



سیر تاریخی تبلیغ

محمد تقی رهبر

درآمد مقال:

آنچه پیش روی دارید، بخشی از یک تحقیق گسترده در مسئله تبلیغات است که طی چهار سال اخیر از سوی نگارنده تهیه و به صورت یک ماده درسی در دانشگاه امام صادق (ع) ارائه گردیده است. ره آورد این تحقیق مطالبی است با ظرفیت حدود هشتصد صفحه که به خواست خداوند در آینده تکمیل و چاپ و عرضه خواهد شد.

طرح این موضوع بدین شیوه برای نخستین بار در معرض دید اندیشمندان و فضلا قرار می‌گیرد، و می‌تواند محور تحقیق گسترده‌تری باشد که همت کاوشگران را می‌طلبد. بویژه آنکه اخیراً در مجامع علمی و محافل مطالعاتی کشور نسبت به مسئله تبلیغات (که سالهاست در دیگر محافل و جوامع فکری مورد گفتگو است) نشانه‌هایی از این بیداری به چشم می‌خورد و جسته، گریخته، مباحث و کنفرانس‌هایی ارائه می‌گردد که البته هنوز به مرحله یک کار علمی نرسیده است.

امید می‌رود با توجه به اهمیت تبلیغات در سطح جهانی و درون مرزی و برون مرزی، پژوهشگران در حوزه‌های علمی و دانشگاهی ادامه دهند این پژوهش و دیگر مباحث مربوطه باشند و در بالا بردن سطح رسالت تبلیغ اسلامی همت گمارند.

مروری بر تاریخچه تبلیغ

تاریخ تبلیغ را نمی‌توان از تاریخ حیات انسان تفکیک کرد. تبلیغات با نقطه آغازین خلقت انسان وهبوط آدم بر زمین پیوند دارد. چرا که انسان از یک سو دارای فکر و اعتقاد است و از سوی دیگر، مصالح حیاتی ویژه دارد که این دو اشکال گوناگون شخصیت مادی و معنوی او را تشکیل می‌دهند. بعلاوه که میل به نمود و عشق به بقای شخصیت و دفاع از مصالح فردی و اجتماعی، از فطریاتی است که از خصیصه «حب ذات» سرچشمه می‌گیرد.

باتوجه به این مقدمه کوتاه، طبیعی است که انسان برای منتقل کردن تفکرات و معتقدات، یعنی بخشی از وجود خویش و دیگر ایده‌ها و سمبل‌ها که با مصالح زندگی‌اش گره خورده، تلاش کند و در راه گسترش آنها که نهاد «شخصیت ادبی» اوست از هر وسیله ممکن یاری جوید، این همان «تبلیغ» است. بنابراین تبلیغ یعنی: رساندن و منتقل کردن افکار و عقائد و بازگو کردن ایده‌ها برای دیگران سعی در گسترش آنها و جاودانه ساختن خود از این طریق...

به عبارت دیگر: تبلیغ از حیات فکری و ادبی و مصالح حیاتی انسان سرچشمه می‌گیرد و از آن جدا شدنی نیست، و علی‌رغم تحول و تطور وسائل ارتباطی و خبررسانی و تبلیغ که در روند زمان نشیب و فراز فراوان داشته و دارد، اصل تبلیغ با اهدافی گوناگون ثابت و همیشگی است.

از این خصیصه عمومی که بگذریم، پای معتقدات مذهبی، در مسئله تبلیغ، به نحو دیگری به میان می‌آید. چرا که در دین،

رساندن پیام الهی، بعنوان یک تکلیف مطرح است و براین اساس و باتوجه به اینکه دین و عقائد مذهبی نیز همواره ملازم با انسان‌ها بوده، نتیجه می‌گیریم که تبلیغ در چهارچوبه ادیان و مذاهب و پایه پای سیر تکاملی اندیشه‌ها و معتقدات انسانی، بخشی از فعالیتهای مذهبی را بخود اختصاص داده است.

علی (ع) درباره عهد و میثاق الهی با فرزندان آدم در ابلاغ رسالت خداوندی می‌فرماید: «و اوصطفی الله سبحانه من ولد آدم انبیائه اخذ علی الوحی میثاقهم و علی تبلیغ الرساله امانتهم لمبادل اکثر خلقه عهد الله الیهم فجعلوا حقه و اتخذوا الا نداد معه و احتالتهم الشیاطین و اقتطعتهم عن عبادته فبعث فیهم رسله و واتر الیهم انبیائه لیستادوهم میثاق فطرته و یدکروهم منسی نعمته و یحتجوا علیهم بالتبلیغ و یثیروا لهم دفائن العقول و یروهم آیات المقدره». (۱)

خداوند سبحانه از فرزندان آدم پیامبرانی را برگزید و از آنان بروحی و تبلیغ رسالت پیمان گرفت تا رسم امانت نگهدارند، آنگاه که بیشتر مردم عهد خدا را دگرگون ساخته و حق او را نادیده انگاشته و با او شریکان گرفتند و شیاطین با نیرنگ راه پرستش حق را بر آنان بستند، پس خدا رسولان خود را به سوی آنان گسیل داشت و پیام‌آوران خود را پیاپی فرستاد تا از مردم پایبندی به فطرت را بخواهند و نعمت‌های فراموش‌شده خدا را به یادشان آورند و با تبلیغ بر آنها اجتماع کنند و گنجینه‌های عقل‌ها را برانگیزند و آیات قدرت خداوندی را بدانها نشان دهند.

این گفتار ارزشمند رسالت الهی

بودن تبلیغات و ارتباطات را با زندگی نوع بشر بازگو می‌کند.

داکتر المعارف «گالبرز» در این باره می‌نویسد:

تاریخ تبلیغات، تاریخچه گسترش آگاهانه و عمومی عقاید است. علامات، سخنوری، سمبل‌ها، آواها، رنگ‌آمیزی‌ها و نقاشیها، کنده‌کاریهای ابتدایی و علامات ارتباطی به شیوه ابتدایی، وسایل تبلیغاتی بود، که پیش از اختراع خط بکار می‌رفت. با انضمام روشهای پیشرفته ارتباطات به روش‌های سابق، «نویسنده» به مهمترین عامل در تبلیغات تبدیل شد.

بهر حال تا قرن‌ها توانایی خواندن و نوشتن، محدود به افراد اندکی بود و اکثر نویسندگان نیز کار گزاران مذهبی بودند. آن‌انکه پیشه و اختیار ایشان به آنها فرصت لازم برای نوشتن با دست را داده بود. بنابراین جای تعجب نیست اگر برخی از مهمترین نمونه‌های ابتدایی تبلیغات، ماهیت مذهبی داشته باشند. آموزشهای کنفسیوس، بودا، تورات، انجیل و قرآن از این قبیل‌اند.

البته کاربرد ابتدایی تبلیغات منحصرأ مذهبی نبوده است و افراد کارآموزده در نویسندگی بـاها به خدمت فرماندهان جنگی، پادشاهان و حاکمان درآمدند تا اهداف ایشان را در صلح یا جنگ به پیش ببرند، نمونه این تبلیغات که برای بی‌آبرو کردن دشمن یا رقیب، جلب پشتیبانی مردم یا برای تجلیل از یک حاکم طراحی شده‌اند بسیار فراوان است.

در یونان و روم باستان که در برهه‌ای از

پیام‌آوران خدا را در طول تاریخ حیات انسان و آنگاه که انسان‌ها به راه انحراف کشیده می‌شدند یا شیاطین انس و جن راه را بر بنی آدم قطع می‌کردند، بیان می‌دارد و تأکید می‌کند که رسالت تبلیغ، حقیقتی است همپای فطرت و همدوش با احکام عقل و هم حجت الهی و رمز رشد و تعالی کاروان انسانی در درازای زمان و بستر خاک...

نشانه‌های تبلیغات در آثار باستانی

تاریخ پرنشیب و فراز جوامع انسانی، گواهی می‌دهد که تبلیغ و ارتباط فکری و اعتقادی در هیچ عصر و زمانی از هیچ جامعه‌ای جدا نبوده است. حتی جوامع ساده و ابتدایی نیز ناگزیر بودماند پیام‌های خود را در رابطه با مسائل مشترک حیاتی، به هر نوع ممکن، اعم از نقوش، حجاری، دود، آتش، شیپور، تصاویر، پرچم‌ها، کلمات، اشارات، شایعات، جارچی‌ها، کیبوتران و دیگر سمبل‌ها و رمزها و ابزارها به هم‌نوعان خود منتقل کنند.

آثار برجای مانده از جوامع پیشین، طی هزاران سال، حتی عصر حجر و دهها هزار سال پیش از آن، و خطوط و تصاویر منقوش بر سنگ‌ها و ابنیه تاریخی و حتی کوزه‌های سفالین و ظروف و سکه‌های بدست آمده در اعماق ویرانه‌ها و نوشته‌ها و کتیبه‌ها و دیوارهای آثار باستانی، نشانگر آنست که افراد و جوامع انسانی به منظور ایجاد ارتباط و ارائه توسعه افکار و عقاید خویش و نیز انتقال آن به نسل‌های بعدی از پای ننشسته و بر آن بودماند که حیات تاریخی خویش را، در استمرار زمان، با حیات ادبی و اعتقادی تداوم بخشند که این نیز همگام

زمان از آزادی‌های فکری قابل توجهی برخوردار بود، نوشته‌های فلسفی مانند نوشته‌های «استویس» و «اپیکور» مقالات سیاسی مانند مقالات «پلاتو» و «ارسطو» تاریخ و بیوگرافی مانند تاریخ «هرودوت» و «پلوتارخ» و درام و شعر و حماسه‌سرایی، همه در زمره تبلیغات بودند، زیرا مطالبشان عقاید قابل بحثی بودند که تبلیغ می‌شدند. در هر صورت از نظر وسعت و شکوه تبلیغات دنبالروان ادیان بزرگ مقام ارجمندی را در تبلیغات به خود اختصاص داده‌اند.^(۲)

بنا به آنچه از مطالعات تاریخی بدست می‌آید، تبلیغات، علاوه بر زمینه‌های اعتقادی، در مسائل سیاسی، اجتماعی و اقتصادی نیز مورد توجه قرار داشته است.

در تواریخ آمده که فراعنه مصر بر دیوار معابد و اهرام، رموزی را نقش می‌کردند که نشان‌دهنده اخبار سیاسی و پیروزیهای جنگی بود و نیز رموزی که دال بر عبادات و معاملات بود.

دانشمندان بیاستان‌شناس، در آثار باستانی عراق، نشریاتی متعلق به ۱۸۰۰ سال قبل از میلاد یافتند که کشاورزان را به چگونگی افشاندن بذر و برداشت حاصل و مبارزه با آفات نباتی راهنمایی می‌کرده است. این نشریات شباهت زیادی به نشریاتی داشت که وزارت کشاورزی در کشورهای پیشرفته برای توجیه کشاورزان دارند.^(۳)

از قدیم‌ترین ادوار تمدن و فرهنگ انسان، فلاسفه، نویسندگان، هنرمندان، شعرا، خطبا، از دانش و فن و هنر خود در مسئله تبلیغات، بهره می‌جسته و در این زمینه کتابها نوشته‌اند...

از آن جمله می‌توان کتاب «خطابه» ارسطو را که در پنج قرن قبل از میلاد نوشته شده است و کتاب: «هنر جنگ» نوشته تئورسین قدیمی چین، «سان تزو» و «تبلیغ و نویسندگی برای زندگی بهتر» نوشته «کنفوسیوس» و «تاریخ تبلیغات جنگی، پنج قرن قبل از میلاد» را نام برد. همچنین خطبای مشهوری چون «دموستنس» در یونان و «سیسرون» در روم و دانشمندانی مانند: «یسوکراتس» را که در تربیت مبلغان و سخنوران می‌پرداختند، و «امیرس» شاعر حماسه‌سرای یونان که شعر حماسی را در جنگها می‌سروده است.

بنا به آنچه در تواریخ آمده است:

نخستین جریده رسمی بمنظور تبلیغات در سال ۹۱ قبل از میلاد در چین صادر شد و نیز نشریه «وقایع رسمی» (اکتادیورنا Actadiurna) در روم به سال ۵۸ قبل از میلاد بوجود آمده است.

همچنین در رُم از طریق خواندن و نوشتن لوحه‌هایی که منتشر می‌شد و یا بر دیوار نصب می‌گردید، مردم بدینوسیله از اخبار و اعلان‌های رسمی اطلاع می‌یافتند.^(۴)

محور تبلیغات و ابزار تبلیغ

گرچه در تبلیغات، محورها و مفاهیم مختلف بوده است، اما بطور کلی می‌توان این محورها را در دو عنوان اصلی خلاصه کرد:

۱- عقائد و اندیشه‌های مذهبی که بیشترین کاربرد تبلیغ را بخود اختصاص می‌داده، چرا که مذهب چنانچه گفتیم: اصیل‌ترین و کهن‌ترین اندیشه‌ای است که با

تبلیغات به شیوه فطری و کلاسیک

میان فن تبلیغ به شیوه فطری که انسان در تجارب عملی خود بدان دست یافته و اصول و قواعدی را برای آن تدارک ندیده همانند دیگر فنون: نجاری، خیاطی و... که مهارت و تجربه در آن نقش دارند و تبلیغ با اصول مدون و قواعد علمی از نظر تاریخی تفاوت پارزی است.

روز گاری بود که انسان برای رساندن پیام خویش صرفاً بر شیوه و وسائل ابتدایی و بدون توجه به مطالعات و اصول علمی روانشناسی یا جامعه‌شناسی و امثال آن، تکیه داشت که این با حیات انسان در طول تاریخ مرتبط است. مثلاً مردم جزیره العرب، شاعران و خطیبان خود را که شعر و خطابه‌ها از قریحه ذاتی آنان بود، به بازارهای مشهور مانند «عکاظ» و «ذی المجاز» و «مربد» می‌فرستادند تا با فصاحت و بلاغت و قدرت بیان که خصلت فطری اعراب بود مطالب مورد نظر را اعلام کنند و اگر قصیدهای از شاعری در مفاخره غالب می‌آمد به او مباحثات کرده و قصیده‌اش را در خانه کعبه در ردیف «معلقات» نصب می‌کردند.

این شیوه تبلیغی، استفاده از همان قریحه، تجربه و سنت‌های متداول، هنوز هم در میان جوامع وجود دارد و شاید خود ما نیز از همان کسانی باشیم که در بسیاری از مسائل تبلیغاتی از همان سنن دیرین و بدون توجه به اصول و شیوه‌های علمی راه خود را می‌پیماییم و از پیشرفت وسائل و فنون و رموز ارتباطات و تبلیغات و روانشناسی و جامعه‌شناسی تبلیغ، اطلاع درستی نداریم و بطور قطع اگر به این نکته‌ها عنایت می‌کردیم در کار تبلیغ موفق‌تر بودیم...

عقل و احساس و ایمان انسان در طول تاریخ آمیخته بوده است...

۲- تفکرات و آرمان‌های مادی، اعم از سیاسی، نظامی، اقتصادی و فرهنگی که اندیشه‌های دانشمندان و متفکرین بسیاری را به خود معطوف می‌داشته و در جنگ‌ها و رقابت‌های سیاسی و محاکم قضایی از ابزار تبلیغ برای پیش‌بردن اهداف استفاده می‌شده است. این نمونه تبلیغات بخصوص در کشورهای پیشرفته باستانی مانند ایران، روم، یونان و مصر رائج‌تر و سازمان‌یافته‌تر بوده است.

ابزاری که بیش از هر چیز در تبلیغات عمومی، خواه مذهبی و یا غیر مذهبی، بکار می‌گماشتند، بیان و خطابه، شعر و حماسه، کتاب و نوشتار بوده است. بیان و سخن در این میان بیشترین جایگاه را داشته است. «احکام و اخبار عهد عتیق و مزامیر داوود و سخنان زردشت و کلمات سحرآمیز بودا و بیانات جالب و دل‌انگیز سقراط حکیم و شاگردان وی، همچون افلاطون و سپس ارسطو، مؤید این معنی است که موضوع خطابه و سخنوری ریشه‌های بس عمیق دارد و تمام ملل و اقوام بدان توجه خاص مبذول داشتند و آن را از معجزات بزرگان به حساب آورده‌اند و گفتند: «ان من الیهان لسحرا»^(۵) کلمات و سخنان حکیمانه کنفسیوس در اعصار بسیار دور، در سرزمین چین، نمونه‌ای است از توجه ملت‌های متمدن به نقش بلاغت و سخنوری، لکن آنچه از موضوع سخن و خطابه و خطیب بطور مدون به ما رسیده است از یونان باستان است.»^(۶)

اما تبلیغات عموماً این چنین نبوده و نیست و همانگونه که اشاره شد حداقل از دو هزار و پانصد سال پیش تدوین قواعد منطق و خطابه از یونانیان شروع شد و دانشمندانی مانند سقراط، افلاطون و ارسطو پیرامون آئین سخنوری، و فن استدلال و مناظره و جدل، اصول و قواعدی را تدوین کردند که منطق و خطابه نام گرفت. و تفصیل و توضیح آن اصول و قواعد بعداً بوسیله دانشمندان تعقیب شد و در میان فلاسفه و اندیشمندان اسلامی کسانی پیدا شدند که آن مباحث را تعقیب کردند و گسترش دادند که از جمله می توان مباحث دانشمندانی چون: تلخیص الخطابه ابن رشد و کتاب خطابه شفا از ابن سینا، اساس الاقتباس خواجه و... را نام برد که به شیوه حکمای یونان به تعقیب مباحث خطابه پرداخته اند.

تبلیغ پس از اسلام

با ظهور اسلام، تبلیغ وارد مرحله جدیدی شد. از یکسو ابزارهای سنتی متداول میان اعراب و شیوه های بلاغت و شعر و خطابه با دید اسلامی مورد توجه قرار گرفت و پیامبر اسلام با استفاده از آن شیوه و ابزارها با صبغه اسلامی تبلیغات را هدایت نمودند و از سوی دیگر فرهنگ نوینی که اسلام پی افکند با نوآوری های خود شیوه ها و ابزارهایی که پدید آورد، رمز نفوذ در دلها و گسترش مکتب و جذب نفوس را آموخت که دقیقاً اصول عقلی و علمی به مفهوم کلی آن را ارائه می داد، اصولی که طی یک مقطع تاریخی بسیار کوتاه عالی ترین ره آورد ارتباطی و تبلیغی را همراه داشت و فرهنگ

جهان و سرنوشت انسان را دگرگون ساخت. بدون تردید، شیوه عمل در تبلیغات و ابزارهای مترقی، اضافه بر بُعد معنوی اسلام، نقش بسیار مهمی را در توسعه و رواج این آئین آسمانی و جاودانی داشته است و فرهنگ، شیوه، ابزار و استراتژی تبلیغ در اسلام از نظر تجربه اجتماعی نیز شایان توجه است. چرا که اگر حتی برای علمی و منطقی بودن

یک اصل همان تجربه عملی ملاک باشد تجربه تبلیغی اسلام در میدان اجتماع، موفق ترین و پربارترین تجربه ای بود که در یکی از بحرانی ترین مقاطع تاریخی جهان، به منصف ظهور رسید. این اصول و قواعد را اگرچه در کتاب و سنت طی باب و فصلی خاص نمی توان بطور کامل یافت، اما به همان شیوه ای که کتاب و سنت در ارائه اصول و مبانی اعتقادی و اخلاقی و تشریعی پیموده است، بخوبی می توان مشاهده کرد.

یعنی همانگونه که دانشمندان، محققان و فقیهان اسلام از خلال کتاب و سنت و سیره به تدوین عقاید و شرایع و اخلاقیات اسلامی پرداخته اند، به همان شیوه مباحث مربوط به تبلیغات نیز مورد مطالعه و کاوش و پژوهش قرار گیرد، دقیقاً می توان برای تبلیغ چهار چوبی علمی را مبتنی بر اصول جامعه شناسی، مردم شناسی، و روانشناسی و ارتباطات که در اسلام مواد اصلی آن وجود دارد، ارائه داد.

نهایت آنکه چون دانش ارتباطات و تبلیغات و برخی دانش های دیگر که در عصر حاضر زمینه علمی شدن تبلیغ را فراهم می سازد، دانش هایی نوپا هستند که در قرن اخیر به صحنه آمده اند بویژه دانش

باشی و هیچ امتی نبوده مگر اینکه هشدار دهنده‌ای داشته است.

«و لقد بعثنا فی کل امة رسولا ان عبدوا الله و اجتنبوا الطاغوت...»^(۹)

ما در میان هرامتی پیامبری فرستادیم با این پیام که خدا را پرستش کنید و از طاغوت بپرهیزید...

بدین ترتیب، اصول مشترک ادیان، دعوت به پرستش خدای یگانه، روی برتافتن از انداد و اضداد و مظاهر شرک است. بدیهی است که پایه‌ای تکامل انسان و رشد فکری و اجتماعی نوع بشر، مکتب و دین نیز تکامل یافته و دعوت و تبلیغ رو به توسعه نهاده تا بارسیدن دور اسلام تبلیغ از جمعیت خود برخوردار گردیده است. درست همانند کودکی که به اولین کلاس درس می‌آید و بارشده و شکوفایی استعدادهای او مراحل تعلیم و تربیت نیز شکوفاتر می‌شود تا به مرحله نهایی برسد. علاوه بر اصول مشترک که در ادیان آسمانی است، هر پیامبری نظر به شرایط خاص زمان و اجتماع در تبلیغ و دعوت با ویژگی خاصی، روی نقطه حساس از تبلیغات تکیه کرده است که در قرآن بدانها اشاراتی وجود دارد.

مثلاً: در دعوت «ابراهیم» که بنیانگذار آیین توحید پس از نوح است، تکیه بر مبارزه با خرافه، شرک و اندیشه بت‌پرستی و خضوع در برابر کواکب و یا اقطاب قدرت است که چهره خدایی گرفته‌اند.

در دعوت «لوط»، بُعد اخلاقی دعوت بیشتر جلب نظر می‌کند، چرا که انحراف جنسی و اخلاقی دام‌گیر قوم او بوده است. (اتاتون الذکر ان من العالمین و تذرون ما

ارتباطات که زیرساز تبلیغات است و جدیدترین دانش‌های اجتماعی است که در نیمه دوم قرن بیستم در لیست علوم عصری قرار گرفته، طبیعتاً در عصرهای پیشین کسانی نبودند که مانند کلام، اصول و فقه، قواعد مدونی برای ارشاد و تبلیغ بنگارند و تنها در چهارچوبه فقه، مسائل امر به معروف و نهی از منکر را مورد بررسی قرار داده‌اند، در حالی که تبلیغ به معنی گسترده از این فراتر می‌رود که تنها در چهارچوبه امر به معروف و نهی از منکر مورد بحث قرار گیرد. اصولاً جای تحقیق و تحلیل است که واژه‌های تبلیغ، دعوت، ارشاد، نصیح، تبشیر، انذار، امر به معروف و نهی از منکر و دهها واژه دیگر که هریک به نوعی با تبلیغ به مفهوم کلی آن سروکار دارند از نظر لغت، مفهوم، و کاربرد، چه بار ویژه و چه تمایز و چه وجوه مشترکی باهم دارند؟

سیر تاریخی تبلیغ در ادیان الهی

از سوی دیگر سیر تاریخی تبلیغات پیامبران که به صورت «قصص انبیاء» در قرآن کریم آمده قابل تعمق و تأمل است. به اعتقاد ما از زمانی که «آدم ابوالبشر» پا بر زمین نهاد، شریعت و دعوت نیز شروع شده است. «قال اهبطو منها جمیعاً فاما یتینکم منی هدی فمن اتبع هدی فلاحوف علیهم ولا هم یحزنون»^(۷) و تابعث خاتم انبیاء که پیام‌آوران بسیاری به عرصه ارشاد و هدایت گام نهاده‌اند، همواره انسان داعیان و میلغانی داشته که قرآن بدان تصریح دارد: «انا ارسلناک بالحق بشیراً و نذیراً و ان من امة الا خلاقیها نذیر»^(۸) ما تو را به حق فرستادیم تا بشارت‌دهنده و بیم‌دهنده

آنها که مؤسس آیین جدید بودند و رسالت جهانی داشتند (نوح، ابراهیم، موسی، عیسی و محمد - صلوات الله علیهم) و دیگران در گستره شعاع دعوت، تفاوت است.

و در این راستا، تاریخ انبیاء خودترسیم گر تاریخ تبلیغات است و بهتر آنست که بگوییم: پیامبران خود بنیانگذار تبلیغ و هدایت کننده آن بودند. همانگونه که از روایات بدست می آید، شایع ترین ابزار تبلیغ که بیان و خطابه، قلم و نگارش و شعر و نثر، درهمه اعصار بوده بوسیله پیامبران تأسیس و تکمیل و هدایت شده است. از باب مثال:

- نخستین شعر بوسیله آدم ابوالبشر سروده شده. «مردشاهی از امیر المؤمنین (ع) پرسید: نخستین شعر را چه کسی سروده است؟ حضرت فرمود: هنگامی که آدم به زمین هبوط کرد و خاک و وسعت و هوای آنرا دید و کشته شدن هابیل را بدست قابیل مشاهده کرد این دوبیت را سرود:

تغیرت البلاد و من علیها
فوجه الارض مغیر قبلیح
تغیر کل ذی لون و طعم

و قل بشاشة الوجه الملیح (۱۴)
یعنی: زمین و ساکنان آن دگرگون شده اند و چهره زمین غبار آلوده و زشت گردیده است. هر آنچه رنگ و طعمی دارد، تغییر هویت داده و کمتر چهره ای را شاد و جذاب می توان یافت.

بنابه نقل برهان اولین کسی که بر منبر ایراد خطابه نموده آدم بوده است. (۱۵)
واز کتاب اوائل سیوطی نقل شده که نخستین کسی که بر منبر خطبه خواند ابراهیم بود (۱۶)

نخستین کسی که خط نوشته و به دیگران

خلق ربکم من ازواجکم بل انتم قوم عادون (۱۰)

در دعوت «شعیب» بعد اقتصادی بیشتر مورد توجه است زیرا چپاول و تطاول در امور مالی در قوم او رایج بوده است (و یا قوم اوفوا المکیال و المیزان بالقسط و لایبخصوا الناس اشیائهم...) (۱۱)

و در دعوت «صالح» مبارزه با دنیا زدگی و اشرافی گری و تجمل پرستی و رفاه و غرور ناشی از آن، (اتبنون بكل ریع آیه تعبثون و تتخذون مصانع لعلکم تخلدون و اذا بطشتم بطشتم جبارین) (۱۲)

و در دعوت «موسی» اصلاحات سیاسی و اجتماعی و مبارزه با استضعاف و استکبار و اقطاب قدرت و ثروت و نیرنگ و سحر... (ان فرعون علی فی الارض و جعل اهلها شیعیاً یستضعف طائفة منهم یدبح ابنائهم و یتحیی نسائهم انه کان من المفسدین). (۱۳)

و در دعوت «یوسف» مدیریت الهی و در دعوت «سلیمان» سیاست و حکومت و در دعوت «داود» قضا و در دعوت «عیسی» زهد و اخلاق.

در سرگذشت تاریخی تبلیغ به نقاط حساس، در نوع برخورد با دعوت پیامبران، از سوی دو قطب استکبار و استضعاف و ملاؤ مترفین و مستضعفان و مؤمنان برخورد می کنیم که سیره تاریخی جامعه را در روند دعوت های توحیدی باز می گوید.

بطور خلاصه نیاز هر عصر و ضرورت هر زمان در تبلیغ و برخورد با مخاطبین (موافقین و مخالفین) مد نظر قرار می گیرد که این خود در روند تاریخ نشیب و فرازهایی دارد.

همچنین میان پیامبران «اولی العزم»

رها کرد، درندگان و پرندگان بر آن حمله آوردند. خداوند کلاغی را برانگیخت، بدینگونه که دو کلاغ به منازعه بایکدیگر پرداختند و یکی دیگری را کشت و سپس با چنگال و منقار خود گودالی کند و بدن آن را در گودال افکند. در اینجا بود که قابیل گفت: ای وای بر من! آیا من از این کلاغ عاجزترم، که عورت برادرم را ببوشانم؟ در حقیقت، این کلاغ، مأموریت داشت تا به فرزند آدم بفهماند که جنازه بنی آدم را چگونه باید به خاک سپرد.^(۲۱) بعلاوه که در برابر حرکت یک پرنده نیز انفعال و تأثر وجدانی، خالی از نکته نیست.

و نیز در داستان سلیمان آمده که «هدد» از سوی سلیمان مأمور شد تا به دعوت انذار وی را به ملکه سبا «بلقیس» برساند. «قالت یا ایها الملأانی الی الی کتاب کریم انه من سلیمان...».^(۲۲) و بدینسان استفاده از پرندگان در پیام رسانی، اصالت تاریخی خود را در تاریخ پیامبران نشان می دهد.

و نیز در داستان سلیمان است: هنگامی که با سپاهیان خود بروادی مورچه گان گذر می کرد، ملکه آنها چون مرکب سلیمان را دید، گفت: ای موران! به لانه های خود بروید تا سلیمان و سپاهش شما را پایمال نکنند «قالت نملة یا ایها النمل ادخلوا مساکنکم لا یحطمنکم سلیمان و جنوده وهم لا یשמعون، فتبسم ضاحکامن قولها وقال رب ازعنی ان اشکر نعمتک...».^(۲۳)

این سخن، هم هشدار برای موران بود و هم عبرتی برای سلیمان که به دنبال آن سلیمان خندید و گفت: خدایا مرا به سپاس گزاری نعمت های رهنمون باش...

آموخته و تدریس و از قلم و نگارش بهره گرفته، ادريس یعنی نخستین پیامبر پس از آدم و شیت بوده است^(۱۷). در کتاب «النور المبین فی قصص الانبیاء والمرسلین» چنین آمده است:

ادريس از آن جهت «ادريس» نامیده شد که درس بسیار داشت یعنی کتب و حکمت الهی را می خواند.

او اولین کسی بود که بوسیله قلم نوشت. و نخستین کسی بود که لباس دوخت. گویند: خداوند علم ستاره شناسی، حساب و هندسه را به وی آموخته بود که معجزه او بشمار می آمد.^(۱۸)

و درباره شعیب پیامبر گفته اند: شعیب خطیب ترین پیامبران بود.^(۱۹)

و بنا به نقل قرآن، از زبان موسی با خداست که: «واخی هارون هو افصح منی لساناً فارسله معی... برادر من هارون از من فصیح تر است، او را همراه من بفرست. در این سخن بر فصاحت بیان برای تبلیغ تکیه شده است. در این زمینه در آیات و روایات، نمونه های فراوان می توان یافت...

و نیز همانگونه که از آیات قرآن بدست می آید: استفاده از وسائل هدایت و اعلام و انذار را در مورد عوامل و نیروهای غیر انسانی جهت پیام رسانی می توان یافت. مثلاً قرآن در داستان فرزندان آدم «هابیل و قابیل» چنین می فرماید: «فبعث الله غراباً یبحث فی الارض لیریه کیف یواری سواة اخیه. قال یا وایلتا اعجزت ان اکون مثل هذا الغراب فاوادی سواة اخی فاصبح من النادمین».^(۲۰)

هنگامی که قابیل، هابیل را کشت، نمی دانست بدن او را چه کند، او را در بیابان

در هر حال، تاریخ پیامبران و داستان‌های گذشتگان رازهایی را از روند جریان تبلیغ باز می‌گوید که تفاسیل آن را در بحث‌های تفصیلی و مشروح هریک از این قصص باید جستجو کرد.

ادامه دارد

یادداشتها:

- ۱- نهج البلاغه، خطبه اول.
- ۲- Collers- Peropacanda
- ۳- محمد فتحي، وسائل الاعلام المطبوعه، ص ۲۴.
- ۴- منبع پیشین، ص ۲۵.
- ۵- حدیث نبوی.
- ۶- فرهنگ معارف اسلامی، دکتر سیدجعفر سجادی، ج ۳، ص ۱۸۲۱.
- ۷- سوره بقره، آیه ۳۸.
- ۸- سوره فاطر، آیه ۲۳.
- ۹- سوره نحل، آیه ۳۶.
- ۱۰- سوره شعراء، آیات ۱۶۵-۱۶۶.
- ۱۱- سوره هود، آیه ۸۵.
- ۱۲- سوره شعراء، آیات ۱۲۸-۱۳۰.
- ۱۳- سوره قصص، آیه ۴.
- ۱۴- سید نعمت‌الله الجزائري، النور المبین فی قصص الانبیاء و المرسلین، ص ۵۶.
- ۱۵ و ۱۶- حاج آقا محمد مقدس اصفهانی، کتاب الاوائل.
- ۱۷- ابوالفداء اسماعیل بن کثیر، قصص الانبیاء دارالاحیاء التراث العربی، ص ۱۰۱.
- ۱۸- سید نعمت‌الله الجزائري، النور المبین.... ص ۶۰.
- ۱۹- جاحظ، البیان والتبیین، ج ۱، ص ۱۳۷.
- ۲۰- سوره مائده، آیه ۳۱.
- ۲۱- طبرسی، تفسیر جوامع الجامع، ص ۳۲۵.
- ۲۲- سوره نمل، آیات ۲۹-۳۰.
- ۲۳- سوره نمل، آیات ۱۸-۱۹.

