

تبلیغ در اندیشه مطهر

بازشناسی مؤلفه‌های تبلیغ در اندیشه و آثار
استاد شهید مرتضی مطهری



❖ زین العابدین جعفری

کارشناس ارشد جامعه‌شناسی و کارشناس معاونت امور
فرهنگی و تبلیغ سازمان تبلیغات اسلامی

چکیده

استاد شهید مرتضی مطهری که امام خمینی (ره) ایشان را حاصل عمر خود می‌دانستند و در مورد آثار ایشان بر این عقیده بودند که «همه آثار ایشان بلااستثنا مفید و سودمند است»، یکی از معدود شخصیت‌های به نسبت جامع در دوران معاصر است که به دغدغه‌های فکری و اجتماعی جامعه توجه ویژه‌ای داشته است که در آثار متعدد و به‌یادگارمانده از ایشان منعکس شده و اکنون به عنوان میراثی گرانبها در اختیار نسل امروز و نسل‌های آتی قرار گرفته است. یکی از موضوعاتی که به نظر می‌رسد می‌توان در آن خصوص در آثار ایشان به تتبع و تفحص پرداخت، موضوع فوق‌الاشاره است که نگارنده کوشیده است هر چند اندک از این آثار گرانبها به عنوان «نمی از یم» و قطره‌ای از دریا، استفاده مستقیم و غیرمستقیم کرده، به نحوی آن را بازنمایی کند.

به نظر نگارنده، از مهم‌ترین مؤلفه‌های تبلیغ دینی در آثار استاد مطهری می‌توان به قائل شدن آزادی تبلیغ برای دیگران، مبارزه با خرافات و بدعت‌های دینی، روش‌شناسی منعطف، هنر تشریح مطالب، استفاده از تمام ظرفیت‌های تبلیغی، مخاطب‌شناسی و محیط‌شناسی تبلیغ، استفاده از تمثیل و داستان، پرهیز از تکبر علمی، تبلیغ بر اساس مقتضیات زمان، توجه به هویت ایرانی و اسلامی و ... اشاره کرد که به همراه ویژگی‌های شخصیتی ملهم از اخلاق و عرفان اسلامی اگر مورد توجه مبلغان دینی امروز قرار گیرد، قطعاً نتایجی شگفت‌انگیز و بیش از آنچه تاکنون به دست آمده است، حاصل می‌شود.

سخن گفتن در مورد آثار استاد شهید مرتضی مطهری که بخش بزرگی از زندگی خود را در راه تبلیغ دین اسلام صرف کرده است، سهل و ممتنع می‌نماید؛ سهل از این جهت که سی سال پس از ایشان، حجم انبوهی از مطالب اعم از کتاب، مقاله و ... در شرح و توضیح آثار وی تولید شده که چه بسا از حجم آثار استاد نیز افزون گشته و به ظاهر شناخت زیادی نیز در این زمینه ایجاد کرده است و ممتنع از آن رو که با همه این اوصاف، جنبه‌های فراوانی از آثار استاد مطهری همچنان مغفول مانده و گاه آنچه در حیات اجتماعی ایران امروز بروز و ظهور می‌نماید، به

شدت با آنچه این استاد گرانقدر در پی آن بود، تخالف یا حتی تضاد دارد.

به هر حال در این مقاله کوشش می‌شود تا به مهم‌ترین سرفصل‌ها و مؤلفه‌های تبلیغی این شخصیت اثرگذار تاریخ معاصر ایران، با توجه به زمینه اجتماعی فعالیت‌های ایشان اشاره شود.

تعریف مفهوم تبلیغ

پیش از ورود به بحث اصلی لازم است که به مفهوم تبلیغ و انواع آن به خصوص از منظر جامعه‌شناختی اشاره‌ای کنیم.

تبلیغ در معنای مدنظر ما در این نوشتار، نه تبلیغات در معنای آگهی‌های تجاری، که معادل انگلیسی آن، واژه Propaganda است و به هر تلاش سازمان‌یافته و آگاهانه‌ای که به منظور دستکاری در احساس و ادراک و تغییر نگرش در رفتار مخاطب در جهت دستیابی به اهداف خاصی که مبلغ در سر می‌پروراند، اطلاق می‌شود. بنابراین اهداف اصلی یک تبلیغ را می‌توان این گونه برشمرد:

- شکل‌دهی به برداشت‌ها و نگرش‌های مخاطبان؛

- دستکاری ادراکات؛

- هدایت اعمال و رفتارهای بیرونی آنها.

تبلیغ را می‌توان در حوزه‌های مختلفی نظیر تجارت، سیاست، ورزش و دین به کار برد و مقصود ما در این نوشتار تبلیغ در حوزه دین است و به همین روی بهتر می‌نماید که تعریف تبلیغ دینی را آن گونه که استاد مطهری بیان می‌کند، بیاوریم: «تبلیغ، کلمه‌ای است که در **قرآن مجید** زیاد استعمال شده است. در **قرآن کریم**، از پیغمبران خدا به عنوان مبلغان رسالات الهی یاد شده است. البته منحصر به پیغمبران نیست، غیر آنها هم هست. مثلاً قرآن از زبان پیغمبران نقل می‌کند که: «یا قوم لقد ابلغتکم رساله ربی و نصحت لکم و لکن لا تحبون الناصحین» (اعراف: ۷۹)، یا درباره پیغمبران می‌گوید: «ما علی الرسول الا البلاغ» (مائده: ۹۹) غرض این است که کلمه «بلاغ، تبلیغ، بیلغون» و آنچه مربوط به این ماده است، در **قرآن مجید** زیاد استعمال شده. معنی این کلمه چیست؟ بدبختانه این کلمه در عرف امروز، سرنوشت شوم یعنی معنی منحوس و منفوری پیدا کرده، به طوری که امروز در عرف ما فارسی‌زبان‌ها تبلیغ یعنی راست و دروغ جور کردن، و در واقع فریبکاری و

اغفال برای به خورد مردم دادن یک کالا. مفهوم اغفال به خودش گرفته است و لذا گاهی اوقات که کسی درباره موضوعی صحبت می‌کند، وقتی می‌خواهد بگوید اینها اساسی ندارد، می‌گوید آقا اینها همه تبلیغات است، همه دروغ و فریبکاری است. بدین جهت، گاهی می‌بینیم بعضی‌ها با استعمال این کلمه در مورد امور دینی موافق نیستند. ولی من در یک جلسه دیگر این مطلب را به رفقا گفتم که اگر کلمه‌ای معنی صحیحی دارد و آن معنی صحیح در استعمالات **قرآن مجید** و **نهج البلاغه** آمده است، ما نباید به جرم اینکه معنی تحریفی پیدا کرده است آن کلمه را مجازات بکنیم، بلکه باید همیشه معنی صحیحش را به مردم بگوییم. تبلیغ با وصول و با ایصال معنی نزدیک دارد. در زبان عربی در خیلی موارد، یک ظرافت‌ها و لطافت‌هایی است که اینها را ما مثلاً در زبان فارسی خودمان با اینکه زبان شیرین و وسیعی است، نمی‌بینیم. ما در زبان عربی کلمه «ایصال» داریم، کلمه «بلاغ» هم داریم ... ایصال معمولاً در مورد رساندن چیزی به دست کسی یا در حوزه کسی است، یعنی در مورد امور جسمانی و مادی به کار می‌رود. اگر کسی بخواهد پاکتی را به شخص دیگری برساند، در اینجا کلمه «ایصال» را به کار می‌برند. یا اگر کسی پیش شما امانتی دارد (امانت مادی) و شما این امانت را به او برسانید، اینجا می‌گویند امانت را به صاحبش ایصال کرد. ولی ابلاغ، در مورد رساندن یک فکر و یا یک پیام است. یعنی در مورد رساندن چیزی به فکر و روح و ضمیر و قلب کسی به کار می‌رود. و لهذا محتوای ابلاغ نمی‌تواند یک امر مادی و جسمانی باشد، حتماً یک امر معنوی و روحی است، یک فکر و یک احساس است، و به عبارت دیگر معمولاً ابلاغ را در مورد پیام‌ها و سلام‌ها و امثال اینها به کار می‌برند. می‌گویند: ابلاغ پیام کرد، ابلاغ سلام کرد. وقتی که ابلاغ پیام می‌کند؛ یعنی فکری را، پیغامی را به دیگران می‌رساند. و هنگامی که ابلاغ سلام می‌کند، ابلاغ احساسات می‌کند، ابلاغ عشق می‌کند. در مورد چنین چیزهایی، کلمه «تبلیغ» و «بلاغ» به کار می‌رود و **قرآن مجید** این کلمه را در مورد رسالات که عبارت است از پیام‌ها، به کار برده است. پس تبلیغ یعنی رساندن یک پیام از کسی به کس دیگر. کلمه «پیامبر» و «پیغامبر» که در زبان فارسی آمده است، ترجمه کلمه «رسول» است که به معنی

مبلغ رسالت است. کلمه «رسالت» از کلماتی است که سرنوشت خوبی پیدا کرده است ... اخیراً کلمه رسالت را در لفظ فارسی به کار می‌برند و مثلاً می‌گویند فلانی رسالتی در جامعه خودش دارد. یعنی امروز در مورد کسی که احساس می‌کند برای جامعه خودش و در جامعه خودش وظیفه‌ای دارد که باید آن را انجام بدهد، می‌گویند او رسالتی دارد، و این تعبیر، و آن تعبیری که در **قرآن** برای کلمه رسالت آمده است، اگر یکی نباشند خیلی به هم نزدیک هستند، و به عبارت دیگر، این مفهوم به مفهوم رسالت در **قرآن** بسیار نزدیک است. **قرآن** می‌فرماید: «الذین یبلغون رسالات الله و یخشونه و لا یخشون احدا الا الله» (احزاب: ۳۹) آنان که پیام‌های الهی را به مردم می‌رسانند و جز از خدا از احدی بیم ندارند». (مطهری، **حماسه حسینی**. ج ۱: ۱۹۲-۱۸۹)

بنابراین تبلیغ در حوزه دین، به فعالیتی اشاره دارد که در طی آن پیام دین توسط یک واسطه، مبلغ و با استفاده از ابزارهایی چون سخنرانی، کتاب، شعر، فیلم و ... به مخاطب رسانده می‌شود.

البته برای تأثیرگذاری پیام بر روی مخاطب شرایطی باید وجود داشته باشد که استاد مطهری آن را نیز به خوبی تشریح کرده است: «اما شرط موفقیت یک پیام چیست؟ چگونه پیامی می‌تواند موفق بشود؟ آیا اسلام خودش پیام موفق بوده است؟ اگر آری، راز موفقیت اسلام در چیست؟ شرایط موفقیت یک پیام چهار چیز است که اگر این چهار شرط در یک‌جا جمع بشود، موفقیت آن پیام قطعی است، ولی اگر این چهار تا جمع نشود، شکل‌های مختلفی پیدا می‌شود.

... چهار عاملی که در موفقیت یا شکست یک پیام مؤثرند عبارتند از:

- ماهیت پیام (حقانیت و غنی بودن محتوای آن)؛

- شخصیت خاص پیام‌رسان؛

- ابزار پیام‌رسانی؛

- کیفیت و مدت و اسلوب رساندن پیام.»

(مطهری، **حماسه حسینی**، ج ۱)

علاوه بر عوامل مذکور، شرایط اجتماعی و محیطی که تبلیغ در آن صورت می‌پذیرد به عنوان یک عامل زمینه‌ای بسیار مهم می‌تواند فرایند تبلیغ را تحت تأثیر قرار دهد، به طوری که با مساعد بودن شرایط اجتماعی پذیرش پیام تبلیغ، اثرگذاری پیام، سرعت و وسعت بیشتری به

خود می‌گیرد و با آماده‌نبودن محیط اجتماعی، امر تبلیغ با موانع جدی روبرو می‌شود.

تاریخچه تبلیغ دینی

با توجه به آنچه در **قرآن مجید** و روایات دینی آمده است، «آدم» اولین انسان بوده و اولین پیامبر نیز خود اوست که پیام‌های الهی برای هدایت و راهنمایی او و خانواده‌اش بر وی نازل می‌شده است.

بنابراین، تاریخ تبلیغ دینی به قدمت حضور بشر بر روی کره خاکی است و خداوند از این طریق توانسته است پیام خود مبنی بر عدم پرستش معبودهای دیگر و روش‌های صحیح ارتباط را در قالب فرستادن پیامبران به گوش انسان‌ها برساند و حجت را بر آنها تمام کند.

تبلیغ در دین اسلام با عبارت جلاله «قولوا لا اله الا الله فتلحوا» که بر زبان پیامبر اسلام جاری شد، آغاز و تا ظهور منجی موعود که امر تبلیغ دین در همه جوانب به کمال خواهد رسید، ادامه خواهد داشت.

بررسی شیوه‌های تبلیغی پیامبر اسلام آشکار می‌سازد که چهار مؤلفه و عامل اصلی در اثرگذاری پیام، در تبلیغی که رسالتش را ایشان برعهده داشتند در بهترین شکل ممکن خود بروز و ظهور داشته است.

پیام دین اسلام که مخاطبان خود را به پرستش یگانه معبود هستی و عدول از پرستش خدایان باطل و زمینی فرا می‌خواند و منطقی‌ترین و عقلانی‌ترین ادله ممکن را ارائه می‌نماید و بساط ظلم و بی‌عدالتی را برمی‌چیند، بر دل و جان هر انسان آزاده و صاحب‌خردی می‌نشیند و عمیق‌ترین تأثیرهای تربیتی را بر جای می‌گذارد.

«اگر محتوای پیام رسول خدا (صلی‌الله‌علیه‌وآله) دارای این ویژگی‌ها نبود، حتی در صورت وجود زمینه مساعد، تبلیغ یک تلاش کور و بی‌حاصل بود. این ویژگی‌ها عبارتند از:

اول: قابلیت اثبات و استدلال

پیامبر (صلی‌الله‌علیه‌وآله) پیام خویش را با منطق و استدلال بیان می‌فرمود. معارف دینی زمینه پذیرش عقلی داشت و ابهام‌ها و تاریکی‌ها را از اذهان می‌زدود.

دوم: هم‌سویی با احساسات عالی

اقناع احساسات متعالی از سوی اسلام موجب شد تا افراد به سهولت در راه هدف‌های مکتب

فداکاری کنند و جان‌هایشان را ضامن اجرای احکام مکتب قرار دهند.

سوم: هماهنگی با نیازهای بشر

هماهنگی معارف دینی با نیازهای فطری و طبیعی بشر باعث شد تا نه تنها عقل‌ها و وحی آسمانی را بپذیرند، بلکه در عمق روح بشر هم رسوخ کند، همچنان که **قرآن** می‌فرماید: و یخرون للادقان یبکون ویزیدهم خشوعاً (اسراء: ۱۰۷).»

شرایط اجتماعی و سیاسی دوران

تبلیغ استاد مطهری

استاد مطهری تقریباً همزمان با حکومت پهلوی اول، به عنوان طلبه‌ای جوان تبلیغ دین اسلام را آغاز کرد؛ دورانی که با مدرنیزاسیون سطحی بیش از پیش جامعه، سنت‌های دینی و عرفی به چالش کشیده شده بودند و به تعبیر دور کیم، زمینه‌های بروز یک «آنومی» (ناهنجاری اجتماعی) در حال شکل‌گیری بود. در وضعیت آنومی، جامعه با بحران عظیمی روبرو می‌شود که در آن مردم، مرجع‌ها و پشتیبان‌های رفتاری و ادراکی خود را از دست می‌دهند و جایگزین مناسبی نیز برای مراجع قبلی نمی‌یابند. در این شرایط، اغلب مردم به خصوص جوانان دچار بحران هویت شده، رفتارهای ناسازگارانه از آنها سر می‌زند.

ظهور قشر روشنفکر تحصیل‌کرده غرب، پا گرفتن تحصیلات دانشگاهی در ایران و به خصوص تهران، فعالیت گسترده حزب توده که وابسته به حزب کمونیست شوروی سابق بود، حضور مستشاران خارجی به ویژه آمریکایی‌ها بعد از جنگ جهانی دوم در ایران و همچنین شروع مبارزات ضداستعماری و ضداستبدادی در ایران تحت تأثیر مبارزات کشورهای مسلمان دیگر نظیر پاکستان و الجزایر و ... در زمره عوامل و شرایطی قرار می‌گیرند که محیط تبلیغ دینی در قبل از به‌ثمرنشدن انقلاب اسلامی را متأثر ساخته، قشر جوانان دانشگاهی معترض را به وجود آورده بود.

در چنین شرایطی بود که استاد مطهری با درایت خاص خود، مخاطب اصلی خویش که جوانان تحصیل‌کرده دانشگاهی بودند را یافت و به آرامی راه خود را از حوزه علمیه که از روش‌های تبلیغی سنتی بهره می‌گرفتند به سمت دانشگاه که یکی از محصولات مدرنیزاسیون بود، باز کرد؛ چرا که با توجه به ویژگی‌های علمی و شخصیتی خود استاد مطهری و نیز ایجاد نهضت

ضد استعماری بر پایه حضور قشر وسیعی از جوانان، زمینه مساعدی برای تبلیغ دین، آنگونه که مطهری درک می‌کرد و می‌اندیشید، فراهم شده بود.

ویژگی‌های علمی و شخصیتی استاد

مطهری

یکی دیگر از عوامل مؤثر در تبلیغ، ویژگی‌های فرد مبلغ است که شامل ویژگی‌های علمی و خصایص شخصیتی و اخلاقی وی می‌شود. این عامل از آن جهت اهمیت ویژه دارد که چه بسیار پیام‌های منطقی و مستدل در دستان بی‌کفایت یک فرد، به عاملی علیه خود آن پیام تبدیل شده و چه بسیار پیام‌های غیرمنطقی و بدون استدلال که توسط شخصی اثرگذار، بر جان و روح مخاطب نشسته است.

یکی از مهم‌ترین دلایل موفقیت استاد مطهری در امر تبلیغ دین، ویژگی‌های علمی و شخصیتی ایشان بود که در ادامه به صورت جداگانه به آنها خواهیم پرداخت.

ویژگی‌های شخصیتی

استاد مطهری به دلیل خصوصیات شخصی ویژه‌ای که داشتند، اغلب مخاطبان و شاگردان خود را جذب می‌کردند؛ به طوری که بسیاری از شاگردانش همچون مریدی که در خدمت مرشد خود می‌نشیند، مشتاقانه در کلاس‌های درس ایشان حاضر می‌شدند. برخی از مهم‌ترین این ویژگی‌ها عبارتند از:

فروتنی

ایشان همچون هر استاد درس آموخته در مکتب اسلام، هر چه بر علمش افزوده می‌شد، فروتنی و تواضع بیشتری از خود نشان می‌داد و در مواقعی که مطلب را اشتباه متوجه شده بود به محض فهمیدن، آن را اصلاح می‌کرد. در این زمینه یکی از شاگردان ایشان می‌گوید: «مرحوم استاد مطهری از آنجایی که خداوند هوش فوق‌العاده‌ای به ایشان عطا کرده بود و از جنبه علمی بسیار قوی بودند، کمتر می‌شد در هنگام درس اشتباه کنند، اما اگر اتفاق می‌افتاد که در نکته‌ای اشتباه کنند و فی‌المثل یکی از شاگردان اشتباه را یادآور می‌شد، می‌پذیرفتند. هیچ گاه سراغ ندارم که ایشان پافشاری در اشتباه خود کنند و مطلب را به زور تحمیل نمایند. اصولاً ایشان در مقابل حق خاضع بودند و آنچه حق می‌یافتند، می‌پذیرفتند.» (جلوه‌های معلمی استاد مطهری: ۶۷)

انصاف‌داشتن

بارزترین خصیصه ایشان، داشتن روحیه انصاف بود. این ویژگی سبب شده بود که اولاً استاد بر روی حرف مخالفان نظر خود، هر که می‌خواهد باشد و در هر مقامی که باشد، کاملاً ببیند؛ یعنی هیچ‌گاه با روحیه استکباری و بزرگ‌منشانه با آرا و عقاید حتی مخالف‌ترین دشمنان خود نیز برخورد نمی‌کردند. همیشه هر سخن و گفته‌ای را تا حد امکان تجزیه و تحلیل می‌کردند و شقوق درست و قابل قبول آن را از احتمالات نادرست جدا کرده، به حساب هر یک جداگانه رسیدگی می‌کردند. (جلوه‌ها: ۱۶۷)

آزادگی

یکی از دوستان شهید مطهری رحمه‌الله می‌گوید: آنچه در تمام برخوردها با شهید مطهری کاملاً محسوس بود، حریت و آزادی شهید مطهری بود، او دارای دلی بود آزاد و دارای مغزی بود آزاد و قهرراً دارای زبان و قلمی آزاد بود (همان: ۷۸). داماد استاد مطهری رحمه‌الله نیز می‌گوید: در اظهارنظرهای ایشان پیرامون عقاید انحرافی و یا لغزش‌های ایدئولوژیک گروه‌های سیاسی، حریت و آزادگی دیده می‌شود. (همان: ۱۰۷)

سادگی و عدم تکبر

یکی از شاگردان استاد مطهری می‌گوید: به یاد دارم که در درس فلسفه که در آغاز در مدرسه مروی برگزار می‌گردید، گاه در یک حجره و گاه در حجره دیگر، هر جا که ممکن بود تدریس می‌کردند و یک بار که صاحبان این حجره‌ها غایب بودند و حجره‌ای برای تدریس باز نبود، ایشان به سادگی و بدون ازدست‌دادن فرصت در ایوان کوچکی جلوی یکی از حجره‌های بسته به روی زمین نشستند و برای حاضران درس را بیان داشتند و علاوه بر درس فلسفه، درس اخلاق نیز آموختند. (همان: ۱۷۷)

خوشروبودن

اخلاق خوب و حسنه و رفتار توأم با مهربانی از شاخص‌های انسان‌هایی است که بی‌هیچ مزدی در راه تبلیغ دین اسلام تلاش می‌کنند. استاد مطهری نیز همچون استادش علامه طباطبایی بسیار خوشرو بودند، با شاگردان روابط پدراانه داشتند و در واقع وقتی ارتباط شاگردی با ایشان ادامه پیدا می‌کرد، به نوعی دوستی مبذل می‌شد... مرحوم مطهری با شاگردانشان به اندازه‌ای مهربان بودند که حتی اجازه می‌دادند آنها مسائل

خصوصی و شخصی‌شان را با ایشان مطرح کرده و در انتخاب راه و مسیر آینده با ایشان مشورت کنند. حتی ایشان به اندازه‌ای نزدیک می‌شدند که در مجالسی مانند عروسی شاگردانشان، در صورت دعوت، شرکت می‌کردند. (همان: ۹۴)

قرآن مهم‌ترین راز توفیق پیامبر اسلام (صلی‌الله‌علیه‌وآله) را در امر تبلیغ دین، مهرورزی و حسن خلق آن حضرت می‌داند و می‌فرماید: «فیمَا رَحْمَةٌ مِنْ اللَّهِ لَنْتَ لَهُمْ وَ لَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظًا الْقَلْبَ لَافْتَضُوا مِنْ حَوْلِكَ» (آل عمران: ۱۵۹): یعنی به جهت رحمت خداوند با مردم مهربان و نرم‌خو شدی و اگر تندخو و سخت‌دل بودی، قطعاً از اطراف تو پراکنده می‌شدند.

احترام به استاد

ایشان در ضمن درس به استادان خودشان بسیار احترام می‌گذاشتند. به نام علامه طباطبایی رحمه‌الله که می‌رسیدند، از ایشان با «روحی له‌الفداء» (فدای ایشان شوم = قربانشان بروم) یاد می‌کردند. (همان: ۹۸)

آمر به معروف و ناهی از منکر

خداوند متعال مبلغان دینی را در ردیف آمران به معروف و ناهیان از منکر قلمداد و یکی از وظایف آنها را عمل به این دو اصل حیاتی اعلام می‌کند؛ چرا که امر به معروف و نهی از منکر از مهم‌ترین ابعاد تبلیغ دینی از منظر **قرآن** است.

خداوند متعال این وظیفه مبلغان مسلمان را اینگونه یادآور می‌شود: «وَلَنْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْفَالِحُونَ؛ و باید از میان شما، گروهی (مردم را) به نیکی دعوت کنند و به کار شایسته وادارند و از زشتی باز دارند و آنان همان رستگارانند.» (آل عمران: ۱۰۴)

البته در اجرای این دو اصل توسط مبلغان اسلامی تردید نیست. آنچه مسلم است اخلاص و عامل‌بودن به گفته‌های خویش است.

برای توضیح این سخن و درجه اثرگذاری امر تبلیغ در وادی امر به معروف و نهی از منکر، به سخنی از استاد مطهری اشاره می‌کنیم. ایشان می‌نویسد: از شرایط مفیدبودن امر به معروف و نهی از منکر این است که اصالت داشته باشد، یعنی تابع هیچ جریان دیگر نباشد، باید منبع جریان‌ها باشد نه تابع از جریان‌ها، نباید تابع شخص یا صنف یا یک جریان خاص سیاسی بوده باشد، نباید تابع و در خدمت شخص باشد

گاهی اوقات که کسی درباره موضوعی صحبت می‌کند، وقتی می‌خواهد بگوید اینها اساسی ندارد، می‌گوید آقا اینها همه تبلیغات است، همه دروغ و فریبکاری است. بدین جهت، گاهی می‌بینیم بعضی‌ها با استعمال این کلمه در مورد امور دینی موافق نیستند. ولی من در یک جلسه دیگر این مطلب را به رفقا گفتم که اگر کلمه‌ای معنی صحیحی دارد و آن معنی صحیح در استعمالات قرآن مجید و نهج‌البلاغه آمده است، ما نباید به جرم اینکه معنی تحریفی پیدا کرده است آن کلمه را مجازات بکنیم، بلکه باید همیشه معنی صحیحش را به مردم بگوییم.

ولو یک شخصیت روحانی، نباید در خدمت صنف و حزب باشد. فرق است میان اینکه روحانیون و مبلغان مذهبی در خدمت دین باشند و یا دین و اصول مقدس دین مثل امر به معروف در خدمت آنها باشد. هرگاه واقعاً روحانیون و مؤمنین در خدمت دین قرار گرفتند آن وقت سرافرازی دین است ولی هر وقت دین در خدمت عمّامه به سر و عرقچین به سر قرار گرفت، آن وقت منتهای بدبختی، ذلت و بیچارگی دین است. پس باید خود را برای دین خالص کرد و دین را هدف نهایی قرار داد نه اینکه دین را برای هدف دیگر ولو به قصد قربت خواست.

تقوا داشتن، متعبد بودن، رازداری، با وضو بودن، توجه به شاگردان، بخل نوزیدن و ... نیز از دیگر خصوصیات شخصیتی و رفتاری استاد مطهری

می شنوند و از بهتری بش پیروی می کنند». شیوه اسلام در مقابله با افکار مخالف، روش طرد و خشونت و جنگ نیست، بلکه به بهترین بندگان خود توصیه می کند که تمام سخنان را بشنوند و سپس از بهترین آنها تبعیت کنند.

استاد مطهری به تاسی از **قرآن** و سیره پیامبر اسلام (ص) و اهل بیت (علیهم السلام) آزادی تبلیغ را حق هر صاحب اندیشه ای می دانست و بارها بر آن تأکید می ورزید. ایشان در یکی از سخنرانی های خود در دانشکده الهیات دانشگاه تهران در این خصوص این گونه گفته است: «من به همه این دوستان غیرمسلمان اعلام می کنم، از نظر اسلام تفکر آزاد است، شما هر جور که می خواهید بیندیشید؛ هر جور می خواهید عقیده خودتان را ابراز کنید، به شرطی که فکر واقعی

نباید این گونه فکر کرد که چون اینجا دانشکده الهیات است، نباید در آن مارکسیسم تدریس بشود؛ خیر. مارکسیسم باید تدریس شود، آن هم توسط استادی که معتقد به مارکسیسم است، فقط باید جلو دروغ و حقه بازی را گرفت؛ یعنی دیگر یک مارکسیست نباید تمسک به آیه **قرآن** بکند و بگوید فلان آیه **قرآن** اشاره به فلان اصل مارکسیسم است. ما با این شیوه مخالفیم. این خیانت به **قرآن** است.» (پیرامون انقلاب اسلامی: ۱۳ و ۱۴)

مبارزه با خرافات و بدعت های دینی

یکی از مهم ترین ویژگی های تبلیغی استاد مطهری، مبارزه ایشان با خرافات مذهبی و بدعت ها و انحرافات دینی است که در نهایت جان خود را نیز در این راه از دست داد. مقابله



از ویژگی های بارز استاد مطهری توجه به نیازهای فکری، عقیدتی و احساسی مخاطبان و شاگردانش بود. ایشان با تدقیق در اینکه مخاطب در چه سطحی از معلومات و احساسات قرار دارد، مطالب خود را تنظیم و آنها را نسبت به نیازهای آنان هماهنگ و متناسب می نمود.

بودند که تأثیر کلام وی را در نظر مخاطبان دو چندان می کردند.

ویژگی های علمی

علاوه بر ویژگی های شخصی استاد مطهری که در جذب مخاطب و اثرگذاری پیام اسلام، توفیق خاصی نصیب ایشان می کرد، ویژگی های علمی بارزی نیز در ایشان وجود داشت که به طور حتم در سخنرانی های عمومی ایشان در مساجد، دانشگاه ها و حسینیه ارشاد اثر ماندگارتری بر ذهن و دل شنوندگان می گذاشت که به مهم ترین آنها اشاراتی می شود:

قائل شدن آزادی تبلیغ برای دیگران

قرآن کریم می فرماید: «فَبَشِّرْ عِبَادَ الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ» (زمر: ۱۷ و ۱۸)؛ پس به بندگانم مژده ده آنان که سخن را

خودتان باشد، ابراز کنید؛ هر طور که می خواهید بنویسید، بنویسید، هیچ کس ممانعتی نخواهد کرد. من در همین دانشکده، چند سال پیش نامه ای نوشتم به شورای دانشکده و در آن تذکر دادم، یگانه دانشکده ای که صلاحیت دارد یک کرسی را اختصاص بدهد به مارکسیسم، همین دانشکده الهیات است ولی نه اینکه مارکسیسم را یک استاد مسلمان تدریس کند، بلکه استادی که واقعاً مارکسیسم را شناخته باشد و به آن مؤمن باشد، و مخصوصاً به خدا اعتقاد نداشته باشد، می باید به هر قیمتی شده از چنان فردی دعوت کرد تا در این دانشکده مسائل مارکسیسم را تدریس کند، بعد ما هم می آیم و حرف هایمان را می زنیم و منطق خودمان را می گوئیم. هیچ کس هم مجبور نیست منطق ما را بپذیرد.

استاد با انحرافات فکری گروه فرقان باعث شد که آنها برای انتقام جویی دست به ترور ایشان بزنند.

بخش قابل توجهی از سخنان ایشان ناظر به خرافاتی است که در واقعه عاشورا و نهضت امام حسین (علیه السلام) وارد شده است. مجموعه آثار ایشان در این رابطه در کتابی با عنوان **حماسه حسینی** در دو جلد به چاپ رسیده است. استاد مطهری در این سخنرانی ها با تشریح صحیح واقعه عاشورا و اتفاقاتی که در سرزمین کربلا رخ داده و تحلیل های درستی که ارائه کرده است، غبار خرافه را از چهره این حماسه بی بدیل تاریخ اسلام زدوده و معارف ناب اسلامی را برای عرضه به جامعه انقلابی روزگار خود استخراج نموده است.

روش‌شناسی منعطف

«شهید مطهری در زمینه روش‌شناسی یک مشرب منعطف را دنبال کرده است. نه خود را به قیاس محدود می‌کند و نه این که اسیر استقرا و اسلوب تجربی می‌شود. او معتقد است انسان باید جایگاهش را بشناسد و بداند در کجا از اسلوب تجربی استفاده کند و کجا به قیاس بپردازد. این شیوه غیرتعصب‌آمیز روش‌شناختی، بنیادی بر اندیشه‌های شهید مطهری می‌گذارد که سیر تفکرات فلسفی تا اندیشه‌های سیاسی ایشان را به گونه‌ای دل‌نشین قابل فهم و پذیرش می‌کند.» (ناصری، ۱۳۸۲)

هنر تشریح مطالب

«یکی از استادان حوزه علمیه قم می‌گوید: در یکی از جلسات درس علامه طباطبایی (رحمه‌الله) پس از اینکه روی آیه‌ای از قرآن بحث شده بود، سؤالی مطرح شد که خود مرحوم علامه به آن سؤال جواب فرمودند. بعد از اینکه حدود پنج دقیقه مرحوم علامه مطلب را تقریر و تبیین فرمودند، استاد مطهری (رحمه‌الله) همراه با تواضع حدود ربع ساعت با بیان جدیدتری همان مطلب را تشریح کردند. آن قدر جالب صحبت می‌کردند که همه سراپا گوش بودند. خود مرحوم علامه طباطبایی (رحمه‌الله) شدیداً به حالت وجد و شوق درآمد بودند. این بود که علامه پس از شهادت استاد مطهری (رحمه‌الله) فرمودند: با بودن مطهری در درس، می‌دانستم چیزی هدر نمی‌رود و اگر تعبیر بدی نباشد من به حالت رقص درمی‌آمدم. در همان جلسه هم این حالت شادی و شغف زیاد در مرحوم علامه دیده می‌شد.» (وزارت آموزش و پرورش، ۱۳۶۹: ۷۲)

استفاده از تمام ظرفیت‌های تبلیغی

استاد مطهری از هر وسیله و ابزار متداول برای رساندن پیام دین اسلام به مردم بهره می‌جست. حتی در زمانی که مجله **زن روز**، به عنوان نشریه‌ای منحرف و غیرانقلابی مطرح بود، ایشان در سلسله مقالاتی مباحث مربوط به حقوق زنان و حجاب را در این مجله به چاپ می‌رساند تا شاید خوانندگان این نشریه با مطالعه آنها اندکی به خود آمده و با معارف اسلامی در باب مسائل مربوط به زنان در اجتماع آشنا شوند. این فعالیت مطبوعاتی، علی‌رغم همه مخالفت‌هایی انجام می‌گرفت که از سوی برخی نیروهای مذهبی علیه ایشان

سامان داده می‌شد. ولی استاد مطهری به تأسی از پیامبر اسلام (صلی‌الله‌علیه‌وآله) که برای تبلیغ دین به میان کفار و مشرکان می‌رفت، به مجله زن روز به عنوان فرصت مغتنمی می‌نگریست که می‌توانست محملی برای ارائه پیام‌های ناب اسلامی باشد. مجموعه مقالات استاد در این مجله در نهایت در قالب دو کتاب **نظام حقوق زن در اسلام** و **مسأله حجاب** گردآوری شد و به چاپ رسید.

مخاطب‌شناسی و محیط‌شناسی تبلیغ

از ویژگی‌های بارز استاد مطهری توجه به نیازهای فکری، عقیدتی و احساسی مخاطبان و شاگردانش بود. ایشان با تدقیق در اینکه مخاطب در چه سطحی از معلومات و احساسات قرار دارد، مطالب خود را تنظیم و آنها را نسبت به نیازهای آنان هماهنگ و متناسب می‌نمود. در کلاس‌های حوزوی ضمن توجه به علوم جدید، مباحث اسلامی را به آیات قرآن، روایات اسلامی و احادیث مستند می‌کرد و در دانشگاه، ضمن توجه به قرآن و سنت، شیوه بحث استدلالی و منطقی را پیش می‌کشید تا دانشجویانی که کمتر با معارف اسلامی آشنایی داشتند در مقابل بیان معارف و عقاید اسلامی، مقاومت کمتری نشان داده، با تفکر علمی جدید زمینه پذیرش آنها را در خود ایجاد کنند.

در مساجد نیز به فراخور شرایط مخاطبان که اغلب از عموم مردم و با طیف‌های متعددی از درجات اعتقادی و تحصیلات حوزوی و دانشگاهی بودند، از هر دو شیوه برای دستیابی به مطلوب خود - که رساندن پیام اسلام راستین بود - بهره می‌گرفت.

استفاده از تمثیل و داستان

از ویژگی‌های بارز تبلیغی استاد مطهری که حتی در میان قشر روحانی نیز شاخص و مطرح است، بهره‌گیری از تمثیل و داستان در درس‌ها و سخنرانی‌ها بود. اغلب آنان که پای صحبت‌های ایشان نشسته یا کتاب‌های ایشان را مطالعه کرده‌اند، تصدیق می‌نمایند که انتخاب داستان‌ها و مثل‌ها از سوی ایشان در نهایت هوشمندی و درایت بود؛ به نحوی که کاملاً در تفهیم مطالب، مؤثر واقع می‌شد و عمق درک مخاطبان را افزایش می‌داد.

پرهیز از تکبر علمی

بسیاری از افرادی که در زمینه علمی خاصی

صاحب تخصص شده، به درجه استادی می‌رسند یا حتی آنان که خود را استاد جا زده‌اند، کسر شأن خود می‌دانند که پس از آن، کارهای کوچک و به اصطلاح ساده انجام دهند. اما استاد مطهری به نتیجه حاصل از فعالیت می‌اندیشید نه به بزرگی یا کوچکی کار؛ به طوری که در مقدمه کتاب **سودمند داستان رانستان** از توجه به بزرگی و پیچیدگی کار، به عنوان یک بیماری اجتماعی نام برده و می‌نویسد: «متأسفانه این طرز تفکر، که جز یک بیماری اجتماعی و یک انحراف بزرگ از تعلیمات عالیه اسلامی چیز دیگری نیست، در اجتماع ما زیاد شیوع پیدا کرده، چه زبان‌ها را که این منطق نبسته و چه قلم‌ها را که نشکسته و به گوشه‌ای نیفکنده است!

به همین دلیل است که ما امروز از لحاظ کتب مفید و مخصوصاً کتب دینی و مذهبی سودمند، بیش از اندازه فقیریم. هر مدعی فضلی حاضر است ده سال یا بیشتر وقت صرف کند و یک رطب و یا بسر به هم بیافد و به عنوان یک اثر علمی، کتابی تألیف کند و با کمال افتخار نام خود را پشت آن کتاب بنویسد، بدون آنکه یک ذره به حال اجتماع مفید فایده‌ای باشد. اما از تألیف یک کتاب مفید، فقط به جرم اینکه ساده است و کسر شأن است، خودداری می‌کند. نتیجه همین است که آنچه بایسته و لازم است نوشته نمی‌شود و چیزهایی که زاید و بی‌مصرف است پشت سر یکدیگر چاپ و تألیف می‌گردد.» (مطهری، ۱۳۶۷: ۳)

تبلیغ بر اساس مقتضیات زمان

استاد مطهری با استناد به آیات قرآن و سیره پیامبر و اهل بیت (علیهم‌السلام) بر این باور بود که نیازهای بشری بر دو قسم ثابت و متغیر است و به فراخور آنها نیز پاسخ‌های ثابت و متغیر وجود دارد. بنابراین در زمان‌های مختلف برای نیازهای متغیر باید پاسخ‌های شایسته آنها را یافت. به طور مثال در دوران تبلیغ استاد مطهری، جریان‌های فکری متعددی فعالیت داشتند که با به طور مستقیم علیه اسلام تبلیغ می‌کردند و یا غیرمستقیم بر اعتقاد مسلمانان تأثیر سوء داشتند. استاد مطهری در چنین میدان کارزاری، ضمن معرفی اسلام ناب، به نقد مکاتب و جریان‌های رقیب نظیر مارکسیسم، ناسیونالیسم، تجحر و التقاط می‌پرداخت.

مارکسیست‌ها در ایران و جهان اسلام

اقداماتی برای به‌انزواکشاندن فرهنگ اسلامی در پیش گرفته بودند و تلاش می‌کردند این اقدام از طریق تحریف آیات قرآن و اصول اسلامی و حتی تحریف افکار شخصیت‌های اسلامی صورت گیرد. شهید مطهری در مقابل این انحراف موضع گرفت: «ماتریالیست‌های ایران اخیراً به تشبثات مضحکی دست زده‌اند. این تشبثات بیش از پیش فقر و ضعف این فلسفه را می‌رساند». شهید مطهری، تحریف شخصیت‌ها، تحریف آیات قرآن کریم و تفسیر مادی محتوای آیات با حفظ پوشش ظاهری الفاظ را نیرنگ تازه مارکسیست‌ها می‌خواند و معتقد است: «این نیرنگ تازه‌ای نیست، طرحی است که کارل مارکس برای ریشه‌کن کردن دین از اذهان توده‌های معتقد در صد سال پیش داده است... مطالعه نوشته‌های به اصطلاح تفسیری که در یکی دو سال اخیر منتشر شده و می‌شود، جای تردید باقی نمی‌گذارد که توطئه عظیمی در کار است... و برای این منظور جامه منطقی را از تن کنده، به سلاح تبلیغ مجهز شده است.»

توجه به هویت اسلامی و ایرانی

استاد مطهری به عنوان یک اندیشمند ایرانی مسلمان و حساس به هویت اسلامی و ایرانی، سخنرانی‌های متعددی در باب خدمات متقابل اسلام و ایران ایراد نمودند. ایشان در اهمیت پرداختن به این دو عنصر هویتی، در مقدمه چاپ اول کتاب **خدمات متقابل ایران و اسلام** چنین می‌نویسند: «در حدود نود و هشت درصد از ما مردم ایران مسلمانییم. ما مسلمانان ایرانی به اسلام به حکم اینکه مذهب ماست، ایمان و اعتقاد داریم و به ایران به حکم اینکه میهن ماست، مهر می‌ورزیم. از این رو، سخت علاقه‌مندیم مسائلی را که از یک طرف با آنچه به آن ایمان و اعتقاد داریم و از طرف دیگر با آنچه به آن مهر می‌ورزیم پیوند دارد، روشن درک کنیم و تکلیف خود را در آن مسائل بدانیم. عمده این مسائل در سه پرسش ذیل خلاصه می‌شوند:

۱. ما هم احساسات مذهبی اسلامی داریم و هم احساسات میهنی ایرانی. آیا دارای دو نوع احساس متضاد هستیم، یا هیچگونه تضاد و تناقضی میان احساسات مذهبی و احساسات ملی ما وجود ندارد؟

۲. دین ما اسلام آنگاه که در چهارده قرن پیش به میهن ما ایران وارد شد چه تحولات

و دگرگونی‌ها در میهن ما به وجود آورد؟ آن دگرگونی‌ها در چه جهت بود؟ از ایران چه گرفت و به ایران چه داد؟ آیا ورود اسلام به ایران برای ایران موهبت بود یا فاجعه؟

۳. ملل بسیاری به اسلام گرویدند و در خدمت این دین درآمدند و در راه نشر و بسط تعالیم آن کوشیدند و با تشریک مساعی با یکدیگر تمدنی عظیم و باشکوه به نام تمدن اسلامی به وجود آوردند. سهم ما ایرانیان در این خدمات چه بوده است؟ ایران چه مقامی از این جهت دارد؟ آیا مقام اول را حیازت کرده است یا خیر؟ به‌علاوه انگیزه ایرانی در این خدمات چه بوده است؟» (مطهری، ۱۳۶۲: ۱۳ و ۱۴)

با تدقیق بیشتر در آثار و احوال استاد مطهری

■

استاد شهید مرتضی مطهری با درک صحیح از اسلام و شیوه‌های تبلیغی به‌کاررفته در قرآن و سیره پیامبر اسلام (صلی‌الله‌علیه‌وآله) و اهل بیت (علیهم‌السلام) و نیز شناخت دنیای معاصر و نیاز مخاطبان معاصر، تبدیل به یکی از اثرگذارترین اندیشمندان معاصر در حیطه حیات اجتماعی - دینی ایران شد؛ به طوری که حتی سی سال پس از شهادت، با مراجعه به آثاری که ایشان به وجود آورده‌اند، می‌توان به نکات بسیار ارزنده‌ای دست یافت که برای شرایط امروز ایران نیز حائز اهمیت است.

■

می‌توان به ویژگی‌ها و مؤلفه‌های تبلیغی بیشتری اشاره کرد که البته مجال و فرصت بیشتری می‌طلبد و آن را به زمان دیگری موکول می‌کنیم.

نتیجه‌گیری

همان‌طور که ذکر شد، در میزان اثرگذاری تبلیغ بر مخاطبان، چهار عامل محتوای پیام، شخصیت پیام‌رسان، ابزارهای تبلیغ و شیوه‌های به‌کارگیری ابزارها در زمینه‌ای از شرایط اجتماعی محیط تبلیغ دخیل هستند.

استاد شهید مرتضی مطهری با درک صحیح از اسلام و شیوه‌های تبلیغی به‌کاررفته در قرآن و سیره پیامبر اسلام (صلی‌الله‌علیه‌وآله) و اهل بیت

(علیهم‌السلام) و نیز شناخت دنیای معاصر و نیاز مخاطبان معاصر، تبدیل به یکی از اثرگذارترین اندیشمندان معاصر در حیطه حیات اجتماعی - دینی ایران شد؛ به طوری که حتی سی سال پس از شهادت، با مراجعه به آثاری که ایشان به وجود آورده‌اند، می‌توان به نکات بسیار ارزنده‌ای دست یافت که برای شرایط امروز ایران نیز حائز اهمیت است.

از مهم‌ترین مؤلفه‌های تبلیغ دینی در آثار استاد مطهری می‌توان به قائل‌شدن آزادی تبلیغ برای دیگران، مبارزه با خرافات و بدعت‌های دینی، روش‌شناسی منعطف، هنر تشریح مطالب، استفاده از تمام ظرفیت‌های تبلیغی، مخاطب‌شناسی و محیط‌شناسی تبلیغ، استفاده از تمثیل و داستان، پرهیز از تکبر علمی، تبلیغ بر اساس مقتضیات زمان، توجه به هویت ایرانی و اسلامی و ... اشاره کرد که به همراه ویژگی‌های شخصیتی ملهم از اخلاق و عرفان اسلامی اگر مورد توجه مبلغان دینی امروز قرار گیرد، قطعاً نتایجی شگفت‌انگیز و بیش از آنچه تا کنون به دست آمده است، حاصل خواهد شد.

منابع و مأخذ

- مطهری، مرتضی، (۱۳۷۳) **اسلام و مقتضیات زمان**: صدرا.
- مطهری، مرتضی، (۱۳۷۲) **پیروان انقلاب اسلامی**: صدرا.
- وزارت آموزش و پرورش، (۱۳۶۹) **جلوه‌های معلمی استاد مطهری**، تهران: مدرسه.
- مطهری، مرتضی، (۱۳۶۸) **حماسه حسینی** (جلد اول): صدرا.
- مطهری، مرتضی، (۱۳۶۲) **خدمات متقابل اسلام و ایران**: صدرا.
- مطهری، مرتضی، (۱۳۷۶) **داستان راستان** (جلد اول): صدرا.
- مطهری، مرتضی، (۱۳۷۲) **علل گرایش به مادیگری**: صدرا.

www.bashgah.net-

«ناصری رضا، ۱۳۸۲، اندیشه‌های سیاسی شهید مطهری»

www.gmakoei.blogfa.com-

www.hawzah.net-

«ویژگی‌های مبلغان و معیارهای تبلیغ در قرآن»

www.hawzah.net-

«شیوه‌های تبلیغ پیامبر اسلام»