

شاخصه های اخلاقی مبلغین در نشر آموزه های دینی

ندازرگر^۱

چکیده

پژوهش حاضر با عنوان شاخصه های اخلاقی مبلغین در نشر آموزه های دینی می باشد. تبلیغ به معنای رساندن مجموعه اطلاعاتی به مخاطب به منظور اقناع و برانگیختن احساسات او به سود یا ضرر یک موضوع است و در اعصار گذشته قبل از اسلام نیز تبلیغ شیوه های گوناگونی تجربه کرده است. گروه های مختلف هریک روش های گوناگونی داشتند، گاهی افراد بصورت انفرادی و گاهی بصورت دسته جمعی اعتقادات خود را در قالب تبلیغ دین در جامعه القا می کردند همچون اصحاب کهف. آنچه حائز اهمیت است نحوه برخورد مبلغ با مخاطب و تاثیر رفتار وی بر روی افراد جامعه و همچنین شناساندن هرچه بهتر مسائل اعتقادی می باشد. این پژوهش یک تحقیق کاربردی و با رویکرد توصیفی-تحلیلی به روش کتابخانه ای است.

واژگان کلیدی: تبلیغ، مبلغ، شاخصه مبلغین، شاخصه اخلاقی

^۱. سطح ۲، مدرسه علمیه کوثرالبرز، neda183302hotmail.com

مقدمه

مسائل اخلاقی در هر دوره و زمانی از اهمیت خاصی برخوردار بوده است. در عصر کنونی نیز چه از لحاظ نظری و چه از لحاظ عملی و کاربردی، اخلاق کانون توجه است. در حیطه نظر، همواره فرهیختگانی بوده اند که به شناخت مقوله اخلاق، مبادی، مصادیق و حدود و ثغور آن علاقه مند بوده و به آن اهتمام ورزیده اند و در حیطه عمل و کاربرد نیز به اقتضای شرایط اجتماع و مشکلات مطرح در آن، اخلاق از دریچه ای خاص منظور نظر بودن است، همچنین از آنجا که هدف از بعثت انبیاء، رسانیدن پیام الهی به جامعه ی بشری و سوق دادن آنها به اوج کمالات والای اخلاقی و رسیدن به هدف اصلی آفرینش می باشد. انسان، در این جهان مادی همانطور که به رشد جسمی احتیاج دارد، بیش از آن محتاج دستورالعمل هایی برای کسب تعالی و کرامت انسانی است.

تبلیغ از آغاز زندگی بشر تا زمان پیامبر اکرم صلی الله علیه وآله و پس از آن ادامه داشته و هم اکنون نیز ادامه دارد. از طرفی باید این نکته را یادآور شد که بسیاری از دشمنان اسلام هستند که با استفاده از تبلیغ و ابزارهای تبلیغی نادرست فرهنگ های غلط را جایگزین تعالیم اسلام می کنند تا از این راه مردم جامعه و به خصوص جوانان را از الگوهای اسلامی دور کنند با توجه به این نکته اگر تبلیغ با شیوه صحیح انجام نشود افراد جامعه از آموزه های دینی خود فاصله گرفته و باورهای غلط را برای خویش الگو قرار داده و دچار بحران بی هویتی و یا چند هویتی میشوند و در نهایت در گرداب ارزش های غیر اخلاقی به هلاکت میرسند. از آنجا که خداوند حکیم خلق را عبث نیافریده بلکه برای غایتی بزرگ و ارزشمند یعنی معرفت و بندگی خویش خلق کرده، تحقق این هدف عظیم در گرو رهایی بندگان از ظلمت نادانی و روشن شدن دل و جان آنان به نور علم و هدایت الهی است چنان که در آیات و روایات متعدد بر این مطلب تصریح شده و از آنجا که عقیده را با زور و اجبار نمی توان به دلها و افکار تحمیل کرد و اندیشه بشری در هر دوره نسبت به گذشته توسعه یافته، بهترین و محکم ترین راه رسیدن به هدف برای

روشنگری و کشف و شناخت واقعیت ها تبلیغ است. بنابراین نقش اخلاق تبلیغ مبلغین در تبیین و نشر آموزه های دینی با توجه به آیات و روایات واصله از ائمه اطهار علیه السلام از اهداف مهم ارسال فرستادگان الهی در هدایت بشریت است. حال باید دید کدام یک از ویژگی های مبلغین می تواند بیشترین تاثیر را روی مخاطب می گذارد. از آنجا که تبلیغ باید با گفتاری نرم و دلنشین و رفتاری تاثیرگذار باشد تا بتوان در جامعه رخنه کند و در وجود آنان دگرگونی ایجاد کند کدام یک از ویژگی های اخلاقی یک مبلغ مهم تر است اذا اخلاق تبلیغ از شاخصه های مهم اخلاق کاربردی که به ریز موضوعات اخلاق مبلغین و نحوه برخورد آنها با مخاطب می پردازد.

۱- مفهوم شناسی

در این قسمت معنای لغوی و اصطلاحی واژه های اخلاق و مبلغ مورد بررسی قرار می گیرد:

۱-۱- واژه اخلاق

واژه اخلاق در لغت جمع خلق بر وزن قفل و خلق بر وزن قفل به معنای سرشت و طبیعت است واژه خلق یا خلق برای صفا درونی به کلو می رود در مقابل خلق که برای صورت و صفات ظاهری به کار می رود^۱ همچنین به معنای سجایا و صفات درونی است که با چشم دل دیده می شود^۲.

و در اصطلاح ملکه ای انسانی است که به مقتضای آن فعلی به سهولت و بدون نیاز به فکر کردن از انسان صادر می شود^۳

^۱ ابن منظور، لسان العرب، ج ۴، ص ۲۹۷

^۲ زبیدی، تاج العروس، ج ۳، ص ۲۵۷

^۳ راغب اصفهانی، مفردات فی غریب القرآن، ص ۲۹۷

ونیز گفته شده ارتباط میان معنای لغوی و اصطلاحی خلق را بدین نحو تبیین کرد که صورت باطنی انسان را کیفیات نفسانی می سازند. همان طور که صورت ظاهری وی، محصول کیفیات ظاهری جسمانی است. هر چند به نظر می رسد تفاوت چندانی بین معنای لغوی اخلاق و معنای اصطلاحی آن، آن طور که حکیمان مسلمان به کار برده اند، وجود ندارد. و نیز پاره ای قیود که در معنای اصطلاحی آمده از لوازم معنای لغوی است^۱

۱-۲_ واژه تبلیغ

تبلیغ از ماده بلغ به معنای خبر دادن، اعلام، اطلاع، اخبار و ... آمده است و معنای غالب آن به معنای رساندن و نیز کفایت می داند^۲ تبلیغ از بلغ به معنای رسانیدن پیام یا خبر و یا مطلبی به آدمیان است.^۳

و در اصطلاح از ریشه بلوغ و ابلاغ به معنای پیام، خبر، اندیشه و سخن به دیگری، به کار می رود.^۴ همچنین از ریشه بلوغ به معنای رسیدن به دورترین و پایانی ترین نقطه مقصد است مکانی باشد یا زمانی و یا یکی از اموری که دارای نهایت و پایان است و گاه از آن برای نزدیک شدن به هدف نیز استفاده می شود، گرچه به آن نرسند.^۵

۲- اقسام اخلاق

علماء اخلاق در یک تقسیم بندی اخلاق را به سه بخش نظر ی، تطبیقی و عملی تقسیم کرده اند.

۱-۲ اخلاق نظری

^۱. محسن جوادی مقاله اخلاق، ج ۲، ص ۳۸۵

^۲. خلیل بن فراهیدی، العین، ج ۴، ص ۴۲۱

^۳. معین، فرهنگ فارسی معین، ج ۱، ص ۴۵۵

^۴. راغب اصفهانی، مفردات فی غریب القرآن، ص ۱۴۴

^۵ همان، ص ۱۴۱

در این بخش از اخلاق از فلسفه اخلاق بهره‌ای از مبانی و زیربنای اخلاق و معیار خوبی‌ها و بدی‌ها بحث می‌شود. به عنوان نمونه آیاتی اخلاق از امور نسبی است مطلق؟ آلی زیربنای اخلاق، حسن و قبح ذاتی، مصلح و مفاسد است؟ و... از زیر مجموعه‌های اخلاق نظری است پس اخلاق نظری از معرفت فلسفی نشأت می‌گیرد.

۲-۲ اخلاق تطبیقی

در این بخش از اخلاق از مقایسه بین مکاتب و مقارنه دیدگاه‌های گوناگون بحث می‌شود. به عنوان نمونه آیاتی ذاتا امکان دارد که بگوئیم اخلاق نظری وجود دارد یا نه؟ آیاتی مبنای نظری ارسطو و افلاطون با نظری فروید و دکارت متفاوت است و نظری مسیحیت با اسلام متفاوت است و کدام یک صحیح است؟ و مبنای نظام احسن کدام است در این بخش مورد بررسی قرار می‌گیرد. در واقع این بخش متکفل بررسی مباحث نظریات اخلاقی و مقایسه آنها با یکدیگر است.

۳-۱۲ اخلاق عملی

مقصود از اخلاق عملی، آداب و دستورهای خاص است که در مسیر تزکیه و تهذیب التزام به آنها ضرورت دارد و از طریق عمل، فرد را به اهداف نزدیک می‌کند. البته منظور از عمل در اینجا اعم از اعمال قلبی مانند: نیت، حب، بغض، سوء ظن، حسد و... و اعمال بدنیه همچون، سخاوت، عبادات، دفاع است.^۱ که اخلاق تبلیغ از جمله قسم سوم می باشد.

۳-۱ اهمیت و جایگاه اخلاق در اسلام

قرآن کریم در موارد متعدد، مسئله تزکیه و تربیت اخلاقی انسان را در زمره مهم ترین

^۱. مهدوی کرب، نقطه‌های آغاز در اخلاق عملی، ص ۱۵-۱۷

کریم تا علاوه بر اهل علم بودن، اهل عمل ن یز باشدیم. حضرت علی (علیه السلام) فرمود: اَعْمَلُوا
الْخَيْرَ تَكُونُوا مِنْ أَهْلِهِ؛ نیکی کنی تا اهل آن باشی.

۵_۲_۷_ دارای سعه صدر باشد

حضرت موسی علیه السلام به عنوان یک مبلغ، هنگام رفتن به سوی فرعون، برای هدایت او و آگاه نمودن مردم، از پرورد
گار شفر اخیسینیهو قدر تحمل سختیها را در خواست نمود زیرا وجود این صفت برای مبلغ ضروری است.

قال رَبِّ اشرحْ لی صَدْری^۱ عرض کرد: پروردگارا، دلم را برای پذیرش این مسئولیت آماده کن.

مبلغ باید بداند که مخاطبان او یکسان نیستند و بعضی به زبان ایمان می آوردند اما در قلب
ایمانی ندارند و در مسیر کفر بر یکدیگر سبقت می گیرند.^۳

۵_۲_۸_ قاطع و با شهامت باشد

یکی دیگر از صفات مبلغ واقعی این است که با قاطعیت تمام در مقابل کج روی ها بایستد و
بجز خدا از کسی نترسد، و بداند که گمراهی دیگران به وی زانی نمی رساند.

یا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا عَلَيْكُمْ أَنْفُسُكُمْ لَا يَضُرُّكُمْ مَنْ ضَلَّ إِذَا اهْتَدَيْتُمْ إِلَى اللَّهِ مَرْجِعُكُمْ جَمِيعاً فَيُنَبِّئُكُمْ
بِمَا كُنتُمْ تَعْمَلُونَ^۴

ای مسلمانان، مراقب خود باشی. اگر هدایت شوئی، کسی که گمراه شده، به شما زللهی نخواهد
رساند. بازگشت همه ی شما، به پیشگاه خداست و او شما را از کارهایتان آگاه می کند.

^۱. کلینی، اصول کافی، ج ۲، ص ۲۲۵

^۲. طه، ۲۵

^۳. قرائتی، قرآن و تبلیغ، ص ۱۰۹

^۴. مائده، ۱۰۵

وظیفه ی مبلغ است که بدون ترس جلوی بدعت ها را بگیرد و این عهده ی است که خدتوند از وی گرفته است. اذا ظهرت البدع فی امتی فلیظهر العالم علمه فمن لم یفعل فعليه لعنة الله^۱ هنگامی که بدعت ها بر امت من ظاهر شوند بر عالم است که علم خویش را ظاهر سازد و کسی که این عمل را انجام ندهد لعنت خدا بر اوست.^۲

۵_۲_۹_عادل و با صداقت

مبلغ در سخنان ، کردار، موضع گیری ها و برخوردهایش با دیگران باید عدالت را رعایت کند و ظوابط را فدای روابط و دوستی ها نکند و هیچگونه امتیازی برای غیر مستحق گرچه از خویشان و نزدیکانش باشد قائل نشود، البته رعایت عدالت تنها در سخن نیست بلکه در همه ی اعمال حتی در نگاه کردن به دیگران نیز باید وجود داشته باشد^۳

^۱. کلینی، ص ۵۴

^۲. قرائتی، قرآن و تبلیغ، ص ۱۱۷

^۳. همان، ص ۱۳۹

منابع و مأخذ

*قرآن

- ۱- ابن منظور، محمد بن مکرم، لسان العرب، بیروت: دارالصادر، ۱۴۱۴ هـ ق
- ۲- الهامی نیا، علی اصغر، تبلیغ در قرآن، تهران: پژوهشکده تحقیقات اسلامی نمایندگی سپاه، بی تا
- ۳- پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله و سلم، نهج الفصاحه، ترجمه: ابوالقاسم پاینده، تهران: نشر دنیای دانش، بی تا
- ۴- تمیمی آمدی، عبدالواحد، غررالحکم و درر الکلم، قم: دفتر نشر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه، چاپ اول، ۱۳۶۶ هـ ش
- ۵- جوادی، محسن، ((مقاله اخلاق))، دائره المعارف قرآن، پژوهشگاه علوم اسلامی، ۱۳۸۳ هـ ش
- ۶- خمینی، روح الله، صحیفه ی نور، تهران: موسسه ی تنظیم و نشر آثار امام خمینی ره، ۱۳۶۸ هـ ش
- ۷- دهقانی اشکذری، عباس، روش های تبلیغی پیامبر ص، قم: نشر بقیعه العتره، چاپ اول، ۱۳۸۷ هـ ش
- ۸- دیلمی همدانی، ابوشجاع، الفردوس، بیروت: دارالکتب العلمیه، ۱۴۰۶ هـ ش
- ۹- راغب اصفهانی، حسین بن محمد، مفردات فی غریب القرآن، دمشق: دارالعلم، چاپ اول، ۱۴۱۲ هـ ق
- ۱۰- رهبر، محمدتقی، پژوهشی در تبلیغ، تهران: مرکز چاپ و نشر سازمان تبلیغات اسلامی، چاپ اول، ۱۳۷۱ هـ ش

۱۱- زبیدی، مرتضی، تاج العروس، بیروت: دارالفکر، ۱۴۱۴هـ_ق ۱۹۹۴م

۱۲- سیدبن طاووس، علی بن موسی، اقبال الاعمال، قم: قلم سماء، محقق: محمد روحی، چاپ

اول، ۱۳۸۳هـ_ش

۱۳- شیخ صدوق، محمد بن علی بن بابویه، من لایحضر الفقیه، قم: انتشارات جامعه مدرسین، چاپ

سوم، ۱۴۱۳

۱۴- شیخ طوسی، امالی، قم: انتشارات دارالثقافه، چاپ اول، ۱۴۱۴هـ_ق

۱۵- صفار، سالم، سیره ی پیامبر اکرم ص در رهبری و انسان سازی، تهران: چاپ و نشر بین

الملل، ترجمه: غلامحسین انصاری، ۱۳۸۳هـ_ش

۱۶- طباطبائی، سید محمد حسین، المیزان، قم: انتشارات جامعه مدرسین، چاپ چهارم، بی تا

۱۷- طریحی، شیخ فخرالدین، مجمع البحرین، تهران: مرتضوی، ۱۳۷۵هـ_ش،

۱۸- عبدالمحمدی، حسین، درآمدی بر سیره تبلیغی معصومان علیه السلام، قم: نشر مهر

امیرالمومنین، چاپ اول، ۱۳۸۷هـ_ش

۱۹- الفراهیدی، ابو عبدالرحمن، العین، قم: دارو مکتبه الهلال، ۱۴۰۹هـ_ق

۲۰- قرائتی، محسن، قرآن و تبلیغ، تهران: سازمان نشر و انتشارات وزارت فرهنگ و ار

اسلامی، ۱۳۷۲هـ_ش

21- کلینی، محمد بن یعقوب، اصول کافی، تهران: دارالکتب اسلامیه، مصحح: علی اکبر

غفاری، ۱۴۰۷هـ_ق

22- کمالی، حسن، اخلاق صنفی و نظام اداری کشور، تهران: نشر مدبر، ۱۳۸۸هـ_ش

- 23-مجلسی، محمدباقر، بحارالانوار، تهران: دارالکتب اسلامیة، بی تا
- 24-محمدپیری شهری، محمد، تبلیغ در قرآن و حدیث، ترجمه: علی نصیری، قم: نشر دارالحدیث، ۱۳۹۳هـ_ش
- 25-مصباح، مجتبی، بنیاد اخلاق، قم: انتشارات موسسه ی آموزشی و پژوهشی امام خمینی ره، ۱۳۸۵هـ_ش
- 26-مطهری، مرتضی، تبلیغ و مبلغ، تهران: انتشارات صدرا، چاپ پنجم، ۱۳۷۸هـ_ش
- 27-معین، محمد، فرهنگ فارسی، تهران: انتشارات امیرکبیر، ۱۳۹۲هـ_ش
- 28-مهردوی کنی، محمدرضا، نقطه های آغاز در اخلاق عملی، بی جا، دفتر نشر فرهنگ اسلامی، ۱۳۹۵هـ_ش
- 29-نبوی، محمدحسن، موفقیت در تبلیغ، تهران: نشرذکری، چاپ اول، ۱۳۹۲هـ_ش
- 30-نوری، میرزا حسین، مستدرک الوسائل و مستنبط المسائل، بیروت: موسسه ی آل البيت الاحیاء التراث، ۱۴۰۸هـ_ق