

رہیافتی به منظومہ فکری مقام معظم رہبری (مدظلہ العالی)

در حوزہ پاسخگویی به سؤالات و شبہات (۵)

مرکز مطالعات و پاسخگویی به شبہات - حوزہ علمیہ قم*

مقدمہ

ارتباط مؤثر، ارتباطی است که در فرایند آن، پیام با قوت و کمال به ذهن گیرنده پیام منتقل شود. شکل گیری این فرایند، مستلزم رعایت اصول و روش‌های خاصی است که در غیاب هریکه انتقال پیام با اخلال جدی روبه‌رو شده و پیام به صورت ناقص یا تحریف شده به مخاطب منتقل می‌شود. از آنجا که هدف اصلی انتقال پیام، رساندن آن به مخاطب و تغییر وضعیت فکری، انگیزشی و رفتاری اوست، عنصر مخاطب از اهمیت بیشتری در این فرایند برخوردار است. در قرآن کریم و روایات اهل بیت علیہم السلام نیز به موضوع مخاطب‌شناسی توجه ویژه‌ای شده و ضمن اینکه خود به مسئله مخاطب توجه داشته و به فراخور ویژگی‌های منحصر بفرد یا عمومی مخاطبان با آنان سخن گفته‌اند، در این راستا توصیه‌های فراوانی هم مطرح کرده‌اند. توجه به سن، جنس، جنسیت، شغل، سطح تحصیل، نیازها، آگاهی‌ها، پایگاه اجتماعی و اقتصادی و سیاسی، سطح توانمندی شناختی، فرهنگ عمومی و اختصاصی مخاطب و غیره همواره باید مورد توجه مبلغان و عالمان دینی و مصلحان اجتماعی قرار گیرد. بهره جستن از تکنیک‌ها و روش‌های هنری، روانشناختی و توجه به زمان، مکان و مقتضای حال مخاطبان و سخن گفتن با زبان آنان و تبیین معارف دینی با زبان علم و تفکر مخاطبان، خوش‌رویی، خوش اخلاقی، خلوص نیت، صداقت، تواضع، انتقادپذیری و آمادگی برای اصلاح اشتباهات از جمله مسائلی است که در موضوع مخاطب‌شناسی از اهمیت قابل توجهی برخوردار است. مقام معظم رہبری، حضرت آیت‌الله خامنه‌ای در



قامت استراتژیست ارشد انقلاب اسلامی همواره به مبحث تبلیغ مؤثر دینی و ارتباط سودمند مبلغان و عالمان دینی با اقشار مختلف توجه داشته و توصیه‌های مهم و سودمندی را ارائه کرده‌اند. آنچه در پی می‌آید بخشی از سخنان معظم له درباره اهمیت توجه به مخاطب در عرصه تبلیغ دینی و پاسخ‌گویی به پرسش‌ها و شبهات آحاد گوناگون جامعه است.

مخاطب‌شناسی

الف) رده‌بندی مخاطبان و اولویت‌دهی به آنان

... البته باز کردن این گره در ذهن بعضی، دشوارتر و در ذهن بعضی، آسان‌تر است؛ سطوح سواد و هوشمندی و معرفت افراد، متفاوت است. در گذشته، این همه شبهه نبود و این قدر شبهه‌ها سیل‌وار، وارد جوامع انسانی مسلمین نمی‌شد؛ عرضه شبهه، غالباً کمتر از علاج آن بود؛ همان‌موقع هم، علمای بزرگ، این وظیفه را به عهده خودشان می‌دانستند.^[۱]

گاهی شناخت گروه صنفی و سنی مخاطب، به شما کمک می‌کند.^[۲] آمارگیری از مخاطبان هم نکته مهمی است؛ اینکه چقدر از شما سؤال می‌شود و چقدر برای دریافت پاسخ مراجعه می‌کنند، کمیتش مهم است. بعد بایستی نظرخواهی کنید و ببینید که سؤال‌کنندگان از چه قشرهایی هستند؛ جوانند، دانشجو هستند، دخترند، پسرند، نوجوانند، باسوادند، بی‌سوادند، تحصیلات عالی دارند - ممکن است دکتر یا آدم تحصیل کرده است که سؤالی دارد - از کدام قسمت‌های کشور هستند. اینها همه‌اش معنا دارد. اول کمیت‌ها معلوم شود. معنای کمیت زیاد این است که مرکز شما مورد توجه واقع شده است. بعد اقشار و نمونه‌های گروهی مشخص شوند تا شما بدانید با کی طرف هستید و مخاطبتان را بشناسید. توجه به این دو نکته، طبعاً باعث می‌شود که شما جواب را طبق درک مخاطب بدهید. سوم این که این بررسی را استمرار دهید، تا ببینید که عدد بی‌سوادها زیادت‌ر شده یا باسوادها؛ در بین سؤال‌کننده‌ها عدد دخترها بیشتر شده یا پسرها؛ عدد مردم بوشهر مثلاً بیشتر شده یا مردم مشهد. همه اینها یک انگشت اشاره است به یک سمت و یک جهت.

یک جمعی هم باید داشته باشید که بنشینند با این دستاوردها، به تناسب سؤال‌هایی که می‌شود، جهت‌ها را - مثل سکان کشتی - عوض کنند؛ این کار خیلی لازم است.^[۳]

۱. روشنفکران، اهل اندیشه و دانشجویان

... حاجت سوم به فعالیت‌های حوزه علمی، نیاز روشن‌فکران و جوانان است. اینها قشری هستند که در مقابل شبهات قرار می‌گیرند. در همه‌جا اولین مخاطب شبهه‌ها، روشن‌فکران و اهل فکر و اندیشه‌اند که غالباً در میان جوانان و صاحبان فکر و اندیشه و تحصیل‌کرده‌ها هستند. بسیاری از مردم شبهه به سراغ‌شان نمی‌آید. آنها به شبهه کاری ندارند. ایمانی دارند و بر طبق ایمان‌شان زندگی خوبی را پیش می‌برند. کسانی که اهل مطالعه‌اند، با دنیا مواجه می‌شوند و درباره اصل دین و اسلام و معارف آن و نیز اصول و فروع و تاریخ دین حرف می‌زنند و مرتباً شبهه القا می‌کنند.^[۴]

دانشجو، غیر از آن جوان در بازار است که نه از مجله خارجی، نه از کتاب خارجی و نه از معارف بیرون این مرز اصلاً مطلع نیست. دانشجو، قاعدتاً اطلاع پیدا می‌کند و آگاه و هوشیار است و معارف دنیا برایش مطرح می‌شود. پس این فرد، در معرض نفوذ آسیب‌های فرهنگی و بی‌مبالاتی در مقابل دین و بی‌تفاوتی در مقابل ارزش‌های دینی و انقلابی است. این، یکی از مشکلات محیط دانشجویی و دانشجویست. یکی از مشکلات دیگر - که نزدیک به مشکل قبلی است - آسیب‌پذیری در مقابل لغزش‌ها و انحرافات فکری است.^[۵]

حضور در دانشگاه‌ها، خیلی مهم است؛ چون... اصل قضیه، این است که این رسالت و این پیامبری را - در این سطح نازلی که ما بر عهده داریم - تحقق ببخشیم، به اینکه به مخاطبین خودمان برسانیم؛ مخاطبین و شنوندگان پیام و رسالت پیغمبران مختلف‌اند؛ بهترین‌شان کسانی هستند که جوان باشند؛... بالأخره، امر دایر است بین این که به کسی یاد بدهیم که پنجاه سال می‌خواهد از آن استفاده کند، یا کسی که مدت کوتاهی می‌خواهد استفاده کند.

... دوم، این که همین جوان بودن، امتیاز است برای خوب‌فراگیری و شکل‌گیری ذهن به آنچه ما به او می‌دهیم. فرق می‌کند که کسی، ذهن شکل‌گرفته‌ای داشته باشد؛ یا این که ذهن آماده‌ی شکل‌گیری داشته باشد. جوان، این امتیاز دوم را هم دارد.





امتیاز سوم، این است که جوان، حق‌پذیر است و آنچه به او گفته بشود - در مرحله اول برای همه جوان‌ها، باید این‌طور فرض کرد - گوش می‌کند برای یادگرفتن و عمل کردن.

... مخاطب شما، غیر از این سه امتیازی که مربوط به جوانی است، امتیاز دیگری هم دارد، و آن، اینکه باسواد و اهل معرفت است؛ او ترجیح دارد بر کسی که انسان برای فهماندن به او، مشکل دارد و مطلب را درست درک نمی‌کند؛ جوان باسواد! این هم، امتیاز چهارم.

امتیاز پنجم، این است که آینده‌کشور، در دست اوست؛ یعنی شما چنانچه بخواهید مخاطبین را در کل کشور، مرتب به سبر و تقسیم، از هم جدا و افراز کنید، شاید بشود گفت بهترین و اشرف مخاطبین، این مخاطبینی هستند که شما با آنان در دانشگاه‌ها مواجهید؛ جوان، باسواد، اهل معرفت، آینده‌دار و مؤثر در آینده کشور.^[۶]

۲. جوانان

عزیزان! امروز، مخاطب شما، جوانان‌اند؛ روی آنها باید کار کنید: «علیکم بالأحداث!» نمی‌گویم غیر جوان‌ها را رها کنید؛ یا آنها به آموختن، احتیاج ندارند؛ اما می‌گویم شما، روی جوان‌ها کار کنید؛ سرریزش به غیرجوان‌ها هم می‌رسد و برای آنها... کافی است.^[۷]

یکی از شیرین‌ترین رخدادها برای انسان این است که جوانانی که مظهر معرفت‌جویی و استفهام و طالب دانستن و آگاهی هستند، چیزی را بپرسند که انسان می‌تواند در محدوده اطلاعاتش به آن جواب دهد و درعین حال به همین اندازه می‌تواند در رفع سؤال و ابهام در ذهن جوان - که مظهر شادابی و نشاط و میل به پیشرفت است - کمک کند؛ به‌خصوص با توجه به این که ابهام‌آفرینی یکی از سیاست‌های اصلی کانون‌های مبارزه با جمهوری اسلامی است. ابهام‌آفرینی و ایجاد نقطه کور برای ذهن‌ها، خودش یک سیاست است.^[۸]

جوان را باید بشناسید؛ فکر او را باید بشناسید؛ آنچه را که به او هجوم آورده، باید بشناسید. تا میکروب و بیماری را نشناسید که علاج نمی‌توان کرد. اینها همه ملایمی می‌خواهد. درس خواندن، مطالعه کردن و کار کردن، که همه اینها زیر عنوان مهارت‌های دینی خلاصه می‌شود.^[۹]

بیش از دو سوم مردم ما، جوانان اند؛ خود شما هم جوانید؛ اکثر [شما]، جزء همین نسل هستید؛ پس بیشتر از همه، آنها را باید مخاطب قرار داد. دوم، اینکه دشمنان این کشور، دشمنان این انقلاب و دشمنان دین، با توجه به همین حقیقت، مدت‌هاست که برای مخاطبین جوان، برنامه‌ریزی می‌کنند؛ ممکن است ما غفلت کرده باشیم؛ اما دشمن ما، غفلت نکرده است!... این هم، دلیل دیگری است که باید توجه بیشتر شما، به جوانان باشد.

دلیل سوم، این است که جوان، آسان‌پذیر و زودپذیر است؛ چون دل او، نورانی است؛ هنوز آلودگی در دل‌های جوانان، به قدر افرادی از قبیل بنده که سنی از آنها گذشته است، نیست و سخت‌پذیر نشده‌اند! پس، از اول که شما به فکر تبلیغ هستید و می‌خواهید مطالبی را برای بیان دین و اخلاق و هر آنچه باید گفته شود، انتخاب کنید، هدف را مخاطبه با جوانان قرار دهید.^[۱۰]

ب) نیازشناسی مخاطبین

۱. نیاز مخاطبین داخلی

آن کس که فرضاً در دانشگاه‌ها مشغول تبلیغ و کار مخصوص روحانی است یا در ارتش و یا در سپاه مشغول تلاش روحانی است، باید نیاز فکری آن مجموعه و مخاطبین خودش را هوشمندانه و زیرکانه بشناسد. باید ببیند مخاطب او چه عقده و ابهام و سؤال در ذهن دارد؛ ولو به زبان نیاورد. باید عالمانه آن مشکل را حل کند. اگر می‌تواند، خودش حل کند و اگر نمی‌تواند پیش عالم‌تر از خودش برود و مشکل را حل کند. این‌گونه است که سطح علم بالا می‌رود.^[۱۱]

از این بالاتر، نیازهای جماعت مردم است. گاهی یک نیاز تبلیغی در جامعه وجود دارد، آحاد هم به آن توجه ندارند؛ ولی شما می‌دانید که این نیاز هست. مثلاً شما تبلیغات دشمن را گوش کردید، دیدید که دشمن متمرکز و متوجه به چیست؛ می‌فهمید که باید این را مورد توجه قرار دهید و از آن پلیدی و دفن تبلیغات کذب دشمن را بکنید؛ در حالی که ممکن است خود آن مخاطبان به آن توجه نداشته باشند. این می‌شود رفع نیاز.^[۱۲]



۲. نیاز مخاطبین خارجی

۱- مسلمانان خارج از کشور

فرض بفرمایید الان اگر شیعیان کشمیر که جزو مجموعه مسلمین کشمیرند و یک اقلیت هستند، از ما سؤال بکنند که ما در فلان قضیه چه باید بکنیم، این مجمع جهانی باید از موضع یک مطالعه و تدبر سنجیده، پاسخ آن‌ها را حاضر داشته باشد و به آن‌ها ارائه دهد. و همین‌طور شیعیان بقیه مناطق - در اروپا و جاهای دیگر - که غالباً در اقلیت هستند، مسائلی برایشان پیش می‌آید که ما بایستی همیشه پاسخ سؤال‌ها و مسائل آن‌ها را حاضر داشته باشیم؛ چه سؤال‌های سیاسی‌شان، چه سؤال‌های فقهی‌شان و چه بقیه مسائلی که برای‌شان پیش می‌آید.^[۱۳]

۲- تازه مسلمانان خارجی

جوانان طیب و طاهر و تحصیل کرده و با استعداد و ممتازی از اروپا که در دانشگاه‌های خودشان مسلمان شده‌اند پیش ما می‌آیند و درباره مسائل اسلامی راهنمایی می‌خواهند. چه کسی باید اینها را راهنمایی کند؟ چه کسی باید به آن‌جا برود و در میان آنها سکونت کند و تعلیم دین و اخلاق بدهد؟ چه کسی باید برای آن‌ها کتاب بفرستد؟ چه کسی باید برای آن‌ها مسائل را تبیین کند؟ پاسخ همه این پرسش‌ها به حوزه‌های علمیه مرتبط است.^[۱۴]

۳- علاقمندان به کسب آگاهی درباره اسلام

بسیاری از جوامع غیرمسلمان به اسلام توجه پیدا کرده‌اند - ولو مسلمان نشده‌اند - ولی می‌خواهند بدانند اسلام چیست که این دستگاه عظیم را به راه انداخته و حکومت تشکیل داده و با ابرقدرت‌ها سینه به سینه شده است و از کسی هم نمی‌ترسد و دنیا را اداره می‌کند؛ دینی که وارد میدان زندگی است و ضرورت‌ها و فشارها و ترس‌ها و لرزها و ضعف‌های دولت‌های دیگر به سراغش نمی‌آید. چه کسی باید این دین را بیان کند؟ آیا بمانیم تا بیسوادها و یا کسانی که از اسلام هیچ اطلاعی ندارند و آن را از روی دهان دیگران شناخته‌اند، به آنجا بروند؟!^[۱۵]

ادامه دارد...



پی‌نوشت‌ها

- [۱] بیانات رهبر معظم انقلاب اسلامی در دیدار علما و روحانیون استان زنجان، ۱۳۸۲/۷/۲۱.
- [۲] بیانات در جمع مسئولین و دست‌اندرکاران مرکز مطالعات و پاسخ‌گویی به شبهات حوزه علمیه قم، ۱۳۸۰.
- [۳] بیانات در جمع مسئولان و دست‌اندرکاران مرکز مطالعات و پاسخ‌گویی به شبهات حوزه علمیه قم، ۱۳۸۰.
- [۴] بیانات در آغاز درس خارج فقه، ۱۳۷۴/۰۶/۱۴.
- [۵] بیانات در دیدار اعضای شورای مرکزی نمایندگی ولی فقیه در دانشگاه‌ها، ۱۳۶۹/۰۸/۷.
- [۶] بیانات رهبر معظم انقلاب اسلامی در دیدار اعضای انجمن اهل قلم، ۱۳۸۱/۱۱/۷.
- [۷] بیانات مقام معظم رهبری در دیدار با جامعه مدرسین حوزه علمیه قم، ۱۳۷۹/۷/۱۵.
- [۸] بیانات در دیدار با دانشجویان دانشگاه شهید بهشتی، ۱۳۸۲/۰۲/۲۲.
- [۹] دیدار با روحانیون ۱۳۸۵/۰۸/۱۷.
- [۱۰] بیانات مقام معظم رهبری در دیدار با جامعه مدرسین حوزه علمیه قم، ۱۳۷۹/۷/۱۵.
- [۱۱] بیانات در دیدار ائمه جماعات و روحانیون و مبلغین، در آستانه ماه مبارک رمضان، ۱۳۷۱/۱۱/۲۵.
- [۱۲] بیانات در دیدار با علما و روحانیون در آستانه ماه مبارک رمضان، ۱۳۷۶/۱۰/۰۳.
- [۱۳] بیانات در دیدار با اعضای شورای عالی مجمع جهانی اهل بیت (ع)، ۱۳۷۰/۰۷/۰۴.
- [۱۴] بیانات در آغاز درس خارج فقه، ۱۳۷۴/۰۶/۱۴.
- [۱۵] بیانات در آغاز درس خارج فقه، ۱۳۷۴/۰۶/۱۴.

