

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

رکاتوشه اربعین

تبلیغ چهره به چهره در پیاده روی اربعین

حسین ملانوری



سازمان اوقاف و امور خیریه
معاونت فرهنگی و اجتماعی



ستاد مرکزی اربعین حسینی
کمیته فرهنگی و آموزشی

تبلیغ چهار به چهار در پیاده روی اربعین

تألیف: حسین ملانوری

ویرایش و صفحه آرایی: حسن عموعبداللہی

طراح جلد: محمدامین محمدلو

ناشر: معاونت فرهنگی و اجتماعی سازمان اوقاف و امور خیریه

۱۴۳۸/۱۳۹۵ هـ ق

پورتال اربعین:

ALARBAEEN.IR

کانال آموزش و فرهنگ اربعین در تلگرام:

TELEGARM.ME/ALARBAEN

پیش‌گفتار

تبلیغات از ابزارهای رایج برای انتقال فکر و فرهنگ و هرگونه پیامی به دیگران است.

انبیای الهی و ائمه اطهار، اولین منتقل‌کننده پیام توصیفی به جامعه بودند. در اعصار بعد نیز اسلام، به واسطه تلاش مبلغان دلسوز و عاملان دینی در جوامع مختلف گسترش یافت و آنان با زدودن غبار غفلت و فراموشی، رفتار و کردار مخاطبان را به سمت جامعه مطلوب هدایت می‌کردند.

اربعین حسینی از بزرگ‌ترین فرصت‌های جامعه تبلیغی است که در آن میلیون‌ها دوستدار اهل بیت علیهم‌السلام حول محور امام حسین علیه‌السلام با پای پیاده مسیر نجف تا کربلا را می‌پیمایند و خود را در معرض دریافت انواع پیام‌های صحیح اسلامی قرار می‌دهند.

آنچه وظیفه جامعه تبلیغی را سنگین می‌نماید، استفاده از لحظه لحظه آن فرصت‌ها جهت تبیین مفاهیم دینی و

پاسخ‌گویی به پرسش‌هایی است که پیر و جوان، آنها را در ذهن و دل خود سپرده‌اند و در یک کلام، رهاورد تبلیغ اربعین باید شعور حسینی باشد.

بزرگ‌ترین و برترین و بهترین فرصت تبلیغی در موسم اربعین، تبلیغ چهره به چهره است که کتاب حاضر با قلم فاضل ارجمند حجت‌الاسلام و المسلمین حسین ملانوری، وظیفه تبیین و تشریح ابعاد این شیوه تبلیغی را بر عهده دارد.

جهان زائران همواره سرشار از نشاط معنوی و روحانیت بوده است و برکات معنوی فراوانی را به همراه دارد. به همین جهت اولیای الهی، خود به تعلیم محبان و عاشقان این کوی پرداختند و با تربیت انسان‌های بزرگ و به ودیعت گذاشتن تراث جاودان در ایجاد جریان و فرهنگ زیارت، به نیاز اساسی انسانی پاسخ دادند. آنان فرصت ظرفیت‌های بی‌بدیلی را برای استمرار جریان حق و راه انبیا و اولیای الهی - یعنی راه رستگاری و تعالی - خلق کردند و همواره و همیشه با طراوت و نورانیت بی‌نظیر، شادمانی معنوی و حرکت الی‌الله و مرکزیت توحید را در کانون حیات بشری روشن و پرنور نگه‌داشتند.

کمیته فرهنگی و آموزشی اربعین به منظور بسط و ترویج فرهنگ زیارت و با توجه به حضور صدها هزار زائر از محبان اهل بیت (علیهم السلام) از جمهوری اسلامی ایران در مراسم باشکوه اربعین حسینی (علیه السلام) در صدد برآمد تا اثر حاضر را با عنوان «تبلیغ چهره به چهره در پیاده روی اربعین» در قالب یک کتاب از مجموعه ره توشه اربعین، در اختیار مبلغان ارجمند اربعین حسینی قرار دهد. در پایان لازم است از تلاش‌های مولف محترم جناب حجت‌الاسلام والمسلمین حسین ملانوری و همچنین جناب حجت‌الاسلام والمسلمین مجتبی منصورآبادی که سعی بلیغ در گردآوری مجموعه ره توشه اربعین داشتند، قدردانی شود.

ستاد مرکزی اربعین حسینی

کمیته فرهنگی و آموزشی

۱۴۳۸ / ۱۳۹۵

فهرست مطالب

مقدمه:	۱۳
تعریف تبلیغ چهره به چهره	۱۶
امتیازات تبلیغ چهره به چهره	۱۷
فرایند تبلیغ چهره به چهره	۲۰
الف) حرکت به سوی مخاطب	۲۰
ب) جذب مخاطب	۲۲
ج) ایجاد رابطه حسنه و عاطفی	۲۷
۱. داشتن معنویت و ارتباط قوی با خداوند	۲۸
۲. روابط عمومی بالا	۲۸
روش‌های ایجاد رابطه حسنه و عاطفی	۲۹
سلام کردن	۲۹
برخاستن از جا	۳۰
دست دادن	۳۰
تبسم	۳۳
اکرام و احترام	۴۰

- ۳۳ احوال‌پرسی
- ۳۴ محبت
- ۳۶ استفاده از نام افراد
- ۳۸ تواضع
- ۳۹ عدم تقید به جای خاص
- ۳۹ توجه به همه
- ۴۰ اعلام دوستی
- ۴۲ خوش‌سخنی
- ۴۳ هدیه دادن
- ۴۳ شوخی کردن
- ۴۵ استفاده از شرایط و اتفاقات
- ۴۵ بهره‌گیری از نقاط اشتراک
- ۴۶ استفاده از ابزارهای ارتباطی و رسانه‌ای
- ۴۷ گذشتن از خطاهای مخاطبان
- ۴۸ (د) اجرای فنون تبلیغی
- ۴۸ انگیزه‌سازی
- ۴۹ الف) روش سؤالی
- ۴۹ ب) روش داستانی
- ۵۰ ج) روش تعریف از مخاطب

- ۵۱ گوش دادن
- ۵۲ توجه به حالات
- ۵۳ قطع نکردن سخن مخاطب
- ۵۵ پرهیز از سرزنش کردن
- ۵۵ ایجاد سؤال
- ۵۸ پاسخگویی
- ۶۱ تکرار
- ۶۲ سکوت
- ۶۳ استناد
- ۶۴ تشویق به تفکر
- ۶۵ موعظه
- ۶۶ بیان تجارب
- ۶۷ معرفی الگو
- ۶۸ ارجاع
- ۶۹ (ه) پایان ارتباط
- ۶۹ ۱. آغاز نکردن به جدا شدن از مخاطب
- ۷۰ ۲. خداحافظی
- ۷۰ ۳. مشایعت
- ۷۱ تبلیغ عملی

۷۳ روش برخورد با مخالفان و بزهکاران
۷۵ فضاهای تبلیغی اربعین
۷۷ مکان‌های تبلیغی
۷۸ مسیرهای حرکت
۷۹ محتوای تبلیغ
۷۹ شرایط محتوا
۸۰ محتواهای مورد نیاز مبلغ
۸۱ مطالب مورد نیاز مخاطبان
۸۴ منابع و مأخذ

مقدمه:

هر سال میلیون‌ها نفر از عاشقان ابوعبدالله الحسین علیه السلام در ایام اربعین با پای پیاده به سوی مرقد نورانیش حرکت کرده و بزرگ‌ترین اجتماع عبادی بشری را شکل می‌دهند. این حرکت بی‌نظیر مردمی، یک فرصت طلایی برای مکتب اسلام است تا اوج شوکت و عظمت خود را به نمایش بگذارد و بحمدالله در سال‌های اخیر، علی‌رغم تهدیدهای دشمنان، بر غنای آن افزوده شده و اینک همچون خاری در چشم دشمنان قسم خورده اسلام و مکتب اهلبیت علیهم السلام فرو رفته است.

این حرکت که با اجرا و بودجه مردمی اداره می‌گردد، ظرفیت بزرگی برای تبلیغ معارف دینی توسط مبلغان گرامی است که به پیروی از رهبران راستین اسلام، اندوخته‌های معرفتی خود را به دیگران منتقل کنند و در این میان، تبلیغ چهره به چهره از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است.

مقام معظم رهبری - مد ظله العالی - در اهمیت تبلیغ چهره
به چهره فرموده‌اند:

درست است که بحمدالله بیانات علمای متعددی
- چه در مرکز و چه در شهرستان‌ها - به عناوین
مختلف و به حسب اقتضای نماز جمعه، یا بعضی
از مناسبت‌های دیگر و نیز درس‌ها و بحث‌هایی
که دارند، در رادیو و تلویزیون منتشر می‌شود؛
لیکن هیچ‌کدام از این کارها، جای حرکت روحانی
روبه‌روی با مردم را نمی‌گیرد. هیچ چیز، جای
تبلیغ روبه‌رو و چهره به چهره را - آن طوری که
رسم ما روحانیون بوده است که با مردم حرف
می‌زدیم - نمی‌گیرد... این، متعلق به جامعه
ماست که روحانیون در همه سطوح مختلف، در
شهرها و محلات و روستاهای گوناگون و در بین
عشایر، با مردم روبه‌رو و مواجه هستند؛ با آنها
حرف می‌زنند؛ حساب و کتاب دارند؛ سر و کار
عموم مردم با آنهاست؛ مرجع درد دل‌ها و بیان

شبهه‌های ذهنی و مشکلات روحی مردمند و نیز
غمگسار آنها هستند.^۱

معظم له در جایی دیگر می‌فرماید:

خدای تعالی یک رازی در مواجهه و روبرو شدن
دو انسان با یکدیگر قرار داده که نمی‌دانم
چیست؛ اما هست و اینکه یک مربی با مخاطب
خود در یک جلسه می‌نشیند و با او حرف می‌زند
که این صورت او را می‌بیند و صدای او را
بی‌واسطه می‌شنود و او به مخاطب خود رو
می‌کند و با او حرف می‌زند. این اثری دارد
که در هیچ ابزار هنری دیگر نیست. این یک
رازی است که این هم از خصوصیات انسان
است.^۲

۱. سخنرانی در دیدار با روحانیون، در آستانه ماه رمضان
(۱۳۷۳/۱۱/۵).

۲. بیانات رهبر معظم انقلاب در میان هزاران تن از جوانان، بهمن
۱۳۸۲.

در این نوشتار برآنیم تا براساس تجربه‌های تبلیغی گذشته، به عزیزی که قصد دارند در پیاده‌روی اربعین به تبلیغ مکتب قرآن به صورت چهره به چهره بپردازند رهنمودهایی ارائه کنیم.

تعریف تبلیغ چهره به چهره

تبلیغ چهره به چهره در معنای عام، به نوعی از تبلیغ اطلاق می‌گردد که مبلّغ در آن مستقیماً و به صورت رو در رو با مخاطب ارتباط برقرار می‌کند. با این تعریف، منبر و خطابه، پرسش و پاسخ، کلاس‌داری تبلیغی، مناظره، گفتگوهای دو یا چند نفره به صورت خیلی طبیعی و عادی و ... که در آنها مبلّغ رو در روی مخاطب با او ارتباط برقرار می‌کند، تبلیغ چهره به چهره به حساب می‌آیند.

تبلیغ چهره به چهره به معنای خاص عبارت است از: «ارتباط رودرروی مبلّغ با مخاطب به صورت مستقیم، غیررسمی و خودمانی و در عین حال حساب شده و هدفمند جهت هدایت او». در اینجا نه سخنرانی و کلاس‌داری رسمی وجود دارد و نه جلسه پرسش و پاسخ است و نه مناظره کلاسیک؛ بلکه مبلّغ است و یک یا چند نفر از افرادی که با آنها روبرو شده و قصد

دارد در اندیشه و احساس و رفتار آنان بر اساس آموزه‌های دینی اثر بگذارد. بر اساس این تعریف، در تبلیغ چهره به چهره مسائل زیر مورد توجه قرار می‌گیرد:

- مبلغ رو در روی مخاطب قرار می‌گیرد و به صورت مستقیم با او ارتباط تبلیغی برقرار می‌کند.
- این ارتباط آنقدر خودمانی و طبیعی است که مخاطب احساس نمی‌کند کسی آمده است تا او را هدایت کند.
- در عین حال این ارتباط «حساب شده و هدفمند» است و با برنامه از پیش تعیین شده، به منظور تأثیرگذاری مطلوب دین در اندیشه و احساس و رفتار مخاطب صورت می‌گیرد.
- این تبلیغ منحصر در گفتن نیست؛ بلکه ممکن است مبلغ با رفتار خود و یا انجام یک کار هنری و یا حتی با زبان بدن به تبلیغ دین بپردازد.

امتیازات تبلیغ چهره به چهره

تبلیغ چهره به چهره از امتیازات فراوانی برخوردار است؛ از

جمله:

تأثیرپذیری بیشتر: در این نوع از تبلیغ، به دلیل خودمانی و غیررسمی بودن، مخاطبان تأثیر پذیرترند. علاوه بر این، بسیاری از مخاطبان در برنامه‌های رسمی مثل سخنرانی، نه برای تأثیرپذیری و انتخاب مسیر، بلکه برای اعلام حمایت از برنامه‌ها و کوری چشم مخالفان و یا بردن ثواب شرکت می‌کنند، در حالی که در تبلیغ چهره به چهره مخاطب چنین انگیزه‌هایی ندارد و در صورت یافتن حقیقت، آن را می‌پذیرد. این نوع از تبلیغ اگر با تبلیغ عملی همراه گردد، توان همراه ساختن سخت‌ترین دل‌ها را دارد.

فعال بودن مبلغ: تقریباً در همه روش‌های تبلیغی مرسوم دیگر، مبلغ منتظر می‌ماند تا مخاطب در برنامه او شرکت کرده و اثر بپذیرد؛ اما در تبلیغ چهره به چهره ما منتظر مخاطب نمی‌نشینیم، بلکه خودمان به سراغش می‌رویم.

قدرت به کارگیری سایر روش‌ها: ممکن است در حین اکران یک فیلم به راحتی نتوانیم تبلیغ چهره به چهره کنیم؛ اما در حین تبلیغ چهره به چهره به راحتی می‌توانیم فیلم و یا هر محصول دیگر هنری را به مخاطب خود بدهیم.

گسترده‌گی مخاطب: تعداد و تنوع کسانی که در برنامه‌های مختلف فرهنگی شرکت می‌کنند، بسیار کمتر از کسانی است که در تیررس تبلیغ چهره به چهره قرار می‌گیرند.

هزینه کمتر: این روش نیازی به هزینه چندانی ندارد و نسبت به بسیاری از روش‌های تبلیغی، هزینه کمتری دارد.

جذب خاکستری‌ها: بسیاری از افراد، به خصوص افراد خاکستری با قرار گرفتن در معرض تبلیغات سوء معاندین، نسبت به روحانیت بدبین گشته و تمایلی به شرکت در برنامه‌های آنها ندارند. این افراد در برخوردهای دوستانه‌ای که در تبلیغ چهره به چهره صورت می‌گیرد، متوجه اهداف پلید مخالفان می‌شوند و بین آنها و مبلغان دینی ارتباط دوستانه برقرار می‌گردد.

شناخت بهتر از مردم: به دلیل ارتباط رو در رو و خودمانی و گرم گرفتن با مخاطبان در تبلیغ چهره به چهره، بهتر به نیازها، گرایش‌ها و خواسته‌های مردم پی می‌بریم و این عاملی برای تأثیرگذاری بیشتر در تبلیغ است.

ایجاد زمینه توزیع محصولات فرهنگی: بیش از تولید محصولات فرهنگی، توزیع آنها اهمیت دارد و تا یک محصول

در اختیار مخاطب قرار نگیرد، از آن بهره‌ای برده نمی‌شود. تبلیغ چهره به چهره، فرصت مناسبی برای معرفی و توزیع محصولات فرهنگی است.

فرایند تبلیغ چهره به چهره

در تبلیغ چهره به چهره، مراحل زیر اجرا می‌گردد:

الف) حرکت به سوی مخاطب

در تبلیغ چهره به چهره، تلاش می‌کنیم به سوی مخاطب برویم و به هیچ‌وجه منتظر نمی‌مانیم تا او به سوی ما بیاید؛ همچون پیامبر گرامی اسلام ﷺ که به قول امام علی عَلِيٍّ طبیبی دوار بود و به سوی مخاطبانش حرکت می‌کرد.

طیب دوار بطبه قد أحکم مراهمه و أحمی مواسمه یضع ذلك حیث الحاجة إلیه من قلوب عمی و آذان صم و ألسنة بکم و یتتبع بدوائه مواضع الغفلة و مواطن الحیرة.^۱
 طبیبی است که برای درمان بیماران سیار است. مرهم‌های (شفابخش) او آماده و ابزار داغ کردن زخم‌ها را گذاخته است. این (مرهم و ابزار داغ

۱. تصنیف غرر الحکم و درر الکلم، ص ۱۰۹.

کردن) را در جاهایی که نیاز شود مثل (شفای) قلب‌های کور و گوش‌های ناشنوا و زبان‌های لال، قرار می‌دهد.

در این راستا توصیه می‌شود مبلغان گرامی اقدامات زیر را انجام دهند:

- جز در مواقع خواب و خوراک، آن هم به اندازه ضرورت و نیاز، در محل اسکان (موکب، هتل و مسافرخانه و...) نمانید و سعی کنید خود را به میان مردم برسانید تا بتوانید بیشترین تعامل و ارتباط را با آنها داشته باشید. البته اگر موکب عمومی باشد، می‌تواند محلی برای ارتباط‌گیری با برخی مخاطبان باشد.
- در مسیر حرکت به سوی کربلا، سعی کنید با دوستان خود نباشید؛ بلکه به میان دیگران بروید تا بتوانید ارتباط برقرار کرده و تبلیغ کنید. تا زمانی که با دوستان خود راه می‌روید کمتر احتمال دارد که افراد نیازمند بتوانند یا به خود اجازه دهند که از شما سؤالی بپرسند یا با شما خلوت کنند.
- در میان مردم به گونه‌ای حرکت کنید، نگاه کنید، غذا بخورید، زیارت کنید و دیگر فعالیت‌های خود را انجام دهید که احساس نکنند برای خودتان هستید و

نمی‌توان با شما ارتباط برقرار کرد. بدین منظور، به دیگران توجه کنید، در حال راه رفتن سرتان را بالا بگیرید و آماده باشید که هر لحظه از شما چیزی بپرسند و یا مطلبی را مطرح کنند.^۱

ب) جذب مخاطب

پس از حضور در میان مخاطبان، باید به گونه‌ای بود و به شکلی عمل کرد که نه تنها موجب رنجش آنان نشود؛ بلکه آنها را به سمت مبلغ بکشاند. ویژگی‌ها و اقدامات زیر موجب جذب افراد می‌شود:

آراستگی ظاهر: امام علی علیه السلام فرمودند: «التجمل من أخلاق المؤمنین^۲؛ زیباسازی از اخلاق مؤمنین است.»

هرچند در پیاده‌روی اربعین به دلیل گرد و غبار و محدودیت‌های خاص، نمی‌توان لباس‌های شیک و مرتب داشت

۱. در بیان تجربه‌های تبلیغی مربوط به سفر تبلیغی اربعین از کتابچه «تبلیغ چهره به چهره، روش‌های تعامل و ارتباط‌گیری با زائران اربعین» استفاده کرده‌ام.

۲. تصنیف غرر الحکم و درر الکلم، ص ۴۳۵.

و این با سفر زیارتی امام حسین علیه السلام نیز سازگاری ندارد؛ اما لازم است به گونه‌ای باشیم که ظاهر ما موجب آزرده‌گی مخاطب نباشد، بلکه در جایگاه خود، آنان را جذب کند. بدین منظور توصیه می‌شود موارد زیر رعایت گردد:

- از پوشیدن لباس‌های پاره، کثیف و چروک پرهیز کنیم.
- لباسمان را مرتب بپوشیم و دکمه‌های آن را ببندیم و در صورت معمم بودن، عمامه خود را مرتب نگه داریم.
- کیف دستی و کوله‌پشتی‌مان به لحاظ رنگ، شکل و نوع، مناسب با شئون روحانیت و مبلغ دین باشد.
- با استفاده از چفیه، شال سفید، مشکی یا سبز، به تناسب، حالت معنوی بیشتری داشته باشیم.
- سر و صورت خود را همواره مرتب نگه داریم.

معطر بودن: در هنگام برخورد با افراد، بوی دهان، بدن، کفش و لباس، آنها را آزرده می‌کند و مانع ارتباط مطلوب می‌گردد. مبلغ باید همواره بدن و لباس خود را تمیز نگه دارد و خود را معطر و خوشبو نماید. انبیای الهی همیشه به این امر

توجه می کردند، تا آنجا که امام رضا علیه السلام فرموده اند: «الطيب من أخلاق الأنبياء؛ بوی خوش از اخلاق پیامبران است.»
 با توجه به فضای تبلیغی اربعین توصیه می شود مبلغان گرامی نکات زیر را مورد توجه قرار دهند:

- در فواصل معین، پاها و در صورت امکان بدن خود را شستشو دهید.

- از خوردن پیاز و سیر به شدت پرهیز کنید.

- در صورتی که بدن شما به خاطر عرق کردن بو می گیرد، از مواد ضد تعریق در بدن و کفشها استفاده کنید.

- همواره بعد از غذا مسواک بزنید و دهان خود را خوشبو نگهدارید. استفاده از آب نمک و دهانشویه، موجب سلامت لثه از بیماری و عفونت می شود و بوی دهان را کاهش می دهد.

- جز در کربلا و نزدیک آن، از عطرها و عطرهای جذاب استفاده کنید و خود را خوشبو نمایید.

پرهیز از پرخوری:

پرخوری زیان‌های جسمی، روحی و روانی فراوانی دارد که از جمله آنها مبعوض شدن به درگاه خداوند متعال است. امام باقر علیه السلام فرمودند: «ما من شيء أبغض إلى الله عز و جل من بطن مملوء؛ در نزد خداوند هیچ چیزی بدتر از شکم پر نیست.» علاوه بر این، پرخوری چهره زشتی از روحانیت در محافل عمومی به جای می‌گذرد و موجب نفرت بسیاری از افراد می‌گردد. طبیعی است که مخاطبان با دیدن منظره پرخوری یک مبلغ، جذب او نشوند.

لبخند زدن و گشاده رویی:

مردم از چهره‌های عبوس و گرفته بدشان می‌آید و به انسان‌های خنده‌رو و شاد علاقه نشان می‌دهند. از همین جهت گاهی یک لبخند از دور مخاطب را جذب می‌کند. یکی از ویژگی‌های پیامبر اسلام صلی الله علیه و آله، با قدرت جاذبه فراوانی که داشتند، لبخند زدن و گشاده‌روی در مقابل مخاطبان‌شان بود. درباره آن

حضرت نقل شده است که: «کان رسول الله صلی الله علیه و آله إذا حدث بحديث تبسم في حديثه؛ هر گاه پیامبر خدا سخن می‌گفت، در سخن گفتن تبسم می‌کرد.»

ممکن است مبلغ به خاطر سختی‌های سفر یا گرفتاری‌های دیگری ناراحت و اندوهگین باشد، اما باید سعی کند این ناراحتی را به چهره خود سرایت ندهد و با صبر و تحمل، با چهره‌ای گشاده با مردم برخورد کند که امام علی علیه السلام فرمودند: «بشر المؤمن في وجهه و حزنه في قلبه؛ شادی مؤمن در صورت و ناراحتی او در قلبش قرار دارد.»

شایسته است مبلغان عزیز در تبلیغ اربعین موارد زیر را مورد توجه قرار دهند:

- از درهم کشیدن ابروها و اخم کردن پرهیزید و شاد و بشاش باشید.
- در هنگام پاسخگویی به سؤالات مخاطبان، با لبخند و سلام و حال و احوال‌پرسی، آنان را شاد کنید.

۱. مکارم الأخلاق، ص ۲۱.

۲. غررالحکم و دررالکلم، ص ۳۱۴.

- هنگام ورود به مکان‌های مختلف و خروج از آنها در مواجهه با دیگران و یا جدا شدن از آنان، به صورت معقول تبسم کنید.
- بعد از سلام نماز و هنگام مصافحه، به چهره اطرافیان نگاه کنید و مهربانانه لبخند بزنید.
- در خندیدن افراط نکنید و از خندیدن با صدای بلند و قهقهه بپرهیزید تا وقار و متانت شما از بین نرود.
- در هنگام عزاداری و خواندن زیارت، از خندیدن و حتی گاهی لبخند زدن بپرهیزید.

ج) ایجاد رابطه حسنه و عاطفی

ایجاد ارتباط با افراد و مخصوصاً رابطه حسنه و عاطفی با آنان، اهمیت ویژه‌ای دارد؛ زیرا باب گفتگو را باز نموده و تأثیر مستقیمی بر روند تبلیغ می‌گذارد. تبلیغ چهره به چهره تنها از طریق ارتباط و ارتباط نیز از راه رفاقت محقق می‌شود. کسانی که نمی‌توانند با مردم ارتباط برقرار کنند، برای تبلیغ چهره به چهره مناسب نیستند. قبل از بیان فنون برقراری ارتباط و رابطه عاطفی، به دو ویژگی مهم مبلغ در تبلیغ چهره به چهره اشاره می‌کنیم:

۱. داشتن معنویت و ارتباط قوی با خداوند:

اگر انسان اهل معنویت بوده و ارتباط قوی با خداوند داشته باشد، خدای بزرگ محبت او را در دل دیگران قرار می‌دهد و بهتر می‌تواند با آنان ارتباط برقرار کرده و تأثیر بگذارد: «إِنَّ الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ سَيَجْعَلُ لَهُمُ الرَّحْمَانُ وُدًّا؛ قطعاً کسانی که ایمان آورده و کارهای شایسته انجام داده‌اند، به زودی [خدای] رحمان برای آنان [در دل‌ها] محبتی قرار خواهد داد.»

بنابراین مبلغان گرامی باید روز به روز ارتباط خود را با خداوند تقویت کرده، با تعمیق ایمان و انجام اعمال صالح، بر تأثیرگذاری معنوی خود بیفزایند.

۲. روابط عمومی بالا:

مبلغانی که به اصطلاح درون‌گرا بوده و از روابط عمومی بالایی برخوردار نباشند، به راحتی نمی‌توانند با دیگران ارتباط برقرار کنند. این امر در تبلیغ چهره به چهره از اهمیت بیشتری

برخوردار است، از این رو باید قدرت روابط عمومی و گفتگو با دیگران را در خود تقویت کنند.

روش‌های ایجاد رابطه حسنه و عاطفی

برای ایجاد ارتباط با مخاطبان و برقراری و تقویت رابطه عاطفی، می‌توان از فنون زیر استفاده کرد که اتفاقاً بسیاری از آنها به عنوان آداب اسلامی مورد تأکید قرار گرفته است:

سلام کردن:

پیامبر خدا ﷺ همیشه بر کوچک و بزرگ سلام می‌کردند^۱ و هیچ کس نتوانست بر او در سلام کردن پیشی بگیرد. در بسیاری از اوقات یک سلام کردن، آن هم با صدای بلند، زمینه ارتباط و ایجاد محبت و عاطفه بین مبلغ و زائر می‌شود و از این راه باب گفتگو و مراوده باز می‌گردد.

سلام کردن به دیگران نشانه تواضع است و به همین جهت در جذب آنها و ایجاد رابطه حسنه بسیار مؤثر می‌باشد. امام صادق علیه السلام از پدرش و او از پدراناش از رسول خدا صلی الله علیه و آله نقل

۱. مستدرک الوسائل، ج ۲، ص ۶۹.

می‌کند که آن حضرت فرمودند: «إِنَّ مِنَ التَّوَاضُّعِ أَنْ يَرْضَى الرَّجُلُ بِالْمَجْلِسِ دُونَ شَرَفِ الْمَجْلِسِ وَأَنْ يُسَلَّمَ عَلَى مَنْ لَقِيَ؛ یکی از نشانه‌های تواضع این است که انسان به غیر از بالای مجلس راضی باشد و اینکه به هر کس برخورد کرد، سلام کند.»
در این باره توجه به نکات زیر شایسته است:

برخاستن از جا:

برخاستن از جا در هنگام ورود مخاطب، می‌تواند در ایجاد رابطه دوستانه مؤثر باشد. در سیره پیامبر خدا ﷺ آمده است که: «كَانَ إِذَا لَقِيَهِ وَاحِدٌ مِنْ أَصْحَابِهِ قَامَ مَعَهُ؛ همیشه چنین بود که اگر یکی از اصحابش بر او وارد می‌شد، به احترامش بر می‌خاست.»

دست دادن:

درباره رسول خدا ﷺ نقل شده است که: «وَ إِذَا لَقِيَ مُسْلِمًا بَدَأَهُ بِالْمُصَافَحَةِ؛ به هنگام ملاقات با هر مسلمانی، او آغاز به دست دادن می‌کرد.»

۱. همان، ص ۴۳۸.

۲. بحار الأنوار، ج ۱۶، ص ۲۲۶.

پیامبر خدا ﷺ در مصافحه کردن، دست خود را قبل از طرف مقابل نمی‌کشیدند که این نیز به نوبه خود در ایجاد رابطه حسنه تأثیر بیشتری دارد. درباره آن حضرت نقل شده است که: «مَا أَخَذَ أَحَدٌ يَدَهُ فَيُرْسِلُ يَدَهُ حَتَّى يُرْسِلَهُ^۱؛ هنگامی که دستش در دست کسی برای مصافحه بود، دست خود را نمی‌کشید تا آنکه فرد دستش را بکشد.»^۲

درباره دست دادن به نکات زیر توجه کنیم:

- دست مخاطبانمان را به گرمی بفشاریم تا آنها بیشتر احساس دوستی و محبت کنند.
- به همراه دست دادن، اگر شرایط اقتضا می‌کند، ثواب دست دادن را بیان کنیم؛ مثلاً بگوییم: به به چه کار خوبی، پیغمبر اکرم صلوات الله علیه در باره مصافحه فرمودند.....
- می‌توان هنگام دست دادن و همراه با بیان روایتی از معصومین علیهم‌السلام درباره مصافحه، نکات دیگری را بیان کرد

۱. همان.

۲. امام صادق علیه‌السلام درباره پیامبر خدا ﷺ فرمودند: «وَإِنْ كَانَ لِيَصَافِحُهُ الرَّجُلُ فَمَا يَتْرُكُ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ يَدَهُ مِنْ يَدِهِ حَتَّى يَكُونَ هُوَ النَّارِكُ؛ اگر کسی به او دست می‌داد، رسول خدا ﷺ دست او را رها نمی‌کرد تا او خودش چنین کند.» (الکافی، ج ۲، ص ۶۷۱)

که رابطه را عاطفی‌تر کند؛ مثلاً می‌توانیم بگوییم: امام محمدباقر علیه السلام فرمودند: وقتی دو نفر مؤمن با هم دست می‌دهند، خدا کسی را بیشتر دوست دارد که شخص مقابل را بیشتر دوست داشته باشد. حالا شما منو بیشتر دوست داری یا من شما رو؟

- سعی کنیم اول ما دستمان را به سمت افراد دراز کنیم تا به ما دست بدهند.

- تا افراد دست ما را رها نکرده‌اند، ما دستمان را رها نکنیم.
- با دو دستمان به افراد دست بدهیم و کمی آنها را به طرف خودمان بکشیم. این روش بیشتر آنها را به ما علاقمند می‌کند.

- اگر مخاطب بدش نمی‌آید، هنگام صحبت کردن هم دست او را رها نکنیم و دست در دست یکدیگر سخن بگوییم.

- از دست دادن و معانقه کردن با غیر ایرانی‌ها پرهیز نکنیم. البته اگر بتوانیم آداب و سنت‌های آنها در دست دادن و معانقه را رعایت کنیم بهتر است؛ مثلاً عراقی‌ها وقتی می‌خواهند معانقه کنند، سه بار یک طرف صورت را به هم می‌زنند یا می‌بوسند.

تبسم:

داشتن چهره‌ای متبسم می‌تواند در ایجاد محبوبیت و رابطه عاطفی با مخاطب تأثیرگذار باشد. درباره پیامبر گرامی اسلام صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ نقل شده است: «وَكَانَ أَكْثَرَ النَّاسِ تَبَسُّمًا»؛ از همه مردم تبسمش بیشتر بود.»

احوال‌پرسی:

یک احوال‌پرسی ساده می‌تواند رابطه شما را با افراد تقویت کند و موجب ایجاد انس و همدلی گردد. در این احوال‌پرسی می‌توانید بگویید: حالتون چگونه؟ اهل کجا هستید؟ چند سال دارید؟ تحصیلات شما چقدر است؟ شغلتون چیه؟ متأهل هستید یا مجرد؟ و

وقتی مخاطبان به این سؤالات پاسخ دادند، شما بسنده نکرده و سؤالات مرتبط دیگری بپرسید تا راه ارتباط عاطفی بیشتری باز شود. اگر این سؤالات مورد علاقه افراد باشد، بیشتر در آنها علاقه ایجاد می‌کند و ارتباط شما قوی‌تر می‌گردد؛ مثلاً اگر طرف شما هیئتی است، درباره هیئت آنها سؤال کنید و اگر

کشاورز است، از کسب و کار و کشاورزی بپرسید و از وضعیت آب و باغ و ملک و ... بگویید و ...

یکی از سؤال‌های خیلی مرتبط این است که بپرسید: چی شد اومدید کربلا؟ از اومدنتون راضی هستید؟ سال دیگه هم می‌آیید؟ و ...

محبت:

یکی از راه‌های ایجاد محبویت، محبت به دیگران است؛ خصوصاً این اقدام درباره کودکان، دارای تأکید بیشتری می‌باشد و به عنوان یکی از حقوق آنان مطرح شده است. چنانچه امام سجاد علیه السلام فرمودند: «وَحَقُّ الصَّغِيرِ رَحْمَتُهُ فِي تَعْلِيمِهِ وَالْعَفْوُ عَنْهُ وَالسَّتْرُ عَلَيْهِ وَالرَّفْقُ بِهِ وَالْمَعُونَةُ لَهُ؛^۱ حق کودک مهربانی به او در آموزش و گذشت از خطای وی و عیب‌پوشی و همراهی و یاری اوست.»

همه کسانی که در ایام اربعین با پای پیاده به سمت کربلا در حرکتند، هرچه باشند، علاقمند اهل بیت علیهم السلام هستند و لازم است نسبت به آنان محبت روا داشته شود؛ هر چند برخی از

۱. من لایحضره الفقیه، ج ۲، ص ۶۲۵.

آنان اعمال شایسته‌ای انجام ندهند. از امام رضا علیه السلام روایت شده که فرمودند: «کن محبا لآل محمد علیهم السلام و إن كنت فاسقا، و محبا لمحبيهم و إن كانوا فاسقین؛ علاقمند اهل بیت پیامبر باش گرچه فاسق باشی، و علاقمندان آنان را نیز دوست بدار گرچه فاسق باشند.»

بدیهی است که اهل بیت پیامبر علیهم السلام اجازه گناه نمی‌دهند و گناه را دوست ندارند و نمی‌پسندند که شیعیان و محبان آنان معصیت کنند؛ اما گوهر محبت اهل بیت علیهم السلام آنچنان قیمت دارد که انسان اگر خدای ناکرده اهل فسق شد نیز نباید خود را از این ریشه جدا سازد و به خاطر آنان باید علاقمندانشان را نیز دوست داشت، چه بسا این محبت، آن فرد را از گناه‌رهایی بخشد و از جمله نیکان شود که در تاریخ نمونه‌های آن فراوان است.

نگاه محبت‌آمیز به مخاطب، موجب جذب او به سمت مبلغ است؛ از این رو شایسته، بلکه بایسته است مبلغان گرامی در هنگام برخورد با مخاطبان‌شان نگاهی محبت‌آمیز به آنان داشته،

از هرگونه سوء ظن نسبت به آنها بپرهیزند. البته در برخورد با جنس مخالف باید حدود اخلاقی و شرعی را رعایت نمود. همچنین استفاده از واژه‌های محبت‌آمیز می‌تواند ارتباط عاطفی فوق‌العاده‌ای برقرار کند؛ مثلاً بعد از آنکه رابطه اولیه با مخاطب برقرار شد، می‌توان برای تقویت ارتباط و ایجاد محبت، در خطاب‌های بعدی از واژه‌هایی مانند: داداشم، اخوی، برادر، دوست عزیزم و ... استفاده کرد.

استفاده از نام افراد:

وقتی با کسی صمیمی می‌شوید و او را با اسم کوچک صدا می‌زنید، احساس نزدیکی بیشتری می‌کند و بین شما و او ارتباط قوی‌تری برقرار می‌شود. البته در این باره باید شرایط سنی و جنسی مخاطب را در نظر گرفت؛ زیرا بعضی از آنها نمی‌خواهند با اسم کوچک صدا شوند و این اقدام را نوعی توهین به خود در بعضی شرایط می‌دانند و درباره بانوان نیز نباید چنین کرد. در صدا زدن افراد با اسم کوچک و استفاده از نام آنها برای برقراری ارتباط و جذب مخاطب به نکات زیر توجه کنیم:

- هنگامی که افراد برای پرسیدن سؤال، مشورت و یا هرکار دیگری به ما مراجعه می‌کنند، می‌توانیم در آغاز اسم آنها را بپرسیم و در مرحله بعدی آنها را با نام کوچکشان صدا بزنیم؛ مثلاً اگر برای مسئله نماز مسافر مراجعه کرده و ما اسم او را پرسیده‌ایم و نامش محمد است، بگوییم: بین محمد آقا اگر شما امروز عصر که وارد نجف شدی قصد ده روز کردی ...

- اگر به همراه بزرگ‌ترها که به ما مراجعه کرده‌اند یا ما با آنها برخورد کرده‌ایم، فرزندشان نیز حضور دارد، اسم بچه‌ها را از خودشان بپرسیم، مثلاً بگوییم: عزیزم اسمت چیه؟ و اگر اسم خوبی دارد او را تشویق کرده و مثلاً بگوییم: به به محمد آقا، چه اسم قشنگی و

- اگر بعد از پرسیدن نام افراد، در هنگام بیان نام خودشان نکته دیگری را به آن اضافه کردند، از همان نکته نیز برای برقراری ارتباط بیشتر استفاده کنیم؛ مثلاً اگر در جواب گفتند: کوچیک شما علی هستم، بگوییم: نوکر امام حسین علیه السلام که کوچیک نمیشه، خیلی هم آقا و بزرگوار هستید. یا اگر گفتند: نوکر شما مجید هستم، بگوییم: ایشالا نوکر امام حسین علیه السلام باشید.

- اگر در چند ساعت با عده‌ای از نوجوانان و جوانان همراه می‌شویم و مثلاً با هم پیاده‌روی می‌کنیم، سعی کنیم در همان آغاز نامشان را بپرسیم و حفظ کنیم و در طول مسیر در هنگام گفتگو، آنها را با نامشان صدا بزنیم. این کار فوق‌العاده در برقراری ارتباط و جذب آنان مؤثر است.

- اگر فردی که می‌خواهیم با او ارتباط برقرار کنیم عراقی و عرب است و ما نمی‌توانیم به زبان عربی سخن بگوییم، حداقل سعی کنیم اسم او را بپرسیم و مثلاً بگوییم: «شیس‌مک یا حییبی؟؛ دوست من اسمت چیه؟» و وقتی که جواب داد، بعداً فقط به سخنان او گوش دهیم و با زبان بدن و حرکات سر و صورت با او همراهی کنیم و تحویل بگیریم و گاهی با گفتن احسنت او را تأیید نماییم.

تواضع:

تواضع و فروتنی در برقراری رابطه همدلانه و محبوبیت نقش کلیدی دارد. امام علی علیه السلام فرمودند: «ثلاث یوجبن المحبة: حسن الخلق و حسن الرفق و التواضع؛ سه خصلت موجب محبت

۱. غررالحکم و درر الکلم، ص ۲۵۵.

می‌شود: خوشخویی، مهربانی و فروتنی.» بنابراین سعی کنیم در مقابل مخاطبانمان متواضعانه برخورد کنیم.

عدم تقید به جای خاص:

بر اساس روایات، پیامبر صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ هیچ گونه تقیدی به جای خاص در مجلس نداشتند. امام مجتبی عَلَيْهِ السَّلَام از دایی خود هند بن ابی هاله نقل کرده است که: «سَأَلْتُهُ عَنْ مَجْلِسِهِ أَي رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَقَالَ كَانَ... إِذَا انْتَهَى إِلَى قَوْمٍ جَلَسَ حَيْثُ يَنْتَهِي بِهِ الْمَجْلِسُ؛ از او درباره نشستن رسول خدا صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سؤال کردم. پس گفت:... رسول خدا چنین بود که هر گاه به گروهی می‌رسید، هر کجا جا بود همانجا می‌نشست.»

توجه به همه:

در جلسه گروهی لازم است مبلغ به همه افراد توجه کند. از امام صادق عَلَيْهِ السَّلَام نقل شده است که فرمودند: «كَانَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقْسِمُ لِحَظَاتِهِ بَيْنَ أَصْحَابِهِ فَيَنْظُرُ إِلَى ذَا وَ يَنْظُرُ إِلَى ذَا بِالسَّوِيَّةِ؛

۱. مستدرک الوسائل، ج ۸، ص ۴۰۴.

۲. همان.

پیامبر خدا ﷺ همیشه توجه و نگاه خود را بین اصحاب خویش تقسیم می‌نمود؛ و به صورت مساوی به این و آن نگاه می‌کرد.»

اکرام و احترام:

احترام گذاشتن به دیگران، از سنت‌های نیکوی نبوی است. آن حضرت افرادی را که بر او وارد می‌شدند احترام می‌نمود و آنان را گرامی می‌داشت: «وَاَنَّ يُكْرِمُ مَنْ يَدْخُلُ عَلَيْهِ حَتَّى رَمَاهُ بَسَطَ ثَوْبَهُ وَ يُؤْتِرُ الدَّخِلَ بِالْوَسَادَةِ الَّتِي تَحْتَهُ؛ هر کسی بر او وارد می‌شد، اکرامش می‌کرد و حتی لباس خود را برایش پهن می‌کرد و متکا و بالش خود را پشت او می‌گذاشت.»

در سیره رسول خدا ﷺ چنین نقل شده است: «وَاَنَّ أَكْثَرَ جُلُوسِهِ أَنْ يَنْصَبَ سَاقِيَهُ جَمِيعًا؛ نشستن او غالباً دو زانو بود.» چنانچه مخاطب از سن و سال بالاتری برخوردار باشد، از نظر اولیای دین لازم است بیش‌تر مورد احترام و اکرام قرار گیرد. امام صادق علیه السلام فرمودند: «لَيْسَ مِنَّا مَنْ لَمْ يُوقَّرْ كِبَرَنَا وَ

۱. همان.

۲. همان.

يُرْحَمُ صَغِيرَنَا؛ کسی که به بزرگسالان ما احترام نگذارد و به کودکان ما رحم نکند، از ما نیست.»

وقتی مبلغ دین، چنین رفتارهایی از خود بروز می‌دهد، افراد به راحتی شیفته او می‌شوند و بهترین ارتباطات عاطفی بین آنها شکل می‌گیرد.

اعلام دوستی:

اعلام دوستی نسبت به کسی که انسان او را دوست دارد، موجب ارتباط مناسب‌تر و بهتر شدن روابط عاطفی و ایجاد محبوبیت است. امام صادق علیه السلام از پدرانش از امام علی علیه السلام نقل کرده است که آن حضرت فرمودند: پیامبر خدا صلی الله علیه و آله فرمودند: «إِدَا أَحَبَّ أَحَدُكُمْ أَخَاهُ فَلْيُعَلِّمَهُ فَإِنَّهُ أَصْلَحُ لِدَاتِ الْبَيْنِ^۲؛ هرگاه یکی از شما برادر دینی‌اش را دوست بدارد، باید او را آگاه سازد؛ زیرا این برای ارتباط بین افراد مناسب‌تر است.»

۱. الکافی، ج ۲، ص ۱۶۵.

۲. مستدرک الوسائل، ج ۸، ص ۳۴.

خوش‌سخنی:

امام علی علیه السلام خوش‌سخنی را در جلب افراد و ایجاد انس و رفاقت مؤثر دانسته و فرموده‌اند: «من عذب لسانه کثر إخوانه»؛ کسی که خوش‌سخن و شیرین‌زبان باشد، برادران [و دوستان] او بسیار شوند.»

اگر بخواهیم سخنان مناسب‌تری از مخاطب دریافت کنیم، لازم است از سخنان زیبا و دلپسند استفاده کنیم. امام علی علیه السلام فرمودند: «أجملوا في الخطاب تسمعوا جميل الجواب»؛ زیبا و آراسته سخن گوئید تا جوابی زیبا و آراسته بشنوید.» یکی از معیارهای خوش‌سخنی، رعایت ادبیات مخاطب است. هر یک از دانش‌آموزان، دانشجویان، طلاب علوم دینی، کشاورزان، پزشکان، کسبه و... دارای ادبیات مخصوص خود هستند. اگر بتوانیم از واژه‌های مورد استفاده خود آنها استفاده کنیم، بهتر می‌توانیم با آنها ارتباط برقرار کرده و بر آنها اثر بگذاریم.

۱. غررالحکم و درر الکلم، ص ۴۳۵.

۲. همان.

اگر با افراد عوام عوام‌گونه، با فرهیختگان و تحصیلکردگان با ادبیات خودشان و با اقشار دیگر به زبان خودشان سخن بگوییم و حتی از اصطلاحات مورد علاقه آنان استفاده کنیم، بهتر به دل آنها می‌نشینیم.

هدیه دادن:

هدیه دادن موجب جلب محبت است. امام علی ع فرمودند: «تفضل علی من شئت فأنت أمیره^۱؛ به هر که می‌خواهی عطا کن که در این صورت امیر او خواهی بود.»
مبلغان گرامی می‌توانند هدایایی هرچند به لحاظ مادی کم قیمت به همراه داشته و در موارد مقتضی به دیگران هدیه دهند و از این راه، به تقویت ارتباط عاطفی کمک کنند.

شوخی کردن:

شوخی کردن اگر بجا و مناسب باشد موجب شاد کردن برادران دینی و ایجاد جاذبه در مبلغ و برقراری ارتباط محبت‌آمیز است. گاهی یک شوخی، موجب تغییر نگرش

۱. بحار الأنوار، ج ۷۰، ۱۶۹.

مخاطب نسبت به روحانیت می‌شود و مسیر تبلیغ را هموار می‌نماید. به‌ویژه در سفر زیارتی اربعین که زائران عزیز خسته‌اند و این خستگی ممکن است موجب ناراحتی‌هایی شده باشد. در روایات سفارش اکیدی به شوخی کردن و شاد کردن مؤمنین شده است. فضل بن ابی قره از امام صادق ع چنین روایت می‌کند: «ما من مؤمن إلا و فيه دعابة قلت و ما الدعابة قال المزاح؛ هیچ مؤمنی نیست الا اینکه در او دعابه است، گفتم دعابه چیست؟ فرمود: مزاح.»

گاهی با یک شوخی مختصر ارتباط خوبی برقرار می‌شود؛ مثلاً وقتی در برخورد با یک پسر بچه با او خوش و بش می‌کنید و لپ او را می‌کشید، با شما ارتباط برقرار می‌کند و جذب می‌شود.

البته باید شرایط اربعین را در نظر گرفت و از شوخی‌هایی که با این فضا تناسب ندارد پرهیز کرد. همچنین روحانیون محترم به هیچ وجه با بانوان شوخی نکنند و حتی در فضاهای بسته مثل سالن‌های غذاخوری که زنان نیز حضور دارند از این اقدام پرهیزد.

استفاده از شرایط و اتفاقات:

ما در سفر اربعین با شرایط و اتفاقات خاصی روبرو می شویم که هرکدام از آنها بهانه‌ای برای ایجاد ارتباط با دیگران است؛ مثلاً وقتی در صف غذا قرار می‌گیریم و کسی قبل و یا بعد از ماست، می‌توانیم با او درباره غذا و برکت‌های خداوند و یا روحیه خدمت‌گذاری که در مردم وجود دارد و این غذا را مجانی در اختیار دیگران می‌گذارند، صحبت کنیم. اگر هیئتی را می‌بینیم که خیلی پرشکوه به سمت کربلا حرکت کرده است، با اطرافیانمان درباره عظمت دستگاه امام حسین علیه السلام سخن بگوییم. وقتی یک تصادف را مشاهده می‌کنیم، درباره بلاها و سختی‌های زندگی صحبت کنیم و ...

هر یک از این شرایط و اتفاقات بهانه‌ای برای ایجاد ارتباط با مخاطب و بیان بخشی از معارف دین است.

بهره‌گیری از نقاط اشتراک:

گاهی با افرادی مواجه می‌شویم که نقاط اشتراکی با ما دارند؛ مثلاً لباس بسیجی پوشیده و اتفاقاً ما هم بسیجی هستیم، از چفیه و عکس مقام معظم رهبری استفاده کرده و ما هم عاشق رهبر معظم انقلاب و انقلابی هستیم، از لباس ورزشی

استفاده کرده و ما هم ورزشکار هستیم، هریک از این نقاط اشتراک می‌تواند بهانه‌ای برای برقراری ارتباط ما با یکدیگر باشد. مثلاً به طرف می‌گوییم: لباس ورزشی پوشیدید، انگار ورزشکار هستید. وقتی پاسخ مثبت داد، درباره نوع ورزش مورد علاقه او و ورزش مورد علاقه خودمان صحبت می‌کنیم و این را بهانه‌ای قرار می‌دهیم برای مطرح کردن ورزش روح و روان و پهلوانی در مقابل شیطان و ...

استفاده از ابزارهای ارتباطی و رسانه‌ای:

امروزه مردم از ابزارهای ارتباطی پیش‌رفته‌ای استفاده می‌کنند و خود اینها می‌تواند بهانه‌ای برای برقراری ارتباط با آنها باشد. شما می‌توانید از بعضی مخاطبان عکس بگیرید و قول بدهید که برایشان ارسال می‌کنید و یا از آنها بخواهید از شما عکس بگیرند و ارسال کنند. از طریق بلوتوث عکس‌ها و کلیپ‌های مناسب ارسال کنید، شماره تلفن خود را بدهید تا از شما مسائل شرعی را بپرسند یا مشورت بگیرند، آدرس وبلاگ و سایت خود را بدهید، آدرس کانال خود در تلگرام را بدهید و ... با این اقدامات می‌شود با افراد رابطه دوستانه برقرار کرد. البته در این باره باید متوجه بعضی آسیب‌ها بود؛ مثلاً به

هیچ‌وجه نباید زنان را در بسیاری از این گونه ارتباطات به مشارکت گرفت.

گذشتن از خطاهای مخاطبان:

شایسته است مبلغان گرامی در برخورد با خطاهای مخاطبان نکات زیر را رعایت کنند:

- در مورد خطاهای آنان تا حد امکان تغافل کنند. بدیهی است که تغافل به معنای غفلت و بی‌خبری نیست؛ بلکه بدین معناست که خطای طرف را نادیده می‌گیریم تا شخصیت او در مقابل ما کوچک نشود و در نتیجه به صورت آشکار به آن گناه دست نزنند.
- در برخورد با کسانی که حجاب اسلامی را رعایت نمی‌کنند؛ در عین اجرای وظیفه نهی از منکر، به گونه‌ای عمل کنند که مخاطب احساس نکند او را فاسد و فاسق می‌دانند و از خیل زائران حسینی جداست.
- برخی از زائران انسان‌هایی تندخو و بدرفتار هستند. با آنها به گونه‌ای محبت کنند که روش محبت کردن به دیگران و کنترل خشم را در عمل یاد بگیرند.

د) اجرای فنون تبلیغی

پس از جذب مخاطب و ایجاد رابطه عاطفی با او، لازم است با اجرای فنون تبلیغی، هدایت‌گری انجام شود. در این هدایت‌گری ممکن است ما به یک پرسش مخاطب به خوبی پاسخ دهیم، شبهه‌ای را برطرف کنیم، یا به او در کاری مشورت بدهیم و یا امر به معروف و نهی از منکر کنیم و یا هر نوع فعالیت تبلیغی دیگری که موجب هدایت دیگران است انجام دهیم. گاهی نیز ممکن است کاری که ما در اینجا انجام می‌دهیم زمینه‌ای برای ارتباطات بعدی تا چندین سال گردد و فرصتی برای هدایت‌های بعدی باشد. در این مرحله به تناسب می‌توان از فنون زیر استفاده کرد:

انگیزه‌سازی

قبل از هرچیز باید در مخاطب انگیزه شنیدن و پذیرش ایجاد کرد. برای ایجاد انگیزه شنیدن، از روش‌های مختلفی می‌توان استفاده کرد که به برخی از آنها اشاره می‌شود:

الف) روش سؤالی:

در این روش یک سؤال از مخاطب می‌پرسیم، سؤالی که در واقع دغدغه او نیز هست، یا اینکه اگر دغدغه او نیست، به گونه‌ای مطرح می‌کنیم تا دغدغه او نیز شود؛ مثلاً اگر این سؤال را مطرح کنیم که: به نظر شما چگونه می‌توان زائر واقعی امام حسین علیه السلام بود؟ این سؤال به دلیل اینکه دغدغه مخاطب است، انگیزه شنیدن پاسخ آن را دارد و می‌خواهد ما پاسخ او را بدهیم و این زمینه‌ای برای طرح مباحث ما خواهد بود. البته اگر با این روش می‌خواهیم انگیزه استماع ایجاد کنیم، باید نکات زیر را رعایت کنیم:

- حتماً پاسخ سؤال را به خوبی بدهیم؛
- سؤال نباید به گونه‌ای باشد که موجب ایجاد شبهه در ذهن مخاطب گردد.

ب) روش داستانی:

در این روش، یک داستان پرجاذبه را برای مخاطب تعریف می‌کنیم. در این صورت به دلیل جاذبه‌های داستانی، او به ما و

مطالبمان علاقمند می‌شود و می‌خواهد بقیه مطالب ما را نیز بشنود. در این روش باید به نکات زیر توجه شود:

- داستان باید برای مخاطب پرجاذبه باشد تا در او انگیزه شنیدن ایجاد کند؛ نه فقط برای ما. چه بسا داستان‌هایی که برای ما جاذبه دارند، ولی برای برخی از مخاطبانمان، هیچ‌گونه جاذبه‌ای ندارند.

- از داستان‌های اولیای الهی به خصوص امام حسین علیه السلام و اصحاب و یاران باوفای ایشان استفاده شود؛

- حتماً داستان، مستند باشد و از ذکر داستان‌های بی‌مدرک که گاه با اعتقادات و یا احکام دینی معارض‌اند پرهیز شود.
- داستان با روحيات و نیازهای مخاطب و شرایط زمانی و مکانی پیوند برقرار کند تا اثرگذاری بیشتری داشته باشد.

ج) روش تعریف از مخاطب:

همه انسان‌ها دوست دارند مورد تمجید و تعریف دیگران قرار گیرند و زمانی که از آنها تعریف می‌شود خوشحال می‌شوند و به سمت تعریف‌کننده جذب می‌شوند. علاوه بر این، با شنیدن این گونه مطالب در خود احساس کرامت می‌کنند و در اغلب

موارد، موجب تقویت اعمال خوب و صفات نیکو در آنها می‌شود. ما می‌توانیم در برخورد با افراد و به منظور انگیزه‌سازی جهت شنیدن حرف‌های بعدیمان، از آنها تعریف کنیم. اگر از این روش استفاده می‌کنیم لازم است نکات زیر مورد توجه قرار گیرد:

- کارهای مثبت و خوبی را که از مخاطب دیده‌ایم مورد تمجید قرار دهیم، مثلاً اینکه او در راهپیمایی اربعین شرکت کرده است را به عنوان یک کار خوب مورد ستایش قرار دهیم؛

- در تعریف از مخاطب افراط نکنیم و آنچه را که او ندارد برای او ذکر نکنیم تا مبتلا به دروغگویی نشویم؛

- می‌توانیم از خلقت الهی او تعریف کنیم؛ مثلاً بگوییم ماشا الله چه قد رشیدی دارید، یا چه رنگ موی زیبایی دارید، یا چقدر با استعداد و خوش‌سخن هستید و ...

گوش دادن:

خوب گوش‌دادن به سخنان مخاطب، علاوه بر اینکه به او شخصیت می‌دهد، موجب فهم دقیق‌تر مسئله می‌شود. امام صادق علیه السلام خوب گوش‌دادن را دلیلی بر اصابت رأی و نظر

دانسته و فرمودند: «ثَلَاثَةٌ يَسْتَدَلُّ بِهَا عَلَى إِصَابَةِ الرَّأْيِ: حُسْنُ اللَّقَاءِ وَ حُسْنُ الْأَسْتِمَاعِ وَ حُسْنُ الْجَوَابِ؛ با سه چیز بر اصابت رأی استدلال می‌شود: خوب برخورد کردن و نیک گوش کردن و پاسخ نیکو دادن.»

سعی کنیم زیاد گوش بدهیم تا افراد فرصت حرف زدن داشته باشند، خیلی‌ها برای اینکه ضدین، انقلاب و نظام و ... نشوند، فقط نیاز دارند یک مبلغ را ببینند که حاضر است گوش بدهد.

صبر و تحمل شنیدن نظرات مخالف، ابتدایی‌ترین نیاز برای تبلیغ چهره به چهره است و مخاطبین هیچ وقت حاضر نیستند با کسی که تحمل شنیدن سخنان آنان را ندارد ارتباط مستمر فرهنگی و فکری داشته باشند و از او تأثیر بگیرند.

توجه به حالات:

در ارتباط تبلیغی باید کاملاً به حالات مخاطب توجه نمود؛ زیرا از این طریق بهتر می‌توان به شناخت روحیات و مافی‌الضمیر او

پرداخت و به ریشه‌یابی مشکلات روحی و روانی وی رسید. امام علی علیه السلام فرمودند: «مَا أَضْمَرَ أَحَدٌ شَيْئًا إِلَّا ظَهَرَ فِي فَلَاتَاتِ لِسَانِهِ وَ صَفَحَاتِ وَجْهِهِ؛ هیچ کس مطلبی را در دل پنهان نمی‌کند، مگر اینکه در لغزش‌های زبان و رنگ به رنگ شدن صورتش ظاهر می‌گردد.»

از این رو شایسته است با توجه به حالات ظاهری مخاطب، شناخت بهتری از او پیدا کرده و بر اساس آن، به انتخاب و ارائه محتوای مناسب بپردازیم.

قطع نکردن سخن مخاطب:

بعضی از مبلغان، قبل از اینکه مخاطب مشکل خود را به طور کامل مطرح کند و ساکت شود، با تصور اینکه مشکل را به خوبی فهمیده‌اند، شروع به ایراد پیشنهاد می‌کنند، در حالی که اجازه دادن به مخاطب برای ارائه مطالب و توضیحات به طور کامل یکی از اصول مهم تبلیغ چهره به چهره است و پاسخ دادن قبل از فهم درست مسئله، نشانه جهل مبلغ محسوب می‌شود. امام صادق علیه السلام فرمودند: «مِنْ أَخْلَاقِ الْجَاهِلِ الْإِجَابَةُ قَبْلَ

أَنْ يَسْمَعَ وَ الْمُعَارَضَةُ قَبْلَ أَنْ يَفْهَمَ وَ الْحُكْمُ مِمَّا لَا يَعْلَمُ؛ از اخلاق نادان، پاسخ دادن پیش از شنیدن و معارضه و گفتگو پیش از فهمیدن، و حکم کردن به آنچه نمی‌داند است.»

برخی از مبلغان کم‌تجربه تصور می‌کنند که قطع کردن سخن مخاطب باعث می‌شود او تصور کند بسیار دانا و خیره هستند و قبل از ارائه توضیحات کامل مخاطب، مطلب را به خوبی فهمیده‌اند و اینک در صدد حل مشکل هستند؛ در حالی که قطع کردن کلام مخاطب، آثار روانی منفی بر او باقی می‌گذارد و باعث می‌شود که او تصور کند مبلغ حوصله‌شنیدن ندارد یا می‌خواهد به گونه‌ای از فهم مشکل‌شانه خالی کند.

پیامبر اکرم صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ هرگز سخن کسی را قطع نمی‌کرد: «وَلَا يَقْطَعُ عَلَى أَحَدٍ كَلَامَهُ حَتَّى يَجُوزَهُ فَيَقْطَعَهُ بِنَهْيٍ أَوْ قِيَامٍ»^۲

ابراهیم بن عباس درباره امام رضا عَلَيْهِ السَّلَام می‌گوید: «مَا رَأَيْتُ قَطَعَ عَلَى أَحَدٍ كَلَامَهُ حَتَّى يَفْرُغَ مِنْهُ»^۳؛ هیچگاه امام رضا عَلَيْهِ السَّلَام را ندیدم که سخن کسی را قطع کند تا اینکه او از سخن خود فارغ گردد.»

۱. بحار الأنوار، ج ۲، ص ۶۲.

۲. همان، ج ۱۶، ص ۱۵۲.

۳. همان، ج ۴۹، ص ۹۰.

پرهیز از سرزنش کردن:

یکی از فنونی که در تبلیغ چهره به چهره باید رعایت گردد، پرهیز از ملامت و سرزنش مخاطب است. سرزنش مخاطب موجب برافروختن حس عداوت و دشمنی در اوست. امام هادی علیه السلام فرمودند: «العتاب مفتاح التقالی؛ سرزنش کردن کلید دشمنی (و کینه) است.»

حال اگر در این امر زیاده‌روی شود، موجبات لجبازی مخاطب را نیز فراهم نموده، فرایند تبلیغ را با آسیب جدی‌تری مواجه می‌سازد. امام علی علیه السلام فرموده‌اند: «الإفراط في الملامة يشب نار اللجاجة؛ زیاده‌روی در ملامت و سرزنش، آتش لجاجت را در فرد شعله‌ور می‌سازد.»

ایجاد سؤال:

ایجاد سؤال ممکن است به شکل‌های مختلف و به انگیزه‌های گوناگونی صورت گیرد.

۱. نزهه الناظر و تنبيه الخاطر، ص ۱۳۹.

۲. غرر الحکم و درر الکلم، ص ۲۲۳.

گاهی برای ایجاد انگیزه شنیدن در مخاطب از او سؤال می‌شود، تا پس از جلب توجه او، مطلبی برایش بیان شود. امام باقر علیه السلام به کسانی که در محضر او بودند، فرمود: «آیا شما را از چیزی با خبر نکنم که چون بدان عمل کنید، سلطان و شیطان از شما دور شوند؟ پس ابوحمزه عرض کرد: بله! آن را بفرمایید تا بدان عمل کنیم. امام علیه السلام فرمود: بر شماست که روز را با صدقه آغاز نمایید؛ چرا که صدقه شیطان را روسپاه می‌کند و در آن روز، خشم‌گیری سلطان ستم‌پیشه را بر شما بی‌اثر می‌سازد. و بر شماست دوستی در راه خدا و مهرجویی و همیاری در انجام کردار نیک؛ زیرا این کار ریشه آن دو؛ یعنی سلطان و شیطان را قطع می‌کند و در آمرزش‌خواهی پافشاری کنید؛ چرا که این کار گناهان را پاک می‌کند.»^۱

در بعضی از موارد، حضرات معصومین علیهم السلام مطلبی را مبهم بیان می‌کردند و پس از طرح سؤال از سوی مخاطب، پاسخ روشن‌تری ارائه می‌نمودند؛ مثلاً جملات یا اصطلاحاتی را به

۱. بحار الأنوار، ج ۷۵، ص ۱۷۸؛ تحف العقول عن آل الرسول، ص ۲۹۸.

کار می‌بردند که مردم معنی آن را نمی‌فهمیدند. وقتی در ذهن شنونده سؤال ایجاد می‌شد و آنان از معنی آن اصطلاح می‌پرسیدند، بحث آغاز می‌شد. به عنوان نمونه، حذیفة بن منصور می‌گوید: امام صادق علیه السلام فرمودند: «اتَّقُوا الْحَالِقَةَ فَإِنَّهَا تُمَيِّتُ الرَّجَالَ؛ از حلقه بپرهیزید که انسان را می‌میراند.» پرسیدم: حلقه چیست؟ فرمود: «قَطِيعَةُ الرَّحِمِ؛ قطع رحم.»^۱

این شیوه در پایدارسازی مطلب تأثیر بیشتری دارد.

گاهی نیز مطلب را به صورت سربسته و یا در سطح پایین بیان می‌کردند تا کسی که مطلب برایش مبهم است و یا خواهان فهم بیشتر است، با طرح سؤال خود، از امام مطالب بیشتری را بخواهد. نقل شده است که ابوحنیفه برای تحصیل علم نزد امام صادق علیه السلام آمد. امام علیه السلام به او فرمود: «هر گاه اراده تحصیل علم کردی، اول حقیقت بندگی را در خود ایجاد کن و علم را با عمل به آن، بخواه و از خدا طلب فهم کن که او به تو خواهد داد.» ابوحنیفه می‌گوید: از امام علیه السلام پرسیدم: حقیقت عبودیت چیست؟ فرمود: «حقیقت عبودیت در سه چیز است:

۱. الکافی، ج ۲، ص ۳۴۶.

اول اینکه بنده هر آنچه را خدا به او داده، ملک خود نداند؛ زیرا
بندگان مالک نمی‌شوند...»^۱

اگر سؤال ابوحنیفه از حقیقت بندگی نبود، امام علیه السلام وارد آن
بحث نمی‌شد؛ ولی با سؤال او، امام مطالب بسیار سودمندی را
برایش بیان کرد.

پاسخگویی:

گاه مخاطب به طرح سؤالاتی از مبلغ می‌پردازد؛ این
سؤالات ممکن است جنبه‌های مختلفی داشته باشد. مثلاً ممکن
است صرفاً برای برقراری ارتباط با مبلغ باشد که در این صورت
مبلغ باید با درک شرایط، با پاسخگویی به سؤال، به ایجاد رابطه
با مخاطب بپردازد. همچنین ممکن است پرسش برای
حقیقت‌یابی باشد و مخاطب بخواهد حقیقتاً چیزی را بداند که
لازم است در حد امکان پاسخ سؤال او مطرح شود. گاهی نیز
سؤالات بیهوده‌اند و دانستن پاسخ آن هیچ فایده‌ای ندارد؛
چنانکه ندانستن آن نیز هیچ مشکلی ایجاد نمی‌کند. در مقابل

۱. بحار الأنوار، ج ۱، ص ۲۲۴.

چنین سؤالاتی، مبلغ، ضمن پاسخ دادن به پرسش، به گونه‌ای بسیار ظریف یادآوری کند که بهتر است به جای پی‌گیری اینگونه سؤالات، به دنبال دانسته‌هایی بروید که برایتان سودمند است.

نکات کلی قابل توجه در پاسخ‌گویی:

در پاسخ گفتن به سؤالات افراد، لازم است نکات زیر مورد توجه قرار گیرد:^۱

- آرامش خود را حفظ کرده و از هر گونه عجله بپرهیزید؛
- در مواردی که پاسخ طولانی است، ابتدا پاسخ را به طور اجمالی و بدون ذکر مستندات و توضیحات بیان کنید؛ سپس پاسخ کامل و تفصیلی را ارائه نمایید.
- در مواردی که پرسش مخاطب درباره اموری است که به لحاظ شرعی نمی‌توان پاسخ آن را بیان کرد؛ مثل اینکه درباره اخبار محرمانه‌ای است که نباید فاش شود یا اینکه موجب غیبت و یا عیب‌گویی دیگران به صورت غیر مجاز است، در این گونه موارد لازم نیست همه دانسته‌های خود را در پاسخ بیان کنید.

۱. ر.ک: شیوه پاسخ به پرسش‌های دینی، ص ۶۷ - ۱۱۴.

- از ارائه پاسخ‌های فراوان و راه‌های گوناگون بپرهیزید؛ زیرا گاهی مخاطب را دچار سردرگمی می‌کند و او نمی‌تواند راه درست را انتخاب کرده و به مقصد برسد.
- در پاسخگویی به سؤال مخاطبان به هیچ‌وجه نباید در دام پرگویی افتاد؛ زیرا گاهی موجب ملالت خاطر آنان می‌شود.
- بلافاصله جواب طرف مقابل را ندهیم. سعی کنیم او را به فکر وادار کنیم. طوری نشود که به خاطر جواب محکم و قاطع ما به سؤالات و ابهاماتش در همان ابتدا، دیگر جرئت سؤال کردن از ما را نداشته باشد.
- در صورتی که پاسخ سؤالی را نمی‌دانیم، هیچ اشکالی ندارد که به مخاطبمان بگوییم: «فعلاً جواب سؤالت را نمی‌دانم، اگر موافق هستی تحقیق می‌کنم و بعداً با هم تماس می‌گیریم و صحبت می‌کنیم.» البته باید با مطالعه، خود را به جایی برسانیم که تعداد نمی‌دانم‌هایمان زیاد نباشد.

تکرار:

در فن تکرار، گاه سخن مخاطب توسط مبلغ تکرار می‌شود و گاهی مبلغ به تکرار مطالب خود می‌پردازد. تکرار سخن مخاطب از آن جهت اهمیت دارد که او متوجه می‌شود، مبلغ مشککش یا مطلبش را به خوبی درک کرده و از این جهت اطمینان خاطر بیشتری به وی دست می‌دهد و اگر تشخیص دهد که نیاز بیشتری به توضیح وجود دارد، آن را ارائه می‌کند. تکرار مطالب، به ویژه مطالب مهم مبلغ نیز حائز اهمیت است؛ زیرا به استقرار و تثبیت مطالب در ذهن مخاطب می‌انجامد. رسول خدا صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ به این امر عنایت داشته و زمانی که حدیثی را بیان می‌فرمودند، یا به سؤالی پاسخ می‌دادند، آن را سه بار تکرار می‌کردند. این عباس نقل کرده است که: «كَانَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِذَا حَدَّثَ الْحَدِيثَ أَوْ سُئِلَ عَنِ الْأَمْرِ كَرَّرَهُ ثَلَاثًا لِيَفْهَمَ وَيَفْهَمَ عَنْهُ؛ رسول خدا صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ هرگاه حدیثی را می‌فرمود یا در مورد چیزی از او سؤال می‌شد، سه بار آن را تکرار می‌کرد تا (مطلب را) بفهمد و از او فهمیده شود.»

۱. بحار الأنوار، ج ۱۶، ص ۲۳۴؛ مکارم الاخلاق، ص ۲۰.

البته باید توجه داشت که تکرار کردن آمرانه یک ارزش، گاهی باعث ضد ارزش شدن آن نزد مخاطب می‌شود؛ بنابراین باید از چنین تکرارهایی پرهیز کرد.

سکوت:

در بعضی از موارد، سکوت بیش از سخن گفتن اثر دارد، چنانکه امیرمؤمنان علیه السلام فرمودند: «رُبَّ سَكُوتٍ أْبْلَغُ مِنْ كَلَامٍ؛ بسی سکوت که از سخن رساتر است.»

مبلغ به تجربه در می‌یابد که کجا باید بگوید و در کجا سکوت، بیشتر تأثیر دارد. به عنوان مثال یکی از موارد سکوت در جایی است که طرف از فرط جهالت قدرت تشخیص سخن شما را ندارد و بیان مطلب، بسان آب در هاون کوبیدن است. در چنین مواردی بهتر است از بیان مطالب و یا پاسخگویی به سؤال او طفره رفته و با سکوت خود به درمان وی بپردازید. امام علی علیه السلام فرمودند: «إِذَا حَلُمْتَ عَنِ الْجَاهِلِ فَقَدْ أَوْسَعْتَهُ جَوَابًا؛ چون در برابر نادان بردباری نمودی، او را پاسخی گشاده داده‌ای.»

۱. غررالحکم و درر الکلم، ص ۲۱۵.

۲. همان، ص ۲۸۵.

استناد:

ارائه دلیل و مدرک مطالبی که از سوی مبلغ مطرح می‌شود، در بسیاری از موارد موجب اطمینان مخاطب نسبت به راه حل ارائه شده است. این مطلب در جایی که مخاطب از اهل علم و مطالعه باشد، اهمیت بیشتری دارد. دلیل و مدرک سخن، ممکن است آیه، روایت و یا سخن یکی از بزرگان باشد، و اصولاً هر چیزی که مخاطب را بهتر قانع می‌کند در اینجا مؤثر است و این تأثیر به نوع نگاه، اعتقادات و سطح فهم و درک او مربوط می‌شود.

هر چند آیه «وَمَا يَنْطِقُ عَنِ الْهَوَىٰ * إِنْ هُوَ إِلَّا وَحْيٌ يُوحَىٰ؛ و هرگز از روی هوای نفس سخن نمی‌گوید! آنچه می‌گوید چیزی جز وحی که بر او نازل شده نیست!» ثابت می‌کند که تمام کلمات و سخنان پیامبر اکرم صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ از جانب خداوند است؛ در عین حال، سیره آن حضرت چنین بود که سخن خود را به خداوند مستند می‌کرد. به عنوان مثال، روزی «عبدالله بن سلام» یهودی، به صورت خصوصی به حضور پیامبر صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ آمد و گفت:

من سه سؤال دارم که جز پیامبران جواب آن را نمی‌دانند، آیا اجازه هست مطرح کنم؟ پیامبر خدا ﷺ فرمود: مطرح کن. عبدالله سؤالات خود را پرسید. پیامبر ﷺ فرمود: اکنون جبرئیل پاسخ سؤالات را از طرف خدا می‌آورد و من به تو خواهم گفت.^۱

تشویق به تفکر:

برخی از رفتارها و خصلت‌های بد انسان‌ها ناشی از اندیشه نکردن در امور است. فکر باعث می‌شود فرد درباره امور، بصیرت یابد و عقلش او را به گونه‌ای تدبیر کند که رفتارهای نابهنجار را کنار گذارد و به انجام رفتارهای نیک کشانده شود. امیرالمؤمنین عَلَيْهِ السَّلَام می‌فرماید: «تفکرک یفیدک الاستبصار و یکسبک الاعتبار»^۲؛ اندیشیدن، تو را به بصیرت و درک صحیح می‌کشاند و اعتبار و ارزش را برای تو به ارمغان می‌آورد.»

بنابراین در موارد مقتضی باید مخاطب را تشویق کرد تا درباره مسئله مورد نظر فکر کند و راه چاره بیابد.

۱. ر.ک: بحار الأنوار، ج ۱۹، ص ۱۳۱.

۲. غرر الحکم و درر الکلم، ص ۵۷.

موعظه:

گاهی، با وجود شرایط موعظه و اندرز، می‌توان به موعظه و نصیحت‌گویی مخاطب پرداخت و او را نسبت به آثار خوب اعمال نیک و عاقبت سخت رفتارهای غلط در دنیا و آخرت تحریک نمود و از این راه مشکلات روحی، روانی، اجتماعی و فردی او را مرتفع نمود. در اجرای این فن، رعایت مناسبات گوینده و شنونده و مقتضای حال بسیار حائز اهمیت است و شرایط سنی گوینده و شنونده، جنسیت هر یک از آنها، ارتباطات نسبی بین آنان (پدر، فرزند، عمو، عمه، دایی، خاله، و...)، نسبت‌های اجتماعی آنان (استاد و شاگرد، و...) باید مورد توجه قرار گیرد تا موعظه بار منفی پیدا نکرده و نشانه خود بزرگ‌بینی و تکبر مبلغ قلمداد نشود. از امیرمؤمنان علیه السلام نقل شده است که: «رحم الله امرأ عرف قدره و لم يتعد طوره؛ خدا رحمت کند کسی را که اندازه خود را بداند و از حد خود تجاوز نکند.»

بیان تجارب:

امام علی علیه السلام تجربه‌های زندگی را حاوی وعظ و اندرز دانسته و فرموده‌اند: «فی کل تجربة موعظة^۱؛ در هر تجربه‌ای موعظه‌ای است.»

امیرمؤمنان علیه السلام گاهی به بیان تجربه‌های خود می‌پرداختند و با این اقدام، به یاری و راهنمایی دیگران می‌شتافتند؛ چنانکه از ایشان نقل شده است:

إِنِّي وَجَدْتُ وَ فِي الْأَيَّامِ تَجْرِبَةً لِلصَّبْرِ عَاقِبَةٌ مَحْمُودَةٌ الْأَثَرُ
وَقُلْ مَنْ جَدَّ فِي أَمْرِ يُطَالِبُهُ فَاسْتَصَبَ الصَّبْرَ إِلَّا قَارَ بِالظَّفَرِ^۲
«من در این ایام تجربه‌ای بدست آوردم، و آن اینکه صبر عاقبت و نتیجه (نیکو و) ستایش شده‌ای دارد. و بگو کسی که در طلب چیزی تلاش کند و رفیق صبر و بردباری باشد، به پیروزی می‌رسد.»

معرفی الگو:

گاهی مخاطب بیش از اینکه نیاز به دلیل داشته باشد، نیاز به الگو دارد. در اینجا لازم است الگوهای مناسبی به او معرفی

۱. همان، ص ۴۴.

۲. بحار الأنوار، ج ۳۴، ص ۴۱۱.

گردد. ما می توانیم با بیان خاطراتی از زندگی بزرگان، الگوهای خوبی را برای مخاطبانمان معرفی کنیم. شایسته است در معرفی الگوها به نکات زیر توجه شود:

- بهترین الگوها، حضرات معصومین: هستند که از طهارت درون برخوردارند و از سوی حضرت حق به عنوان الگوی زندگی معرفی شده‌اند.

- در معرفی غیر معصومین به عنوان الگو نباید به گونه‌ای عمل کرد که مردم آنها را الگوهای تمام عیار و غیر قابل خدشه بدانند؛ بلکه در همان جهتی که مورد بحث است به عنوان الگو معرفی شوند.

- در معرفی الگوها بهتر است شرایط سنی و جنسی مخاطبان در نظر گرفته شود؛ مثلاً می‌توانیم برای نوجوانان، محمد حسین فهمیده را معرفی کنیم و برای جوانان، حضرت علی اکبر علیه السلام را و برای پیر مردها، افراد سالخورده از شهدای کربلا را و برای بانوان، حضرت فاطمه زهرا، حضرت زینب، حضرت خدیجه و حضرت مریم - سلام الله علیهن - را معرفی کنیم.

ارجاع:

گاهی ممکن است به هر دلیلی مبلغ نتواند به نحو مطلوب پاسخگوی مشکل مخاطب باشد، در این صورت باید او را به کسی ارجاع دهد که صلاحیت چنین کاری را دارد. امام سجاد علیه السلام در بیان حقوق مشورت‌گیران فرمودند: «وَأَمَّا حَقُّ الْمُسْتَشِيرِ فَإِنْ حَضَرَكَ لَهُ وَجْهٌ رَأَى جَهْدَتَ لَهُ فِي النَّصِيحَةِ وَأَشْرَتْ عَلَيْهِ مِمَّا تَعْلَمُ أَنَّكَ لَوْ كُنْتَ مَكَانَهُ عَمِلْتَ بِهِ وَذَلِكَ لِيَكُنْ مِنْكَ فِي رَحْمَةٍ وَلَيْنٍ فَإِنَّ اللَّيْنَ يُؤْنِسُ الْوَحْشَةَ وَإِنَّ الْغَلْظَ يُوحِشُ مَوْضِعَ الْإِنْسِ وَإِنْ لَمْ يَحْضُرْكَ لَهُ رَأْيٌ وَعَرَفْتَ لَهُ مَنْ تَثِقُ بِرَأْيِهِ وَتَرْضَى بِهِ لِنَفْسِكَ دَلَّلْتَهُ عَلَيْهِ وَأَرْشَدْتَهُ إِلَيْهِ، فَكُنْتَ لَمْ تَأْلُهُ خَيْرًا وَلَمْ تَدْخِرْهُ نَصْحًا»^۱ حق مشورت‌کننده این است که اگر رأی صحیحی داری در نصیحت و خیرخواهی‌اش بکوشی و کاری را که اگر تو به جای او بودی می‌کردی با مهربانی به او بنمایی. که نرمش رمیدن را بزداید و خشونت رمیدن را بیفزاید، و اگر رأی و نظری نداری، او را نزد کسی که به رأیش اعتماد داری و نظر او را برای خود می‌پسندی، معرفی کنی تا در خیرخواهی و نصیحتش کوتاهی و فروگذاری نکرده باشی.»

۱. بحار الأنوار، ج ۷۱، ص ۱۸.

هـ) پایان ارتباط

در پایان ارتباط تبلیغی، لازم است فنون زیر مورد توجه قرار گیرد:

۱. آغاز نکردن به جدا شدن از مخاطب

یکی از سنت‌های نیکوی پیامبر اسلام ﷺ که مردم را شیفته آن حضرت می‌کرد، این بود که هنگام جدایی از افراد، او آغاز به جدایی نمی‌کرد. در حالات آن حضرت نقل شده است که: «مَنْ رَامَهُ بِحَاجَةٍ صَابِرَهُ حَتَّى يَكُونَ هُوَ الْمُنْصَرِفُ؛ وقتی کسی برای حاجتی به او مراجعه می‌کرد، تا اقدام به رفتن نمی‌کرد، حضرت از وی جدا نمی‌شد.»

۲. خداحافظی

یکی دیگر از سنت‌های نیکوی اسلامی، خداحافظی کردن هنگام جدا شدن از یکدیگر است. خداحافظی، در واقع دعا کردن برای یکدیگر در هنگام جدا شدن از هم می‌باشد. درباره پیامبر اکرم ﷺ نقل شده است: «أَنَّهُ إِذَا وَدَعَ أَحَدًا قَالَ أَسْتَوْدِعُ

۱. بحار الأنوار، ج ۱۶، ص ۲۲۶.

اللَّهِ دِينَكَ وَ أَمَانَتَكَ وَ خَوَاتِيمَ عَمَلِكَ^۱؛ هرگاه پیامبر با کسی وداع می‌کرد، می‌گفت: از خداوند می‌خواهم دین و امانت‌ها و پایان اعمال را حفظ کند.»

۳. مشایعت

این سنت اختصاص به همراه و مصاحب مسلمان ندارد، بلکه شامل غیر مسلمانان نیز می‌شود. چنانچه نقل شده است که امام علی علیه السلام با مردی ذمی (یهودی یا مسیحی) همراه بودند، مرد ذمی از حضرت سؤال کرد قصد کجا دارید؟ و آن حضرت فرمود: کوفه. وقتی در مسیر، مرد ذمی به راه دیگری چرخید، امام علی علیه السلام نیز با او چرخید. ذمی گفت مگر نمی‌خواستی به کوفه بروی؟ حضرت فرمود: چرا. گفت: پس چرا همراه من آمدی؟ فرمود: این برای خوش‌رفاقتی است که هرکس رفیقش را هنگام جدا شدن تا اندازه‌ای مشایعت کند. این دستور پیامبر صلی الله علیه و آله ماست. سرانجام به خاطر این حرکت نیکو، آن مرد مسلمان شد.^۲

۱. مستدرک الوسائل، ج ۸، ص ۲۰۹.

۲. آداب معاشرت، ج ۱، ص ۱۰۱.

تبلیغ عملی

چنانکه پیش‌تر اشاره شد، یکی از روش‌های تبلیغ چهره به چهره، تبلیغ با عمل و رفتار مبلغ است. این نوع از تبلیغ بیشترین تأثیر را در مخاطبان ایجاد می‌کند؛ زیرا مخاطب در مقابل چشمان خود الگویی را می‌بیند که بر اساس آموزه‌های دینی عمل می‌کند. امام صادق علیه السلام فرمودند: «کونوا دعاة للناس بغير ألسنتكم ليروا منكم الورع والاجتهاد و الصلاة و الخیر فإن ذلك داعية؛ با غیر زبان‌هایتان مردم را دعوت کنید تا از شما ورع و تلاش و نماز و خوبی ببینند که این دعوت کردن است.» چه نیکوست در این سفر تبلیغی بر امور زیر بیشتر مواظبت کنیم:

- هر روز در آغاز و انجام فعالیت‌ها، به اهل بیت: توسل کنیم و از آنان بخواهیم ما را در راه تبلیغ دین یاری کنند. در این توسل‌ها دیگران را هم دعوت کنیم تا آنان نیز از آن بهره ببرند.
- روزمان را با صدقه آغاز کنیم و از همراهانمان بخواهیم آنها نیز صدقه بدهند تا سلامت بمانند.

- نمازهای واجب را اول وقت و با جماعت بخوانیم تا زائران دیگر نیز بهره ببرند.
- نماز شب را با حال حضور قلب بخوانیم و از این فرصت نورانی بهترین توشه‌ها را بگیریم.
- اذکار و عبادت‌های مستحبی را فراموش نکنیم و دیگران را نیز نسبت به آنها توصیه کنیم.
- اهل ذکر باشیم و با یاد خدا دل‌هایمان را نورانیت بخشیم.
- سعی کنیم حداقل روزی یک بار برای حضرت سید الشهداء علیه السلام روضه بخوانیم و برایش اشک بریزیم و چه بهتر که این کار را در قالب زیارت عاشورا انجام دهیم.
- خدمتگزار زائران باشیم (دست زائران بیمار و سالخورده را بگیریم و از هیچ کوششی برای آنان دریغ نکنیم، در هنگام راه‌بندان، برای باز کردن راه کمک کنیم، اگر صف گرفتن غذا از موبک طولانی است و زائران در گرفتن غذا با مشکل مواجه شده‌اند به آنها کمک کنیم، برای پیدا کردن گمشده‌ها با افراد مربوط همکاری کنیم، برای پیدا کردن محل استراحت در موبک‌ها خدمتگزار زائران باشیم و ...).

روش برخورد با مخالفان و بزهکاران

در زیارت اربعین ممکن است با کسانی مواجه شوید که به نوعی با شما، حکومت اسلامی ایران، ولایت فقیه و ... مخالف باشند و نیز ممکن است افرادی سعی کنند با استفاده این مخالفت‌ها و در واقع نظرات مخالف، آتش بیار معرکه شده و به ایجاد اختلاف در میان مردم دامن زنند. همچنین ممکن است با افراد نادانی مواجه شوید که از سر ناآگاهی به شما یا دیگران پرخاش کنند و ناسزا بگویند. یا افرادی که قمه می‌زنند، لعن می‌کنند یا خلاف وحدت تلاش می‌کنند، عکس‌های علما را پاره می‌کنند و

در اینجا به نظر می‌رسد رعایت نکات زیر راهگشا باشد:

- از هرگونه گفتار یا اقدامی که موجب ایجاد درگیری و اختلاف در صفوف زائران حسینی شود پرهیز کنید؛ زیرا اختلاف و درگیری به هر صورتی که باشد و عامل آن هرچه باشد، به نفع شیعیان نیست.
- در مواجهه با مخالفان سعی کنید با رأفت و رحمت برخورد کنید و به هیچ وجه آنان را تحریک نکنید.

- چنانچه برخی مخالفان سعی کردند با فحاشی و پرخاشگری، شما یا دیگران را تحریک کنند، این شما باشید که با سعه صدر و گشاده‌رویی آنان را شرمند می‌کنید. نوع برخورد امام مجتبی‌علیه السلام با مرد شامی که از ناصبی‌ها بود و با برخورد امام علیه السلام از محبان اهل بیت علیهم السلام گشت، در اینجا الگوی بسیار مناسبی است.

- چنانچه توانایی دارید و احتمال تأثیر می‌دهید، در خلوت با مخالفان ارتباط برقرار کنید و پاسخگوی شبهات آنان باشید.

- در مقابل افراد نادان، با عفو و گذشت رفتار کنید و با متانت از کنار آنها بگذرید که خدای متعال می‌فرماید: «وَعِبَادُ الرَّحْمَانِ الَّذِينَ يَمْشُونَ عَلَى الْأَرْضِ هَوْنًا وَإِذَا خَاطَبَهُمُ الْجَاهِلُونَ قَالُوا سَلَامًا؛ و بندگان رحمان کسانی هستند که روی زمین با آرامش و فروتنی راه می‌روند، و هنگامی که نادانان آنان را طرف خطاب قرار می‌دهند [در پاسخشان] سخنانی مسالمت‌آمیز می‌گویند.»

فضاهای تبلیغی اربعین

در ایام اربعین، فضاهای تبلیغی زیر وجود دارد که با اجرای فنون پیش گفته و رعایت نکات زیر می‌توان در آنها به تبلیغ چهره به چهره پرداخت:

کاروان‌های زیارتی

بعضی از مبلغان گرامی از ابتدا تا انتهای سفر تبلیغی اربعین با یک کاروان هستند و با آنان از ایران به عراق رفته و باز می‌گردند. این دسته از مبلغان باید در کاروان‌های زیارتی به نکات زیر توجه کنند:

- در عین همکاری کامل با مدیر کاروان، وظایف تبلیغی خود را به خوبی پیگیری و اجرا کنند.
- در مواقعی که مشکلات اجرایی در کاروان پیش آمده و زائران را رنجور و ناراحت می‌کند، با افزایش نشاط معنوی تلاش کنند آرامش روحی و روانی مناسبی به کاروان بر گردانند.
- در مقابل دیگران از عملکرد مدیر انتقاد نکنند؛ بلکه اشکالات او را به خودش گفته و یا در صورت برطرف نشدن و ضرورت، به سازمان حج و زیارت منتقل کنند.

- تا سر حد امکان با مدیر کاروان هماهنگی داشته باشند و در امور مربوط به مدیر دخالت نکنند.
- برنامه‌های خود را در داخل صحن‌ها یا اطراف بیرونی حرم‌ها اجرا کرده و از اجرای برنامه روضه‌خوانی در داخل حرم بپرهیزند.
- در زمان پخش برنامه‌های حرم از طریق بلندگو، در مقابل آن برنامه‌ای نداشته باشند.
- در اقامه نماز جماعت کوشا باشند و با همراه کردن چند کاروان و درخواست از یک روحانی برای نماز جماعت، بر میزان وحدت و یکپارچگی عزاداران حسینی بیفزایند.
- تمام‌وقت، برنامه داشته باشند و بیشترین استفاده را از فضای نورانی عتبات نصیب زائران کنند.
- زمینه‌های ارتباط دائمی با زائران خود را فراهم آورند و به همان چند روز حضور در عتبات بسنده نکنند.
- افراد نخبه و مؤثر کاروان را شناسایی کرده و برای فعالیت تبلیغی در منطقه محل سکونت آنها، با ایشان برنامه بگذارند.
- رانندگان را در طول مسیرها تحویل بگیرند و با آنها رابطه عاطفی دینی برقرار کنند.
- از همه فرصت‌های ممکن استفاده کرده و آن را در خدمت تبلیغ دین قرار دهند.

مکان‌های تبلیغی

برخی از مکان‌های تبلیغ در زیارت عتبات عالیات عبارتند از: موكب‌ها، چادرها، لابی هتل‌ها، حرم‌ها و مشاهد مشرفه، امامزادگان، مساجد، حسینیه‌ها و تکایا و
توصیه می‌شود مبلغان عزیز به محض قرار گرفتن در این مکان‌ها، با هماهنگی دیگر فعالان فرهنگی، اقدامات زیر را انجام دهند:

- اقامه نماز جماعت؛
- اقامه عزاداری و سینه‌زنی؛
- اجرای سخنرانی‌های کوتاه به همراه بیان مسائل شرعی مورد ابتلای زائران؛
- پخش کلیپ‌های تصویری و یا صوتی کوتاه؛
- تشکیل حلقه‌های معرفتی جهت ارتباط با همه اقشار مخصوصاً جوانان؛
- ایجاد ارتباط با صاحبان محله‌های مذکور از طریق دادن و گرفتن شماره تلفن یا هر کانال ارتباطی دیگر جهت تداوم صمیمیت و انتقال معارف الهی.

مسیرهای حرکت

در پیاده روی اربعین می‌توان در مسیرهای زیر به همراه زائران بود و به تبلیغ دین پرداخت:

- مسیرهای پیاده روی بین شهرهای مبدأ تا کربلا؛
- مسیرهای کوتاه داخل شهرها از محل اسکان تا حرم مطهر؛
- مرزهای مهران، شلمچه و

شایسته است مبلغان گرامی در این مسیرها، فعالیت‌ها و اقدامات زیر را انجام دهند:

- آماده شدن برای اقامه نماز جماعت و انجام آن به محض رسیدن وقت نماز؛
- بیان نکات اخلاقی و به صورت خیلی کوتاه مثلاً پنج دقیقه در بین دو نماز متناسب با شرایط و مقدمات؛
- گفتگوهای دوستانه با همراهان به منظور انتقال پیام دین به آنها؛
- توزیع محصولات فرهنگی، همانند چفیه، بروشور، سی.دی تبلیغی و... در میان زائران.

محتوای تبلیغ

شرایط محتوا

- موضوعات و مطالبی که در تبلیغ چهره به چهره ارائه می‌شود باید دارای شرایط زیر باشد:
- در راستای تعالیم قرآن کریم و سنت معصومین: و هدایت‌کننده به این دو جهت باشد؛
 - مورد علاقه مخاطب باشد؛
 - در حد فهم و تعقل مخاطب باشد؛
 - از سادگی و روانی برخوردار و از کلمات مبهم خودداری و تلاش شود تا حد ممکن، مطالب روشن باشد؛
 - موجب تحریف در دین نباشد؛
 - خرافه، باطل، افسانه‌گویی و گفتار مشکوک نباشد؛
 - غیر عقلایی و غیر مستند نباشد.

محتواهای مورد نیاز مبلغ

- مبلغانی که برای سفر زیارتی اربعین اعزام می‌شوند، باید نسبت به مطالب زیر آگاهی پیدا کنند:

- آداب و رسوم مردم عراق (با محوریت پیاده‌روی اربعین)؛
- آشنایی با عراق (در محورهای سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی با تأکید بر مسائل قومی و مذهبی)؛
- اربعین در فرهنگ شیعه (شامل جایگاه اربعین، آداب اربعین، آداب و رسوم شیعیان عراق در اربعین)؛
- مسائل امنیتی؛
- جریان‌های افراطی و مدعیان دروغین (احمد الحسن، خراسانی، شیرازی‌ها و ...)
- بهداشت عمومی.

مطالب مورد نیاز مخاطبان

- فهرست مطالبی که مبلغان اربعین می‌توانند در قالب تبلیغ چهره به چهره به مخاطبان خود منتقل کنند عبارتند از:
- احکام مبتلی به در سفر اربعین؛
 - محبت و انس بین مردم ایران و عراق؛
 - بیانات امام راحل و مقام معظم رهبری درباره مردم عراق، اربعین و امام حسین علیه السلام؛

- پاسخ به بعضی از شبهات مطرح درباره مردم عراق (دفاع مقدس، مردم کوفه، عراق و بلای تاریخی، بی‌تفاوتی نسبت به مشکلات عراق، کم بودن محبت مردم عراق به ایرانی‌ها)؛
- استکبارستیزی و نفی سلطه؛
- دشمن‌شناسی و جریان تکفیر؛
- ضرورت مقاومت مظلومان عالم؛
- سبک زندگی اسلامی (اخلاص، همدلی و همراهی، نماز، خانواده، عزاداری، شهادت‌طلبی و ...)
- وحدت جهان اسلام (ضرورت و اهمیت، عوامل و موانع وحدت با تأکید بر سیره و سنت حسینی، لزوم ممانعت و مقابله با هرگونه تنش و درگیری، پرهیز از ورود به مسائل اختلافی بین عراقی‌ها، مقابله با فرقه‌گرایی و کاهش اختلافات فرقه‌ای، مقابله با جریان‌های انحرافی)؛
- انتظار (مفهوم انتظار، عوامل تقویت روحیه انتظار، آسیب‌شناسی انتظار، اربعین زمینه‌ساز ظهور و ...)
- آداب سفر (با تأکید بر سفر زیارتی اربعین)؛
- توصیه‌های امنیتی (محل‌های اسکان، وسائل همراه و پول، گمشدگان، افراد مسن، خانم‌ها، کودکان و نوجوانان،

کارت شناسایی، محل‌های مراجعه مثل بعثه، ستاد اربعین، کنسولگری ایران، هلال احمر و ...؛

- توصیه‌های بهداشتی و پزشکی (همراه داشتن دارو، وسائل بهداشتی، آب و غذا در عراق، خواب و استراحت، عدم استفاده از دخانیات و ...)؛

- توصیه‌های فرهنگی و عبادی (داشتن برنامه عبادی، توجه به مقام زائر، توجه به ایام سوگواری، آداب زیارت امام حسین علیه السلام، توجه به کودکان و افراد مسن و بانوان، احترام به همه زوار و خادمان، رعایت حجاب، توجه به نماز اول وقت، یادگیری احکام مورد نیاز، همکاری و همدلی و همراهی، توجه به فرهنگ‌های دیگر، قرائت قرآن، صبر، توجه به امام زمان (عج) و ...).

منابع و مأخذ

*قرآن کریم.

۱. آداب معاشرت (ترجمه جلد شانزدهم بحار الانوار)، محمد باقر کمره‌ای، ۲جلدی، تهران، اسلامیه، چاپ اول، ۱۳۶۴ش.
۲. بحار الانوار، علامه مجلسی، بیروت، موسسه الوفاء، ۱۱۰ جلدی، بی تا.
۳. تبلیغ چهره به چهره (روشهای تعامل و ارتباط گیری با زائران اربعین)، هادی صالح پرور، کمیته فرهنگی و آموزشی ستاد اربعین، بی جا، بی تا.
۴. تحف العقول عن آل الرسول، حسن بن شعبه حرانی، تحقیق مهدی مخزومی و ابراهیم سامرائی، مؤسسه انتشارات اسلامی وابسته به جامعه مدرسین حوزه علمیه قم، چاپ دوم، یک جلدی، ۱۴۰۴ق.
۵. تصنیف غرر الحکم و درر الکلم، عبد الواحد بن محمد تمیمی آمدی، تصحیح: مصطفی درایتی، قم، دفتر تبلیغات اسلامی، اول، ۱۳۶۶ش.
۶. سفینة البحار، شیخ عباس قمی، قم، اسوه، چاپ اول، ۱۴۱۴ ق.
۷. شیوه پاسخ به پرسشهای دینی، محمد علی محمدی، قم، انتشارات مرکز مدیریت حوزه‌های علمیه، چاپ اول، ۱۳۹۱ش.

۸. غرر الحکم ودرر الکلم، عبدالواحد بن محمد تمیمی آمدی، دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم، چاپ اول، ۱۳۶۶ش.
۹. الکافی، کلینی، تهران، دار الکتب الاسلامیه، چاپ چهارم، ۸ جلدی، ۱۳۶۵ش.
۱۰. المحاسن، احمد بن ابی عبد الله برقی، قم، دار الکتب الاسلامیه، چاپ دوم، ۱۳۷۱ش.
۱۱. مستدرک الوسائل، محدث نوری، قم، مؤسسه آل البيت لاحیاء التراث، چاپ اول، ۱۸ جلدی، ۱۴۰۸ق.
۱۲. مکارم الاخلاق، قم، انتشارات شریف رضی، یک جلدی، چاپ چهارم، ۱۴۱۲ق.
۱۳. من لا یحضره الفقیه، شیخ صدوق، مؤسسه انتشارات اسلامی وابسته به جامعه مدرسین حوزه علمیه قم، چاپ سوم، ۴ جلدی، ۱۴۱۳ق.
۱۴. نزهة الناظر و تنبيه الخاطر، حسین بن محمد بن حسن بن نصر حلوانی، قم، مدرسه الامام المهدي عجل الله تعالی فرجه الشریف، چاپ اول، ۱۴۰۸ق.
۱۵. نهج البلاغه، امام علی بن ابیطالب علیه السلام، قم، انتشارات دار الهجرة، چاپ نسخه صبحی صالح، یک جلدی.

