

شیوه‌های مدیریت فرهنگی در مسجد

سید علی هاشمی^۱

چکیده

مدیریت مسجد بعد‌های مختلفی دارد که یکی از آن‌ها بُعد فرهنگی است. وقتی مدیریت فرهنگی مسجد موفق خواهد بود که ویژگی‌های زیر را در بر داشته باشد.

الف) شناخت شیوه‌های مؤثر و بی‌عیب و نقص پیامبر بزرگوار اسلام (صلی‌الله‌علیه‌وآله) و امام علی (علیه‌السلام) در هدایت و تربیت انسان‌ها.

ب) به‌کارگیری اصول مدیریت فرهنگی:

۱. زمان‌شناسی و بهره‌گیری از زمان در ابعاد سه‌گانه.

۲. دین‌محوری و اینکه دین رکن اساسی مدیریت فرهنگی است.

۳. انسان‌مداری.

ج) شناخت موانع و آفات که به شکل‌هایی گوناگون حاصل کارهای فرهنگی و تربیت دینی را از بین می‌برد.

کلید واژه: مسجد، شیوه‌ها، مدیریت، فرهنگی

مقدمه

وقتی سخن از مدیریت فرهنگی مسجد به‌میان می‌آید، مسئول‌ترین فرد در این فرایند شخص امام جماعت است. او به‌دلیل شناخت مبانی دین و احکام و معارف الهی، مسئولیت تربیتی افرادی را به‌عهده دارد که در محدوده‌ی مسجد زندگی می‌کنند؛ به‌ویژه نمازگران مسجد. در این مقاله، بنا دارم به دو مسأله پردازم:

۱. شناختن و به‌کارگیری شیوه‌های ماندگار و همیشه جاوید قرآن، پیامبراعظم (صلی‌الله‌علیه‌وآله) و امام علی (علیه‌السلام) در مدیریت فرهنگی و تبلیغی جامعه؛

۲. به‌کار بستن اصول مدیریت فرهنگی به‌عنوان محوری اثباتی؛ و شناختن آسیب‌ها و آفت‌ها به‌عنوان محوری سلبی که آثار مثبت برنامه‌های فرهنگی و تربیتی مسجد را از بین می‌برد.

شیوه‌های فرهنگی و تربیتی قرآن

۱. یادآوری نعمت‌ها و رحمت‌های الهی

مبلغ باید بر نعمت‌های الهی تأکید کند و آن را برای مخاطبان برشمارد. قرآن کریم می‌فرماید:

^۱ - دکترای فقه و حقوق اسلامی - هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساری

« يَا أَيُّهَا النَّاسُ اعْبُدُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ وَالَّذِينَ مِنْ قَبْلِكُمْ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ * الَّذِي جَعَلَ لَكُمْ الْأَرْضَ فِرَاشًا وَالسَّمَاءَ بِنَاءً وَأَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَأَخْرَجَ بِهِ مِنَ الثَّمَرَاتِ رِزْقًا لَكُمْ فَلَا تَجْعَلُوا لِلَّهِ أَنْدَادًا وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ »^۱، ای مردم پروردگارتان را پرستش کنید که شما و کسانی را که پیش از شما بوده‌اند آفریده است؛ باشد که به تقوا گرایید. * همان [خدایی] که زمین را برای شما فرشی [گسترده] و آسمان را بنایی [افراشته] قرار داد و از آسمان آبی فرود آورد و بدان از میوه‌ها رزقی برای شما بیرون آورد پس برای خدا همتیانی قرار ندهید در حالی که خود می‌دانید.

نعمت استقلال و آزادی

« وَادْكُرُوا إِذْ أَنْتُمْ قَلِيلٌ مُسْتَضْعَفُونَ فِي الْأَرْضِ تَخَافُونَ أَنْ يَتَخَطَّفَكُمُ النَّاسُ فَآوَاكُمْ وَأَيَّدَكُمْ بِبِصْرِهِ وَرَزَقَكُمْ مِنَ الطَّيِّبَاتِ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ »^۲، ای مؤمنان به یاد آرید زمانی را که در بین دشمنان بسیار، عده کمی بودید. شما را در سرزمین مکه خوار و ذلیل می‌شمردند و از هجوم مشرکان بر خود ترسان بودید. پس خداوند شما را در پناه خود آورد و به یاری خود، نیرومندی و نصرت به شما عطا فرمود و از بهترین طعام‌ها روزی کرد؛ باشد که شکر نعمتش به جای آرید.

نعمت پیروزی بر دشمن

« يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْكُرُوا نِعْمَةَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ جَاءَتْكُمْ جُنُودٌ فَأَرْسَلْنَا عَلَيْهِمْ رِيحًا وَجُنُودًا لَمْ تَرَوْهَا وَكَانَ اللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرًا »^۳، ای مؤمنان، نعمت خدا را به یاد آرید آنگاه که لشکری بر ضد شما جمع شدند؛ پس ما بادی تند و سپاهی که با چشم نمی‌دیدید بر آنها فرستادیم.

نعمت رزق و روزی

« يَا أَيُّهَا النَّاسُ ادْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ هَلْ مِنْ خَالِقٍ غَيْرِ اللَّهِ يَرْزُقُكُمْ مِنَ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ »^۴، ای مردم، نعمت خدا را به یاد آرید. آیا جز خداوند، آفریننده ای هست که از آسمان و زمین به شما روزی دهد؟

نعمت وحدت

« وَادْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ كُنْتُمْ أَعْدَاءً فَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِكُمْ »^۵، نعمت خدا را به یاد آرید که بین قلب‌های شما الفت و دوستی برقرار کرد؛ هنگامی که با یکدیگر دشمن بودید.

نعمت رهبری و هدایت

۱. بقره/۲۱ و ۲۲

۲. انفال/۲۶

۳. احزاب/۹

۴. فاطر/۳

۵. آل عمران/۱۰۳

«وَإِذْ قَالَ مُوسَى لِقَوْمِهِ يَا قَوْمِ اذْكُرُوا نِعْمَةَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ جَعَلَ فِيكُمْ أَنْبِيَاءَ وَجَعَلَكُمْ مُلُوكًا وَآتَاكُمْ مَا لَمْ يُؤْتِ أَحَدًا مِّنَ الْعَالَمِينَ»^۱ [یاد کن] زمانی را که موسی به قوم خود گفت: ای قوم من نعمت خدا را بر خود یاد کنید آنگاه که در میان شما پیامبرانی قرار داد و شما را پادشاهانی ساخت و آنچه را که به هیچ کس از جهانیان نداده بود به شما داد

نعمت عفو و بخشش

« أَلَمْ يَعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ هُوَ يَقْبَلُ التَّوْبَةَ عَنْ عِبَادِهِ »^۲ آیا ندانسته‌اند که تنها خداست که از بندگان توبه را می‌پذیرد.
« غَافِرِ الذَّنْبِ وَقَابِلِ التَّوْبِ »^۳ گناه‌بخش و توبه‌پذیر.
ویژگی‌های دیگر خداوند متعال، همچون «غفور»، «غفار»، «رئوف»، «ودود»، نیز از بازبودن در رحمت الاهی حکایت می‌کند.

۲. تحریک عواطف

خداوند متعال از این شیوه برای تربیت انسان‌ها استفاده می‌کند؛ برای مثال جهت دور کردن مردم از غیبت کردن، آن را به خوردن گوشت برادر مرده تشبیه می‌کند که با توجه به نفرت انسان از مرده‌خواری، عاطفه‌ی او را برمی‌انگیزاند: « أَيْحِبُّ أَحَدَكُمْ أَنْ يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا »^۴ حضرت ابراهیم (علیه‌السلام) عموی خود آزر را با لفظ پدرم خطاب می‌فرمود تا شاید از این راه دلش نرم، عاطفه‌اش برانگیخته و به راه راست هدایت شود.^۵
قرآن برای ترساندن مردم از تقسیم ناعادلانه‌ی ارث، عواطف پدری را تحریک می‌کند و فرزندان یتیمش را در مقابل چشمان او مجسم می‌سازد:

«وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَافًا خَافُوا عَلَيْهِمْ»^۶ آنان که اگر فرزندان ناتوانی از خود بر جای بگذارند بر [آینده] آنان بیم دارند باید بترسند.

قران برای ترغیب فرزندان به احترام والدین و توهین نکردن به آنها، پیری و ناتوانی آنها را مطرح می‌کند:
«وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا إِمَّا يَبُلُغَنَّ عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أَوْفٌ وَلَا تَنْهَرُهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا»^۷
به پدر و مادر [خود] احسان کنید اگر یکی از آن دو یا هر دو در کنار تو به سال‌خوردگی رسیدند، به آنها [حتی] اوف مگو و به آنان پرخاش مکن و با آنها سخنی شایسته بگوی.

خداوند برای ترغیب مردم جهت یاری کردن یتیمان، روحیه‌ی برادری را زنده می‌کند:

۱. مائده/۲۰

۲. توبه/۱۰۴

۳. غافر/۳

۴. حجرات/۱۲

۵. مریم/۴۳

۶. نساء/۹

۷. الاسراء/۲۳

«و يسألونك عن اليتامى قل إصلاح لهم خير وإن تخالطوهم فإخوانكم والله يعلم المفسد من المصلح ولو شاء الله لأغنتكم إن الله عزيز حكيم»^۱، درباره‌ی یتیمان از تو می‌پرسند، بگو به صلاح آنان کار کردن بهتر است و اگر با آنان همزیستی کنی، برادران [دینی] شما هستند و خدا تباهاکار را از درستکار بازمی‌شناسد و اگر خدا می‌خواست [در این باره] شما را به دشواری می‌انداخت؛ آری خداوند توانا و حکیم است.

۳. سؤال کردن از مخاطب

مبلغ باید از وجدان، علم و باورهای طبیعی مردم استفاده کند؛ همان‌گونه که قرآن استفاده کرده است: «و لكن سألهم من خلق السماوات والأرض وسخر الشمس والقمر ليقولن الله فأتى يوفكون»^۲، اگر از ایشان پرسید چه کسی آسمانها و زمین را آفریده و خورشید و ماه را [چنین] رام کرده است، حتماً خواهند گفت: الله؛ پس چگونه [از حق] بازگردانیده می‌شوند.

«و لكن سألهم من نزل من السماء ماء فأحيا به الأرض من بعد موتها ليقولن الله قل الحمد لله بل أكثرهم لا يعقلون»^۳، اگر از آنان پرسید چه کسی از آسمان آبی فرو فرستاده و زمین را پس از مرگش به وسیله‌ی آن زنده گردانیده است، حتماً خواهند گفت: الله؛ بگو ستایش از آن خداست با این همه بیشترشان نمی‌اندیشند.

قرآن با یادآوری پدیده‌های طبیعی، مردم را به تفکر وامی‌دارد:

«أفرأيتم ما تخرثون * أنتم تزرعونه أم نحن الزارعون * ... أفرأيتم الماء الذي تشرّبون * أنتم أنزلتموه من المزن أم نحن المنزلون * ... أفرأيتم النار التي تورون * أنتم أنشأتم شجرتها أم نحن المنشؤون»^۴، آیا نمی‌اندیشید دانه‌ای را که در زمین کشت کردید، شما آن را از خاک می‌رویانید یا ما می‌رویانیم؟ آیا آبی را که می‌نوشید شما آن را از ابر فرو ریختید یا ما نازل ساختیم؟ آیا در آتشی که روشن می‌کنید می‌نگرید؟ آیا شما درخت آن را آفریدید یا ما آفریدیم؟

۴. بیان تاریخ و سرنوشت پیشینیان

قرآن مجید در آیات زیادی سرگذشت افراد و اقوام گذشته را می‌گوید:

«و اذکر فی الكتاب مریم»، «واذکر فی الكتاب ابراهیم»، «و اذکر فی الكتاب موسی»^۵. «قد خلقت من قبلكم سنن فسيروا في الأرض فانظروا كيف كان عاقبة المكذبي»^۶، قطعاً پیش از شما سنت‌هایی [بوده] بوده [و] سپری شده است؛ پس در زمین بگردید و بنگرید که فرجام تکذیب‌کنندگان چگونه بوده است.

۵. انگیزه‌ی تربیتی

۱. بقره/۲۲۰

۲. عنکبوت/۶۱

۳. عنکبوت/۶۳

۴. واقعه/۶۳ تا ۷۲

۵. مریم/۱۶، ۴۱ و ۵۱

۶. آل‌عمران/۱۳۷

یکی از مهم‌ترین وظایف مبلغ تعلیم مردم است که از مهم‌ترین وظایف رسولان الهی نیز بوده است: «لَقَدْ مَنَّ اللَّهُ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ إِذْ بَعَثَ فِيهِمْ رَسُولًا مِّنْ أَنفُسِهِمْ يَتْلُو عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَإِن كَانُوا مِن قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ»^۱ به یقین خدا بر مؤمنان منت نهاد [که] پیامبری از خودشان در میان آنان برانگیخت تا آیات خود را بر ایشان بخواند و پاکشان گرداند و کتاب و حکمت به آنان بیاموزد؛ قطعاً پیش از آن در گمراهی آشکاری بودند.

مبلغ باید حقایقی را به مردم بیاموزد که دشمنان خدا سعی در پوشاندن آن‌ها دارند؛ زیرا مردم با علم و آگاهی به دستورهای الهی دچار انحراف نمی‌شوند. در دعای کمیل می‌خوانیم: «... تَجَرَّاتٌ بِهٖ جَهْلِي...»^۲ و انبیاء به مجرمان می‌گفتند: «بَلْ أَنْتُمْ قَوْمٌ تَجْهَلُونَ»^۳، شما قومی جهالت‌پیشه‌اید.

البته، تعلیم با تربیت سودمند است و از این رو قرآن می‌فرماید:

«هُوَ الَّذِي بَعَثَ فِي الْأُمِّيِّينَ رَسُولًا مِّنْهُمْ يَتْلُو عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَإِن كَانُوا مِن قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ»^۴، اوست آن کس که در میان بی‌سوادان فرستاده‌ای از خودشان برانگیخت تا آیات او را بر آنان بخواند و پاکشان گرداند و کتاب و حکمت بدیشان بیاموزد و [آنان] قطعاً پیش از آن در گمراهی آشکاری بودند.

۶. احترام به دیگران

احترام به مبلغان پیشین لازم است؛ زیرا ایشان نیز همان رسالتی را به دوش کشیده‌اند که شما در پی آن هستید: «شَرَعَ لَكُمْ مِنَ الدِّينِ مَا وَصَّى بِهِ نُوحًا وَالَّذِي أَوْحَيْنَا إِلَيْكَ وَمَا وَصَّيْنَا بِهِ إِبْرَاهِيمَ وَمُوسَى وَعِيسَى أَنْ أَقِيمُوا الدِّينَ وَ...»^۵، از [احکام] دین آنچه را به نوح درباره‌ی آن سفارش کرد برای شما تشریح کرد و آنچه را به تو وحی کردیم و آنچه را درباره‌ی آن به ابراهیم و موسی و عیسی سفارش نمودیم که دین را برپا دارید.

حضرت علی (علیه‌السلام) می‌فرماید:

«ارْحَمْ مِنْ أَهْلِكَ الصَّغِيرَ وَوَقِّرْ مِنْهُمْ الْكَبِيرَ»^۶

رسول خدا (صلی‌الله‌علیه‌وآله) فرمودند:

«أَذَلُّ النَّاسِ مِنْ أَهَانَ النَّاسِ»^۷

۱. آل عمران/۱۶۴

۲. مفاتیح الجنان، دعای کمیل

۳. نمل/۵۵

۴. جمعه/۲

۵. شوری/۱۳

۶. الأمالی (للمفید) / النص / ۲۲۲

۷. محمدی ری شهری، ۱۳۶۹، مکتب الاعلام الاسلامی، ج ۴، ص ۷۰ و ج ۳، ص ۴۴۴؛ من لا یحضره الفقیه / ج ۴ / ۳۹۶

روحیه‌ی کودک با لهو، نوجوان با لعب، جوان با زینت، میانسال با تفاخر، و پیر با تکاثر سازگار است؛ بنابراین جوان، به‌طور فطری، خوش‌پوشی را دوست دارد و مبلغ باید با توجه به این روحیه با او گفت‌وگو کند. این حالت‌ها از این آیه‌ی قرآن استفاده می‌شود:

«اعْلَمُوا أَنَّمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا لَعِبٌ وَلَهُوَ وَزِينَةٌ وَتَفَاخُرٌ بَيْنَكُمْ وَتَكَاثُرٌ فِي الْأَمْوَالِ وَالْأَوْلَادِ»^۱ بدانید که زندگی دنیا در حقیقت بازی و سرگرمی و آرایش و فخرفروشی شما به یکدیگر و فزون‌جویی در اموال و فرزندان است.

۷. عالمانه و پاسخگویانه

مبلغی که پاسخ مسئله‌ای شرعی را نمی‌داند باید از دادن پاسخ غیریقینی خودداری کند که خداوند بزرگ از این عمل نهی فرموده است:

«وَلَا تَقُولُوا لِمَا تَصِفُ السُّنْتُمْ الْكَذِبَ هَذَا حَلَالٌ وَهَذَا حَرَامٌ لَتَفْتَرُوا عَلَى اللَّهِ الْكَذِبَ إِنَّ الَّذِينَ يَفْتَرُونَ عَلَى اللَّهِ الْكَذِبَ لَا يُفْلِحُونَ»^۲ و برای آنچه زبان شما به دروغ می‌پردازد مگوئید این حلال است و آن حرام تا بر خدا دروغ بندید؛ زیرا کسانی که بر خدا دروغ می‌بندند رستگار نمی‌شوند.

شیوه‌های فرهنگی و تبلیغی پیامبر اعظم (صل‌الله‌علیه‌وآله)

امیرالمؤمنین (علیه‌اسلام) درباره‌ی روحيات جامعه‌ی عرب پیش از اسلام می‌فرماید:

«خداوند محمد را بیم‌دهنده‌ی جهانیان و امین وحی و کتاب خود مبعوث کرد و شما گروه عرب در بدترین آیین و پست‌ترین جاها به‌سر می‌بردید. در میان سنگلاخ‌ها و مارها اقامت داشتید، آب‌های لجن‌آلود می‌آشامیدید و غذاهای خشن (آرد هسته خرما و سوسمار) می‌خوردید، خون یکدیگر را می‌ریختید و از خویشاوندان دوری می‌کردید. بت‌ها در میان شما برپا بود و از گناهان اجتناب نمی‌کردید.»^۳

با این حال پیامبر گرامی اسلام (صل‌الله‌علیه‌وآله) به‌دلیل ویژگی‌های برتر و منحصربه‌فردشان، یعنی معارف برتر و شناخت دقیق و همه‌جانبه‌ی مخاطبان، شیوه‌هایی بی‌نظیر برای تبلیغ وحی و معارف الهی به‌کار بردند که به مهم‌ترین آن‌ها اشاره می‌شود:

۱. شناخت ظرفیت مخاطبان

پیامبر گرامی اسلام (صل‌الله‌علیه‌وآله) با توجه کامل به توانایی و گنجایش فرد، دعوت خود را ابلاغ می‌فرمودند. تبلیغی که انعطاف نداشته باشد ناکارآمد و خستگی‌آور است. پیامبر اکرم (صل‌الله‌علیه‌وآله) در این باره می‌فرماید:

«إِنَّا أُمَّرْنَا مَعَاشِرَ الْأَنْبِيَاءِ أَنْ نُكَلِّمَ النَّاسَ بِقَدْرِ عُقُولِهِمْ»^۴

۱. حدید/۲۰

۲. نحل/۱۱۶

۳. صبحی صالح، بی تا، نهج البلاغه، خطبه ۲۶

۴. جزایری، بی تا، الحیاء، چاپ قدیم، ج ۱، ص ۱۴۶؛ الأملی (للطوسی) / النص / ۴۸۱

۲. ارتباط صمیمی و دلسوزانه با همه‌ی اقشار

دعوت پیامبر (صلی‌الله‌علیه‌وآله) پیرو جوان، زن و مرد، فقیر و غنی، و باسواد و بی‌سواد را فرا می‌گیرد؛ زیرا قرآن ایشان را با این صفت‌ها توصیف می‌کند: «رحمة للعالمین»^۱، «هدی للناس»^۲، «کافه للناس»^۳ و «للعالمین نذیر»^۴.

۳. استفاده از روش‌های مناسب

روش هدایت پیامبر (صلی‌الله‌علیه‌وآله) برای همه‌ی گروه‌ها و طبقه‌ها یکسان نبود و هرکسی را به شیوه‌ای خاص دعوت می‌فرمود؛ برای مثال برای دعوت اهل کتاب بر مشترکات تأکید می‌کرد اما کافران را به تفکر و تأمل دعوت می‌فرمود.

۴. توجه به نیازهای بشری

هر فرد آن هنگام تعادل و توازن خویش را باز می‌یابد که نیازهای جسمی و روحی او تأمین شده باشد. قرآن می‌فرماید:

«فَلْيَعْبُدُوا رَبَّ هَذَا الْآيَاتِ * الَّذِي أَطْعَمَهُمْ مِّنْ جُوعٍ وَآمَنَهُمْ مِّنْ خَوْفٍ»^۵ پس باید خداوند این خانه را بپرستند؛ همان [خدایی] که در گرسنگی غذایشان داد و از بیم [دشمن] آسوده‌خاطرشان کرد.

۵. تبلیغ عالمانه

پیامبر اکرم، (صلی‌الله‌علیه‌وآله) برای تبلیغ اسلام، وحی الهی را می‌شناخت و از همه چیز آن آگاه بود. او، بدون تکیه بر این و آن، سخنانش را می‌گفت و هیچ‌گاه از ظن و گمان‌های پوچ پیروی نمی‌کرد. قرآن می‌فرماید:

«وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ...»^۶ و چیزی را که بدان علم نداری دنبال مکن!

قرآن گواه صدق و درستی گفتار را برهان و دلیل می‌داند و می‌فرماید:

«قُلْ هَاتُوا بُرْهَانَكُمْ إِن كُنْتُمْ صَادِقِينَ»^۷ اگر راست می‌گویید، دلیل خود را بیاورید.

۶. عمل به گفتار قبل از ابلاغ

پیامبر (صلی‌الله‌علیه‌وآله) همواره، بیش از همه، به دستورهای دینی‌ای عمل می‌کرد که آن را ابلاغ می‌فرمود. با این روش، او هم اعتماد مخاطب را جلب و هم ثابت می‌کرد که عمل به دستورهای دین کار مشکلی نیست. چنان‌که فرموده‌اند:

۱. انبیا/۱۰۷

۲. بقره/۱۸۵

۳. سبأ/۲۸

۴. فرقان/۱

۵. قریش/۳ و ۴

۶. اسراء/۳۶

۷. بقره / ۱۱۱

«الْكَلَامُ إِذَا خَرَجَ مِنَ الْقَلْبِ وَقَعَ عَلَى الْقَلْبِ وَإِذَا خَرَجَ مِنَ اللِّسَانِ لَمْ يُجَاوِزِ الْأَذَانَ»^۱ وقتی سخن از دل برآید بر دل نشیند و وقتی از زبان برآید بر گوش.

۷. مدارا و ملایمت در ابلاغ

یکی از عامل‌هایی که پیامبر (صلی‌الله‌علیه‌وآله) را موفق کرد اخلاق نیکو و رفتار مهربانانه‌ی ایشان بود. قرآن در این باره می‌فرماید:

«فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ..»^۲ پس به [برکت] رحمت الهی با آنان نرمخو [و پرمهر] شدی و اگر تندخو و سخت‌دل بودی قطعاً از پیرامون تو پراکنده می‌شدند. به‌همین جهت وقتی پیامبر (صلی‌الله‌علیه‌وآله) امیرمؤمنان (علیه‌اسلام) و معاذ را برای تبلیغ به یمن روانه می‌سازد، می‌فرماید:

«إِنطَلِقَا فَبَشْرًا وَلَا تَنْفِرَا وَلَا تَعْسِرَا»^۳ مردم را مژده و بشارت دهید، آن‌ها را از خود مرانید، آن‌ها را آسوده بگذارید و بر آن‌ها سخت نگیرید.

۸. روش خیرخواهانه

قرآن شریف در وصف پیامبر (صلی‌الله‌علیه‌وآله) می‌فرماید:

«لَقَدْ جَاءَكُمْ رَسُولٌ مِّنْ أَنْفُسِكُمْ عَزِيزٌ عَلَيْهِ مَا عَنِتُّمْ حَرِيصٌ عَلَيْكُمْ بِالْمُؤْمِنِينَ رَؤُوفٌ رَّحِيمٌ»^۴ قطعاً برای شما پیامبری از خودتان آمد که بر او دشوار است شما در رنج بیفتید؛ او به [هدایت] شما حریص و برای مؤمنان دلسوز و مهربان است.

۹. ابلاغ مرحله‌ای و گام به گام

پیامبر (صلی‌الله‌علیه‌وآله) به امام علی (علیه‌اسلام) فرمود:

«يَا عَلِيُّ إِنَّ هَذَا الدِّينَ مَتِينٌ فَأَوْعِلْ فِيهِ بِرَفْقٍ وَلَا تُبْغِضْ إِلَى نَفْسِكَ عِبَادَةَ رَبِّكَ فَإِنَّ الْمُنْتَبِتَ يَعْنِي الْمُفْرِطَ لَا ظَهْرًا أَبْقَى»^۵ ای علی، این دین، دین متینی است؛ پس در آن به آرامی وارد شو و بدان کسی که افراط و زیاده‌روی کند، نه راهی را می‌پیماید و نه پستی برای خود باقی می‌گذارد.

۱۰. پشتکار و اراده

آنچه باعث شد پیام نبی اکرم (صلی‌الله‌علیه‌وآله) نفوذ بیشتری داشته باشد، سعه‌ی صدر ایشان بود. خدای متعال در قرآن می‌فرماید:

^۱ مجموعه ورام / ج ۲ / ۱۵۳ / الجزء الثاني

^۲ آل عمران/۱۵۹

^۳ احزاب، ذیل آیه/۴۵

^۴ توبه/۱۲۸

^۵ الکافی (ط - الإسلامية) / ج ۲ / ۸۷ / باب الاقتصاد في العبادة ص : ۸۶

«لَتَلَوُنَّ فِي أُمُورِكُمْ وَانْفُسِكُمْ وَكَلْتَمَعُنَّ مِنَ الَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ مِنْ قَبْلِكُمْ وَمِنَ الَّذِينَ أَشْرَكُوا أَذَى كَثِيرًا وَإِنْ تَصْبِرُوا وَتَتَّقُوا فَإِنَّ ذَلِكََ مِنْ عَزْمِ الْأُمُورِ»^۱ یقیناً شما با مال و جان آزمایش خواهید شد و از کسانی که پیش از شما کتاب آسمانی بر آنها نازل شد و از مشرکان زخم‌زبان خواهید شنید؛ اگر صبر و تقوا پیشه کنید، یقیناً چنین چیزی سبب قوت اراده در کارها است.

۱۱. روش استدلال

قرآن شیوهی دعوت پیامبر (صلی‌الله‌علیه‌وآله) را درباره‌ی افرادی که روحیه‌ای منطقی دارند، این چنین معرفی می‌فرماید:

«هُوَ الَّذِي بَعَثَ فِي الْأُمِّيِّينَ رَسُولًا مِنْهُمْ يَتْلُو عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَإِنْ كَانُوا مِنْ قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ»^۲ اوست آن کس که در میان بی‌سوادان فرستاده‌ای از خودشان برانگیخت تا آیات او را بر آنان بخواند و پاکشان گرداند و کتاب و حکمت بدیشان بیاموزد و [آنان] قطعاً پیش از آن در گمراهی آشکاری بودند.

۱۲. روش موعظه

پیامبر (صلی‌الله‌علیه‌وآله) برای جذب افرادی که عاطفی بودند و همچنین برای بیداری عمومی از موعظه بهره می‌بردند. موعظه‌های پیامبر (صلی‌الله‌علیه‌وآله) عمدتاً درباره‌ی تقوا، زهد، دنیا، آرزوهای افراطی، هوای نفس، عبرت از گذشته، احوال مرگ، قیامت و... بوده است.

۱۳. استفاده از ابزار اقناعی در تبلیغ

در دوران تبلیغ پیامبر (صلی‌الله‌علیه‌وآله)، سخت‌ترین مرحله تغییر و تصرف در عقیده‌ی عرب‌ها و مشرکان بود؛ زیرا آنان غالباً افرادی متعصب و گاه عنود بودند. امام صادق (علیه‌السلام) نیز باتوجه‌به همین نکته می‌فرماید:

«إِزَالَةُ الْجِبَالِ أَهْوَنُ مِنْ إِزَالَةِ قَلْبٍ عَنْ مَوْضِعِهِ»^۳ حرکت دادن کوه‌ها از برطرف کردن باورهای قلبی افراد آسان‌تر است.

۱۴. احترام به آزادی

عقیده را نمی‌توان با زور منتقل کرد و مخالف باید فرصت اظهار عقیده داشته باشد. پیامبر (صلی‌الله‌علیه‌وآله) نیز این نکته را رعایت می‌فرمود. قرآن در این باره می‌فرماید:

«كُنْتُمْ عَلَيْهِمْ بِمُضَيِّطِينَ»^۴ بر آنان تسلطی نداری.
«لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الْغَيِّ»^۵

۱. آل عمران/۱۸۶

۲. جمعه/۳

۳. حرانی، ۱۳۸۴، تحف العقول، نشر بین الملل

۴. غاشیه/۲۲

۵. بقره/۲۵۶

۱۵. احترام به شخصیت

همواره، پیامبر (صلی الله علیه و آله) از مشاجره با مخاطب یا کوچک شمردن او دوری می کرد. او هرگز، در اولین برخورد، باور افراد را مسخره نمی کرد. قرآن کریم نیز درباره‌ی این نکته روانی و اخلاقی می فرماید:

« وَ قُلْ لَهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا »^۱ بعضی تفسیرها آیه را این گونه معنا می کنند:^۲ «در خلوت و تنهایی با آنان گفتاری رسا و مؤثر بگو.»

۱۶. تفاهم و تکیه بر مشترکات

در سراسر دوران تبلیغ، پیامبر (صلی الله علیه و آله) بحث را از جایی آغاز می کرد که مورد پذیرش طرف مقابل بود. این شیوه سازنده به ویژه در مواجهه با اهل کتاب به کار گرفته می شد.^۳

شیوه‌های فرهنگی و تبلیغی امام علی (علیه السلام)

۱. حکمت

به کارگیری حکمت در هدایت و تبلیغ یکی از شیوه‌های ارزشمندی است که امام علی (علیه السلام) در کنار موعظه و مجادله به آن توجه می کند.^۴ قرآن کریم می فرماید:

«ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ»^۵

۲. موعظه

موعظه عمده‌ترین شیوه‌ی تبلیغی آن حضرت (علیه السلام) است. بسیاری از خطبه‌ها و نامه‌های نهج البلاغه موعظه است؛ ۸۶ خطبه از ۲۳۹ خطبه و ۳۱ نامه از ۷۹ نامه.^۶

۳. مجادله

از آنجا که شیوه‌ی تبلیغی امام علی (علیه السلام) واقع‌نگرانه و حقیقت‌گرایانه بود، از مجادله‌ی بد پرهیز می کرد و در بیشتر موارد روش مجادله به احسن را به کار می برد. در کتاب «الاحتجاج»، طبرسی نمونه‌های زیادی را در این باره بیان کرده است که از مهم‌ترین آن‌ها مجادله‌ی حضرت در شورای تعیین خلیفه، پس از درگذشت عمر بن خطاب، است.

۴. حقیقت‌گرایی و واقع‌نگری

سیاست اسلام و قرآن در تبلیغ براساس حقیقت‌گرایی و واقع‌نگری استوار است؛ نه براساس دروغ، ریا، سازش‌کاری و نیرنگ. امیرالمؤمنین (علیه السلام) می فرماید:

۱. نساء/۶۳

۲. آلوسی، ۱۳۴۵ق، روح المعانی، اماره الطباعه المنیریة.

۳. مطهری، ۱۳۵۸، سیری در نهج البلاغه، نشر عین الهی، ص ۱۹۴

۴. مطهری، ۱۳۵۸، نشر عین الهی، ص ۱۹۵

۵. نحل/۱۲۵

۶. مطهری، ۱۳۵۸، نشر عین الهی، ص ۱۲۸ و ۱۲۹

« وَاللَّهِ مَا مُعَاوِيَةَ بِأَذْهِىَ مِنِّي وَ لَكِنَّهُ يَغْدِرُ وَيَفْجُرُ وَلَوْ لَا كَرَاهِيَةُ الْعَدْرِ لَكُنْتُ مِنْ أَذْهِىَ النَّاسِ وَ لَكِنْ كُلُّ عُدْرَةٍ فُجْرَةٌ وَ كُلُّ فُجْرَةٍ كُفْرَةٌ وَ لِكُلِّ عَادِرٍ لَوَاءٌ يُعْرَفُ بِهِ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَ اللَّهُ مَا أَسْتَعْفَلُ بِالْمَكِيدَةِ وَ لَا أَسْتَعْمَزُ بِالشَّدِيدَةِ»^۱، به خدا قسم، معاویه از من زیرک‌تر نیست لکن او با نیرنگ و گناه و بی‌پروایی عمل می‌کند و اگر نبود نفرت از حيله و نیرنگ، من زیرک‌ترین مردم بودم؛ ولی هر مکر و نیرنگی گناه است و هر گناه کفر است و برای هر نیرنگ باز پرچمی است که در روز قیامت بدان معرفی می‌گردد.

۵. مخاطب شناسی

بهترین نمونه‌ی آن در رفتارهای گوناگونی است که امام علی (علیه‌السلام) با مردم داشت. در بسیاری از موارد، ایشان با مردم رفتاری پرمحبت و صمیمانه داشت و مؤمنان را از تندخویی منع می‌کرد. البته، گاه در برابر گناه‌کار به شدت رفتار می‌کرد؛ حتی اگر دوست‌دارش بود. امام صادق (علیه‌السلام) می‌فرماید: گروهی نزد امیرالمؤمنین (علیه‌السلام) رسیدند و گفتند: سلام بر تو ای پروردگار ما آن حضرت (علیه‌السلام) از آنان خواست که از این عقیده و گفتار خود توبه کنند؛ ولی نصیحت امام (علیه‌السلام) در آنان اثر نکرد و آنان توبه نکردند. سپس، امام (علیه‌السلام) فرمان داد دو گودال در کنار هم حفر کردند و آنها به هم وصل کردند. آنگاه این گروه را در یکی از گودال‌ها قرار داد و در دیگری آتشی برافروخت تا بر اثر دود ناشی از آتش مردند.^۲

۶. کاربرد اصول روان‌شناسی

وقتی لشکر امام علی (علیه‌السلام) در صفین به لشکر معاویه می‌رسند، لشکر معاویه پیش‌دستی می‌کنند و آب را بر سپاه امام (علیه‌السلام) می‌بندند. امام (علیه‌السلام) در برابر لشکرش قرار گرفتند و فرمودند: «همانا دشمن گرسنه جنگ است و از شما نبرد می‌طلبد؛ اکنون دو راه در پیش دارید: یا تن به ذلت و پستی و عقب‌ماندگی دادن یا تیغ‌ها را با خون خود سیراب کردن و سپس سیراب شدن. مرگ این است که زنده باشید اما مقهور و مغلوب و زندگی آن است که بمیرید اما غالب و پیروز. همانا معاویه گروهی ناچیز از گمراهان را به دنبال خود کشانده، حقیقت را بر آن‌ها پنهان داشته است تا آنجا که گلوی خویش را هدف تیرهای شما قرار داده‌اند که مرگ را به همراه دارد.»^۳

۷. تبلیغ عملی

تبلیغ با عمل یکی از زیباترین شیوه‌های امام علی (علیه‌السلام) است که آثاری جاودان به وجود آورده است. امام صادق (علیه‌السلام) از پدران‌شان نقل می‌کند: «مردی ذمی (اهل کتاب) با امیرالمؤمنین (علیه‌السلام) همسفر شد. ذمی گفت: قصد کجا دارید؟ حضرت فرمود: قصد کوفه دارم. همین‌که به دو راهی رسیدند و مرد ذمی از علی (علیه‌السلام) جدا شد، امیرالمؤمنین (علیه‌السلام) او را همراهی کرد. ذمی گفت: مگر شما عازم کوفه نبودید؟

^۱. صبحی صالح، بی‌تا، دار الهجرة، خطبه ۲۰۰.

^۲. حر عاملی، ۱۳۸۷، وسائل الشیعه، نشر اسلامی، ج ۵، ص ۱۹۲.

^۳. صبحی صالح، خطبه ۵۱.

فرمود: چرا. ذمی گفت: پس چرا راه خود را ترک کردید؟ فرمود: توجه دارم. ذمی گفت: پس چرا به راه خود نرفتید و مرا همراهی کردید؟ فرمود: اتمام حقّ مصاحبت این است که انسان رفیق خود را هنگامی که از او جدا می‌شود، همراهی کند و پیامبر ما چنین توصیه فرمود. ذمی گفت: چنین دستور داده؟ فرمود: آری. ذمی گفت: معلوم می‌شود کسانی که او را پیروی کرده‌اند، به دلیل رفتار خجسته‌ی او بوده است. از این رو من به حقانیت دین تو شهادت می‌دهم. ذمی، علی (علیه‌السلام) را همراهی کرد و چون وی را شناخت، اسلام اختیار نمود.^۱

۸. معرفی الگوها

یکی از شیوه‌های مهم تبلیغ معرفی الگوهاست که بدین وسیله مبلغ می‌تواند واقعیت را عینیت بخشد. خطبه‌ی ۱۵۹ نهج البلاغه شاهد بر این مدعا است.

۹. روش بی‌اعتنایی

در شیوه‌ی تبلیغی امیرالمؤمنین (علیه‌السلام)، بسیار دیده می‌شود که ایشان با افراد لجوج چنین رفتاری داشته‌اند؛ برای مردی به نام «زرین» می‌گوید: «در شهر کوفه، در محل وضو گرفتن مشغول وضو بودم، مردی را مشاهده کردم که کفش‌های خود را درآورد و شلاق خویش را بالای کفش‌هایش گذاشت. سپس، نزدیک‌تر آمد و شروع به وضو گرفتن کرد. من به او فشار آوردم تا اینکه بر اثر فشار من روی دست‌هایش افتاد. پس برخاست و وضویش را کامل کرد. آنگاه، سه بار با شلاق به سر من کوبید و فرمود: پرهیز از اینکه دیگران را با فشار دادن کنار بزنی، عضوی از آنان را بشکنی و مجبور شوی غرامت آن را پردازی! از مردم سؤال کردم این مرد کیست؟ گفتند: امیرالمؤمنین (علیه‌السلام) بود. من به سوی حضرت (علیه‌السلام) رفتم تا عذرخواهی کنم ولی آن حضرت توجهی نکرد.^۲

۱۰. روش دفع بدی‌ها به خوبی‌ها

روزی امام (علیه‌السلام) با گروهی نشسته بود که زن زیبایی از کنار آنان گذشت. برخی از آنان نگاه به گناه آلودند و چشم به زن دوختند. امیرالمؤمنین (علیه‌السلام) با ایشان صحبت کرد و شیوه‌ی خودنگهداری در برابر غریزه‌ی شهوت را به آنان آموخت. مردی از خوارج که این روش بسیار ظریف و عمیق امام (علیه‌السلام) را مشاهده کرد، شگفت‌زده گفت: خدای بکشده‌ش چه دانش عمیقی!! همراهان امام (علیه‌السلام) که ز بی‌ادبی این مرد به خشم و خروش آمده بودند، قصد کشتن مرد را کردند؛ اما امیرالمؤمنین (علیه‌السلام) فرمودند: آرام باشید! بدگویی در مقابل بدگویی یا عفو از گناه.^۳

ارکان مدیریت فرهنگی

مدیریت فرهنگی باید به دو محور توجه ویژه کند:

۱. **محور اثباتی:** یعنی، در مدیریت، باید اصولی را به کار برد و مبنای کار فرهنگی قرار دهد؛

۱. کاندهلوی، ۱۳۸۱، انتشارات شیخ الاسلام، ج ۱، ص ۲۲۸

۲. وسائل الشیعه، ج ۳، ص ۵۱۵

۳. مجلسی، ج ۴۱، ص ۴۹

۲. **محور سلبی:** یعنی باید عامل‌ها و عنصرهایی را بشناسد که مانند ویروس و میکروبی خطرناک، جسم و جان فعالیت‌های فرهنگی را از بین می‌برد. باید آن‌ها را از میدان فعالیت‌های فرهنگی خارج کند و همواره آمادگی مبارزه با این آفت‌ها و آسیب‌ها باشد.

محور اثباتی

سه اصل اساسی هست که مدیریت فرهنگی باید به آن توجه ویژه بکند:

۱. زمان‌شناسی و بهره‌گیری از زمان

در مدیریت فرهنگی، زمان از جهت‌های گوناگونی اهمیت دارد: یکی از جهت ارزش زمان است که در هر نوع فعالیت و مدیریتی مهم است و در بیشتر فعالیت‌های مدیریتی ما، توجه چندانی به آن نمی‌شود. متأسفانه ما ارزش زمان را هنگامی درک می‌کنیم که گذشته است. از آنجاکه ما برای زمان هزینه‌ای نمی‌پردازیم، از ارزش آن غافلیم. امروزه در دنیای مدرن، زمان یکی از مهم‌ترین سرمایه‌های دولت‌ها و سازمان‌ها به حساب می‌آید و بهره‌گیری صحیح از زمان است که موفقیت یا شکست را رقم می‌زند. سازمان‌دهی صحیح زمان، بی‌تردید، یکی از نخستین بندهای هر دستورالعملی برای موفقیت است. همواره در میان گروه‌ها، دشوارترین وظیفه سازماندهی و مدیریت زمان است.^۱

دلیل دیگر اهمیت زمان (که خاص مدیریت فرهنگی و تربیتی است) آن است که همواره سه زمان ما را احاطه کرده است: گذشته، حال و آینده. مواجهه با هر یک از سه مقطع یاد شده با دیگری متفاوت است. از آنجاکه زمان ظرف فعالیت‌های آدمی است، مدیر فرهنگی باید برای هر سه زمان برنامه و ایده‌ی مشخصی داشته باشد. گذشته‌ی هر جامعه‌ای سرشار از رخدادهای شیرین و تلخ است. چشم فرو بستن بر این وقایع، درواقع، نادیده انگاشتن میراث فرهنگی است. مدیر فرهنگی باید همواره فهرستی از رخدادهای تلخ و شیرین گذشته را پیش روی خود داشته باشد؛ وقایعی که تأثیرهای شگرفی بر حیات گذشته‌ی جامعه و فرهنگ آن داشته است. بعد دیگر زمان حال است؛ یعنی فرصتی که هم اکنون در اختیار ما است و همراه با اوضاع و احوال ویژه‌ای است. شناخت این وضعیت و وظایفی را برای مدیر فرهنگی رقم می‌زند که با اقتضائات زمان گذشته فرق دارد. در این‌باره مهم‌ترین مسئله بهره‌گیری از لحظه‌های زمان موجود برای هدف‌های فرهنگی و تربیتی است. همان‌گونه که برای فرد عمل شایسته وظیفه است؛ برای مدیر فرهنگی نیز تدارک فعالیت‌ها و برنامه‌های مفید اصلی اساسی به‌شمار می‌آید.

بعد سوم زمان آینده است و لذا دوراندیشی و آینده‌نگری برای مدیر فرهنگی ضروری است. مدیر فرهنگی باید تحولات و اوضاع پیش‌روی را به‌خوبی پیش‌بینی کند و برای رویارویی منطقی و صحیح با آن‌ها آماده باشد. افزون‌براین، زمان ظرف تحقق هدف‌های مدیریت فرهنگی است که فرد باید با زمان‌بندی دقیق در پی آن‌ها باشد. امام علی (علیه‌السلام) می‌فرماید:

^۱. مدیریت و رهبری در تشکلهای اسلامی، ص ۲۲۵

«مَنْ عَرَفَ الْأَيَّامَ لَمْ يَغْفُلْ عَنِ الْإِسْتِعْدَادِ»^۱ کسی که زمان را می‌شناسد از آمادگی و استعداد لازم برای بهره‌گیری از آن غافل نمی‌ماند.

امام صادق (علیه‌السلام) یکی از فایده‌های زمان‌شناسی را این می‌داند که باعث می‌شود اشتباه‌ها فرد را فرا نگیرد و راه خروج از آن‌ها آماده کند:

«وَالْعَالِمُ بِزَمَانِهِ لَأَنْهَجُمُ عَلَيْهِ الْلُؤَابِسُ»^۲ آن که زمان خویش را می‌شناسد و به مقتضیات آن وقوف دارد، اشتبه‌ها به او هجوم نمی‌آورد.

درحقیقت، ثمره‌ی مهم زمان‌شناسی بصیرت است که بر رفتارهای دیگر مدیر نیز اثر می‌گذارد. پیامبر اکرم (صل‌الله‌علیه‌وآله) یکی از ویژگی‌های انسان عاقل را بصیرت به زمان و احوال آن می‌دانند:

«وَعَلَى الْعَاقِلِ أَنْ يَكُونَ بَصِيرًا بِزَمَانِهِ»^۳

فردی از اصحاب امام صادق (علیه‌السلام) که نوع لباس آن حضرت را متفاوت با لباس پیامبرگرامی اسلام (صل‌الله‌علیه‌وآله) و امامان پیشین (علیهم‌السلام) می‌دید، زبان به اعتراض گشود:

به‌خدا قسم نه پیامبرگرامی اسلام (صل‌الله‌علیه‌وآله) و نه حضرت علی و نه هیچ یک از پدران تو (علیهم‌السلام) چنین لباسی نمی‌پوشیدند. حضرت در پاسخ می‌فرماید:

پیامبر (صل‌الله‌علیه‌وآله) در زمان تنگدستی و فقر مسلمانان زندگی و مراعات آن تنگدستی‌ها را می‌کردند؛ درحالی‌که دنیا بعد از آن درهای نعمت را گشود و شایسته‌ترین افراد برای استفاده‌ی از نعمت‌های دنیا نیکوکاران هستند.

سپس، این آیه را تلاوت کردند: «بگو چه کسی زینت‌های الهی را که خداوند برای بندگان خود آفریده و روزی‌های پاکیزه را حرام کرده است.» و فرمودند: «ما شایسته‌ترین افرادی هستیم که از نعمت‌های الهی استفاده می‌کنیم.»^۴

از جمله موارد استفاده از زمان نام‌گذاری روزها با فعالیت‌های ویژه و مهم است تا از این رهگذر ارزش‌های ویژه بیشتر پاس داشته شوند و برخی امور، در اذهان عمومی، بیشتر جلوه‌گر شود.

۲. دین محوری

در مکان‌های مقدسی مانند مسجد باید تاروپود فرهنگ را با معیارها و ارزش‌های دینی هماهنگ کرد و این عنصر در مدیریت فرهنگی مسجد نقشی مهم دارد. معنای این سخن نقش محوری دین در فرهنگ است و مدیریت فرهنگی باید با این ضابطه برنامه‌های خود را تنظیم کند. گاه شاید فرهنگ جامعه با معیارهای اسلامی همخوانی

^۱. فروع کافی، ج ۸، ص ۲۲

^۲. تحف العقول، ص ۲۵۶ و میزان الحکمه، ج ۲، ص ۱۱۵۸

^۳. خصال صدوق، ص ۵۲۵

^۴. فروع کافی، ج ۶، ص ۴۴۲

نداشته باشد اما مدیر فرهنگی هیچ‌گاه نباید به فرهنگ جامعه به‌مثابه مبدأ و مقصد نگاه کند؛ بلکه سمت‌وسوی برنامه‌ها باید متوجه فرهنگ ایده‌آل باشد. هرچند به‌یک‌باره با عنصرهای فرهنگی مغایر با ارزش‌ها برخورد نمی‌شود ولی کوشش بر آن است که در گذر زمان و با محوریت دین به فرهنگ جامعه رنگی دینی زده شود. نمی‌توان در زمانی کوتاه فرهنگ جامعه را نابود یا محو کرد و این امر مستلزم برنامه‌ریزی و زمان‌بندی تدریجی است. باید توجه داشت که هم ارزشیابی عنصرهای فرهنگی و هم راه‌کارهای مقابله با معیارهای دینی انجام گیرد. مهم فهم صحیح از دین است و مدیر فرهنگی (به‌خصوص امام جماعت مسجد که مدیر فرهنگی و دینی است) باید قرائتی صحیح از دین داشته باشد تا بتواند در نقد و تحلیل پدیده‌های فرهنگی به‌خوبی و درستی عمل کند. از این‌رو، یکی از امور ضروری، آموزش صحیح معارف دینی و شیوه‌های تبلیغ آن است.

علامه محمدتقی جعفری در این‌باره می‌نویسد:

« هر پدیده و فعالیت فرهنگی که با ارزش‌های متعالی انسانی، مانند اخلاقیات و مذهب ناسازگار باشد، فرهنگ اسلامی آن را نمی‌پذیرد؛ زیرا هر پدیده و فعالیتی که به‌نام فرهنگ در جامعه بروز کند و مخالف حیثیت و شرافت و شخصیت کمال‌طلب انسانی باشد، اگرچه در جذاب‌ترین صورت عرضه شود، فرهنگ اسلامی با آن مخالفت نموده و از عرضه و ترویج آن جلوگیری می‌نماید.»^۱

۳. انسان‌مداری

گسترده‌ترین نوع مدیریت انسانی مدیریت فرهنگی است؛ زیرا از یک‌سو، گستره‌ی آن به یک دسته از انسان‌ها، مثلاً نوجوانان و جوانان، محدود نمی‌شود؛ بلکه همه‌ی انسان‌ها را در بر می‌گیرد؛ و از سوی دیگر، به همه‌ی بعدهای انسان، بما هو انسان، توجه جدی دارد. اصل انسان‌مداری در مدیریت فرهنگی ناظر به همین معناست. مدیر فرهنگی با همه‌ی اجتماع سروکار دارد؛ لذا حتی اگر به‌ظاهر یک دسته‌ی خاص در معرض برنامه‌های مستقیم آن باشد، به‌طور غیرمستقیم و چه‌بسا اساسی‌تر، دیگر بخش‌های جامعه نیز در دامنه‌ی برنامه‌ها و فعالیت‌های او قرار دارند. به‌همین جهت، در مدیریت‌های فرهنگی مدرسه‌ها، مسجدها و فرهنگسراها، اثر برنامه‌هایی که برای نوجوانان طراحی می‌شود، هیچ‌گاه به خود نوجوان محدود نمی‌شود؛ بلکه بر خانواده‌ی آنان نیز اثر می‌گذارد.

وجه دیگر انسان‌مداری، در مدیریت فرهنگی، شناخت ابعاد انسانی اوست. مدیر فرهنگی باید اطلاعاتی دقیق از ماهیت انسان، بعدها و نیازهای اساسی او داشته باشد. برنامه‌های عبادی، برنامه‌های اجتماعی، برنامه‌های ورزشی، نقاشی، استفاده از زیبایی‌های طبیعت، برنامه‌های تفریحی و... همواره باید در دستورکار مدیران قرار گیرد. گاه برخی برنامه‌هایی را فراموش می‌کنند که در جهت تقویت بعد جسمی، زیبایی‌طلبی، جمال‌خواهی و... است. این دسته بیشتر بر برنامه‌های عبادی به‌معنای اخص تکیه می‌کنند و دقیقاً یکی از علل ناکارآمدی و افت تأثیر عملکرد مدیریت‌های فرهنگی و تربیتی ما همین مسئله است؛ درحالی‌که مقتضای روایت‌های اسلامی این است که به‌طور جامع به انسان و نیازهایش توجه شود.

^۱ - جعفری، محمدتقی، فرهنگ پیرو و فرهنگ پیشرو، تهران، ۱۳۷۳، ص ۷۴

وجه دیگر انسان‌مداری در مدیریت فرهنگی شناخت مبانی و سازوکار تأثیرگذاری بر انسان است؛ به اصطلاح دقیق‌تر هدایت انسان. ضرورت شناخت مبانی رفتارهای انسانی و چگونگی سمت‌وسودادن به فعالیت‌های انسانی از همین اصل برمی‌خیزد. وقتی چگونگی شکل‌گیری باورها، احساسات و رفتارهای انسانی را ندانیم، هرگز در دستیابی به اهداف مدیریت فرهنگی موفق نخواهیم بود. به‌لحاظ اهمیت این وجه از انسان‌مداری، یکی دو نمونه از متون اسلامی را می‌آوریم: نمونه‌ی اول، کاربرد رفق، مدارا، ملاحظت و ملایمت در فعالیت‌ها و روش‌های مدیریت فرهنگی است. این امر آن قدر اهمیت دارد که خداوند متعال، در قرآن کریم، به پیامبر خویش فرمان می‌دهد، برای هدایت انسان‌ها، باید از این اصل، به حدکمال، بهره‌جوید. خدای برای توضیح استدلالی انسان‌شناختانه می‌آورد و می‌گوید که انسان‌ها، درمقابل درشتی و خشونت، سرسختی و لجاجت در پیش می‌گیرند. خداوند متعال می‌فرماید: به برکت رحمت الهی در برابر ایشان نرم و مهربان شدی و اگر خشن و سنگدل بودی، از اطراف تو پراکنده می‌شدند.^۱

نمونه‌ی دوم این است که از نظر متون اسلامی فقط پس از ارضای نیازهای مادی و جسمی انسان‌هاست که می‌توان انتظار داشت آن‌ها به گونه‌ای متعالی رفتار کنند. شاید به‌همین دلیل است که متون اسلامی به ما می‌گویند به‌هنگام احساس گرسنگی، ادرار شدید، خستگی و عدم وجود حالت جسمی و بدنی مناسب، نباید به فریضه‌های الهی عمل کرد.

محور سلبی

در لغت به هر پدیده‌ای که مایه‌ی تباهی و فساد چیزی شود آسیب یا آفت گفته می‌شود.^۲ تبلیغ دین نیز همانند هر چیز دیگری در معرض آسیب قرار می‌گیرد. این آسیب‌ها در موقعیت‌های مختلف، متفاوت هستند. براین‌اساس باید در وهله‌ی اول به آسیب‌شناسی شیوه‌های تبلیغ دینی و قرآنی و سپس با استفاده از رهنمودهای قرآن و اهل‌بیت به آسیب‌زدایی از بوستان پرفیض پردازیم. در این نوشتار، تا حد امکان، به مهم‌ترین آسیب‌های تبلیغی اشاره می‌شود.

۱. خودفراموشی

خودفراموشی یکی از نقاط آسیب‌پذیر برنامه‌های فرهنگی و دینی است. سخن‌مدیر فرهنگی و دینی، در ابلاغ و تبیین معارف دینی، آنگاه در شنوندگان اثر ژرف و پایداری برجای می‌گذارد که گوینده خود نیز بهره‌ای از اثرات پیامش برده باشد. در غیراین‌صورت، نباید توقع توفیق داشت؛ زیرا ۱. سخن‌فرد خالی از احساس قلبی لازم است؛ ۲. از آنجاکه گوینده اهل عمل نیست، نمی‌تواند الگوی عملی باشد؛ ۳. مهمتر اینکه معقول و پسندیده نیست که دیگران را به نیکی و نیکو بودن دعوت کنی و خود را فراموش کنی. خداوند تبارک و تعالی می‌فرماید:

۱. آل عمران / ۱۵۹

۲. المقرئ، ۱۴۰۵، دار الهمزة، ج ۱، ص ۲۹

«أَتَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْبِرِّ وَتَنْسَوْنَ أَنْفُسَكُمْ وَأَنْتُمْ تَتْلُونَ الْكِتَابَ أَفَلَا تَعْقِلُونَ»^۱ آیا مردم را به نیکی فرمان می‌دهید و خود را فراموش می‌کنید با اینکه شما کتاب [خدا] را می‌خوانید آیا [هیچ] نمی‌اندیشید.

امام صادق (علیه‌السلام) می‌فرماید: «كُونُوا دُعَاةً لِلنَّاسِ بِغَيْرِ السِّنِّتِكُمْ»^۲ با رفتارتان مردم را هدایت کنید.

۲. سخنان باطل و ناروا

یکی دیگر از آسیب‌های تبلیغ دینی دچار شدن به سخنان باطل و ناروا است که از مراجعه به منابع تحقیقاتی منحرف یا «افواه الرجال» ناشی می‌شود. خداوند می‌فرماید: «شَيَاطِينُ الْإِنْسِ وَالْجِنِّ يُوحِي بَعْضُهُمْ إِلَى بَعْضٍ زُخْرُفَ الْقَوْلِ غُرُورًا...»^۳ مبلغ باید از ایراد سخنان ناپخته و بی‌مطالعه پرهیز کند؛ زیرا ممکن است صورت پدیده‌ای را کم‌اهمیت جلوه دهد که مهم و بزرگ است یا به عکس چیزی کم‌اهمیت را بزرگ و مهم جلوه دهد. قرآن مجید در این باره می‌فرماید: «إِذْ تَلَقَوْنَهُ بِالسِّنِّتِكُمْ وَتَقُولُونَ بِأَفْوَاهِكُمْ مَا لَيْسَ لَكُمْ بِهِ عِلْمٌ وَتَحْسَبُونَهُ هَيِّنًا وَهُوَ عِنْدَ اللَّهِ عَظِيمٌ»^۴ آنگاه که آن [بهتان] را از زبان یکدیگر می‌گرفتید و با زبان‌های خود چیزی را که بدان علم نداشتید می‌گفتید و می‌پنداشتید که کاری سهل و ساده است با اینکه آن [امر] نزد خدا بس بزرگ بود.

کسی که مردم را به سوی خدا می‌خواند باید بینشش درباره‌ی خدا بیشتر و کامل‌تر از آن‌ها باشد. چنان‌که پیامبر اکرم (صل‌الله‌علیه‌وآله) این‌گونه می‌فرماید:

«أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي»^۵ من و پیروانم خلق را با بصیرت به سوی خدا فرا می‌خوانیم.

۳. استبداد به رأی

یکی دیگر از آسیب‌های تبلیغات اسلامی خودمحموری است. چه بسیار کسانی که با انگیزه‌های خیر و پاک، راه تلاش دینی را برگزیدند اما به دلیل اجتهاد به رأی در کام انحراف غلطیدند. قرآن کریم می‌فرماید:

«وَلَا تَقُولُوا لِمَا تَصِفُ السِّنِّتِكُمْ الْكُذِبَ هَذَا حَلَالٌ وَهَذَا حَرَامٌ لَتَفْتَرُوا عَلَى اللَّهِ الْكُذِبَ إِنَّ الَّذِينَ يَفْتَرُونَ عَلَى اللَّهِ الْكُذِبَ لَا يُفْلِحُونَ»^۶

۴. تحلیل‌های غلط

همچنان‌که تحلیل درست مسایل و حوادث نقشی مهم در رشد و شکوفایی فکری و فرهنگی جامعه دارد، پیش‌بینی‌های غلط و تحلیل‌های نادرست نیز موجب سردرگمی افراد جامعه خواهد شد. خداوند نیز به‌همین دلیل منکران سرزنش می‌کند:

۱. بقره/۴۴

۲. کلینی، بی‌تا، اصول کافی، ج ۲، ص ۷۸

۳. نعام/۱۱۲

۴. نور/۱۵

۵. کلینی، بی‌تا، اصول کافی، ج ۱، ص ۴۴

۶. نحل/۱۱۶

«بَلْ كَذَّبُوا بِمَا لَمْ يُحِيطُوا بِعِلْمِهِ وَلَمَّا يَأْتِهِمْ تَأْوِيلُهُ كَذَّبَ الَّذِينَ كَذَّبَ الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ فَانظُرْ كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الظَّالِمِينَ»^۱،
[آن‌ها از روی علم و دانش قرآن را انکار نکردند] بلکه آن‌ها چیزی را تکذیب کردند که از آن آگاهی نداشتند و
هنوز واقعیتش بر آنان روشن نشده بود. پیشینیان آن‌ها نیز این‌گونه تکذیب کردند؛ پس بین که عاقبت کار ظالمان
چگونه بود.

بنابراین، مبلغ باید چیزی را تحلیل کند که: ۱. اصل موضوع و جوانب آن کاملاً برایش روشن و آشکار باشد؛ ۲.
قدرت و تسلط کامل بر طرح و بیان آن داشته باشد؛ ۳. مخاطبانش توانایی درک آن را داشته باشند.

۵. تحریف معارف

اسلام دین کاملی است که در هر زمینه‌ای دستور، معیار و طرحی عملی دارد؛ اما تشخیص صحیح آن‌ها به شناخت
و تسلط بر منابع اصیل دینی نیاز دارد؛ زیرا درغیراین‌صورت ممکن است مطالبی غیردینی در دین داخل شود یا
متن‌های اصیل اسلامی را تحریف کند.

پیامبر اکرم (صلی‌الله‌علیه‌وآله) در این باره می‌فرماید:

«مَنْ فَسَّرَ الْقُرْآنَ بِرَأْيِهِ فَقَدْ افْتَرَى عَلَى اللَّهِ الْكُذِبَ»^۲

مبلغ، علاوه بر دقت محتوایی، باید با روشی شایسته با تحریف‌ها و نسبت‌های ناروایی مبارزه کند که افراد نادان به
نام دین رواج می‌دهند. خدای سبحان فرمود:

«وَإِنْ مِنْهُمْ لَفَرِيقًا يَلُونُ الَّذِينَ كَفَرُوا بِالْكِتَابِ لِتَحْسَبُوهُ مِنَ الْكِتَابِ وَمَا هُوَ مِنَ الْكِتَابِ وَيَقُولُونَ هُوَ مِنْ عِنْدِ اللَّهِ وَمَا هُوَ مِنْ
عِنْدِ اللَّهِ وَيَقُولُونَ عَلَى اللَّهِ الْكُذِبَ وَهُمْ يَعْلَمُونَ»^۳، در بین ایشان [یهود] کسانی هستند که هنگام تلاوت کتاب خدا
زبان خویش را چنان می‌پیچند که گمان می‌کنید [آنچه را می‌خوانند] از کتاب [خدا] است؛ درحالی‌که از کتاب
خدا نیست. آن‌ها [حتی صریحاً] می‌گویند، آن از طرف خداست با اینکه از طرف خدا نیست و به خدا دروغ
می‌بندند.

۶. التقاط

مخلوط کردن حق و باطل التقاط است که گناهش کمتر از تحریف نیست و گمراهی مردم را در پی دارد. امام علی
(علیه‌السلام) در این باره می‌فرماید:

«وَلَكِنْ يُؤْخَذُ مِنْ هَذَا ضِعْفٌ وَ مِنْ هَذَا ضِعْفٌ فَيَمَزْجَانِ فُهَذَا كَيْفَ يَسْتَوْلِي الشَّيْطَانُ عَلَى أَوْلِيَائِهِ وَ يَنْجُو الَّذِينَ سَبَقَتْ
لَهُمْ مِنَ اللَّهِ الْحُسْنَى»^۴ وقتی بخشی از حق و قسمتی از باطل مخلوط می‌گردد، شیطان بر دوستان خود تسلط پیدا
می‌کند. امام (علیه‌السلام) به حسن بصری که سخنان آن حضرت (علیه‌السلام) را می‌نوشت، فرمود: «چه

^۱ . یونس/۳۹

^۲ . مجلسی، ۱۴۰۳ق، دار الاحیاء التراث، ج ۳۶، ص ۲۲۷

^۳ . آل عمران/۷۸

^۴ نهج البلاغه (للصباحی صالح) / ۸۸ / ۵۰

می‌نویسی؟» گفت: «مطالب حکیمانه تو را یادداشت می‌کنم، مطالبی هم از خودم به آن‌ها اضافه کرده و برای مردم سخنرانی می‌کنم.» حضرت (علیه‌السلام) به او فرمود: «سامری نیز همین کار را می‌کرد. او می‌گفت من آثار رسول را گرفتفم با هنر خودم درآمیختم و گوساله‌ای ساختم که مردم را منحرف کنم.» به همین دلیل، حضرت (علیه‌السلام) به مردم رو کرد و فرمود:

«إِنَّ لِكُلِّ قَوْمٍ سَامِرِيًّا وَهَذَا سَامِرِيٌّ هَذِهِ الْأُمَّةُ»^۱ آگاه باشید که هر قومی یک سامری دارد و این شخص سامری این امت است!

۷. نوآوری

نوآوری در غیر امر دین عیبی ندارد. کسی در شعر یا هنر یا فلسفه نوآوری می‌کند کار حرامی نکرده است اما نوآوری در دین جایز نیست؛ چون ما آورنده‌ی دین نیستیم، حتی امام هم آورنده‌ی دین نیست و چه بسا موجب بدعت در دین بشویم. بنابراین، نباید هر نوآوری را بدعت نامید؛ نوآوری در دین ممنوع و به معنای داخل کردن چیزی در دین است که در دین نیست.

۸. تجددگرایی‌های افراطی

پرهیز از افراط و تفریط و گرایش به اعتدال، در هر کاری، خالی از دشواری نیست. گویی همیشه راه اعتدال خطی باریک است که اندکی بی‌توجهی موجب انحراف است. اینکه در آثار دینی می‌گویند «صراط» از «مو» باریک‌تر است، به همین نکته اشاره می‌کند که رعایت اعتدال کاری دشوار است. به یقین، مشکل‌های جامعه‌ی بشری تغییر می‌کند و نو می‌شود و مشکل نو راه‌حل نو می‌خواهد. «الحوادث الواقعة» پدیده‌های تازه‌ای است که حل آن‌ها بر عهده‌ی حاملان معارف اسلامی است؛ بنابراین ضرورت وجود مجتهد در هر دوره و لزوم تقلید از همین روست. به هر روی، تجددگرایی افراطی، که هم در شیعه و هم در سنی وجود دارد، عبارت است از: ۱. آراستن اسلام به غیر اسلام؛ ۲. پیراستن اسلام از اسلام، به منظور رنگ زمان زدن و باب طبع زمان کردن. این‌ها آفت‌های بزرگی برای اسلام است و مبلغ باید با روشی مؤثر با آن‌ها مبارزه کند.^۲

۹. اوهام، خرافات و سنت‌های ناروا

بی‌تردید یکی از آسیب‌های تبلیغات اسلامی رواج آداب و رسوم است که برخلاف آموزه‌های اسلام و همواره سد راه گسترش آن است. علمای بزرگ اسلام هرچاکه سنت‌های جاهلی سد راه تکامل جامعه می‌شد، حتی به قیمت آبروی خویش، با آن‌ها مبارزه می‌کرده‌اند. سنت‌شکنی وسیله‌ای برای رشد جامعه در بستر آموزه‌های اسلام و ایجاد فضای مناسب برای تعالی و ترقی فرهنگ و اندیشه در جامعه‌ی اسلامی است. البته در این راه گروهی همواره در مقابل حق جویان قرار دارند. قرآن کریم در این باره می‌فرماید:

^۱. مکارم شیرازی، ۱۳۶۶، تفسیر نمونه، ج ۱۳، ص ۲۸۶

^۲. موگهی، ۱۳۸۱، تبلیغ و مبلغ در آثار مطهری، ص ۳۳۴ و ۳۳۵

«وَكَذَلِكَ مَا أَرْسَلْنَا مِنْ قَبْلِكَ فِي قَرْيَةٍ مِّنْ نَّذِيرٍ إِلَّا قَالَ مُتْرَفُوهَا إِنَّا وَجَدْنَا آبَاءَنَا عَلَىٰ أُمَّةٍ وَإِنَّا عَلَىٰ آثَارِهِمْ مُّقْتَدُونَ» قَالَ أُولُو جُنَّتِكُمْ بِأَهْدَىٰ مِمَّا وَجَدْتُمْ عَلَيْهِ آبَاءَكُمْ قَالُوا إِنَّا بِمَا أُرْسِلْتُمْ بِهِ كَافِرُونَ»^۱

۱۰. غرور

در فرازونشیب کارهای تبلیغی، همواره موفقیت‌ها در کنار ناکامی‌ها هستند. گاهی پس از یک سخنرانی جالب و مفید همه مبلغ را تحسین می‌کنند و گاه مبلغ در کارهای خود احساس کامیابی نمی‌کند. در هر دو صورت، او باید با تدبیر و تلاش به شناخت و انجام وظیفه بپردازد.

۱۱. ناتوانی علمی

از مهم‌ترین عوامل موفقیت در تبلیغ دینی، آگاهی و توانایی لازم برای بیان مسایل و موضوعات اسلامی است. سخن‌وری که بدون علم و آگاهی بر کرسی خطابه بحث می‌کند، به ارزش کلام و شخصیت خود آسیب می‌رساند و خود را با عوارض نامطلوب آن مواجه می‌سازد؛ چنان‌که امیرالمؤمنان (علیه‌السلام) می‌فرماید: «لَا تَقُلْ مَا لَا تَعْلَمُ بَلْ لَا تَقُلْ كُلَّ مَا تَعْلَمُ...»^۲، نه تنها آنچه را نمی‌دانی نگو که همه‌ی آنچه را هم که می‌دانی، مگو.

۱۲. وابستگی مالی به افراد ناصالح

تبلیغات اسلامی اگر به سودطلبی آلوده شود، به تدریج ارزش واقعی‌اش را از دست می‌دهد و جذب کانون‌های قدرت مادی می‌شود. در تاریخ ادیان، بسیاری از عالمان و راهبان اهل کتاب را می‌بینیم که به قطب‌های قدرت و ثروت نزدیک می‌شدند تا هم از وجهه‌ی آنان استفاده کنند و هم از دنیای آنان بهره‌گیرند. چنان‌که در آیه‌ی زیر آمده است:

«يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن كَثِيرًا مِّنَ الْأَحْبَارِ وَالرُّهْبَانِ لَيَأْكُلُونَ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ وَيَصُدُّونَ عَن سَبِيلِ اللَّهِ وَالَّذِينَ يَكْتُمُونَ الذَّهَبَ وَالْفِضَّةَ وَلَا يَنْفِقُونَهَا فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَبَشِّرْهُمْ بِعَذَابٍ أَلِيمٍ»^۳ ای کسانی که ایمان آورده‌اید، بسیاری از دانشمندان یهود و راهبان اموال مردم را به‌ناروا می‌خورند و [آنان را] از راه خدا باز می‌دارند و کسانی که زر و سیم را گنجینه می‌کنند و آن را در راه خدا هزینه نمی‌کنند، ایشان را از عذابی دردناک خبر ده.

قرآن می‌فرماید:

«وَمَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ مِنْ أَجْرٍ إِنْ أَجْرِيَ إِلَّا عَلَىٰ رَبِّ الْعَالَمِينَ»^۴ ای پیامبر، بگو برای رسالت و نبوت از شما اجر نمی‌خواهم؛ بلکه اجر من با پروردگار عالم است.

بنابراین، اگر مبلغان دینی بتوانند و سعی کنند برای تامین معاش خود فکر دیگری نکنند و از راه تبلیغ امرار معاش نکنند، در کار خود موفق‌تر و مؤثرتر عمل خواهند کرد.

^۱ . زخرف/۲۳ و ۲۴

^۲ . آمدی، غرر الحکم، بی‌تا، چاپ افست، ج ۲، ص ۸۲۸

^۳ . توبه/۳۴

^۴ . شعراء/۱۲۷

۱۳. ابهام در پیام

پیام تبلیغی باید روشن و واضح باشد تا مخاطب دچار سوء برداشت نشود. هرچه پیام روشن تر باشد، آرامش مخاطب در درک مطلب بیشتر خواهد بود. رسول خدا (صلی الله علیه و آله) در این باره می فرماید:

«إِنَّا مَعَاشِرَ الْأَنْبِيَاءِ أُمِرْنَا أَنْ نُكَلِّمَ النَّاسَ عَلَى قَدْرِ عُقُولِهِمْ»^۱، ما گروه پیامبران و مأموریم که با انسان‌ها به اندازه‌ی عقل‌هاشان سخن گوئیم.

۱۴. پرگویی

یکی از عواملی که موجب خستگی و کسالت مخاطبان می شود پرگویی و زیاده‌گویی کند. امام صادق (علیه السلام) می فرماید:

«وَقِيلَ لَهُ مَا الْبَلَاغُ فَقَالَ عَمَّنْ عَرَفَ شَيْئًا قَلَّ كَلَامُهُ فِيهِ وَإِنَّمَا سُمِّيَ الْبَلِغَ لِأَنَّهُ يَبْلُغُ حَاجَتَهُ بِأَهْوَنِ سَعْيِهِ»^۲ امام کاظم (علیه السلام) نیز در این باره فرمود: «هر کس با زواید سخن خود شیرینی و زیبایی‌های حکیمانه‌ی سخن رامحو کند ... گویا بر نابودی عقل خویش اقدام کرده است.»^۳

۱۵. توجه به هدف تبلیغ

تبلیغ کار بسیار ارزشمندی است که مسئولیت آن از طرف خداوند بر عهده‌ی پیامبران و امامان و سپس بر عهده‌ی علمای ربانی است. هدف تبلیغ در مکتب انبیا نجات مردم از طاغوت‌ها، هواهای نفسانی، جهل، تفرقه، شرک و دعوت به خداوند، قانون آسمانی، معاد و ... است. بنا به فرمایش قرآن، محتوای تبلیغ همه‌ی پیامبران یک چیز بوده است:

«وَلَقَدْ بَعَثْنَا فِي كُلِّ أُمَّةٍ رَّسُولًا أَنْ اعْبُدُوا اللَّهَ وَاجْتَنِبُوا الطَّاغُوتَ»^۴

۱۶. تندخویی و زودرنجی

گاه مردمی که گرد مبلغ جمع می شوند، اسباب آزرده‌گی و دلسردی او را فراهم می آورند و با اصرارها، نادانی‌ها، خشنونت‌ها، بد رفتاری‌ها و پرگویی‌های فراوان مبلغ را به ستوه می آورند؛ اما باید دانست که خشم و آزرده‌گی مردم را پراکنده می کند. چنان که خداوند متعال در قرآن کریم می فرماید: ای رسول رحمت، خدا تو را با رحمت خویش با خلق مهربان و خوش خوی گردانید و اگر تندخو و سخت دل می بودی، مردم از گرد تو پراکنده می شدند.^۵

۱۷. دامن زدن به اختلاف‌ها

بی شک در هر اجتماعی، میان مردم اختلاف‌هایی به وجود می آید که گاه تاحدی عمیق می شود. همچنین گاه میان مسئولان شهر یا منطقه اختلاف‌هایی بروز می کند. مبلغ باید با هوشمندی و لطافت از دامن زدن به این گونه نزاع‌ها

^۱. کلینی، بی تا، اسلامی، ج ۱، ص ۲۷

^۲. حرانی، ۱۳۸۴، تحف العقول، نشر نین الملل، چاپ دوم

^۳. کلینی، بی تا، اسلامی، ج ۱، ص ۱۷

^۴. نحل ۳۶

^۵. آل عمران/ ۱۵۹

دوری گزینند و اگر توانست، آن‌ها را کاهش دهد. مبلغ باید با نرمش و رفتاری منطقی مردم را به سوی راه راست هدایت کند. گرایش برخی مبلغان به جناح‌ها و گروه‌های سیاسی باعث می‌شود مردم سخنان او را همواره حمل بر طرفداری و تبلیغ گروهی کنند.

۱۸. ساده لوحی، زود باوری و اعتماد به همه

مدیر فرهنگی و مربی تربیتی نباید هرچه را می‌شنود باور کند و به همه‌ی افراد اعتماد کند. البته، نباید با سوءظن برخورد کند بلکه باید از واکنش سریع و بدون فکر بپرهیزد. قرآن می‌فرماید:

«إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا»^۱

۱۹. آشنایی با دانش آمارگیری

آشنایی با مبانی آماری و برآوردهای عملکرد تبلیغاتی و نیز شیوه‌های بررسی بازتاب آموزه‌های تبلیغی، نقشی مهم در پیشبرد تبلیغ دینی دارد. تبلیغ دینی خدمت آموزشی و تربیتی است.

۲۰. تضاد حرف و عمل

زبان عمل مؤثرتر از زبان حرف است و اگر مخاطبان میان گفتار و کردار دعوت‌کننده تضاد و ناهمگونی ببینند، اعتمادشان سلب می‌شود. قرآن نیز کسانی را نکوهش می‌کند که فقط اهل گفتارند: «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ»^۲

۲۱. وضعیت نامطلوب متصدیان امور فرهنگی

حسن ظاهر، قرار نگرفتن در موضع اتهام، آهنگ صدای خوب، آراستگی ظاهری، سیمای جذاب، تمیزی، شیوایی گفتار و بیان، اثر مثبت زیادی در تبلیغ دارد. وقتی حضرت موسی (علیه‌السلام) مأموریت یافت که فرعون را دعوت کند، از خدا خواست که گره از زبانش بگشاید^۳ و هارون را هم وزیر او قرار دهد تا پشتوانه‌ی او باشد؛ زیرا زبانش فصیح‌تر است.^۴ وقتی حضرت سلیمان (علیه‌السلام) می‌خواست به سوی ملکه‌ی سبا پیکری بفرستد و او را فرا بخواند، هدهد (شانه به سر) را انتخاب می‌کند.

۲۲. مراعات نکردن بستر و زمینه لازم

هر حرف را به هر مخاطب نباید گفت. هر شیوه را با هر مخاطبی نمی‌توان به کار گرفت. سخن مبلغ باید همسان با سطح فکر مخاطبان باشد. مراعات اندازه‌ی فهم و کشش فطری مخاطب یکی از عامل‌های جذب مخاطب است. پیامبر اکرم (صلی‌الله‌علیه‌وآله) فرمود: «با مردم به اندازه‌ی فهمشان سخن بگویند» و نیز فرمود: «ما پیامبران، مأموریم به اندازه‌ی عقل و فهم مردم با آنان سخن بگوییم»^۵.

۱. حجرات/۶

۲. صف/۲

۳. طه/۲۵

۴. قصص/۳۴

۵. طباطبایی، ۱۳۸۲، سنن النبی، پیام آزادی

۲۳. وجود ذهنیت منفی در مخاطب

اگر مردمی به نهاد و مرکزی ذهنیت منفی داشته باشند و مبلغ از سوی همان مرکز برای تبلیغ فرستاده شده باشد، مسلماً نمی‌تواند در کار خود موفق باشد. زدودن این ذهنیت منفی و مهیا کردن ذهن و قلب مخاطب عامل تأثیر است. برای مثال، کاشی هرگز به دیوار کاهگلی نمی‌چسبد، کنده می‌شود و می‌افتد. اگر مردم به گوینده بدبین باشند و او را دارای غرض بشناسند، تبلیغ او مؤثر نخواهد بود.

۲۴. تکرار زیاد

اگر سخنی زیاد تکرار شود، گاهی تهوع آور است.

۲۵. تبلیغ مستقیم

گاه تبلیغ صریح و مستقیم و رویاروی با فرد اثر منفی دارد. امام علی (علیه السلام) فرموده است: «عُقُوبَةُ الْعُقَلَاءِ التَّلْوِیْحُ وَ عُقُوبَةُ الْجُهَلَاءِ التَّصْرِیْحُ»^۱ کیفر عاقلان کنایه زدن است و کیفر جاهلان تصریح کردن است.

۲۶. طرح شبهه، بدون پاسخ

در مسائل اعتقادی و اجتماعی شبهه انداختن راحت است؛ ولی پاسخ گفتن و شبهه زدایی دشوار است. اگر شبهه و سؤالی را طرح کنیم ولی از عهده‌ی پاسخ محکم و قانع کننده برناییم، آن شبهه در ذهن می‌ماند و اینگونه تبلیغ اثر منفی می‌گذارد.

نتیجه

برای تحقق آرمان‌های قرآن، پیامبر اعظم (صلی الله علیه و آله) و ائمه‌ی معصوم (علیهم السلام) درباره‌ی مسجد و نیز برای دست‌یابی به مسجد آباد، مراعات عامل‌های زیر ضروری است:

۱. از نظر مکانی، مسجد در موقعیت جغرافیایی مناسبی ساخته شود؛ زیرا در جذب انسان‌ها و به‌ویژه جوانان نقشی اساسی دارد.

۲. باید توجه داشت که قرآن به مسجد آباد توجه زیادی می‌کند اما آبادی مسجد به شکوه ظاهری و رواق‌های بلند و نماهای شگفت‌انگیز نیست؛ بلکه آبادی مسجد به عبادت و معنویت و تحقق رابطه‌ی متقابل عبد و معبود رب است.

۳. مدیریت عاملی تأثیرگذار در تحقق آرمان‌های مسجد اسلامی است. مدیریت در مسجد ابعاد مختلفی دارد که یکی از آن‌ها بعد فرهنگی است. این بعد از مدیریت زمانی به هدف‌های مقدس خود نایل می‌گردد که دارای ویژگی‌های خاصی باشد که از جمله‌ی آن‌ها:

۱. به کارگیری اصول مدیریت فرهنگی مانند؛ زمان‌شناسی و بهره‌گیری از زمان، اصل دین‌محوری و انسان‌مداری؛

^۱ . محمدی، ری شهری، ۱۳۶۹، مکتب الاعلام الاسلامی، ج ۱، ص ۷۷

۲. شناخت شیوه‌های مؤثر و بی‌عیب و نقص پیامبر بزرگوار اسلام (صلی‌الله‌علیه‌وآله) و امام علی (علیه‌السلام) و آموزه‌های وحی در ارتباط با هدایت و تربیت انسان‌ها.

۳. شناخت موانع و آفت‌ها که آثار مطلوب کارهای فرهنگی و تربیت دینی را از بین می‌برد.

فهرست منابع

قرآن کریم

۱. الطریحی، فخرالدین (۱۴۰۸ق)، مجمع‌البحرین، تهران: نشر فرهنگ اسلامی.
۲. طباطبایی، محمد حسین (بی‌تا)، المیزان فی تفسیر القرآن، انتشارات جماعه المدرسین فی الحوزه العلمیه فی قم المقدسه.
۳. موگهی، عبدالرحیم (۱۳۸۱)، تبلیغ و مبلغ در آثار شهید مطهری، قم: مرکز انتشارات دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم.
۴. آلوسی، سید محمود (۱۳۴۵ق)، تفسیر روح‌المعانی، مصر، اماره الطباعه المنیریّه.
۵. آمدی، عبدالواحد (بی‌تا)، غررالحکم و دررالکلم، ترجمه محمد علی انصاری، تهران: چاپ افست.
۶. آیت‌الله جعفر سبحانی و دیگران، (۱۳۸۵)، راه رسم تبلیغ، انتشارات نور مطاف.
۷. ابن خلدون، عبدالرحمن بن محمد (۱۳۸۶)، مقدمه ابن خلدون، ترجمه محمد پروین گنابادی، انتشارات علمی و فرهنگی.
۸. ابی‌القاسم‌الحسین بن محمد (بی‌تا)، المفردات فی غریب القرآن، تهران: انتشارات المکتبه المرتضویه.
۹. امام خمینی، روح‌الله (۱۳۷۰)، صحیفه نور، تهران: سازمان مدارک فرهنگی انقلاب اسلامی ایران، چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۱۰. جزایری، سید نعمت‌الله (بی‌تا)، الحیاه، چاپ قدیم.
۱۱. جعفری، محمد تقی، فرهنگ پیرو و فرهنگ پیشرو، تهران: انتشارات علمی فرهنگی، ۱۳۷۳.
۱۲. جمعی از نویسندگان (۱۳۷۷)، مجموعه مقالات تبلیغات و جنگ روانی، ترجمه حسین حسینی، تهران: پژوهشکده‌ی علوم دفاعی دانشگاه امام حسین ۷.
۱۳. حر عاملی، محمد بن حسین (۱۳۸۷)، وسائل‌الشیعه الی تحصیل مسائل‌الشرعیه، مصحح عبدالرحیم ربانی، انتشارات دارالکتب‌الاسلامیه.
۱۴. حرانی، ابومحمد (۱۳۸۴)، تحف‌العقول، ترجمه احمد جنتی، نشر بین‌الملل، چاپ دوم.
۱۵. حیدری، احمد رضا (۱۳۷۱)، خلاصه مقالات تبلیغ و تبلیغات، تهران: نشر سازمان تبلیغات اسلامی.
۱۶. رزاقی، احمد (۱۳۷۰)، اهمیت و ضرورت تبلیغات، تهران: نشر سازمان تبلیغات اسلامی.
۱۷. رزاقی، احمد (۱۳۷۷)، تبلیغات دینی (ابزار و شیوه‌ها)، تهران: نشر سازمان تبلیغات اسلامی.
۱۸. رهبر، محمد تقی (۱۳۷۱)، پژوهشی در تبلیغ، تهران: نشر سازمان تبلیغات اسلامی.

۱۹. صادقی اردستانی، احمد (۱۳۸۰)، روش تبلیغ و سخنرانی، قم: بوستان کتاب قم، انتشارات دفتر تبلیغات حوزه علمیه قم.
۲۰. الصباغ، محمد (۱۳۸۹ق)، الحديث، المجلس الاعلى للشئون الاسلاميه.
۲۱. صبحی، صالح (بی تا)، نهج البلاغه، قم: انتشارات دارالهجره.
۲۲. طباطبایی، سید محمد حسین (۱۳۸۲)، سنن النبی، ترجمه حسین استاد ولی، انتشارات پیام آزادی.
۲۳. عماره نجیب، محمد موسی (۱۹۷۳م)، الاعلام فی ضوء الاسلام، ریاض: مکتبه المعارف.
۲۴. کاند هلوی، محمد یوسف (۱۳۸۱)، حیات صحابه، ترجمه مجیب الرحمن رحیمی، تربت جام: انتشارات شیخ الاسلام احمد جام.
۲۵. الکلینی، ابی جعفر محمد بن یعقوب (بی تا)، اصول کافی، ترجمه سید جواد مصطفوی، انتشارات علمیه اسلامیة.
۲۶. مجلسی، محمدباقر (بی تا)، بحار الانوار، چاپ بیروت: مؤسسه الوفا.
۲۷. محدث قمی، شیخ عباس (بی تا)، مفاتیح الجنان، کانون انتشارات علمی.
۲۸. محدثی، جواد (۱۳۸۲)، روش ها، قم: نشر معروف.
۲۹. محمدی ری شهری، محمد (۱۳۶۹)، میزان الحکمه، مکتب الاعلام الاسلامی.
۳۰. مسعودی، علی بن حسین (۱۳۸۳)، مروج الذهب، ترجمه ابوالقاسم پانیده، انتشارات علمی و فرهنگی.
۳۱. مطهری، مرتضی (۱۳۵۸)، سیری در نهج البلاغه، انتشارات عین اللّهی، چاپ دوم.
۳۲. مطهری، مرتضی (۱۳۸۴)، سیره ی نبوی، انتشارات صدرا.
۳۳. المقرئ، احمد بن محمد بن علی (۱۴۰۵ق)، المصباح المنیر، قم: دارالهجره، چاپ اول.
۳۴. مکارم شیرازی، ناصر (۱۳۶۶)، تفسیر نمونه، ایران: انتشارات دارالکتب الاسلامیه.
۳۵. نوری، حاج میرزا حسین (۱۳۸۳)، مستدرک الوسائل، ایران: انتشارات دارالکتب الاسلامیه.
۳۶. یکن، فتحی (۱۳۷۸)، آسیب شناسی دعوت اسلامی، ترجمه داود نارویی، تهران: نشر احسان.
- منبع: مرکز رسیدگی به امور مساجد