

اخلاق و شیوه های

تبلیغی در حج

سید محمدرضا آل ایوب

بسم الله الرحمن الرحيم

«الذين يبلغون رسالات الله ويخشونه ولا يخشون أحداً إلا الله وكفى بالله حسيباً»^۱

(پیامبران) پیشین کسانی بودند که تبلیغ رسالت‌های الهی می کردند و (تنها) از او می ترسیدند، و از هیچ کس جز خدا بیم نداشتند و همین

بس که خداوند حسابگر (و پاداش دهنده اعمال آنها) است!

پیش گفتار

امروز به برکت نظام مقدس جمهوری اسلامی و اندیشه والای بنیانگذار آن حضرت امام خمینی+ و رهبری حکیمانه‌ی مقام معظم رهبری حضرت آیت الله خامنه‌ای «دام ظلّه» فرهنگ اهل بیت^۸ به گوش جهانیان رسیده و مورد استقبال انسان‌های آزاده در سراسر جهان قرار گرفته است. از سوی دیگر دشمنان مکتب تشیع که از دیرباز معارف و فرهنگ شیعه را مورد تهاجم قرار داده‌اند امروز به تهاجم خود شکلی نوین و منسجم‌تری داده‌اند که بار مسئولیت را بر دوش مدافعان از حق و حقیقت سنگین‌تر می سازد و ما را بر آن و می دارد تا بتوانیم با شیوه و روشهای جدیدی آنها را خنثی و ابتکار عمل را بدست گیریم .

اکنون که خداوند متعال این توفیق را عطا فرموده تا بتوانیم در عرصه تبلیغ آن هم در سرزمین وحی گامی در راستای معرفی اهل بیت^۸ و نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران برداریم «مناسب است برخی نکات و تجربیات تبلیغی را بصورت خلاصه به مبلغین گرامی و روحانیون گرانقدر کاروان‌ها که با دو عنوان ارزشمند : ۱- شیعه اهل بیت^۸، ۲- ایرانی و نماینده‌ای از جمهوری اسلامی که الگوی جهان اسلام در عصر حاضر است تقدیم نمایم.

ضرورت و جایگاه تبلیغ

از دیدگاه دینی؛ جایگاه تبلیغ نسبت به مکتب، همانند جایگاه قلب نسبت به بدن است. قلب برای بدن همچون موتور محرک است. تبلیغ نیز حکم حرکت بخشی به مکتب را دارد؛ همان گونه که بدن بدون قلب، حتی با داشتن مغز قوی، کارایی نخواهد داشت، مکتب نیز حتی با داشتن پایه های منطقی و اعتقادی قوی، بدون تبلیغ، به حیات شایسته خود نخواهد رسید زیرا تأثیر تبلیغ و بحث و گفتگو در تامین جبهه حق و تضعیف جبهه باطل تا به جایی است که هارون الرشید بعد از شنیدن مناظره هشام بن حکم گفت: فوالله للسان هذا ابلغ في قلوب الناس من ماء الف سيف؛ «بخدا قسم تأثیر زبان این (هشام) در دل مردم از هزار شمشیر بیشتر است»^۲ و به همین خاطر است که قرآن مسلمانان را به تبلیغ اسلام فرا می خواند و می فرماید: (فلولا نفر من كل فرقة منهم طائفة ليتفقهوا في

۱ - احزاب / ۳۹.

۲ - کمال الدین و تمام النعمة ۳۵۸ / ۲.

الدین ولینذروا قومهم اذا رجعوا الیهم لعلهم یحذرون)^۱؛ «چرا از هر فرقه ای از مؤمنان، دسته ای کوچ نمی کنند تا در دین، آگاهی عمیق پیدا کنند و پس از بازگشت، قوم خود را بیم دهند، تا شاید آنان نیز خدا ترس شده و از نافرمانی خدا دوری کنند». (ولتکن منکم امه یدعون الی الخیر و یأمرون بالمعروف وینهون عن المنکر و اولئک هم المفلحون)^۲؛ «بعضی از شما باید مردم را به نیکوکاری دعوت کند و آنان را از کارهای بد بازدارند...».

و بخاطر اهمیت تبلیغ دینی، علما و صاحب نظران اسلامی نیز همواره بر آن تاکید داشته‌اند، از جمله آنها امام خمینی+ که می فرماید:

همانطور که تحصیل یک تکلیف است تبلیغ بالاتر از اوست.^۳

و نیز مقام معظم رهبری (دام ظلّه) فرمود:

اگر قبول کنیم انقلاب یک امر مستمر است، پس باید هماهنگ با آن تبلیغ و ارشاد مستمر کنیم، زیرا تداوم عدم تبلیغ باعث خشکی درخت انقلاب خواهد شد.^۴

و همچنین شهید مطهری+ در اهمیت آن بیان می دارد:

اگر بگوییم مقام تبلیغ اسلام، رساندن پیام اسلام به عموم مردم، معرفی و شناساندن اسلام به صورت مکتب، از مرجعیت تقلید کمتر نیست تعجب نکنید مقامی است در همان حد.^۵

پاداش تبلیغ

نزد خداوند اجر و پاداش تبلیغ به قدری والا و عظیم است که آن را برابر احیای یک جامعه بشری می داند و می فرماید:

«و من احیایا فکانما احیا الناس جمیعاً»^۶؛ و هرکس، انسانی را از مرگ رهایی بخشد چنان است که گویی همه مردم را زنده کرده است.

رسول اکرم^۷ می فرماید: [یا علی] لئن یهدی الله بک رجلاً واحداً خیر لک مما طلعت علیه الشمس^۷؛ ای علی- هرگاه خداوند یک نفر بواسطه تو هدایت کند برای تو از آنچه که آفتاب بر او می تابد بهتر است.

۱ - توبه: ۱۲۲.

۲ - آل عمران: ۱۰۴.

۳ - وصیت نامه سیاسی عبادی ۱۲ و ۲۳.

۴ - حدیث ولایت ج ۶ / ۳۰۳.

۵ - حماسه حسینی ۳۴۷/۲.

۶ - مائده: ۳۲.

۷ - بحار الانوار ج ۳ ص ۴۴۸.

و همچنین خطاب به معاذ فرمودند: لئن يهدي الله بك رجلا واحدا خير لك من الدنيا وما فيها. ای معاذ اگر خداوند یک نفر را بواسطه تو هدایت کند برای تو بهتر است از دنیا و آنچه در آن است.

و نیز^۱ فرمودند:

الا حدثكم عن اقوام ليسوا بانبياء ولا شهداء يغبطهم يوم القيامة الانبياء والشهداء بمنزلهم من الله على منابر من نور، فقل: من هم يا رسول الله؟

قال: هم الذين يحبون عباد الله الى الله ويحبون عباد الله الى ويأمرونهم بما يحب الله وينهونهم عما يكره الله فاذا اطاعوهم احبهم الله.^۱ آیا راجع به اقوامی که نه پیامبرند و نه شهدا و لکن انبیا و شهدا به مقام آنها بخاطر جایگاهشان نزد خداوند که بر منابری از نور هستند (خرسند و) غبطه می خورند سخن بگویم؟ . گفته شد کیانند یا رسول الله؟ فرمود: آنها کسانی هستند که باعث محبت بندگان خدا به خدا و باعث محبت بندگان خدا به من می شوند آنها مردم را به آنچه خدا دوست می دارد امر و از آنچه او بیزار است نهی می کنند پس زمانیکه مردم از آنها اطاعت کنند خداوند آنها را مورد محبت خود قرار می دهد.

تعریف تبلیغ اسلامی

تبلیغ اسلامی عبارت است از هرگونه فعالیت نظام مندی که به طور مستقیم به قصد گسترش اسلام در تمام جنبه‌های حیات بشری، صورت می گیرد. بنا بر این فعالیت های اتفاقی و غیر نظام دار تبلیغ نیست، فعالیت های نظام دار که اصولا به قصد گسترش اسلام نیست، یا فقط به صورت غیر مستقیم در گسترش آن نقش دارد، تبلیغ اسلامی نیست. با قید «مستقیم» فعالیت های مقدماتی و ستادی، مانند، فراهم کردن امکانات فیزیکی و مادی و آماده سازی نیروی انسانی و... را خارج و فعالیت هایی مانند سخن گفتن چهره به چهره، سخنرانی، کلاس داری ایجاد آثار مکتوب، رفتارکردن به شیوه ای خاص و.. را داخل می کنیم. و باید توجه داشت تبلیغ اسلام با توجه به جامعیت آن باید تمام ابعاد حیات بشری را در برگیرد.

ارکان تبلیغ

برای تبلیغ، مؤلفه های بسیاری وجود دارد، بعضی از این مؤلفه ها را می توان ارکان تبلیغی نامید، زیرا با نبودن هر کدام از آنها، تبلیغ وجود نخواهد داشت، این مؤلفه ها عبارت اند از:

۱. پیام ۲. پیام دهنده (مبلغ) ۳. پیام گیرنده (مخاطب) ۴ - ابزار تبلیغ: (رسانه ها، نگارشی، هنر)

اهداف تبلیغ

مهمترین اهداف تبلیغ؛ که مبلغ باید برنامه‌های تبلیغی خود را بر اساس آنها تنظیم نماید عبارتند از:

- ۱ - آگاهی و بیداری مسلمانان با بیان توانایی و مشکلات جهان اسلام با ذکر آسیب‌ها و راهکارها که از ضمن راهکارها به وحدت و همدلی باید اشاره کرد.
- ۲ - معرفی اهل بیت^۸ و نشر معارف آنان با تبیین زیبایی‌های سخن آن گوهرهای تابناک که امام رضا[×] در این باره می‌فرماید: «... فان الناس لو علموا محاسن كلامنا لاتبعونا»^۱ بدرستی که اگر مردم زیبایی‌های کلام ما را بدانند هر آینه از ما پیروی می‌کنند». این امر در راستای معرفی اسلام اصیل و ناب محمدی^۷ و تفکیک آن از اسلام دروغین و ساختگی (امریکایی) می‌باشد؛
- ۳ - اشاعه تفکرات انقلابی و انقلاب^۲، معرفی نظام و دستاوردهای انقلاب اسلامی در زمینه‌های مختلف فرهنگی سیاسی، نظامی، اقتصادی و...
- ۴ - معرفی شخصیت‌های برجسته جهان اسلام که در راستای احیای دین؛ خالصانه گام برداشته‌اند مانند: امام خمینی⁺، و مقام معظم رهبری (دام ظلّه) (ولایت فقیه)، این امر باعث می‌شود تا توطئه‌های دشمنان در معرفی شخصیت‌های دروغین اسلامی مانند بن لادن خنثی گردد.
- ۵ - جریان شناسی و معرفی برخی از جریانات اسلامی و مردمی مانند حزب الله لبنان و...؛
- ۶ - شناسایی و معرفی دشمنان اسلام و توطئه‌های آنان و راه‌های مقابله با آنها براساس آموزه‌های اهل بیت^۸.
- ۷ - پاسخ به سؤالات و شبهات مطرح بر علیه شیعه و مذهب تشیع و نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران؛
- ۸ - سنجش افکار عمومی نسبت به افتخارات و پیروزی‌های جمهوری اسلامی و سنجش تاثیر تبلیغات سوء دشمنان اسلام بر افکار عمومی نسبت به انقلاب اسلامی و جهان تشیع.

اخلاق در تبلیغ

از آنجا که رعایت اخلاق در هر کاری رمز موفقیت آن به شمار می‌آید لذا در تبلیغ هم بخاطر اهمیتش؛ ملزم به رعایت آن می‌باشیم بدین جهت در اینجا به دو بخش مهم آن: ۱ - اخلاق مبلغ ۲ - اخلاق سخن در تبلیغ اشاره می‌گردد..

اخلاق مبلغ (ویژگی‌های مبلغ موفق)

۱ - عیون اخبار الرضا ج ۲ ص ۲۷۵ ح ۶۹.

۲ - از فرمایشات مقام معظم رهبری «دام ظلّه».

مبلغی در عرصه تبلیغ موفق است که متخلق به آموزه‌های قرآنی و اخلاق حسنه بزرگان دینی؛ پیامبر^۱ و اهل بیت پاکش باشد و در تمام لحظات زندگی و بویژه در امر تبلیغ آنها را سرمشق و الگوی کار خود قرار دهد امام صادق^۲ در این باره می‌فرماید: «**كُونُوا دُعَاةً لِلنَّاسِ بِغَيْرِ السَّنَتِكُمْ**^۱...؛ برای مردم بغیر از زبانتان (با رفتار و کردارتان) مبلغ باشید» بدین جهت در اینجا و با الهام از آن الگوهای راستین به مهم‌ترین ویژگیهای مبلغ که در تبلیغ بین المللی بسیار حائز اهمیت است پرداخته می‌شود:

۱- با اخلاص و به دور از چشم‌داشت مزد

اخلاص در عمل رمز موفقیت مبلغ است و اگر تبلیغ صرفاً به خاطر خدا و با توسل به اهل بیت^۳ انجام گیرد حتماً به نتیجه می‌رسد و مثمر ثمر خواهد گشت، قرآن از زبان پیامبر^۴ می‌فرماید: «**وَمَا اسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ مِنْ أَجْرٍ إِنْ أَتَى عَلَى رَبِّ الْعَالَمِينَ**»^۱. «**يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَاهِدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا**»^۲ **وَدَاعِيًا إِلَى اللَّهِ بِإِذْنِهِ وَسِرَاجًا مُنِيرًا**». من برای این (دعوت) هیچ مزدی نمی‌طلبم، اجر من تنها بر پروردگار عالمیان است.

و همچنین هدایت را کار خود نداند بلکه لطفی از سوی پروردگار بداند خداوند در قرآن خطاب به پیامبر^۵ می‌فرماید: «**إِنَّكَ لَا تَهْدِي مَنْ أَحْبَبْتَ وَلَكِنَّ اللَّهَ يَهْدِي مَنْ يَشَاءُ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ**»^۳ (ای رسول ما) تو هر کس را دوست داری هدایت نمی‌کنی اما خدا هر کس را بخواهد هدایت می‌کند.

۲- حافظ آیات و روایات

مبلغ باید حافظ آیات و روایات مورد نیاز، و یا حد اقل حافظ محل شاهد با منبع و آدرس باشد زیرا آنها از مهم‌ترین سرمایه‌ها و سلاح مبلغ به شمار می‌روند و باید سعی شود که سخنان مبلغ مستند به آیات و روایات صحیح و معتبر باشد تا مؤثر واقع گردد.

۳- استناد به منابع دسته اول نزد مخاطب

مبلغ باید در استدلالهای خود به منابعی استناد نماید که مورد قبول مخاطب و از منابع دسته اول نزد وی باشند مثلاً در بحث‌های قرآنی به تفسیر ابن کثیر، الوسی وطبری استناد کند، در مباحث فقه و حدیث و تاریخ به صحیح بخاری، مسلم استناد نماید.

امام کاظم^۶ می‌فرماید: **الزموهم بما الزموا به انفسهم**. آنها را با آنچه خودشان به آن معتقدند ملزم و محکوم کنید.^۴

ابن حزم اندلسی نیز به همین نکته تصریح نموده و می‌گوید:

۱ - اصول کافی ج ۲ ص ۷۸ باب الورع ح ۱۴.

۲ - شعراء: ۱۰۹ و ۱۲۷.

۳ - قصص: ۵۹.

۴ - تهذیب الاحکام شیخ طوسی ج ۸، ص ۵۸..

«لا معنى لاحتجاجنا عليهم بروايتنا، فهم لا يصدقونها، ولا معنى لاحتجاجهم علينا برواياتهم فنحن لا نصدقها، وإنما يجب أن يحتج الخصوم بعضهم على بعض بما يصدقه الذي تقام عليه الحجة به؛ ما (اهل سنت) نمی توانیم با روایات خود، علیه دیگران اقامه حجت کنیم؛ چرا که آنها نخواهند پذیرفت؛ همان گونه که دیگران نمی توانند با روایات خود علیه ما احتجاج کنند. پس لازم است هر دو طرف به روایاتی استناد کنند که دیگری قبول داشته و حجّت آن را پذیرفته باشد.»^۱

از این رو، بی معنا است که مناظره کننده شیعه در بحث خود با اهل سنت به کتاب کافی، تهذیب و امثال آن احتجاج کند؛ همان گونه که طرف مقابل نمی تواند با استناد به کتاب صحیح بخاری، مسلم و امثال آن با شیعه به استدلال بپردازد.

باید توجه داشته باشیم، اگر طرف مقابل، روایاتی را که علمای رجال مذهب خودشان به صحت آن تصریح نموده اند را نپذیرد، دیگر هیچ جای گفت و گو در آن موضوع با چنین شخصی باقی نمی ماند و بهترین راه تغییر موضوع و یا ترک سخن بالوست؛ چرا که در این صورت گفت و گو با او جز اتلاف وقت، نتیجه دیگری ندارد.

۴- تسلط بر زبان

تسلط و آشنایی به زبان حوزه تبلیغی؛ در موفقیت تبلیغ نقش بسیار مهمی را ایفا و از مهم ترین ابزار تبلیغی و بویژه در تبلیغ چهره به چهره بشمار می آید خداوند در قرآن کریم می فرماید: (و ما ارسلنا من رسول إلا بلسان قومه لیبین لهم)^۲؛ ما هیچ پیامبر را، جز به زبان قومش نفرستادیم تا (حقایق را) برای آنها آشکار سازد) و همچنین اگر مبلغ علاوه بر زبان؛ با اصطلاحات و واژگان عقیدتی و سیاسی روز آشنا باشد تأثیر سخن وی بر مخاطب دوجندان می گردد و باعث می شود مخاطب احساس کند با یک شخصیت آگاه و مطلع به مسائل روز آشنا شده لذا به راحتی به سؤالات پاسخ و در بحث شرکت می کند.

۵- آگاه به هدف

مبلغ باید هدف از تبلیغ را به خوبی بشناسد و در راستای آن هدف که از قبل برنامه ریزی شده گام بردارد تا بتواند در تبلیغ خود به موفقیت بیشتری دست یابد همان گونه که رسول خدا^۳ در تبلیغ خود با آگاهی حرکت می کرد «قل هذه سبيلي ادعوا الى الله على بصيرة انا ومن اتبعني»^۴ بگو این راه من است که همراه با پیروانم با بصیرت و آگاهی کامل همه مردم را به سوی خدا دعوت می کنیم.

۱ - الفصل فی الملل والأهواء والنحل، ج ۴، ص ۷۸، علی بن احمد بن سعید بن حزم الطاهری ابومحمد، (ت ۵۴۸)، دار النشر: مکتبه الخانجی - القاهرة.

۲ - ابراهیم : ۴.

۳ - یوسف: ۱۰۸.

۶- همراهی گفتار با عمل

اگر مبلغ بخواهد سخنش بر مخاطب تأثیر بگذارد باید ابتدا خود به آن چه که می‌گوید ایمان داشته و به آن عمل نماید و گرنه شامل آیه «**لَمْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ**»^۱؛ «چرا آنچه را انجام نمی‌دهید می‌گویید» می‌گردد.

امام صادق^ع می‌فرماید: **العالم اذا لم يعمل بعلمه زالت موعظته عن القلوب كما يزل المطر عين الصفا**.^۲ عالم اگر به علم و دانش خود عمل نکند موعظه‌های او از دل‌ها می‌لغزد (اثر نداشته و نفوذ نمی‌کند) و بر دل نمی‌نشیند همانند باریدن باران بر تخت سنگ صاف و صیقلی که بر آن بند نمی‌شود و نمی‌ماند.

۷- آراستگی ظاهر

مبلغ باید علاوه بر آراستگی باطن به آراستگی ظاهر خود از قبیل لباس، موی سر و صورت و عطر مناسب اهمیت دهد زیرا به شهادت تاریخ یکی از عوامل مهم موفقیت رسول الله^ص در گسترش دین اسلام تمیزی خوشبویی و آراستگی ظاهر ایشان بوده است آن بزرگوار هرگاه می‌خواست از خانه خارج شود به عنوان آئینه به آب نگاه می‌کرد (**فنظر الى الماء**) اینها صفاتی است که همه‌ی اولیای الهی دارا هستند.

و از آنجا که مبلغ بیشتر از راه سخن تبلیغ می‌کند علاوه بر نظافت لباس و بدن باید به نظافت دهان و دندانها نیز توجه زیادی داشته باشد چرا که گفتن آیات قرآن و روایات اهل بیت^ع با دهان خوشبو و دندانهای تمیز سفارش روایات و از نظر روانی تأثیر زیادی بر مخاطب می‌گذارد.

۸- استفاده از فرصت ها

بدون شک در بعضی از مکان و زمان‌ها؛ شرائط روحی و روانی خاص حاکم بر آن باعث می‌شود تا مخاطب آمادگی بیشتری جهت پذیرش سخنان مبلغ داشته باشد لذا باید در آن شرایط بهترین استفاده را کرد و نهایت تأثیر را بر مخاطب گذاشت و یا بر عکس؛ شرائط زمان و مکان اقتضای یک بحث طولانی جهت تبادل آرا و نظرات را ندارد و فرصت در حد چند گویه و جمله بیشتر نمی‌باشد، در اینجا مبلغ باید با غنیمت شمردن این فرصت و طرح حد اقل چند نکته القایی؛ نهایت استفاده را از آن ببرد. و در صورتیکه مخاطب فردی تأثیر گذار و مناسب بنظر رسید با گرفتن آدرس و قرار وعده‌ای دیگر در مکان و زمان مناسب، از او درخواست استمرار این ارتباط بشود.

۹- مخاطب شناس

مبلغ باید در یک نگاه مخاطب را شناسایی و بداند در چه مکان جغرافیایی زندگی و دارای چه روحیاتی است تا راحت تر ارتباط را برقرار و بر اساس روحیات و ملیت وی سخن بگوید.

۱- صف: ۲.

۲- اصول کافی ج ۱ ص ۴۴.

۱۰- خودداری از بیان اسرار

نباید مبلغ اسرارِ کاری و برخی اطلاعات عقیدتی و یا سیاسی که صلاح نیست مخاطب از آنها آگاه باشد را در اختیار او قرار دهد و باید سعی کند اطلاعاتی را که از مخاطب دریافت می‌کند در صورت محرمانه بودن به مسئولین مربوطه (بصورت گزارش ویژه و یا خصوصی) منعکس و اگر محرمانه نباشند آنها را جهت استفاده تبلیغی و بکارگیری برای ارتباط با سایر مخاطبین؛ از مخاطب دریافت و نهایت بهره را از آنها ببرد.

امام صادق[×] می‌فرماید: **سِرِّکَکَ مِنْ دِمَکَ لَا یَجْرٰی مِنْ غَیْرِ اَوْدَاجِکَ** «سَرِّتو جزیی از خون توست همان طور که خون تو باید در رگ‌های جریان داشته باشد سَرِّ تو نیز باید نزد خودت بماند.^۱

۱۱- شناسایی افراد حق‌پذیر

مبلغ در تبلیغ خود غالباً باید به سراغ افراد آگاه، تاثیرگذار و آماده‌ی پذیرش حق برود خداوند در قرآن کریم می‌فرماید: .

(ان فی ذلک لذکر لمن کان له قلب)^۲ همانا در (نابودی پیشینیان کافر) برای کسی که دل (آماده‌ای) دارد پند (و اندرز) است .

در اینجا لازم به ذکر است که مخاطبین ما معمولاً به چند گروه تقسیم می‌شوند:

۱ - با سواد، آگاه به مسایل عقیدتی و سیاسی، معتدل و تاثیرگذار بر جامعه مانند مسئولین، اساتید، روحانیون نماز جمعه و جماعت و...

۲ - با سواد، آگاه به مسایل عقیدتی و سیاسی معتدل و غیر تاثیرگذار مثل بازنشستگان خانه‌نشین.

۳ - با سواد و ناآگاه از مسائل عقیدتی و سیاسی. ۴ - با سواد و لجوج. ۵ - با سواد و بی تفاوت.

۶ - بی سواد و آگاه به مسائل مانند کسی که اخبار را پیگیری می‌کند. ۷ - بی سواد و ناآگاه. ۸ - بی سواد و لجوج.

در تبلیغ باید سعی کرد به سراغ گروه اول رفت و از روبروشدن با افراد لجوج و معاند پرهیز کرد (مگر شرائط دیگری اقتضا کند) زیرا سخن بر دل کوردلان و معاند تاثیر ندارد به همین دلیل است که خداوند متعال با حالت سؤال به رسول گرامیش^۳ می‌رساند که هدایت کوردل محال است «أَفَانتَ تَهْدِی الْعِلمٰی»^۴ آیا می‌توانی کوران را هدایت کنی؟

۱۲- عدم کم‌رویی

مبلغ باید باجرات باشد و خجالت را کنارگذارد چون این امر تأثیر زیادی بر موفقیت او در ارتباط با مخاطب دارد زیرا کم‌رویی یکی از ویژگی‌های درونی آسیب‌زا است که لطمه‌ی زیادی بر تبلیغ می‌زند. و اصولاً فرد کم‌رو هیچ تناسبی با تبلیغ رودررو ندارد چون فرد کم‌رو در برقراری ارتباط با دیگران نا موفق است.

۱ - بحار الانوار ج ۷۴ ص ۱۷۸.

۲ - ق: ۳۷.

۳ - یونس: ۴۳.

در اینجا و بخاطر اهمیت این مطلب به برخی از نشانه‌های فرد کم رواشاره می‌گردد: ۱- تحت تأثیر فلج روانی قرار می‌گیرد و در تمام فعالیت‌های خود فلج می‌شود. ۲- در فعالیت بدنی، پخمه‌ویی دست و پا است، تا حدی که گاهی رنگ صورت و تپش قلب و لرزش اندام وی آن را نشان می‌دهد. ۳- در فعالیت فکری و گفتگوی منطقی ناتوان می‌شود. ۴- در فعالیت احساسی؛ نمی‌تواند احساس خود را به راحتی بیان کند. این را نیز باید دانست که کم‌رویی تواضع نیست، بلکه نوعی نابهنجاری است که آثار نامطلوب فراوانی بر رفتار اجتماعی فرد داشته و گاهی حتی در خانواده هم آثار منفی بجای می‌گذارد.

۱۳- دعوت به مشترکات

مبلغ باید در راستای وحدت و همدلی؛ مخاطب را به مشترکات مانند مودت و مرجعیت علمی اهل بیت^۸، فلسفه حج و دیگر نقاط مشترک دعوت کند و از بحث‌های تفرقه انگیز و حساسیت زا جداً خودداری نماید، خداوند در قرآن می-فرماید: (قل تعالو الی کلمه سواء بیننا و بینکم ان لا نعبد الا الله ولا نشرک به شیئاً...) ^۱ بگو «اهل کتاب» بیاید بسوی سخنی که میان ما و شما یکسان است، که جز خداوند یگانه را نپرستیم و چیزی را همتای او قرار ندهیم، ...

۱۴- همراهی با نظرات مخاطب

اگر مخاطب دارای نظراتی است که مبلغ می‌خواهد آنها را رد کند، سریع موضع‌گیری نکند بلکه ابتدا او را در آن نظریه‌ها بگونه‌ای که می‌خواهد همراهی کند سپس آن نظریه را با ظرافت ردّ کند مثلاً اگر مخاطب نسبت به برخی از صحابه که عادل نبوده‌اند نظریه‌ای مثبت دارد مبلغ باید سعی کند بحث را از مصادیق صحابه به کل صحابه تغییر دهد و بگوید صحابه را بر اساس آیات و روایات فراوانی که در مدح آنها آمده همه قبول دارند زیرا در میان آنها مجاهدین و قهرمانانی بوده که اگر آنها نبودند قرآن و سنت صحیح پیامبر^۹ به دست ما نمی‌رسید. البته در میان آنان افرادی وجود داشت که به رفتارهای ناشایست مانند شرب خمر، نفاق، قتل اقدام می‌کردند که بعضی‌ها اینگونه صحابه را نقد می‌کنند.

از این روش حضرت ابراهیم^{۱۰} در هدایت ستاره پرستان، خورشید پرستان و ماه پرستان استفاده می‌کرد. که ابتدا می‌گفت: هذا ربّی ولی وقتی افول می‌کرد می‌گفت: انی لا احب الاقلین.

۱۵- صبر و حوصله

مبلغ باید در شنیدن سخنان مخاطب صبر و حوصله داشته باشد و از وارد شدن به بحث مخاطب قبل از اتمام سخنانش که نشانه‌های ضعف نفس و کم ظرفیتی است بپرهیزد، این امر باعث احترام به مخاطب و ارزش نهادن به سخنان وی می‌گردد امام باقر^{۱۱} می‌فرماید: «... و تعلم حسن الاستماع کما تتعلم حسن القول ولا تقطع علی أحد حدیثه^۲؛ ... و خوب شنیدن را همانند خوب سخن گفتن بیاموز و سخن هیچکس را قطع نکن».

۱ - آل عمران: ۶۴.

۲ - اختصاص مفید: ص ۲۴۵.

۱۶ - حفظ نشاط و شادابی

مبلغ باید در طول مدت تبلیغ با نشاط و روحیه‌ای شاداب انجام وظیفه نماید و از انجام کارهایی که بر نشاط و شادابی تاثیر منفی می‌گذارد از قبیل سرپیچی از مسئولیت‌های محوله - درگیر شدن با دیگران و عدم رعایت نکات بهداشتی که منجر به بیماری شود بپرهیزد.

۱۷ - نرمخو و مهربان

مبلغ باید در برخوردهای خود با مخاطبین نرم و مهربان و گشاده رو باشد و از برخوردهای تند و غیر اخلاقی جداً بپرهیزد. چرا که بانرمی و مهربانی و گشاده رویی راحت تر می‌توان با مخاطب ارتباط برقرار کرد و بر او تاثیر گذاشت زیرا تجربه ثابت کرده است که با زور و اکراه نمی‌توان بر کسی تاثیر و یا به راه راست هدایتش نمود، «افانت تکره الناس حتی یكونوا مومنین»^۱ (ای رسول) تو کی توانی همه را به جبر و اکراه مومن گردانی

از سوی دیگر مهربانی با مردم معجزه می‌کند و تند خویی و سخت دل بودن آنها را از راه حق دور می‌سازد این سخن خدای متعال است که خطاب به رسول گرامیش می‌فرماید: «فبما رحمة من الله لنت لهم و لو كنت فظا غليظ القلب لانفضوا من حولك»^۲ ای رسول، رحمت خدا تو را با خلق، مهربان و خوش خوی گردانید و اگر تند خو و سخت دل می‌بودی مردم از گرد تو پراکنده می‌شدند.

۱۸ - سعه صدر

سعه صدر برای مبلغ بویژه در عرصه بین الملل که مسئولیت تبلیغ برای گروه و افراد باعقاید، افکار و اخلاق‌های مختلف بر دوش او است جزء امور ضروری بشمار می‌رود و اگر مبلغ دارای این صفت نباشد هیچگاه در تبلیغ خود موفق نخواهد شد و بویژه در برابر سؤالات بی جا و سخنان اهانت آمیز مخالفان که تحمل شنیدن سخن حق را ندارند و به اهانت و جسارت می‌پردازند .

حضرت موسی[×] که به عنوان یک مبلغ، هنگام رفتن به سوی فرعون برای هدایت او و آگاه نمودن مردم از پروردگارش؛ سعه صدر و قدرت تحمل سختی‌ها را در خواست می‌نماید که در قرآن می‌فرماید «رب اشرح لی صدري و يسر لی امري»^۳ خدایا سینه ام را وسعت ده و کارم را آسان ساز

۱۹ - قاطع و با شهامت

یکی دیگر از صفات مبلغ واقعی این است که با قاطعیت تمام در برابر افراد لجوج و معاند و کج روی‌های آنها بایستد و بجز خدا از کسی نترسد. «الذين يبلغون رسالات الله ويخشونه ولا يخشون احدا الا الله وكفى بالله حسيبا»^۴ (پیامبران پیشین) کسانی بودند که تبلیغ رسالت‌های الهی می‌کردند و (تنها) از او می‌ترسیدند و از هیچ کس جز خدا بیم نداشتند و همین بس که خداوند صبور و بی تفاوتی گذشت حسابگر (و پاداش دهنده اعمال آنها) است.

۱ - یونس: ۹۹.

۲ - آل عمران: ۱۵۹.

۳ - طه: ۲۵.

۴ - احزاب: ۳۹.

شایان ذکر است که رفتار و کردار مبلغ باید بر اساس تعقل و تفکر انجام گیرد و جنبه احتیاط و رعایت مسائل امنیتی را همیشه مد نظر داشته باشد و تا شرائط دیگر اقتضا نکند از روبرو شدن با افراد معاند و لجوج که قصد تخریب و جوسازی بر علیه مکتب زلال تشیع و نظام مقدس جمهوری اسلامی را دارند خودداری کند.

۲۰- مطیع و انتقاد پذیر

با توجه به اهمیت تبلیغ و بویژه در عرصه بین الملل که نیاز به همدلی و هماهنگی بیشتر با مسئولین مربوطه و دیگر مبلغان دارد، مبلغ باید نسبت به این امر حساس و خطیر احساس تکلیف و نسبت به ماموریت‌های محوله از سوی مسئولین که در راستای تبلیغ است مطیع و احساس مسئولیت کند و در انجام آنها تلاش و جدیت نماید. همچنین انتقاد افراد خیرخواه و دلسوز را بپذیرد زیرا انتقاد پذیری، صفت ارزشمندی است که یک مبلغ باید از آن برخوردار باشد چون انتقاد سالم باعث اصلاح و ارتقای نتیجه کار می‌گردد. امام سجاد علیه السلام در دعای مکارم الاخلاق می‌فرماید: **(اللهم ... وفقنی لطاعة من سددنی و متابعة من ارشدنی)**. خدایا مرا به اطاعت و پیروی کسی که به راه سداد و صلاحم خواند و هدایت نمود موفق ساز.

در اینجا لازم بذکر است که منظور از انتقاد؛ انتقاد سالم و سازنده می‌باشد نه انتقاد مخرب و ویرانگر که متأسفانه برخی با سوء استفاده از واژه انتقاد به دنبال نیت‌های فاسد خود؛ به تخریب شخصیت، حیثیت و عقاید دیگران می‌پردازند که کاری بسیار زشت و ناخدا پسندانه است.

۲۱- متواضع و با گذشت

اگر مبلغ روحیه تواضع و گذشت نداشته باشد هیچگاه در امر تبلیغ خود موفق نخواهد شد. خداوند سبحان به پیامبرش می‌فرماید:

«واخفض جناحک لمن اتبعک من المؤمنین» ای رسول ما، مومنانی را که از تو پیروی می‌کنند زیر بال محبت خود بگیر (نسبت به آنها متواضع باش) این صفت برای مبلغ در طول سفر تبلیغی و بویژه در برخورد با مخاطبین و دیگر مبلغان بسیار حائز اهمیت است.

۲۲- خوش سابقه

عملکرد مبلغ باید بگونه‌ای باشد که بتواند سابقه خوبی از خود بجای بگذارد چون سابقه خوب صفت همه ی اولیای الهی که مسئولیت تبلیغ دین را به عهده داشته‌اند می‌باشد خداوند در قرآن می‌فرماید: **«قالوا یا صالح قد کنت فینا مرجوا قبل هذا»^۱** قوم صالح به او گفتند: ای صالح تو پیش از آنکه دعوی نبوت کنی در میان ما مورد اعتماد و امیدواری بودی .

۲۲- امید به نتیجه مثبت و ثمر بخش

مبلغ موفق مبلغی است که امید داشته باشد نتیجه کارش مثبت و ثمربخش است زیرا شیرینی تبلیغ آن لحظه‌ای احساس می‌شود که مبلغ از تبلیغ خود نتیجه‌ای مثبت و رضایت‌بخش گرفته باشد، بویژه آن وقتی که مخاطب می‌گوید: لحظات این دیدار از شیرین‌ترین لحظات عمرم بوده و بعنوان بهترین خاطره برای من می‌ماند و یا می‌گوید: خدا تورا برای من فرستاد تا از حقایقی که تاکنون نمی‌دانستم آگاه شوم. در این لحظه است که مبلغ باید خدای خود را به خاطر این نعمت وصف ناپذیر سپاس گوید و قدر آن را بداند بدلیل حدیث زیبا و ارزشمند پیامبر^۱ خطاب به امام علی^۲ که فرمود: **لئن یهدی الله بک رجلا خیر لک مما طلعت علیه الشمس**؛ ای علی هرآنگاه خداوند یک نفر بواسطه تو هدایت کند برای تو از آنچه که آفتاب بر آن می‌تابد بهتر است (واجرت بیشتر است)

۲۴- عدم تعمیم گناه و یا اشتباه

اگر در کشور مخاطب، کسی گناه و یا اشتباهی مرتکب شده است آن را به تمام ملت آن کشور تعمیم ندهد، مثلاً نگوید مصریها حرمت شکستند و با اسرائیل سازش کردند بلکه باید گفت حاکمان مصر باعث شکست حرمت صلح با اسرائیل شدند. و همچنین گناه حکام کشورها را به ملت‌ها سرایت ندهد چون این کار باعث موضع‌گیری مخاطب و امتناع از ادامه بحث می‌شود.

۲۵- تغییر نظر مخاطب از جزم به شک

مبلغی در امر تبلیغ موفق است که بتواند بر مخاطب تاثیر گذارد و نظرش را از جزم به شک تبدیل کند مثلاً دیدگاه مخاطب نسبت به صحاح سته و بویژه بخاری و مسلم مثبت و بدون هیچ شک و شبهه ای می‌باشد و حال اینکه بسیاری از مسائل خلاف عقیده مثل رؤیت خداوند، جسارت به ساحت پیامبران در آنها به چشم می‌خورد و یا دید مخاطب نسبت به برخی صحابه که در کارنامه اعمالشان کارهای زشت و ناروای زیادی دیده می‌شود مثبت است، اینجا بر مبلغ است که با ظرافت خاص وارد این بحث‌ها شود و نظرش را از مرحله جزم به مرحله شک تنزل داده و وی را به تفکر و بازنگری وا دارد چرا که شک می‌تواند مقدمه یقین دیگری باشد.

۲۶- تنوع در استدلال

یکی از راههای موفقیت مبلغ در تبلیغ، تنوع در استدلال است بدین صورت که در استدلال خود از آیات، روایات، تاریخ، شعر ضرب المثل استفاده نماید و اکتفا به تحلیل و یا سخن برخی از بزرگان ننماید و همچنین می‌تواند از استدلالهای فطری و گاه عقلی و سپس نقلی بهره برد.

۲۷- خیرخواهی

مبلغ باید سعی کند خیر خواه و ناصح مخاطب باشد و بداند که جبهه تبلیغ و گفتگو؛ میدان معرکه و نبرد برای پیروزی به هر قیمت نمی‌باشد بلکه می‌تواند فضایی برای کمک به طرف مقابل برای درک حقیقت باشد؛ از این رو، الزاما نباید با این اندیشه که حتما باید یک طرف پیروز و طرف دیگر شکست خورده میدان باشد وارد گفتگو و تبلیغ شد، بلکه باید این هدف مدّ نظر باشد که هر یک از دو طرف، دیدگاه و نظریه خود را مطرح سازد تا افقی از حقیقت در گفتگو برای خود و دیگران آشکار گردد.

۲۸ - ایجاد فضای اعتماد

در تبلیغ باید فضای اعتماد بین دو طرف گشوده شود تا با برقراری این فضا و ایجاد جو دوستی و متانت، هر دو طرف قادر به بیان نظرات خود بوده و بتوانند با آزادی کامل و بدون هرگونه محافظه کاری به بیان دیدگاههای خود بپردازند و این که مخاطب احتمال دهد؛ مبلغ در گفتارش تقیه می کند را از فضای گفتگوها دور سازد.

۲۹ - درخواست اظهار نظر از مخاطب

برخی اوقات مشاهده می گردد که مخاطب بخاطر رعایت احترام و ادب و اینکه مبدا مبلغ از سخنان او ناراحت شود نسبت به عقاید مبلغ و یا شنیده های خود اظهار نظر نمی کند و خیلی با احتیاط سخن می گوید. اینجا مبلغ می تواند از او درخواست نماید هر شبهه یا سؤالی نسبت به معتقداتش دارد را مطرح تا به آنها پاسخ دهد که نظر خود را بیان و اظهار نظر نماید.

۳۰ - خطاب با صفات نیکو و رعایت ادب

مبلغ باید با احترام و تاثیرگذاری بر مخاطب، او را بسمت خود جذب نماید و هنگام مخاطب قرار دادن وی سعی شود از واژه هایی چون برادر من، دوست عزیز و یا استفاده از نام و یا کنیه (البته استفاده از کنیه در حوزه عربی بیشتر کاربرد دارد) او که از نظر روانی تاثیر بسزایی بر مخاطب می گذارد استفاده نماید.

امام صادق^ع در مناظراتش با گروه های مختلف با استفاده از واژه هایی مودبانه و احترام آمیز آنها را مورد خطاب قرار می داد و می فرمود: یا ابا اهل مصر یا می فرمود: یا ابا العرب و این باعث ایمان آوردن و پذیرش حق توسط طرف مقابل می گردید.

۳۱ - درخواست منبع و مصدر از مخاطب

برخی اوقات مخاطب سؤالات و شبهاتی را مطرح می نماید که هیچگونه اصل و ریشه ای ندارند و تنها براساس شایعات و تبلیغات سوء دشمنان در ذهن وی جای گرفته اند مانند شبهه تاسیس مذهب تشیع توسط عبدالله بن سبأ و شبهه خان الامین (جبرئیل امین در امر وحی خیانت کرد و نبوت را بجای اینکه به حضرت علی^ع بدهد به پیامبر^ص) تحویل شود که بر مبلغ است جهت اثبات بی اساس بودن این شبهات و شبهه افکنی توسط دشمنان اسلام، از مخاطب بخواهد که این شبهه را در کدام یک از کتب شیعه خوانده است منبع و مصدر را ذکر نماید.

۳۲ - آشنا به معتقدات مخاطب

مبلغی می تواند در امر تبلیغ، بیشتر موفق باشد که از معتقدات مخاطب گر چه بصورت مختصر مطلع باشد تا بخوبی در مقام پاسخگویی ورد آنها برآید. وگرنه چه بسا مبلغ در اثنای بحث با سؤال، یا شبهه و یا پاسخی از مخاطب مواجه شود که مبلغ تصور می کرد نظر مخاطب بر خلاف آن است مثلاً در بحث توسل؛ باید بداند که مخاطب (وهابیه ها) توسل را به دو قسم تقسیم می کنند؛ توسل مشروع و توسل غیر مشروع که توسل به صفات و اسماء خداوند و همچنین توسل به واجبات و مستحبات به زندگان را جزء توسل مشروع می دانند و توسل به مردگان را جزء توسل غیر مشروع می دانند و جزء توسل غیر مشروع می شمارند. و بدین خاطر نمی توان در بحث

توسل؛ به توسل صحابه به پیامبر(ص) در حال حیاتشان استناد نمود زیرا در پایان می‌گوید این مورد قبول ماهم می‌باشد پس باید بسراغ توسل صحابه به پیامبر(ص) بعد از رحلت رفت.

۳۳- آشنا به نحوه برخورد با مخاطب هنگام اعتراف به اشتباهش

برخی اوقات مخاطب پس از شنیدن سخنان مبلغ و روشن شدن حقیقت، اعتراف می‌کند که تا حالا دیدش نسبت به شیعه و عقاید آن بسیار منفی و غیر قابل پذیرش بوده ولی اکنون که این حقایق روشن شد اعتراف می‌کند که در اشتباه بوده و این امر از برکت سفر حج می‌باشد.

در اینجا است که مبلغ باید با ادب و احترام بگوید، ثمرات حج و آشنایی که در قرآن کریم به آن اشاره فرموده «و جعلناکم شعوباً وقبائل لتعارفوا» همین روشن شدن حقایق و بازگ کردن آنها است و یکا کش این فرصت برای تمام زائرین بیت ا... فراهم می‌گشت تا از حقایق آگاه شوند.

۳۴- اهتمام به انجام اعمال مستحب همراه با مخاطب

همانگونه که می‌دانید برخی از امور مستحب است که نزد مخاطب دارای اهمیت ویژه‌ای است مانند نافله های نمازها و نماز میت که باید مبلغ نیز همانند او عمل کند و در این امور سهل انگاری ننماید، چون عدم انجام آنها چه بسا برای مخاطب ایجاد سؤال نماید که شیعه به امور مستحبی اهتمام نمی‌ورزد و این باعث می‌گردد تا مخاطب از پذیرش سخنان مبلغ و ادامه بحث خودداری نماید.

۳۵- آشنا به نحوه نسبت دادن

بطور مثال در برخی مباحث مبلغ باید در نسبت دادن معتقدات و مطالب با دقت زیادی عمل کند تا خدای ناکرده اثر سوء بجای نماند مثلاً بگوید شیعه معتقد است و در برخی بگوید: آنها معتقدند و در برخی دیگر بگوید: به عقیده من، در بحث امامت بگوید: شیعه معتقد است امامت امری است الهی نه انتخابی، در بحث صحابه بگوید: آنهایی که صحابه را نقد می‌کنند معتقدند که تمام صحابه عادل نبودند، و در تحلیل‌های شخصی از مسائل سیاسی بگوید: عقیده من، تا برای مخاطب تداعی نشود که این دیدگاه تمام شیعه و یا جمهوری اسلامی است.

۳۶- گرفتن آدرس، تلفن و ایمیل

مبلغ باید بداند در فرصت کمی که بدست آمده و با مخاطب آشنا شده امکان تبادل تمام آراء و نظرات و یا پاسخ به تمام سؤالات اونمی باشد لذا جهت ادامه این ارتباط آدرس پستی، ایمیل، تلفن ثابت و همراه مخاطب را (بعضاً با ظرافت) گرفته و یاد داشت نماید و پس از موسم با ارسال پیام‌های تبریک و ادامه بحثهای حج به آن ارتباط ادامه دهد.

۳۷- پایان دیدار با دعا

از آنجا که زیباترین سخنان در این فضای روحانی و معنوی بین مبلغ و مخاطب مبادله گردیده است و خاطره شیرینی از این دیدار بر جای مانده است پس مناسب است پایان دیدار با چند دعا در زمینه همان سخنان صورت پذیرد یویژه برای وحدت بین مسلمین و رفع شر دشمنان و حج مقبول و بازگشت به وطن با سلامت و تندرستی.

۳۸- بهره‌وری معنوی

از آنجا که مبلغ همانند سایر حجاج در این سفر روحانی و معنوی نیاز به پرورش و صفای روح و جان دارد لازم است در کنار وظیفه اصلی خود از این امر غافل نگردد و به رشد روحی و معنوی خود از قبیل تلاوت قرآن، زیارت مرقد مطهر، طواف، نماز و دعا بپردازد و نهایت استفاده را از فرصت‌های بدست آمده در اوقات فراغت ببرد.

اخلاق سخن در تبلیغ (ویژگیهای سخن در تبلیغ)

همانگونه که مبلغ باید مراقب رفتار و کردارش و بویژه زمانیکه در کنار مخاطب است باید مراقب گفتار و سخنانش نیز باشد و سعی کند بگونه‌ای سخن بگوید که مخاطب از شنیدن آن لذت ببرد که در اینجا به برخی از شیوه‌های سخن که مبلغ را در رسیدن به هدف کمک می‌کند اشاره می‌گردد:

۱- نیکو و دل پسند

سخنان مبلغ باید نیکو و دل پسند باشد، چرا که راه خدا، راه پاکی هاست و آنها که به راه خدا هدایت می‌کنند، جز سخن نیکو نمی‌گویند. «وهدوا الی الطیب من القول وهدوا الی صراط الحمید»^۱ مومنان به سخنان پاک و به راه خدای ستایش شده هدایت شدند.

«ادع الی سبیل ربک بالحکمۃ والموعظۃ الحسنۃ»^۲ ای رسول ما! مردم را با دلیل محکم و پند و اندرز نیکو به سوی پروردگارت دعوت کن.

و همچنین باید از الفاظی که ممکن است بار منفی داشته باشد پرهیز شود عنوان مثال بجای آنکه گفته شود دشمنان شیعه می‌گویند بگوید مخالفان شیعه می‌گویند و یا بجای برخی عقاید اهل سنت باطل است بگوید برخی عقاید اهل سنت نیاز به مطالعه و بررسی دارد.

۲- حساب شده و سنجیده

سخنان مبلغ باید حساب شده و به دور از هرگونه غرضهای شخصی و نقص و کجی باشد.

«الحمد لله الذی انزل علی عبده الکتاب و لم یجعل له عوجا»^۳ ستایش و سپاس مخصوص خدایی است که بربنده خود (محمد، مبلغ ارزشمند الهی) کتاب (بزرگ) را نازل کرد و در آن هیچ نقص و کجی قرار نداد.

۳- رشد دهنده

سخن مبلغ باید سبب رشد مخاطب گردد و او را به کمال نزدیک‌تر سازد، همان‌گونه که قرآن، مردم را به راه خیر و صلاح، هدایت و رشد دهنده است.

«یهدی الی الرشد فامنابه ولن نشرک برنا احدا»^۴ این قرآن، خلق را به راه خیر و صلاح هدایت می‌کند، بدین سبب ما به آن ایمان آورده و دیگر هرگز به خدای خود مشرک نخواهیم شد.

۱- حج: ۲۴.

۲- نحل: ۱۲۵.

۳- کهف: ۱.

۴ - مطابقت سخن با فهم مخاطب

از آنجا که میزان عقل و ایمان انسان ها فرق دارد مبلغ باید با هر مخاطبی به اندازه عقل و درک و شرائط و حال او سخن بگوید و مطالبی را به او منتقل سازد که در فهم او می‌گنجد.

رسول خدا^۱ می‌فرماید: «اَنَا مَعَاشِرَ الْأَنْبِيَاءِ أَمْرُنَا أَنْ نَكْلِمَ النَّاسَ عَلَى قَدْرِ عَقُولِهِمْ^۲؛ ما گروه پیامبران ماموریم که با انسان ها به اندازه عقل هایشان سخن بگوییم

شیوه‌های تبلیغ

اگر بخواهیم در تبلیغ تاثیر بیشتری بر مخاطب داشته‌باشیم باید سعی شود از این شیوه‌ها استفاده کنیم:

۱- تاریخ

یادآوری سرنوشت ملت‌های گذشته و تاریخ آنان و تجربه‌هایی که داشته‌اند و همچنین بیان داستان‌های کوتاه شنیدنی بویژه از تاریخ اهل بیت^۳ که در آگاهی افراد و آیندگان بسیار مفید و موثر است. در آیات زیادی از قرآن کریم، خداوند از این شیوه استفاده کرده و حالات گذشتگان را یادآوری می‌کند و می‌فرماید:

«قَدْ خَلَتْ مِنْ قَبْلِكُمْ سُنَنٌ فَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكْذِبِينَ^۴» پیش از شما ملت‌هایی بودند و رفتند بنابراین در اطراف زمین گردش کنید تا ببینید که تکذیب کنندگان وعده‌های خدا چگونه نابود شدند. مبلغ هم می‌تواند بعنوان مثال؛ ظلم‌هایی که توسط مستکبران در گذشته و حال بر ملت‌هایی همچون عراق، فلسطین، افغانستان ... روا داشته‌اند را بیان کند.

۲ - لطیفه

لطیفه یکی از بهترین شیوه‌های انتقال پیام به مخاطب و باعث تنوع و تلطیف فضای تبلیغی می‌گردد البته در لطیفه گویی باید نکاتی را رعایت کرد که به برخی از آنها اشاره می‌شود:

۱. هیچ گاه در لطیفه شخص، گروه، عقیده و یا شیء خاصی که مورد احترام مخاطب است به تمسخر و خنده گرفته نشود.

۲. لطیفه باید برای مخاطب به آسانی قابل درک باشد.

۳. لطیفه نباید به قدری شدید باشد که هدف اصلی را تحت الشعاع قرار دهد.

۴. پیام لطیفه با پیام تبلیغ باید همخوانی و تناسب داشته باشد.

۳- امید بخشیدن

۴ - جن: ۲.

۱ - اصول کافی ج ۱ ص ۲۲ ح ۱۵.

۲ - آل عمران: ۱۳۷.

امید بخشیدن به مخاطبان مایه دلگرمی و جریان روحی تازه در دلهای آنان می گردد. قرآن کریم از این شیوه نیز استفاده کرده و می فرماید: «انتم الاعلون ان کنتم مومنین»^۱ پیروزی از آن مومنان و مستضعفان خواهد بود. و همچنین مخاطبان را به ظهور امام زمان (عج) و رهایی از ظلم و جور ستمکاران بشارت دهد «ونريد ان نمَنَّ على الذين استضعفوا في الارض ونجعلهم ائمةً ونجعلهم الوارثين»^۲؛ ما می خواهیم بر مستضعفان زمین منت نهیم و آنان را پیشوایان و وارثان زمین قرار دهیم.

۴- مقایسه کردن

یکی از شیوه‌های مفید در تبلیغ شیوه مقایسه کردن می باشد. مقایسه بین تواناییهای جهان اسلام و جهان کفر، خداوند در قرآن کریم با استفاده از این شیوه می فرماید: «قل هل من شركائكم من يبداء الخلق ثم يعيده قل الله يبداء الخلق ثم يعيده»^۳ (ای رسول) بگو که آیا هیچ یک از بتان و خدایان باطل شما توانایی دارد که خلق را بیافریند. آنگاه همه را بسوی خود برگرداند؟ بگو تنها خداست که خلق را می آفریند و سپس او را (به سوی خود) باز می گرداند.

۵- معرفی الگو

مردم برای حرکت در راه خدا و عمل به دستورات او نیاز به الگو دارند، معرفی الگو بعنوان یکی از بهترین شیوه‌های تبلیغی می تواند مورد استفاده مبلغ قرار گیرد. الگوهایی که می توان به مخاطب معرفی کرد عبارتند از: الف- قرآن کریم و پیامبر^۴ «لقد كان لكم في رسول الله اسوةً حسنة»^۴، اهل بیت پیامبر^۵ بویژه امام حسین^۶ که الگوی حزب الله در جهاد با اسرائیل بود.

ب- علما و بزرگانی که در راه اسلام جهاد و مبارزه کرده و می کنند مانند: امام خمینی^۷ و مقام معظم رهبری (دام ظلّه) که حامی مستضعفان و الگوی وحدت و مبارزه با استکبار در عصر حاضر هستند؛ (سید حسن نصرالله که در سالهای اخیر بعنوان مجاهد و مبارز واقعی بر علیه امریکا و اسرائیل در جهان اسلام شناخته شده می گوید: من افتخار می کنم که شاگرد آیت الله خامنه‌ای هستم).

۶- تحریک احساسات و عواطف

از آنجا که هر انسانی دارای احساسات و عواطف می باشد؛ لازم است گاهی اوقات برای تاثیر بیشتر بر مخاطب ابتداء احساسات و عواطف او را برانگیزیم و سپس مطلب خود را القا کنیم مثلاً مثالهایی از کشتار بی رحمانه زنان و کودکان در فلسطین، عراق، افغانستان و دیگر کشورهای اسلامی بیاوریم. خداوند از این شیوه برای تحریک عواطف

۱ - آل عمران: ۱۳۹.

۲ - قصص: ۵.

۳ - یونس: ۳۴.

۴ - احزاب: ۲۱.

و احساسات استفاده نموده است و می‌فرماید «ایحب احدکم ان یأکل لحم اخیه میتا فکرمتموه»^۱؛ آیا کسی از شما دوست دارد که گوشت برادر مرده خود را بخورد؟ (بیقین) همه شما از این امر کراهت دارید.

۷ - سؤال و جواب

یکی از شیوه های تبلیغ سوال و جواب است. مثلاً از مخاطب سؤال شود: اگر روز قیامت؛ پیامبر^۲ سؤال کند چرا نسبت به اهل بیت من که محبت آنها اجر رسالت است بی تفاوت بودید؟ و یا چرا از فلان مذهب و یا فلان شخص پیروی کردید؟ و یا اگر نسلهای آینده از ما سؤال کردند چرا در برابر ظالمان سکوت کردید؟ چه جوابی باید داد. گاهی یک مطلب در قالب سوال به افراد گفته می شود که در واقع جوابی ندارد وهدف اثبات همان مطلب است ، خداوند در قرآن می فرماید:

«هل یستوی الذین یعلمون و الذین لا یعلمون»^۲ آیا کسانی که می دانند و کسانی که نمی دانند برابرند ؟

ضمناً باید دقت شود که سؤالات از چیزهایی باشد که سبب ناراحتی و یا ضرر مخاطب و یا مبلغ نگردد.

«یا ایها الذین امنوا لا تسئلوا عن اشیاء ان تبد لکم تسؤکم»^۳ ای کسانی که ایمان آورده اید از مسائلی سؤال نکنید که اگر برای شما آشکار گردد شما را ناراحت می کند .

لازم به ذکر است که مبلغ باید بخشی از وقت خود را در اختیار مخاطب قرار دهد تا سؤالات خود را مطرح و جواب دریافت نماید و یا اینکه مبلغ مطالب خود را بصورت سؤال مطرح کند تا مخاطب پاسخ دهد از این طریق می توان فهمید که مخاطب چقدر به سخنان مبلغ توجه و عنایت و اعتقاد دارد.

البته گاهی مبلغ مورد سؤال های مغرضانه قرار می گیرد که در این صورت باید با زیرکی و ظرافت از کنار آنها بگذرد.

۸ - ایمان به توانایی خویش

در جهان اسلام بسیاری از ثروتهای مادی و فکری وجود دارد که متأسفانه خود مسلمانان از آنها بی خبرند که بر مبلغ است آنها را از باب «واما بنعمة ربک فحدث»^۴ «و نعمت های پروردگارت را بازگو کن» برای مخاطبین بازگو نماید مانند: فرهنگ، فکر و تمدن اسلامی ، معادن و منابع عظیم نفت و گاز و غیره. این امر موجب می شود تا مخاطب نسبت به تواناییهای جهان اسلام امیدوار و در برابر مستکبران احساس ذلت و حقارت نکند.

۹ - هدیه دادن

۱ - حجرات: ۱۲.

۲ - زمر: ۹.

۳ - مائده: ۱۰۱.

۴ - ضحی: ۱۱.

سعی شود در میان بحث و یا پایان آن هدیه‌ای جهت جلب محبت به مخاطب تقدیم گردد تا خاطره‌ای شیرین از این ملاقات برای وی بجای ماند؛ رسول اکرم^۱ می فرماید: «تهادوا تحابوا، تهادوا فانها تذهب بالضغائن^۲؛ هدیه دهید تا در میان شما محبت‌ها ایجاد و زیاد گردد بدورستیکه هدیه دادن کینه‌ها را از بین می‌برد».

روش‌های ارتباط با مخاطب

از آنجا که ارتباط با مخاطب یکی از مهم‌ترین و حساس‌ترین لحظه برای مبلغ است بدین خاطر و با استفاده از برخی تجربیات و شیوه‌های ارتباط؛ شاید بتوان راحت‌تر و موفق‌تر به این امر اقدام کرد:

۱- هنگامی که کنار مخاطب نشستید بلا فاصله سلام کنید چون اگر مدتی بگذرد چه بسا خجالت و حیا مانع

ارتباط گردد سپس با او مصافحه و احوال‌پرسی گرمی را آغاز کنید که این بهترین شروع است زیرا مخاطب؛ خود را موظف به پاسخ‌گویی به سلام و احوال‌پرسی شما می‌داند.

۲- سؤال از هنگام اذان، ساعت، اماکن و تاریخ مسجد النبی^۳ و مسجد الحرام و اماکن موجود در آنها، و سؤال از اعمال حج و عمره، روزهای ماه و هفته و یا سؤال از اتفاقاتی که رخ داده است.

۳- به مخاطب گفته شود می‌خواهم به آیه: «وجعلناکم شعوبا و قبائل لتعارفوا ان اکرمکم عند الله اتقاکم»^۴ عمل نمایم آیا اجازه‌آشنایی می‌دهید؟ (در صورتی که مبلغ بخواهد سراغ جمعی از مخاطبین که گرد هم آمده‌اند برود این شیوه برای ارتباط با آنها بسیار مناسب است).

۴- اگر مخاطب در حال قرآن خواندن است از او نکات قرآنی که از قبل آماده کرده اید سؤال شود همانند قلب قرآن و عروس قرآن کدامند، چرا پیامبر^۵ فرمود: شیبتنی سورة هود انهم بخاطر آیه «و استقم كما امرت»^۶ و یا از مخاطب سؤال شود آیا می‌دانی دشمنان واقعی مومنان کیانند که پاسخ آن آیه «لتجدن اشد الناس عداوة للذين آمنوا اليهود»^۷ می‌باشد.

زمانی که مخاطب خود را معرفی می‌نماید (البته مناسب است ابتداء مبلغ خود را معرفی کند) تا بداند با تشخیص آگاه مواجه است اگر راجع به نام یا نام پدر و یا نام خانوادگی وی و یا کشورش نکته و یا تعریفی به نظرتان رسید آن را بیان کنید که این امر باعث تعمیق روابط و دوستی بیشتر می‌گردد مثلاً برای مصریها گفته شود: (مصر: ام الدنيا و بلد الحضارة جامعة الازهر و بلد محبي اهل البيت^۸ و (تونس: بلدة الخضار و الزيتون)، (مغرب: بلد جامعة القرويين)، (الجزائر: بلد المليون و نصف شهيد).

۱ - کافی ج ۵ ص ۱۴۴ باب هدیه ح ۱۴.

۲ - حجات: ۱۳.

۳ - هود: ۱۱۲.

۴ - مائده: ۸۲.

آگاه سازی مخاطب

مناسب است مبلغ در ضمن بحث، مخاطب را به این نکات آگاه سازد:

۱ - فرق است بین شیعه و مذهب تشیع کما اینکه بین سنت و اهل سنت فرق است. بیان این امر موجب می‌گردد رفتار برخی از شیعیان که دست به اعمالی مانند قمه زنی و غیره می‌زنند توجیه شود. و همچنین برای مخاطب بیان شود که در میان اهل سنت نیز مشاهده می‌شود که دست به برخی اعمال حرام و ناشایسته مانند شرب خمر، بی‌حجابی، و غیره می‌زنند و حال اینکه که این کارها هیچ لطمه‌ای به سنت پیامبر^ص نمی‌زند؛ بلکه به جامعه اهل سنت بر می‌گردد.

۲ - برای مطالعه عقاید شیعه؛ به کتب اعتقادی شیعه رجوع کنید نه کتب حدیثی، فقهی و غیره. از قبیل:
(*) اوائل المقالات، النکت الاعتقادیه شیخ مفید. * الشافی شریف المرتضی. * العقائد شیخ طوسی. * شرح تجرید و کشف الفوائد علامه حلی. * نقض الوشیعه سید محسن امین عاملی. * اصل الشیعه و اصولها علامه محمد حسین کاشف الغطا. * الفصول المهمه والمراجعات علامه شرف الدین. * دلائل الصدق شیخ محمد رضا مظفر. * الشیعه فی المیزان محمد جواد مغنیه.)

۳ - معتقدات شیعه را از زبان و کتب علمای خود شیعه بشنوید و مطالعه نمایید و نه از دیگران.
۴ - ضمن بیان واژه شیعه گفته شود مقصود از شیعه، شیعه اثنی عشریه می‌باشد نه فرقه‌های دیگر (مثل غلات و علویین و...). که از این طریق مذهب تشیع از فرقه‌ها منسوب به شیعه که احیاناً اعمال غلوآمیز و غیر دینی دارند جدا می‌گردد.

ارجاع مخاطب به هیئت علمی

برای ارجاع مخاطب به هیئت علمی شیوه و روش خاصی وجود ندارد تا به آن پرداخت بلکه بستگی به زیرکی و میزان تاثیر گذاری مبلغ بر مخاطب دارد ولی چند شیوه بین همکاران مبلغ وجود دارد که با بکارگیری آنها چه بسا در ارجاع مخاطب کمک کند؛ آنها عبارتند از:

- ۱ - سعی شود در آشنایی با مخاطب چنان صمیمی و همدل شد که بمحض تعارف؛ دعوت را بپذیرد.
- ۲ - به مخاطب گفته شود دوستان و علمایی همراه ما در هتل هستند که قطعاً از دیدن شما خوشحال می‌شوند.
- ۳ - به مخاطب گفته شود می‌خواهم ثواب خدمت کردن به مهمانان خانه خدا را بدست آورم پس شما را برای صرف نهار یا شام بر سر سفره‌ای ایرانی و صرف غذایی ایرانی دعوت می‌کنم لطفاً دعوتم را رد نکنید.

ضمناً به مخاطب گفته شود که تهیه غذا بعهده کاروان است و من هیچ زحمتی برای این کار نمی کشم و کاروان بخاطر مهمانان خارجی، بیشتر از افرادش غذا تهیه می‌بیند. این سخن موجب این می‌گردد که اگر مخاطب فکر می‌کند اگر دعوت شما را بپذیرد به زحمت می‌افتد منتفی شود.

۴ - به مخاطب گفته شود شما که فردی آگاه، اهل مطالعه و جوای حقیقت هستید را دعوت می‌کنیم به هتل تشریف بیاورید، تا چند کتاب بعنوان هدیه تقدیمتان کنم.

۵ - چون در این مکان بدلائیل مختلف (گرما، ازدحام جمعیت، مسائل امنیتی و غیره) نمی‌توان به همه مباحث پرداخت لطفاً هتل تشریف بیاورید تا در آنجا به بقیه مباحث بپردازیم.

توصیه‌های تبلیغی

مبلغ در تبلیغ خود، حتماً این نکات را رعایت کند:

- ۱- زمانی که مخاطب؛ مناسب به نظر رسید در انتخاب وی تردید نکند چون فرصت زیادی برای پیدا کردن مخاطب دیگری وجود ندارد و اگر مخاطب دارای ویژگیهای مد نظر نیست وقت خود را صرف وی ننماید.
- ۲- در ابتدای ملاقات از مخاطب؛ ملیت، شغل، مدرک و معلومات مورد نیاز (با ظرافت) سؤال شود.
- ۳- پرهیز از غلط خواندن آیات قرآن و حتی الامکان احادیث (در این صورت می‌توان به مضمون آنها اشاره کرد).
- ۴- حتماً پس از نام پیامبر؛ جمله صلی الله علیه وآله و پس از نام هر یک از صحابه جمله رضی الله عنه ذکر شود.
- ۵- مقام معظم رهبری را با نام و جمله آیت الله خامنه‌ای ذکر کند و اکتفا به جمله رهبر ایران نشود.
- ۶- در کنار کلمه خلیج حتماً فارس ذکر شود (خلیج فارس).
- ۷- از اسرائیل به رژیم صهیونیستی (الکیان الصهیونی) تعبیر شود و اکتفا به کلمه اسرائیل نشود.
- ۸- پرهیز از سخنان و تحلیل‌های غلط که برای مخاطب قابل پذیرش نیست.
- ۹- مبلغ در بحث‌ها فقط به سوال‌های مطرح شده از سوی مخاطب جواب دهد و از پاسخ‌هایی که ایجاد سؤال و یا شبهه جدید می‌کند خودداری نماید مثلاً اگر بحث امامت مطرح است از ورود به بحث عصمت، علم لدنی و معجزه که نزد مخاطب شاید بوی غلو بدهد خودداری کند مگر اینکه زمینه جهت طرح این مسائل آماده شده باشد.
- ۱۰- پرهیز از بی‌احترامی نسبت به معتقدات افراد محترم نزد مخاطب.
- ۱۱- پرهیز از اظهار نظرهای بی‌مورد و ناآگاهانه و برخورد های غیر حساب شده.
- ۱۲- پرهیز از تناقض گویی در انتقال معلومات به مخاطب.
- ۱۳- پرهیز از نقل شنیده‌های غیر موثق.
- ۱۴- پرهیز از ورود به مباحث حساسیت برانگیز و اختلاف‌زا.

- ۱۵- پرهیز از بیان کمبودها و نقاط ضعف شخصی و اجتماعی.
- ۱۶- در مباحثی که نمی تواند خوب از عهده آن برآید و یا نیاز به دقت بیشتری دارد وارد نشود و با دعوت مخاطبین به بعثه؛ آنها را به هیئت علمی ارجاع دهد.
۱۷. اهتمام و احساس همدردی نسبت به امور مسلمانان.
۱۸. دید و بازدید: سعی شود پس از ملاقات اولیه، برنامه ای جهت دیدار آنان در هتل انجام شود و این باعث افزایش محبت می شود. قال رسول الله(ص) : «من زار اخاه فی بیهة قال الله عز وجل له: انت ضیفی و زائری فاراک وقد اوجبت لك الجنة بحبك اياه».
۱۹. خوش بینی نسبت به یک دیگر : مبلغ باید نسبت به مخاطب خوش بین و دلسوز او باشد. قال رسول الله(ص) : «ضع امر اخیک علی احسنه حتی یاتیک ما یغلبک منه ولا تظن بکلمة خرجت من اخیک سوء و انت تجد لها فی الخیر محملاً»^۱.
۲۰. معرفی خوبی های و کمالات مخاطب: جهت تأثیر گذاری بیشتر لازم است ابتداء مبلغ خوبی ها و کمالات مخاطب را با زگو کند که این امر باعث تعمیق روابط و تأثیر بیشتر سخن مبلغ بر مخاطب می باشد.
۲۱. بمیزان فهم و دانایی مخاطب و معتقد او سخن بگوئید: قال الصادق(ع) «رحم ا... عبداً اجتر مودة الناس الی نفسه فحدثهم بما یعرفون و ترک ما ینکرون»^۲.
۲۲. مبلغ باید با مخاطب براساس اخلاق و روشهای خودش رفتار کند. قال الامام الصادق(ع) : «خالقوا الناس باخلاقهم، صلو فی مساجدهم وعودو مرضاهم واشهدو جنازهم، وان استطعتم ان تكونوا الائمة المؤذنین، فافعلوا فانکم اذا فعلتم ذلک قالوا: هؤلاء الجعفریة، رحم ا... جعفرأ ما کان احسن ما یؤدب اصحابه»^۳.
۲۳. شرکت در نماز جماعت آنان: قال الامام الصادق(ع): «من صلی معهم فی الصف الأول کمن صلی مع رسول الله(ص) فی الصف الأول»^۴.
- ۲۳- اظهار خوشحالی از دیدار با مخاطب ، حتما ضمن دیدار و آشنایی با مخاطب خوشحالی خود را اظهار نموده و آن را از منافع حج معرفی کنید.

توصیه های امنیتی

مناسب است مبلغین محترم به توصیه های زیر توجه بیشتری داشته باشند تا اینکه خدای ناکرده دچار مشکل نشوند:

۱ - وسائل الشیعه ۸ / ۶۱۴.

۲ - وسائل ۱۱ / ۴۷۱.

۳ - من لا یحضره الفقیه ۱ / ۳۸۳.

۴ - امالی صدوق مجلس ۵۸ ح ۱۶ ، من لا یحضره الفقیه ۱ / ۳۸۲.

- ۱ - پوشیدن لباس هم‌شکل با لباسهای مخاطبین آن حوزه و پرهیز از انجام اموری که باعث شناسایی برای نیروهای امنیتی می‌گردد. از قبیل انداختن چفیه برشانه‌های، انگشتر به انگشت کردن.
- ۲ - در ابتدای آشنایی؛ از ورود به بحث‌های خلافی و انتقال اطلاعات به مخاطب با احتیاط و رعایت نکات امنیتی اقدام شود، زیرا چه بسا مخاطب خود جزء نیروهای امنیتی باشد.
- ۳ - بخاطر مسائل امنیتی از همراه داشتن آدرسهای مخاطبین خودداری شود.
- ۴ - در صورت شناسایی از سوی نیروهای امنیتی، خود را بعنوان یک زائر عادی معرفی و از دادن هرگونه اطلاعات جدا بپرهیزد و در اسرع وقت با همکاران خود تماس و آنها را در جریان قرار دهد.
- ۵ - بخاطر مسائل امنیتی در هنگام بحث به اطراف خود توجه داشته باشد.
- ۶ - اگر ملاحظه کردید که تحت نظر هستید سریعاً سخن را به بحث‌هایی مانند مسائل حج و عمره، نماز و اماکن موجود در آنجا تغییر دهید و در اولین فرصت از آنجا به جایی دیگر منتقل شوید.

توصیه‌های بهداشتی

مبلغ باید مسائل بهداشتی که در امر تبلیغ بسیار مهم است را رعایت و به آنها اهتمام ورزد، برخی از آنها عبارتند از :

- ۱ - از راه رفتن و خستگی زیاد بپرهیزد و به استراحت کافی بپردازد تا اثر منفی بر نتیجه تبلیغ نگذارد.
- ۲ - به محض احساس بیماری به پزشک مراجعه و از سهل انگاری در این امر بپرهیزد تا مبدا بیماری وی او را از امر تبلیغ بازدارد.
- ۳ - حتی الامکان بخاطر رعایت مسائل بهداشتی و حفظ سلامت؛ از ورود به اماکن شلوغ و پر ازدحام اجتناب کند مگر شرائط دیگر اقتضا کند .
- ۴ - در تغذیه خود کوتاهی نکند و مصرف میوه را در برنامه روزانه خود قرار دهد.

آسیب‌ها و آفات تبلیغ

تبلیغی که به منظور غلبه بر دیگران ، فخر فروشی و مباهات و بدون اخلاص صورت پذیرد مبلغ را به ارتکاب امور غیر واقعی و خلاف شرع سوق می دهد که به عنوان آسیب‌ها و آفات تبلیغ تلقی می گردند، برخی از آنها عبارتند از :

۱ - نپذیرفتن حق

برخی اوقات سخنان مخاطب مطابق با واقعیت و حق است و مبلغ باید آنها را بپذیرد و یا آنها را بنحو صحیح با توجیهی شایسته توضیح دهد نه اینکه از شنیدن آنها ناراحت و در صدد انکار توجیه غیر صحیح آنها برآید.

۲ - تظاهر و ریاکاری

ریا نوعی بیماری است که انسان را به بزرگترین گناهان فرا می خواند و شخص ریاکار هدفش خود نمایی و جلب ستایش دیگران به خود است در روایتی آمده : «ثلاث علامات للمرائی : ینشط اذا رأى الناس و یکسل اذا کان وحده و یحب ان یحمد فی جمیع امور»؛ ریاکار سه نشانه دارد: آنگاه که مردم را می بیند بانشاط می گردد، هنگامی که تنها است کسل و بی حال است و دوست دارد مردم تمام کارهایش او را بستایند^۱. پس بر مبلغ است تا خدای ناکرده دچار اینگونه وسوسه و بیماری‌ها نگردد و عملش را خالصانه انجام دهد.

۳ - خشم و غضب

مبلغ نباید در هنگام تبلیغ دچار خشم و غضب نشانه ضعف اراده و ناتوانی در انجام مسئولیت است، مشاهده شده است آنانکه مورد اعتراض قرار می گیرند و دلایلشان زیرا این امور را به حق و یا ناحق نقض می نمایند ناگهان برمی آشوبند و فضای صمیمی گفتگو را به جنگ و جنجال می کشانند که این کار بسیار خطرناک و ضد تبلیغ می باشد و منجر به حسادت و کینه توزی می گردد. امیر مومنان علی بن ابیطالب در این باره می فراید: **شده الغضب**

۱ - کافی شیخ کلینی ج ۲ ص ۲۹۵.

تَغْيَلَّارَ الْمُنْطَق، تَقْطَعُ مَادَّةَ الْحِجَّةِ، وَ تَفَرِّقُ الْفَهْم. خشم و غضب، منطق انسان را متغیر ساخته ، قدرت استدلال را محو، وفهم صحیح را متلاشی می سازد.^۱

۴- سخنان ناروا و گفتارهای حرام

به زبان آوردن سخنان ناروا و زشت از قبیل دروغ و غیبت از جمله آفات تبلیغ نادرست می باشد و مبلغ باید زبانش را از ارتکاب این امور نگه دارد و حرمت مکان و تبلیغ را حفظ کند.

۵. تکبر و خود بزرگ بینی

ممکن است تبلیغ با تکبر و اظهار برتری نسبت به مخاطب همراه باشد نسبت به شخص مخاطب و عقاید او هیچگونه احترامی قائل نباشد، چنین روحیه‌ای نمایان گر کبر و خود بزرگ بینی یعنی همان صنعت رذیله ای است که امام صادق (ع) در نکوهش آن می فرماید:

لا یدخل الجنة من فی قلبه مثقال ذرة من کبر کسی که حتی به مقدار ذره‌ای کبر و غرور در قلب داشته باشد وارد بهشت نمی‌شود.^۲

۶. نفاق و دورویی

گاهی مبلغ به نفاق و دوگانگی شخصیتی دچار می شود به این صورت که در ملاقات با مخاطب اظهار محبت و اشتیاق می نماید در حالیکه در همان حال بغض و کینه درون او را فراگرفته است پیامبر گرامی اسلام^۳ می فرماید: «اِذَا تَعَلَّمَ النَّاسَ الْعِلْمَ وَتَرَكَوْا الْعَمَلَ وَتَحَابَوْا بِاللِّسَنِ وَتَبَاغَضُوا بِالْقُلُوبِ وَتَقَاطَعُوا فِي الْاِرْحَامِ لَعَنَهُمُ اللَّهُ عِنْدَ ذَلِكَ فَاصْمَهُمْ وَاعْمَى ابْصَارَهُمْ»؛ آنگاه که مردم علم و دانشی را فرا می گیرند ولی آن را بکار نمی بندند و با زبان نسبت به هم اظهار محبت می کنند ولی قلباً کینه یکدیگر را به دل دارند و ارتباط با خویشاوندان و نزدیکان را از هم می گسلند، خداوند متعال آنان را از رحمت خویش طرد نموده و آنها را کور و کر می سازد.^۳

در پایان باید متذکر شد که افراد از لحاظ پایه و موقعیت در رابطه با این آفات وضعیت مختلفی دارند که چه بسا در ره گذر تبلیغ به آنها مبتلا گردند تا آنجا که می توان گفت گذشته از حضرات معصومین که خداوند متعال آنها را از هرگونه پلیدی پاک نگه داشته است چه بسا بعضی از شخصیت های دینی و خرمندان بزرگ به برخی از این آفت ها دچار شوند که عامل اصلی آن فراگیری علم ودانشی برای هدفی غیر خدایی است و چون در پویایی افراد از علم، غیر خدا و اهداف دنیایی مطرح است از این جهت گرفتار چنین آفاتی می شوند.

۱ - بحار الانوار ج ۶۸ باب کظم الغیظ و الحلم ص ۴۲۸.

۲ - کافی ج ۲، ص ۳۱۰.

۳ - منیه المرید شهید ثانی ص ۳۳۴.

منابع:

۱. قرآن کریم.
۲. قرآن و تبلیغ تألیف محسن قرائتی.
- ۳ - متن سخنان مقام معظم رهبری در دیدار دست اندرکاران حج ۸۶ با ایشان.
۴. روش های تبلیغ و سخنرانی تألیف احمد صادقی اردستانی .
۵. صد نکته برای مبلغین، اداره کل مبلغین.
۶. تبلیغ و مبلغ در آثار شهید مطهری به کوشش عبد الرحیم موگهی.
۷. روان شناسی و تبلیغات با تاکید بر تبلیغ دینی دکتر محمد کاویانی (پژوهشگاه حوزه و دانشگاه).
- ۸ - راز دعوت تألیف محمد موحدی نژاد.
- ۹ - اخلاق در تبلیغ تألیف اکبر میر سپاه.
- ۱۰ - آداب مناظره با وهابیت تألیف سید مجتبی عصیری
- ۱۱ - آداب گفتگو و مناظره تألیف علی اصغر رضوانی
- ۱۲ - فن مناظره تألیف حمیده غرویان