

در بخش نخست بنیانهای تبلیغ و رسالت روحانیت در سه محور کلان مورد بررسی قرار گرفت: گستره تبلیغ دین، شایستگیها و مهارتهای مبلغ و سبکها و اسلوبهای تبلیغ. در محور اول بیان گردید که تبلیغ دین پنج قلمرو بنیادین را در برمیگیرد: ارتباط انسان با خدا، با خود، با دنیا و طبیعت، با خانواده و ارتباط انسان با اجتماع. پس از آن در قلمرو شایستگیهای مبلغ از نگاه اسلام چهار ویژگی مورد بحث قرار گرفت: خدامحوری و اخلاص، دینشناسی یا شناخت اسلام ناب، زمان آگاهی و هنرمندی در ارائه پیام، ولی در محور سوم که سبکها و اسلوبهای تبلیغ بود، روش خطابه و شعر به مفهوم مطلق ارسطویی آنان ناقص دانسته شد و شیوه مردم محوری و محور قرار دادن مصلحت شخصی یا قشر خاص نیز ناسازگار با رسالت الهی معرفی گردید و نویسنده در پایان بخش نخست مقاله مطرح نمود که سبک تبلیغی قرآن «هدایت محوری» است که خود اصول و ویژگیهایی دارد. در بخش دوم و پایانی مقاله نویسنده به آن اصول و ویژگیها اشاره نموده است که از نظر شما خوانندگان گرامی میگذرد.

۱-۳- واقع گرایی توأم با هنرمندی در اتخاذ اسلوب: با توجه به واقعیت فنون پنجگانه (صناعات خمس) از جهت صورت و قالب نمیتوان ارزش علمی آنها را منکر شد ولی در بعد ارزش معرفتی، مواد برخی از اقسام آن جای تردید و مناقشه فراوان است. برای مثال نمیتوان خطابه را عبارت از قیاس مبتنی بر گزارههای ظنی و مشهورات قلمداد کرد و آن را غیر مفید یقین به حساب آورد؛ چنانکه شعر را نیز نمیتوان قیاسی که از قضایای مخیل و دروغ ترکیب یافته است دانست و بهترین آن را دروغترین آن شمرد.

بلکه تفاوت آنها با برهان، جدل و مغالطه در شیوه و اسلوب بیان یا به عبارت دیگر در «زبان» است؛ یعنی زبان خطابه گونه‌ای است که عموم آن را می‌فهمند نه اینکه گزاره‌های آن ظنیات و مشهورات باشد؛ همانگونه که زبان شعر، مجاز و اسلوب غیرمستقیم است که شیوه بیانی اسلوبهای هنری است؛ نه آنکه شعر با واقعیت بیگانه باشد و

اصولاً پختگی و صلاحیت مبلغ وقتی آشکار می‌گردد که همزمانی با مخاطب و مردم او را به عوام‌زدگی نکشاند. همانگونه که واقع محوری (علمی بودن پیام) و توجه به ابعاد هنری سخن، او را به ورطه علم‌زدگی و هنرزدگی نمی‌افکند و از مسیر هدایت محوری و «یهدی الی الرشد» باز نمی‌دارد.

دروغ را پیشه خود سازد. پس خطابه و شعر که از شیوه‌های مهم و بنیادین تبلیغ دین به حساب می‌آیند با شیوه برهانی اختلاف جوهری ندارند و بی‌شک آیه شریفه «ادع الی سبیل ربک بالحکمه والموعظه الحسنه...» نیز هرگز به خطابه منطقی ارسطویی نظر ندارد چنانکه شعر مورد حمایت قرآن و پیامبر اکرم (ص) شعر ارسطویی نیست. بنابر این، می‌توان در تبلیغ دین از پنج اسلوب بهره جست: ادبی، علمی، خطابی، جدل نیکو یا آمیخته‌ای از چند شیوه که از این میان فقط جدل نیکو بر واقعیت تکیه ندارد ولی فنون دیگر، به لحاظ ارزش معرفتی همه واقعیت محورند و اختلافشان اختلاف صوری و زبانی است.

۲-۳- هدایت محوری در عین همزمانی: مهمترین ویژگی اسلوب جامع و صحیح هدایت

محوری است؛ یعنی، مبلغ به جای اینکه شیوه مردم محوری یا خودمحوری و خواص محوری را برگزیند هدایت جامعه و کاروان بشری به سمت خداگونگی و تقرب الهی را برمی‌گزیند، بی‌آنکه با مخاطب خویش ناهم‌زمان و بیگانه باشد. چنانکه قرآن زبانش زبان هدایت و رشد در عین همزمانی با تمامی اقشار جامعه است.

اصولاً پختگی و صلاحیت مبلغ وقتی آشکار می‌گردد که همزمانی با مخاطب و مردم او را به عوام‌زدگی نکشاند. همانگونه که واقع محوری (علمی بودن پیام) و توجه به ابعاد هنری سخن، او را به ورطه علم‌زدگی و هنرزدگی نمی‌افکند و از مسیر هدایت محوری و «یهدی الی الرشد» باز نمی‌دارد. راز سخن نبی اکرم (ص)، یعنی «العلماء ورثة الانبیاء» نیز در همین اصل نهفته است. پس مبلغ راستین دین از جهت زمان

آنکه گوید جمله حقیقت است
وانکه گوید جمله باطل اوست
چونکه حق و باطلی آمیختند
نقد و قلب اندر حرمندان ریختند
پس محک می‌بایدش بگزیده‌ای
در حقایق امتحانها دیده‌ای
تا شود فاروق این تزویرها
تا نبود دستور این تدبیرها

۳-۴- نوآوری در حوزه پیام و پیام‌رسانی:
رهبر معظم انقلاب اسلامی - دام ظلّه - در سال ۷۴ مبلغان حوزه‌های علمیه را به نوآوری در قلمرو اندیشه و اسلوب فرا خواند. علی (ع) در کلمات قصار می‌فرماید: «ان هذه القلوب تمن کما تمل الابدان فابتغوا لها طرائف الحکمة»؛ این دلها چون تنها ملول می‌شوند پس برای آن جویای حکمتهای نوین (سخنان تازه) باشید.

بنیانهای تبلیغ و رسالت روحانیت

□ حجة الاسلام عباس سالک

آگاهی پیامش علمی است؛ از بعد فصاحت و بلاغت (هنر آگاهی) گفتارش هنرمندانه است. چنانکه از بعد همزمانی با مخاطب، زبانش مردمی - بلسان قومه - و از جهت هدایتگری، زبانش قرآنی و پیامبرانه است، بی‌آنکه پررنگتر کردن یکی به دیگری آسیب وارد کند و او را به مفاک مردم‌زدگی، زمان‌زدگی و هنرزدگی بکشانند.

۳-۳- همه‌جانبه‌نگری در تحلیل: مبلغ ممکن است محور یا موضوع تبلیغ خویش را به شیوه نفي مطلق یا اثبات مطلق تحلیل کند. برای مثال در بررسی موفقیت‌های انقلاب اسلامی صرفاً بر روی جنبه‌های مثبت یا منفی انگشت گذارد و بر مبنای آن داوری کند و یا در تحلیل ادیان الهی و فرقه‌ها و احزاب به شیوه رد و قبول مطلق به بحث بپردازد و یا فقط به ویژگی‌ها و خصایص منفی جامعه تبلیغی خود انگشت گذارد و یا صرفاً جنبه‌های مثبت مخاطبان خود را ملاک داوری قرار دهد. بی‌شک گرایش منفی باعث ایجاد یأس و نومیدی جامعه تبلیغی و روش گرایش مثبت یا اثبات‌گرایی موجب خودسانسوری و فریب می‌شود. از همین روی قرآن بر تلفیق بشارت با انداز یا بیم و امید در تبلیغ انبیا صحنه می‌گذارد و پررنگتر کردن هر یک از آن دو را خطا می‌داند. پس بهترین شیوه، همه‌جانبه‌نگری است که لازمه آن هماهنگی میان نفي و اثبات و بیم و امید است. برای مثال، در این شیوه تنها عیبهای جامعه تبلیغی یا صرفاً نقطه قوتها برجسته نمی‌شود، چنانکه در تحلیل حقایق انقلاب اسلامی صرفاً مشکلات و ضعفها برجسته نمی‌شود بلکه نقطه قوتها توأم با تحلیل نقطه ضعفها مورد بررسی قرار می‌گیرد و راه حل ارائه می‌شود، یعنی، نه با بزرگ کردن نارساییها روح یأس و ناامیدی بر سخن سایه می‌افکند و نه با نادیده گرفتن دردها و مشکلات «تغافل و امید کاذب بر شونده القا می‌شود. مولوی نیز می‌گوید:

این حقیقت دان نه حقیقت این همه

نی بکلی گمروانند این رسته

پس مگو جمله خیال است و ضلال

بسی حقیقت نیست در عالم خیال

□ رسالت مبلغان دین و قلمروهای تبلیغ آنان همان رسالت پیامبران و اهل بیت پیامبر (ص) و قلمروهای تبلیغ آنهاست و این رسالت بزرگ با مردم محوری، زمان‌زدگی یا خودمحوری در تبلیغ به انجام نمی‌رسد.

در قلمرو نوگرایی و کهنه‌گرایی در تبلیغ دین سه گرایش وجود دارد: سنت‌گرایی افراطی و تأکید بر حفظ شیوه‌های سنتی گذشته، نوگرایی افراطی که به علم‌زدگی و زمان‌زدگی منتهی می‌شود و ارزشهای متعالی پیشین را قربانی می‌کند و شیوه دیگر که به لزوم نوآوری در عین همزمانی با زمان تأکید می‌ورزد، بی‌آنکه به ارزشهای متعالی و پایدار دینی و عرفی پشت پا زند. بی‌هیچ شائبه‌ای مراد رهبر انقلاب از نوآوری، شیوه سوم است همان که علی (ع) فقدان آن را موجب ملال دل و خستگی روح می‌شناسد.

در این شیوه سه عنصر دین آگاهی، زمان آگاهی و هنر آگاهی دست‌به‌دست هم می‌دهند و اصل نوآوری صحیح در تبلیغ را رقم می‌زنند. برای مثال، اصل استناد به آیات قرآنی و روایات معتبر اهل بیت (ع) در تبلیغ، ذکر خاطره شورآفرین حادثه عاشورا و یا مصائب اهل بیت (ع) به شیوه هنرمندانه و مستند به اسناد معتبر، ذکر حوادث تاریخی و تمثیلهای آموزنده و ... همه از ارزشهای سنتی متعالی و ماندگار تبلیغات دینی ماست که باید همراه توسط مبلغان دین پاس داشته شوند. اگر این ارزشها با روح زمان و زبان

● نوآوری در تبلیغ، بدون ایجاد تحول در جهان‌بینی، دین‌شناسی و انسان‌نگری ممکن نخواهد بود و بدیهی است که ایجاد زمینه چنین تحولی به بصیرت و نواندیشی استادان و مدیران نظام تربیتی و آموزشی حوزه‌های علمیه بستگی دارد.

مردم و ارائه هنرمندانه همراه گردند. بی‌شک معجزه خواهند کرد و پیام دین را بر ضمیر دلها خواهند نشاند. البته بر اهل نظر پوشیده نیست که این شرایط برای مبلغان دین ارزان به دست نخواهد آمد که مستلزم سیر و سلوک مداوم در عرصه دین‌شناسی، زمان‌شناسی عمیق، سیر و سلوک هنری - در قلمرو نظر و عمل - و سیر و سلوک معنوی و عرفانی زیر نظر دین‌شناسان بصیر، زمان‌شناسان خبیر و عارفان و هنرمندان روشن ضمیر است که:

نواز پرورده تنعم نبرد راه به دوست

عاشقی شیوه رندان بسلاکش باشد

آنگاه اوست که می‌تواند گل برافشاند و طرحی نو دراندازد.

به عبارت دیگر، اندیشه و زبان نواز نگرش و نگاه نو به



جهان، انسان، تاریخ و دین برمی‌خیزد؛ چنانکه اندیشه و زبان کهنه از نگرش و نگاه کهنه به جهان، دین و انسان سرچشمه می‌گیرد. پس نوآوری در تبلیغ بدون ایجاد تحول در جهان‌بینی، دین‌شناسی و انسان‌نگری ممکن نخواهد بود و بدیهی است که ایجاد زمینه چنین تحولی به بصیرت و نواندیشی استادان و مدیران نظام تربیتی و آموزشی حوزه‌های علمیه بستگی دارد.

حاصل سخن اینکه: رسالت مبلغان دین و قلمروهای تبلیغ آنان همان رسالت پیامبران و اهل بیت پیامبر (ص) و قلمروهای تبلیغ آنهاست و این رسالت بزرگ با مردم محوری، زمان‌زدگی یا خودمحوری در تبلیغ به انجام نمی‌رسد؛ بلکه در گرو اخلاص، دین‌شناسی جامع، زمان‌شناسی عمیق و هنر آگاهی است که مستلزم سیر و سلوک بی‌وقفه در چهار عرصه است: سیر و سلوک معنوی برای حصول اخلاص، سیر و سلوک در عرصه دین‌شناسی، سیر و سلوک در عرصه زمان‌شناسی و سیر و سلوک هنری؛ و این کوششها بدون یک نظام آموزشی و تربیتی مناسب و اساتید بصیر نتیجه‌بخش نخواهد بود.