترین وظایف حوزه‌های علمیه است این اصل عقلایی را مراعات کرد. برای تحقق این منظور باید مسائل تبلیغی را درجه‌بندی کرد. برخی از مسائل در همه وقت و برای همگان در اولویت قرار دارند، مانند: تبیین معارف و برخی مسائل اعتقادی و اولویت برخی دیگر از مسائل موسمی و فصلی و یا منطقه‌ای است. درهر حال، در کار تبلیغ باید اهم و مهم را شناخت و مسائل اهم را در نخستین فرصت مورد تبلیغ قرار داد.

امام علی می فرماید:

«یستدل علی ادبار الدول باربع تضبیع الاصول والتمسك بالفروع و...»[۴۸]

بهترین گواه عقب گرد و سقوط دولتها چهار چیز است: ۱. تباه کردن اصول ۲. دست زدن به کارهای فرعی و...

و در جای دیگر می فرماید:

«من اشتغل بغیرالمهم ضیع الاهم.»[۴۹]

هرکس به کارهای غیرمهم دست زند، کارهای با اهمیت را تباه می‌سازد.

پس، در کار تبلیغ باید اهم و مهم رعایت شود و این گونه نباشد که به جای پرداختن به اصول به فروع بپردازیم و به جای هدف قرار دادن علتها به سراغ معلولها برویم و به جای ریشه‌یابی مسائل به شاخ و برگها بپردازیم که در این صورت وقت را تلف کرده و نیروها را هدر داده‌ایم و تبلیغات ما نیز اثر مطلوب را نخواهد داشت.

■ حوزه و بایستهای تبلیغ«۲»

همزبانی با مخاطبین:

تفاوت انسانها از نظر استعداد و فهم مطالب و گرایشها مسلم است. براین اساس، امروزه نظام جهانی الحاد در تبلیغاتش برای هر تقسیم‌بندی اجتماعی، طبقاتی، فکری و سیاسی برنامه تبلیغی خاص خود را دارد. مذهبیها، غیرمذهبیها، ضد مذهبیها، لیبرالها، محافظه کارها، زنان، مردان، کودکان، جوانان و... هرکدام دارای روزنامه، رادیو، تلویزیون و مجله خاص خود هستند. البته این تقسیم‌بندی به صورت آشکار وجود ندارد، اما سیاستگزاری فوق را با دقت و کنکاش می توان در برنامه‌های تبلیغی آنان یافت.

استعمارگران با این شیوه، جهت زندگی مخاطبان خویش را به سوی منافع سیاسی و اقتصادی خود تغییر می دهند و کنترل روانی جامعه را به دست می گیرند. آنان از این شیوه، در جهت تحقق اهداف شیطانی خویش و تحمیق طبقات گوناگون استفاده می کنند. با توجه به این که اصل به کارگیری این شیوه مورد پذیرش ما نیز هست؛ ما موظفیم از این شیوه به گونه‌ای صحیح و در جهت بیداری و آگاهی بخشی به تمام طبقات مردم استفاده کنیم.

پیامبران الهی موظف بودند که در تبلیغات خود به زبان مردم خویش سخن بگویند و سطح فهم و درك مخاطبان خویش را رعایت کنند. آیه شریفه می فرماید:

«و ما ارسلنا من رسول الابلسان قومه»[۵۰]

«ما هیچ پیامبری را جز به زبان قومش نفرستادیم.»

و سخن پیامبر اکرم(ص) که:

«انا امرنا معاشر الانبیاء ان نکلم الناس بقدر عقولهم»[۵۱].

و سخن علی(ع) «من کان عنده الصبی فلیتصاب له»[۵۲] و بسیاری از روایات دیگر بر این اصل مهم دلالت دارند. با توجه به این اصل، مبلغ در تبلیغاتش باید چند چیز را رعایت کند:

[illegible] فکری، سیاسی، صنفی و سنی و... شناخته و دسته‌بندی کنند و برای هر کدام آنچه لازم است تهیه و تبلیغ نمایند. شاید لازم باشد که یك گروه سنی یا فکری نیز دسته‌بندی شود و برای آنان متناسب با سطح فهم و درکشان مواد تبلیغی تهیه گردد. به عنوان مثال: نیاز یك جوان دانشگاهی با نیاز جوانی کم‌سواد و یا بیسواد متفاوت است. نیاز جوانی که به خارج رفته و با مکتبهای مختلف آشنا شده با نیاز جوان دانشگاهی داخل کشور یکی نیست. نسبت به حضور تبلیغی و فرهنگی ما در خارج از کشور نیز باید این گونه عمل شود.

۲ـ مسائل تبلیغی ما باید درخور گنجایش روحی و فکری مخاطبین باشد. مباحث را باید آن‌چنان با حال و هوای مخاطبان طرح کنیم که مانند آب گوارا در گلوی تشنه آنان نفوذ کند.

بنابراین، برخی از مسائل عالی و مشکل و برخی از اعتقاداتی که دانستن آن ضرورتی ندارد نباید برای توده مردم مطرح کرد.

علی(ع) می فرماید:

«اتحبون ان یکذب‌الله و رسوله؟ حدثوا الناس بمایعرفون و امسکوا عما ینکرون»[۵۳]

«آیا می‌خواهید که مردم خدا و پیامبر را تکذیب کنند؟ پس، دربارهٔ آنچه می‌توانند بشناسند سخن بگویید و در مورد آنچه باور ندارند دم فرو بندید.»

امام سجاد(ع) می فرماید:

«حدثوا الناس بمایعرفون ولا تحملوهم مالا یطیقون...»[۵۴]

آنچه را که توان فهمش را دارند برایشان بگویید و چیزی که تحمل آن را ندارند بر اندیشه آنان بار نکنید.

متأسفانه امروزه، مطالب سنگین و دیرهضم، روایات متشابه و... نیازمند به تاویل و توجیه را، در خطابه‌ها و بسیاری از نوشته‌های عمومی و در دسترس مردم می‌یابیم. از این بدتر، نقل داستانهای شگفت و کرامات معجزه‌واری که در بسیاری از موارد باعث سردرگمی مخاطب و چه بسا زمینه تمسخر و افکار و ریشخند مخالفان را فراهم می آورد. از این روی، علی(ع) می فرماید:

«ولاتحدث بما تخاف تکذیبه.»[۵۵]

زبان به گفتاری که بیم داری که دروغ (به خاطر غرابت) پنداشته شود مگشای.

برخی از دست‌اندرکاران مواعظ و منابر اخلاقی آن‌چنان در نقل ثوابها و عقابها اغراق و مبالغه می کنند و خاصیتهای شگفتی را برمی شمرند که زمینه ناباوری، تکذیب و گاهی تجری را ایجاد می کند. البته بسیاری از مطالبی که در دید نخست به نظرها دشوار می رسند ممکن است نزد اهلش توجیه درست و قانع کننده‌ای داشته باشد، اما نباید هرچه را می‌یابی بگویی و هرچه را که می‌دانی مطرح کنی.

۳ـ در ارائه مواد تبلیغی، می‌بایست از جملاتی روان و نزدیك به فهم مخاطبان استفاده کرد و از آوردن کلمات پیچیده و نامأنوس اجتناب ورزید. برخی براین پندارند که استفاده از کلمات مغلق، غریب، بیگانه، ناآشنا و اصطلاحات گنگ و پیچیده نشانی از موقعیت علمی است، و برعکس بهره گیری از شیوه روان و ساده، علامت کم‌مایگی و ناچیزی است.

مبلغ دین بی اعتنا به این اوهام باید با تاسی به قرآن مجید، شیوه «بلاغ مبین» را برگزیند، لازم به یادآوری است که محتوای تبلیغ به بهانه ساده‌گویی نباید گرفتار سستی و ضعف محتوا شود و به خاطر دوری از ابهام و اغلاق، به مطالب پیش پا افتاده و تکراری گرفتار آید.

علی(ع) می فرماید:

«احسن الکلام ما لا تمجمه الاذان ولایتعب فهمه الافهام»[۵۶]

بهترین کلام آن است که گوشها را در شنیدن بی رغبت ننماید و فهمها را به تعب و مشقت نیندازد.

۴ـ برای رعایت این اصل (همزمان با مخاطبان) مبلغان ما باید بسیاری از زبانهای رایج دنیا را بیاموزند. امروزه، ضرورت این مساله برکسی پوشیده نیست. امام خمینی(ره) می فرماید:

«وضع تبلیغات باید متناسب با نیازها و وضع حوزه‌ها باشد... اگر ما همه زبانها را برای تبلیغ اسلام بدانیم عبادتی بزرگ است، ما با زبان اینجا که نمی‌توانیم برای مردم آمریکا و سایر کشورها مسائل اسلام را بگوییم، امروز اسلام در اکثر کشورها مطرح است...»[۵۷]

۱۰ـ تبلیغ تدریجی:

یکی دیگر از اصول مهم در تبلیغ رعایت سطح ایمانی افراد مورد تبلیغ است. مبلغ همان گونه که باید سطح و سقف فهم مخاطبان خویش را در نظر بگیرد، باید سطح ایمانی آنان را نیز در نظر داشته باشد و هماهنگ با پیشرفت ایمانی پیام‌پذیران، معارف و احکام اسلامی را برای آنان بیان کند.

همان گونه که قرآن کریم قوانینش را یك جا و به طور ناگهانی به مردم اعلام نکرد و مرحله به مرحله پیش رفت و شرایط روانی را برای پذیرش آنها فراهم کرد. به عنوان مثال قرآن حرمت شراب را که پیش از اسلام به شدت رواج داشت، پس از چندین مرحله و آماده شدن افکار برای پذیرش حکم تحریم، آن را بیان کرد.

در روایتی به تفصیل ترتیب آیات نازله را بیان می کند و در پایان آن را به عنوان یك اصل در همه قانون گذاریهای دینی تلقی کرده و تدریجی بودن را منحصر به حکم شراب نمی‌داند:

«هرگاه خداوند اراده کند که چیزی را واجب کند، تدریجاً نازل می‌سازد، تا مردم، نفس خود را برآن متوطن سازند و به امر و نهی در مورد آن آرامش یابند. این کار، برای به تدبر واداشتن آنها به صواب نزدیکتر و برای کم کردن گریز آنها مفیدتر است.»[۵۸]

ائمه معصومین(ع) درباره هماهنگی تبلیغات با سطح ایمان مردم رهنمودهایی دارند. در برخی از آن رهنمودها، ائمه(ع) پس از بیان درجات ایمانی مردم، (هفت درجه و در برخی ده درجه) مبلغان را به رفق و مدارا در تبلیغ فرا خوانده و از آنان خواسته‌اند که درجات ایمانی مردم را در تبلیغ مراعات کنند و آنچه را که به درد کسی می‌خورد که در گام دوم از ایمان است برکسی که در گام اول است تحمیل نکنند و آنچه را به کار کسی می آید که در گام سوم ایمان است بر کسی که در گام دوم است تحمیل نکنند. و به همین ترتیب تا آخرین درجات ایمانی آنان را موظف نموده که توان هر یك را در نظر بگیرند. به عنوان نمونه: امام صادق(ع) در روایتی پس از آن که درجات دهگانه ایمان، و سفارش به آنان که در مراتب بالاتری از ایمان قرار دارند که پایین‌ترها را تحقیر نکنند... می فرماید:

«... بکوش که فرودستان را با رفق و مدارا به خویش رسانی، و برآنان آنچه توانایی آن را ندارند، تحمیل نکن که شخصیت آنان را خواهی شکست...»[۵۹]

روایات با این مضمون بسیار است.

در روایتی دیگر نقل شده که در گفتگوی امام صادق(ع) با یکی از موالیانش سخن از گروهی به میان آمد، او گفت: ما از آنها تبری می جوییم، آنها آنچه ما می گوییم نمی گویند. امام صادق(ع) فرمود: «آنها ما را دوست دارند ولی آنچه شما می گویید نمی گویند و شما از آنها تبری می‌جویید؟»

در جواب گفتم: آری

امام فرمود: «نزد ما چیزهایی است که نزد شما نیست. آیا سزاوار است که ما از شما تبری بجوییم؟»

گفتم: نه، فدایت شوم.

فرمود: «نزد خدا چیزهایی است که نزد ما نیست. آیا خدا ما را طرد می کند؟»

گفتم: نه، پس چه کنیم؟

فرمود: «آنها را دوست بدارید و از آنها تبری بجویید. برخی از مسلمانان یك سهم و برخی دو سهم و برخی سه سهم و برخی چهار سهم و برخی پنج سهم و برخی شش سهم و برخی هفت سهم (از ایمان) را دارند. سزاوار نیست برکسی که یك سهم دارد وظیفه کسی که دو سهم دارد، و برکسی که دو سهم دارد وظیفه کسی که سه سهم دارد... و برکسی که شش سهم دارد، وظیفه کسی که هفت سهم دارد تحمیل شود.

پس از آن امام صادق(ع) نمونه‌ای از تحمیل و عدم مراعات درجات ایمان را که نتیجه عکس داده است به شرح ذیل بیان می کند:

مسلمان عابد و متدینی، همسایه‌ای داشت نصرانی، که اورا به اسلام دعوت کرد. و او به اسلام متمایل شد و اسلام را پذیرفت. هنگام سحر در خانه تازه مسلمان را کوبید. همسایه پرسید: کیستی؟ خودش را معرفی کرد. گفت: در این وقت شب چه کار داری. گفت: زود وضو بگیر و لباسهایت را بپوش که برویم مسجد برای نماز. پس از خواندن نافله‌های شب و نماز صبح، تازه مسلمان خواست به منزلش برود، رفیقش گفت: کجا می روی؟ بایست تعقیبات نماز را بخوانی تا آفتاب طلوع کند. پس از طلوع آفتاب خواست برود. گفت: فعلا مشغول تلاوت قرآن باش تا خورشید بالا بیاید و من توصیه می کنم که امروز نیت روزه کنی، نمی‌دانی روزه چقدر ثواب و فضیلت دارد؟ کم کم نزدیك نماز ظهر شد. گفت: چیزی به ظهر نمانده... و پس از آن او را برای نماز عصر، و مغرب و عشاء نیز نگه داشت. شب دوم هنگامی که مسلمان به سراغ همسایه‌اش آمد و او را دعوت به رفتن به مسجد کرد، گفت: من همان دیشب که از مسجد برگشتم از این دین کناره گرفتم. برو یك آدم بیکارتر از من پیدا کن که بتواند وقت خود را در مسجد بگذراند. من آدم فقیر و عیالمند هستم، باید دنبال کسب و کار بروم.

امام صادق(ع) پس از آن که این داستان را برای اصحاب و یاران خویش نقل کرد، فرمود:

«به این ترتیب آن مرد عابد سخت‌گیر، بیچاره‌ای را که وارد اسلام کرده بود خودش از اسلام بیرون کرد. شما متوجه باشید که بر مردم سخت نگیرید. اندازه و طاقت و توانایی آنان را در نظر بگیرید، تا می توانید کاری کنید که مردم متمایل به دین شوند و فراری نشوند...»[۶۰]

با توجه به آنچه ذکر شد، عرضه دفعی معارف و قوانین اسلامی در سطوح مختلف، و یا تبلیغ برخی از معارف برای بعضی از مردم که ظرفیت و تحمل آن را ندارند درست نیست. مبلغان باید هماهنگ با نیروی ایمانی و پیشرفت عقیدتی پیام‌پذیران خویش مسائل تبلیغی را بیان کنند.

با نگاهی گذرا به سیره پیامبر(ص) در می یابیم که آن حضرت به این اصل اساسی در ارشاد و هدایت مردم توجهی خاص داشتند. به عنوان نمونه:

شخصی خدمت پیامبر اکرم(ص) آمد و عرض کرد: من نمی‌توانم نمازهای پنجگانه را انجام دهم، ولی می‌توانم شبانه روزی دو رکعت نماز بخوانم. پیامبر اکرم(ص) متوجه شد که این شخص به اهمیت نماز پی نبرده و معنای آن را نمی فهمد. از این روی، نماز را به گونه‌ای می نگرد که بر او تحمیل شده است. و بدون اراده رغبت باید انجام بدهد. لذا پیامبر(ص) بر او سخت نگرفت و با او موافقت کرد که روزی دو رکعت نماز بخواند.

منظور پیامبر(ص) این بود که این شخص بدون احساس سنگینی و مشقت، در جو نماز و روحانیت آن قرار گیرد. از این روی خواسته‌اش را پذیرفت تا نخستین گام را بردارد و با روح نماز آشنا گردد و نماز را با رغبت و اختیار و بدون فشار و اکراه انجام دهد. چنانکه چنین شد. آن شخص مدتی به همین دو رکعت نماز اکتفا می کند تا این که حلاوت و شیرینی نماز را می‌چشد و ارزش و فایده آن را می‌شناسد و نمازهای پنجگانه را با خلوص و خشوع تمام انجام می‌دهد.[۶۱]

پیامبر اکرم(ص) در هنگام ارسال معاذ ابن جبل برای دعوت و تبلیغ مردم یمن فرمود:

«یا معاذ بشر و لاتنفر، یسر و لاتعسر.»[۶۲]

«ای معاذ، اساس تبلیغ خود را، بر بشارت و ترغیب قرارده، وکاری که باعث فرار مردم از اسلام شود انجام نده. آسان‌بگیر سخت مگیر.»

عالمان دینی نیز با الگوگیری از پیامبر گرامی(ص) و آئمه معصومین(ع) از این شیوه تبلیغی استفاده کرده و دیگر مبلغان دینی را به آن فرا خوانده‌اند، به عنوان نمونه:

مرحوم شرف‌الدین جبل عاملی می فرماید:

«یکی از مسیحیان ثروتمند لبنان نزد من آمد و گفت: من می‌خواهم مسلمان بشوم. وظیفه من چیست؟ گفتم: دو رکعت نماز صبح بخوان و سه رکعت نماز مغرب. گفت: مسلمانان، هفده رکعت نماز می‌خوانند. گفتم: آنان مسلمانیشان یك مقداری قوی شده است و الا پیامبر اسلام برای تازه مسلمانان، بنابر نقل تواریخ، دو رکعت نماز صبح و عصر می خواندند. اکنون شما که مسلمان شده‌اید همین اعمال را انجام بدهید کافی است. کم کم این آقای تازه مسلمان قوی شد و می رفت در مساجد با دیگر نمازگزاران، طبق معمول نماز می‌خواند.

تا این که ماه رمضان فرا رسید، ایشان سراسیمه پیش من آمد و گفت: من هم باید روزه بگیرم؟ گفتم: خیر، روزه مربوط به کهنه مسلمانهاست. مسلمانان صدر اسلام پس از مدّت مدیدی که از بعثت پیامبر (ص) گذشت مأمور به روزه گرفتن شدند. گفت: می خواهم روزه بگیرم. گفتم: هر اندازه که آمادگی داری روزه بگیر.»[۶۳]

این روش باعث گردیده که در سال دوّم تمام ماه را روزه بگیرد و اکنون ایشان یکی از مسلمانان قوی لبنان است. نافله شبش ترك نمی‌شود و مهمترین بودجه‌های جنوب لبنان را ایشان تأمین می کند. وی درسخنی دیگر، عدم رعایت این شیوه حسنه را سبب فرار مردم از مبلغ و اسلام دانسته و می فرماید:

«یك نفر مبلغ را برای ارشاد برخی از مسیحیان لبنان فرستادیم، پس از مدتی تبلیغ گفته بودند:

اکنون می‌خواهیم مسلمان شویم، باید چه کنیم؟ این آقا گفته بودند: ابتدا باید ختنه بشوید!» پس از آن ایشان می‌فرماید: درست است که «ختنه» یکی از احکام اسلام و آداب دین است، اما باید ذوق و سلیقه داشت و رعایت اقتضای حال را کرد و برای تازه مسلمان، احکام سهل و ساده و غیر مشمئز کننده را ارائه کرد.

ایشان دربارهٔ نتیجه این برخورد می‌فرمایند: «این برخورد، اثر معکوس داشت و آن مردم مسلمان نشدند و آن آقا را هم ردّ کردند.»[۶۴]

۲ـ مرحوم آیةالله بروجردی به حضور تبلیغی ما در خارج از کشور اهمیت می‌داد. در زمان ایشان افرادی بدین منظور به کشورهای اسلامی و غیراسلامی فرستاده شدند. از جمله آقای محققی رابه اروپا اعزام کردند. ایشان در یکی از سفرها که به ایران آمده بودند، در خدمت آیةالله بروجردی اظهار نگرانی کردند که: در آن جا مشکلی داریم و آن این که آقایان نوعاً همراه با خانمهایشان به مسجد می آیند و متاسفانه خانمها وضع حجابشان مناسب نیست. اگر سخت‌گیری کنیم کار پیش نمی‌رود چه باید بکنیم؟

مرحوم آیةالله بروجردی در جواب می‌فرمایند:

«نه، سختگیری نکنید، به حداقل حجاب اسلامی اکتفا کنید. اینان بعداً که بیشتر آمدند و آشنا شدند درست می شوند. ابتدا سخت نگیرید»[۶۵]

با توجه به آنچه آوردیم. مبلغان دینی باید پیش از ارائه مسائل تبلیغی پیام‌پذیران خود را از لحاظ فکری، عقیدتی و مراتب ایمانی گوناگون بشناسند. و مواد تبلیغی خود را به گونه‌ای تنظیم کنند که با تنفر و انکار مخاطبانشان مواجه نشوند. شایسته نیست که مبلغان مردم را به چیزی دعوت کنند که انجام یا ترك آن، در آغاز برایشان دشوار است چون به آن، نیاز دارند یا به آن عادت کرده‌اند؛ بلکه باید آنان را به چیزی دعوت کرد که انجامش برای آنان آسان است. و پس از گذشت زمانی، پیام پذیران را برای انجام تکالیف سنگین آماده کرد. همان گونه که وزنه برداران از وزنه‌های سبك شروع می کنند، تا کم کم، وزنه‌های سنگین‌تری را بلند کنند، زیرا بلند کردن هر وزنی بدن را برای بلند کردن، وزنی سنگین‌تر آماده می سازد.

۱۱ـ صداقت در تبلیغ:

تبلیغات هنگامی می‌تواند اعتماد پیام گیرندگان را به خود جلب کند که از صداقت و هماهنگی گفتار و کردار برخوردار باشد. اگر در تبلیغات حرفهایی زده شود، ولی به آن حرفها عمل نشود؛ به عنوان مثال: پیوسته از محرومین و مستضعفین و حمایت از آنان سخن بگوییم ولی درجهت محرومیت زدایی اقدامی نکنیم، تبلیغات اثر مثبت خود را از دست خواهد داد، بلکه تبلیغ به ضد تبلیغ تبدیل خواهد شد.

> ● متأسفانه بسیاری از نثرها، شعرها و برنامه‌های مذهبی، حتی خطابه‌ها و خطبه‌های مذهبی که با استفاده از امکانات جدید عرضه می‌شود، جذاب نیست، و در برخی موارد هم برای بسیاری از مردم غیرقابل استفاده وحتی غیرقابل تحمل است، اینگونه برنامه‌ها نه تنها تبلیغ نیست، که ضدتبلیغ هم هست.

براین اساس است که اسلام از مبلغان می‌خواهد که گفتار و کردار خود را هماهنگ کنند. قرآن کریم بهترین داعی الی‌الله را این گونه می‌شناساند:

«و من احسن قولاً ممّن دعا الی اللّه و عمل صالحا و قال اننی من المسلمین»[۶۶]

چه کسی گفتارش بهتر است از آن کسی که دعوت به سوی خدا کند و عمل صالح انجام دهد و می گوید من از مسلمینم و با تمام وجود اسلام را پذیرفته‌ام.

در برخی از روایات ائمه معصومین (ع) از مبلغان می‌خواهند که مردم را با زبان عمل اسلام دعوت کنند، چرا که زبان عمل از گفتار گویاتر، رساتر و موثرتر است.

امام صادق(ع) می فرماید:

«کونوا دعاة الناس بغیر السنتکم لیروامنکم الورع و الاجتهاد و الصلوة والخیر فان ذلك داعیه»[۶۷]

مبلغان باشید نه با زبان، که با تقوی و سخت کوش، نماز و انجام کارهای نیك، که اینها خود تبلیغ است.

و در روایتی دیگر می فرماید:

«رحم‌الله قوما کانوا سراجا و مناراً، کونوا دعاة الینا باعمالهم مجهود طاقتهم»[۶۸]

خداوند رحمت خویش را نصیب مردمی کند که مانند چراغ فروزان و مشعل سوزان راه دیگران را روشن ساختند و با کردار خویش مردمان را به راه ما فرا خواندند و با تمام توان و قدرت عملی خود، حق را شناساندند.

امام راحلمان نیز درباره کاربرد و تاثیر تبلیغ عملی چنین می فرمایند:

«در بعضی از شهرستانهایی که تابستانها به آنجا می رفتم، می‌دیدم اهالی آن بسیار مؤدّب به آداب شرع بودند. نکته‌اش این بود که عالم صالح و پرهیزگاری داشتند. اگر عامل با ورع و درستکاری دریك جامعه یا شهر و استانی زندگی کند، همان وجود او باعث تهذیب و هدایت مردم آن سامان می گردد، اگر چه لفظاً تبلیغ و ارشاد نکند.»[۶۹]

به همان نسبت که رفتار نیك و عمل درست مبلّغ در روحیه مردم تاثیر مثبت می‌گذارد، عمل و کردار ناهماهنگ با گفتار مبلغ نیز در اندیشه‌های مردم تأثیر منفی خواهد گذاشت.

از این روی قران به مبلغان به عمل این گونه خطاب می کند:

«اتامرون الناس بالبر تنسون انفسکم و انتم تتلون الکتاب افلاتعقلون»[۷۰]

آیا مردم را به نیکی فرمان می‌دهید و خودتان را از یاد برده‌اید. در حالی که کتاب الهی را تلاوت می کنید، آیا تعقل نمی کنید.

و در جای دیگر می فرماید:

«لم تقولون مالا تفعلون کبر مقتاعندالله ان تقولوا مالا تفعلون»[۷۱]

چرا می گویید آنچه را که انجام نمی دهید. گناه بزرگی است پیش خدا که بگویید و عمل نکنید.

و به خاطر اهمیت این موضوع است که در روایات مأثوره از ائمه معصومین (ع) عالمان و مبلغان بی‌عمل مورد نکوهش شدید قرار گرفته و رنج و عذاب دوزخ وعده داده شده‌اند[۷۲]

۱۲ـ دانستنیهای لازم:

مبلغان باید از دانشهای حوزوی، اطلاعات عمومی، معلومات دینی (تفسیر، حدیث، کلام بویژه کلام جدید، تاریخ اسلام، تاریخ ادیان و مکاتب و...) برخوردار باشند.

افزون براین، مبلغان باید آگاهیهای ذیل را جهت بهبود و موفقیت بیشتر در تبلیغات دارا باشند:

۱ـ آشنایی با جهان وکشورهای اسلامی.
۲ـ آشنایی با مسائل سیاسی اجتماعی.
۳ـ آشنایی با اصول عمومی جامعه‌شناسی.
۴ـ آشنایی با اصول عمومی روانشناسی بویژه روانشناسی تبلیغات.
۵ـ آگاهی از فنون نگارش.
۶ـ آگاهی از فنون سخنرانی.
۷ـ آگاهی از شیوه‌ها، ابزارها و شگردهای تبلیغاتی دشمنان و...

البته آنچه مهّم است این است که مبلغان باید از هر علمی و از جمله علوم فوق در حدّ نیاز بیاموزند.

گاهی در پیشبرد اهداف تبلیغی به دانشهایی نیازمندیم که به ظاهر به طور مستقیم ارتباطی با تبلیغات دینی ندارد، ولی مردم در زندگی محتاج به آن دانشهایند، به عنوان مثال: فیزیك، شیمی و ریاضی ارتباط مستقیمی با تبلیغات ندارند ولی از جایی که دارندگان این علوم در پایه گذاری علمی، سیاسی و... کشور سهیمند نباید اجازه داد از این رهگذر دشمنان دین مردم را به ضلالت و گمراهی بکشانند. لذا باید عده‌ای از عالمان دینی این علوم را فرا گیرند تا مسلمین را از وابستگی به دشمنان اسلام نجات دهند. از روشهای موفق کلیسا همین بود که عده‌ای به نام فیزیك‌دان، ریاضی‌دان، شیمی‌دان و غیره تربیت کرد و آنها به ظاهر در مدارس و دانشگاهها مشغول تدریس بودند ولی در واقع مسیحیت را تبلیغ می کردند. این روش بسیار اهمیت دارد. مسلمانان صدر اسلام نیز علوم فلسفی و طبیعی را می آموختند تا بتوانند در میان بیگانگان نفوذ کنند و به طور مستقیم و یا غیرمستقیم، از راه تماس شخصی و فرهنگی آنان را تحت‌تاثیر خود قرار دهند.

۱۳ـ آراستگی و پیراستگی مبلغان:

آراستگی به فضایل اخلاقی، زدودن و پیرایش وجود از رذایل اخلاقی، وظیفه‌ای است همگانی. مبلغان اسلامی، که راهرو راه پیامبرانند و تمام کوشش شان برای هدایت و ارشاد مردم و نشر ارزشهاست؛ و در این راستا مردم را به نیکیها، خوش خلقیها، راستیها و درستیها و... فرا می‌خوانند و از رذیلتها، زشتیها، بدخلقیها، ناراستی و نادرستیها بیم می‌دهند، خود باید این امور را باور داشته باشند و بدانها متخلق باشند. از سوی دیگر، فنون خطابه و سخن، شعر و نثر، ادب و هنر و... بازتابهای روان و جلوه‌های شخصیت سخنران، شاعر، نویسنده و هنرمند است و با تکیه بر همین نکته گفته‌اند: که سخن سخنور پیراسته، پیراستگی و سخن گوینده ترسنده، ترسندگی می‌آورد. شعر شاعر شجاع شجاعت می‌انگیزد. هنر هنرمند هوس باره، هوس‌بارگی می‌آفریند... ناگزیر سخنران، شاعر، نویسنده و هنرمند در نظام تبلیغاتی اسلام نخست باید با خودسازی شخصیت خویش را از آلودگیهای اخلاقی و روانی بپیراید و به فضایل انسانی اسلامی بیاراید، تا سخن و شعر و هنرش نیز انگیزنده تعهد و دوستی باشد.

بنابراین، اخلاق، در شخصیت مبلغان به عنوان سنگ زیرین و زیربنا ضرورت دارد. بررسی بایدها و نبایدهای اخلاقی مبلغان در اینگفتار نمی‌گنجد. لذا ما در اینجا فهرست عناوین برخی از آنها را که در کار تبلیغ اهمیت بیشتری دارد در ذیل می‌آوریم:

۱ـ احساس انسان‌دوستی.
۲ـ خدانگری در تبلیغات.
۳ـ تواضع و فروتنی.
۴ـ حقّ محوری و اجتناب از گروه‌گرایی.
۵ـ شرح صدر.
۶ـ شجاعت و صلابت.
۷ـ رفق و مدارا با مردم مورد تبلیغ.
۸ـ صبر و استقامت در برابر مشکلات تبلیغ.
۹ـ بلند طبعی و آزادگی.
۱۰ـ حلم و بردباری.

■ راه‌حلّ

تا بدینجا برای رسیدن به یك تبلیغات هماهنگ با نیازهای جامعه وجهان همپای مسؤولیتهای گسترده و اصلاح وضع موجود، بایسته‌ها را تا آنجا که مقدور بود، هر چند گذرا برشمردیم. گام بعدی اندیشه درجهت تحقق این آرمانهاست. به عقیده ما برای این منظور باید دو اقدام مهم و اساسی ذیل انجام پذیرد:

۱ـ برنامه‌ریزی.
۲ـ ایجاد مدیریتی صالح وشایسته.

ادامه دارد

پی نویس:

۳۲. در این باره به کتاب «امپریالیسم تبلیغی یا تبلیغات بین‌المللی، دکتر محمدعلی العوینی، ترجمه: محمد سپهری، ص ۸۱ـ۷۶ مراجعه شود.
۳۳. «سوره انعام»، ص ۸۱ـ۷۴.
۳۴. «سوره شعراء»، آیه ۱۶۶ و ۱۶۵.
۳۵. «سوره هود»، ص ۸۵.
۳۶. «سوره شعراء»، ص ۱۳۰ـ۱۲۸.
۳۷. «سوره قصص»، آیه ۴.
۳۸. «سفینة‌البحار»، ج ۵۱۰/۲.
۳۹. «امالی شیخ طوسی»، ج ۱۴۶/۱.
۴۰. «تحف‌العقول»، ص ۲۶۱.
۴۱. «مجله حوزه»، ۳۳/۱.
۴۲. «روزنامه کیهان»، ۶۸/۴/۸.
۴۳. «در جستجوی راه از کلام امام»، دفتر هشتم، ص ۲۶۹.
۴۴. «صحیفه نور»، ج ۱۷۲/۸ـ۱۷۱.
۴۵. همان.
۴۶. «سوره ملك»، آیه ۲.
۴۷. «الحیاة»، ج ۲۷۲/۱.
۴۸. «الحیاة»، ج ۳۰۸/۱.
۴۹. «الحیاة»، ج ۳۰۸/۱.
۵۰. «سوره ابراهیم»، آیه ۱۴.
۵۱. «الحیاة»، ج ۱۴۶/۱.
۵۲. «میزان الحکمه»، ج ۷۰۰/۱۰.
۵۳. «الحیاة»، ج ۱۴۶/۱.
۵۴. همان.
۵۵. «غررالحکم»، ج ۲۶۴/۶.
۵۶. «فهرست موضوعی غررالحکم»، ص ۳۳۲.
۵۷. «صحیفه نور»، ج ۸۰/۱۸.
۵۸. فروغ کافی، ج ۴۰۶/۶، وسائل‌الشیعه ج ۲۴۱/۱۷.
۵۹. بحارالانوار، ج ۱۶۳/۶۶ـ۱۶۰، باب در باب امامان و حقایقه.
۶۰. بحارالانوار، ج ۱۶۳/۶۶ـ۱۶۱، به نقل از «الکالی»، ج ۴۲/۲ و ۴۳.
۶۱. گامهائی در راه تبلیغ، علامه محمدحسین فضل‌الله، ترجمه دکتر احمد بهشتی، ص ۶۵.
۶۲. سیره ابن‌هشام، ج ۲۳۷/۴.
۶۳. مجله حوزه، ۴۹/۳۹ـ۴۸.
۶۴. همان.
۶۵. مجله حوزه، ویژه‌نامه آیت‌الله بروجردی(ره) شماره ۴۴ـ۴۳.
۶۶. «سوره فصلت»، آیه ۴۱.
۶۷. الحیاة، ج ۱۳۱/۱.
۶۸. تحف‌العقول، آیه ۲۲۱، چاپ بیروت.
۶۹. جهاد اکبر، آیه ۳۴.
۷۰. سوره بقره، آیه ۴۴.
۷۱. سوره صف، آیه ۳ و ۲.
۷۲. اصول کافی، ج ۵۶/۱ و ۴۵ و ۴۴.

حدیث هفته

شرایط روزه واقعی

عن ابی جعفر علیه السلام قال: قال رسول الله صلی الله علیه و آله لجابربن عبدالله، یا جابر هذا شهر رمضان من صام نهاره و قام ورداً من لیله وعف بطنه و فرجه و کف لسانه خرج من ذنوبه کخروجه من الشهر، فقال جابر یا رسول الله ما احسن هذا الحدیث! فقال رسو ل الله صلی الله علیه و آله: یا جابر مااشدّ هذا الشروط.

حضرت باقر علیه السلام فرمودند که پیامبر صلی الله علیه و آله به جابر بن عبدالله فرمودند ای جابر، این ماه رمضان است هرکسی روزهای این ماه را روزه بدارد و پاسی از شبهای آن را به تهجد و شب زنده‌داری مشغول باشد و شکم و دامن خود را از حرام نگهداشته و زبان خود را از کلام ناروا و باطل بازدارد، همچنانکه از این ماه خارج می گردد از تمامی گناهان خود خارج خواهد شد.

جابر عرض کرد یا رسول الله چقدر این حدیث زیباست! حضرت فرمودند و چقدر این شروط سخت است.

براساس این روایت شریف و دهها روایت دیگر، «روزه‌داری» تنها به امساك از خوردن و آشامیدن نیست که این تنها جزیی از روزه است، واقعیت این عبارت بزرگ که می تواند انسان را به مقام تقوی نائل گرداند پرهیز همه جانبه از تمام معاصی و منهیات الهی و زنده نمودن جان و دل به یاد خدا و انجام دستورات و فرامین الهی است چنانچه این امر حاصل گردد یعنی هم اعضا و جوارح در صراط مستقیم عبودیت قرارگیرد و هم دل و قلب به یاد خدا آشنا شود روزه می‌تواند اعجاز نموده، انسان را از تمام آلودگیها پاك و مصفی سازد.

□به نقل از: وسائل الشیعه، ج ۷، ص ۱۱۶