

روش‌های تبلیغاتی نهضت عاشورا (با تأکید بر تبلیغ گفتاری و رفتاری یاران امام حسین (ع))

مرتضی اسحاقی^۱

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی شیوه‌های تبلیغاتی نهضت عاشورا (با تأکید بر روش گفتاری و رفتاری) صورت پذیرفته است. روش این پژوهش از حیث رویکرد کیفی و از لحاظ جمع‌آوری اطلاعات؛ توصیفی-تحلیلی و استنباطی است. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که امام حسین (علیه السلام) و خاندان پاک ایشان در طول مدت نهضت عاشورا، از روش‌های گفتاری و رفتاری متنوعی به منظور تبلیغات استفاده نموده‌اند. بر اساس نتایج به دست آمده از این تحقیق مشخص می‌شود که نهضت عاشورای امام حسین (علیه السلام)، یک مکتب تبلیغی آموزشی و پرورشی گسترده در عرصه رسانه و ارتباطات است، که با دربرگیری اهداف خاص خود، می‌تواند مبنایی در بهره‌گیری از ابزارهای رسانه و تبلیغات جهان امروزی برای فرایندهای تعلیم و تربیت باشد و بر مبنای آن میتوان به نتایج علمی و عملی قابل توجهی در زمینه‌های مختلف تعلیم و تربیت فردی و اجتماعی دست یافت. جامعه مورد پژوهش کتاب‌ها، مقاله‌ها و پژوهش‌های در دسترس پژوهشگر در حوزه زندگی سیاسی عبادی امام حسین (علیه السلام)، نهضت عاشورا، قیام عاشورا و تربیت اسلامی در سیره امام حسین (علیه السلام) بوده است.

واژگان کلیدی: تبلیغات، روش گفتاری و رفتاری، نهضت عاشورا، امام حسین (علیه السلام)

^۱ کارشناسی ارشد فلسفه تعلیم و تربیت علوم تحقیقات khatamefakher@gmail.com

مقدمه و بیان مسئله

در این پژوهش به بررسی تاریخی نقش تبلیغات در دوران پس از پیامبر اسلام (ص) در عصر حیات امام حسین علیه السلام به عنوان سومین جانشین پیامبر اسلام (ص) پرداخته‌ایم. برجسته‌ترین فصل از زندگی سیاسی اجتماعی امام حسین علیه السلام متعلق به دوره نهضت عاشورا است. لذا سعی کردیم تا از این رهگذر به تبیین شیوه‌های تبلیغاتی مورد استفاده در این رویداد تاریخی بپردازیم. پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله فرمود: «من امر بمعروف فلیکن امره ذلک بمعروف» هر کس مردم را [به کارهای نیک بخواند باید با شیوه نیکو آن را انجام دهد. (ری شهری ۱۳۸۶، ۳۷۶)

تعالیم دینی چون از مبدأ الهی نشأت می‌گیرند، تحت شرایط زمانی، مکانی یا اجتماعی و به طور کلی، زیر نفوذ یک یا چند عامل قرار ندارند و هیچ نوع محدودیتی در مورد آن‌ها قابل تصور نیست. (شریعتمداری، ۱۳۹۵، ۳۶). به همین دلیل خداوند متعال، انبیاء و اوصیای الهی را به عنوان الگوی انسان کامل مبعوث و مکلف به هدایت بشر می‌کند تا ایشان با تبلیغ آموزه‌های اخلاقی و تربیتی خالص که برگرفته از سرچشمه گوارای توحیدی است، جوامع بشری را به سوی کمال و سعادت هدایت نمایند. به همین جهت می‌توان نتیجه گرفت که بهترین رتبه از روش‌های تبلیغاتی، ترویجی و انگیزشی در میان اجتماع انسانی، متعلق به پیامبران و جانشینان الهی معرفی شده در آن قوم و جامعه است.

در ادامه شجره طیبه نبوت، خاندان عصمت به فرمایش قرآن به عنوان پاک‌ترین عناصر هستی معرفی شده‌اند. «همانا خدا چنین می‌خواهد که هر رجس و ناپاکی را از شما خانواده نبوت ببرد و شما را از هر عیب، پاک و منزّه گرداند» (احزاب، ۳۳). پیامبر اسلام (ص) همواره بر تمسک و الگوگیری مسلمین از سیره و راه اهل بیت پیامبر (ص) و جایگاه ایشان در تعلیم و تربیت جامعه توجه و اصرار داشتند. بر این اساس ایشان فرمودند: «اهل بیت من مثل کشتی نوح است که هر کس سوارش شد، نجات یافت و هر کس که از آن بازماند، غرق گشت.» (طوسی، ۱۳۸۸، ۷۲۱). بر این اساس می‌توان نتیجه گرفت که بهترین روش‌های تبلیغاتی

در حوزه‌های فردی و اجتماعی در آموزه‌های دینی و توسط رهبران الهی بیان شده است.

در این مسیر تبلیغی پر نشیب و فراز تاریخی، یکی از شاخص‌ترین افراد در میان خاندان پیامبراسلام (ص) که در بخش‌های مختلف و متنوع آموزه‌های دینی برای طبقات متفاوت اجتماعی، منشأ آثار و برکات بسزایی بوده، شخصیت یگانه و مقدس حضرت اباعبدالله الحسین (علیه السلام) است که در طول حیات پاک و سرافراز خود تابش منحصربه‌فردی از سبک‌های تبلیغاتی تربیت الهی به تصویر کشیده است.

در جریان نهضت عاشورا، حضرت سیدالشهدا (علیه السلام) با استفاده از روش تبلیغ رفتاری و روش تبلیغ گفتاری به تعلیم آموزه‌های اخلاقی و دینی پرداخته و در راستای تربیت فردی و اجتماعی آموزه‌هایی اعم از خدامحوری، عبادت، مسئولیت‌های فردی و اجتماعی، عدالت‌خواهی و در مجموع اصلاح انحرافات فرد و جامعه و... را مطرح می‌نماید. آن حضرت از اولین تا آخرین قدم سیر تبلیغاتی خود، لحظه‌ای از یاد خدا و حمد و ثنای او غافل نبود. سخن نخست او در هنگام حرکت از مکه به سوی عراق که خود نمونه‌ای از تبلیغ گفتاری هدف توحیدی نهضت است «الحمدالله و ماشاءالله و لاحول و لا قوه الا بالله» بود و در واپسین لحظات زندگی نیز در آن هنگام که خون‌آلود و داغدار و تشنه‌کام بر زمین افتاده بود و نگاه مبارکش به سوی آسمان بود با روش توأمان گفتاری و رفتاری در تبلیغ ویژه‌گی اسلامی توکل و توسل توحیدی فرمود: «پروردگارا، از تو صبر بر قضا و حکمت را خواستارم، معبودی جز تو نیست، ای پناه پناه‌آوردگان» (سعادت پرور ۱۳۹۲، ۲۴۵).

یکی دیگر از دلایل پرداختن به نهضت عاشورا این است که نشان‌دهنده این حقیقت است که انسان در سخت‌ترین شرایط سیاسی، اجتماعی و نظامی حاکم بر جامعه، می‌تواند با وجود همه‌ها و تألمات روحی و جسمی، بهترین رویه تبلیغی و ترویجی را در مناسبات شخصی و اجتماعی اتخاذ نماید. امام حسین (ع) در سخت‌ترین لحظه‌های زندگی، حتی در اوج جنگ و جهاد روز عاشورا، دست از تبلیغ اهداف الهی خود و آموزه‌های اخلاقی و فردی و اجتماعی اسلام بر نداشت.

مبانی نظری

تبلیغات یکی از روش‌های کهن در ایجاد ارتباط و تأثیرگذاری بر جوامع بشری است. در این روش افراد و گروه‌ها با هدفی و انگیزه‌ای ویژه با تهییج افکار فردی و اجتماعی، آنها را به سمت و سوی مد نظر و گرایش به جریان و مسیر خاص خود ترغیب می‌نمایند. تبلیغ در عرصه‌های مختلف حیات بشری اعم از اقتصادی، تجاری، سیاسی، مذهبی، فرهنگی، درمانی و آموزشی و پرورشی نیز حائز اهمیت بوده و مورد استفاده قرار می‌گیرد.

تبلیغ به معنی ترویج ایمان، ایجاد نظر خوب یا بد نسبت به شخص یا سازمان یا مذهب یا عقیده‌ای یا چیزی از طریق تحت تأثیر قرار دادن افکار و عقاید مردم است. (کیا علی اصغر/ سعیدی، رحمان. ۱۳۸۳، ص ۸۹)

در طول تاریخ مقوله تبلیغ و آوازه‌گری همی‌شه مورد توجه بوده و در شرایط مختلف اجتماعی مورد بهره‌برداری جریان‌های گوناگون حکومتی و غیره دولتی قرار گرفته است و به شهادت تاریخ یکی از شیوه‌های بسیار تأثیرگذار و تعیین‌کننده در نتیجه معادلات و مناسبات فی مابین گروه‌ها و افراد در بستر اجتماعی و در شئون متنوع حیات انسانی روش تبلیغات بوده که نقش برجسته‌ای را در فرایند تاریخی برعهده گرفته است.

با گسترش فناوری‌های ارتباط نوین و افزایش کانال‌های انتشار اطلاعات، تبلیغات به مثابه یکی از شیوه‌های ارتباطات جمعی جایگاه برتر و خاص خود را یافته است. از سال‌های ۱۹۲۷ که رساله دکترای «هارولد لا سول» درباره‌ی استفاده از تبلیغات در جنگ جهانی اول به عنوان کتاب منتشر شد و تا به امروز که تبلیغات به یکی از حوزه‌های قدرتمند در زمینه‌ی سیاست، اقتصاد، بازرگانی و روان‌شناسی اجتماعی تبدیل شده است. تحولات گوناگونی در این رشته صورت یافته است. (کیا علی اصغر/ سعیدی، رحمان. ۱۳۸۳، ص ۲)

در طول تاریخ مذهبی و دینی بشر شاهد بروز و ظهور تمام عیار این روش کارآمد در جلب و جذب افکار و عقاید انسانی به سوی ادیان توحیدی و مبارزه به کفر و ظلم، توسط پیامبران الهی و اوصیای آنها بوده‌ایم. «الذین یبلغون رسالات الله و

یخشونه و لایخشون احدا الا الله و کفی بالله حسیبا» کسانی که پیام‌های خدا را ابلاغ می‌کنند و از او می‌ترسند و از هیچ‌کس جز خدا بیم ندارند. و خدا برای حسابرسی کفایت می‌کند. (احزاب، ۳۹)

پیشینه تحقیق

تاکنون کتاب‌ها، مقالات، تحقیقات و پایان‌نامه‌های بسیاری در خصوص واقعه کربلا و نهضت عظیم عاشورا به رشته تحریر درآمده، ولیکن بیشتر به جنبه‌های تاریخی و سیاسی این واقعه توجه شده و کمتر به جنبه روش‌های تبلیغاتی و رسانه‌ای پرداخته شده است. لیکن این صفحه زرین، مهم و مؤثر از تاریخ اسلام و جهان از نگاه رسانه و تبلیغ محدود و مهجور مانده است. در تعداد اندکی از تحقیقات صورت گرفته سابقاً به برخی از ابعاد تبلیغی نهضت عظیم عاشورا پرداخته شده است.

روش تحقیق

پژوهش علمی، مطالعه‌ای نظام‌مند و کنترل‌شده تجربی و انتقادی درباره یک یا چند قضیه فرضی در زمینه روابط احتمالی میان پدیده‌های طبیعی است. پژوهش علمی انواع گوناگونی دارد. برای نمونه، باید دانست که تحقیق کاربردی در جست‌وجوی دست‌یابی به هدف و عملی است و تأکید آن بر تأمین سعادت و رفاه توده مردم و مطلوب بودن فعالیت است و به مقدار زیادی قائم به زمان و مکان است (کریشان، ۱۳۷۴، ص ۱۶)

این پژوهش از نوع تحقیقات کیفی است که از نظر هدف، توسعه‌ای و کاربردی و از نظر روش، توصیفی به شمار می‌رود. برای گردآوری داده‌ها نیز از روش کتابخانه‌ای - سندکاوی استفاده گردید؛ که بر اساس آن، کتاب‌ها، مدارک، اسناد، پایگاه‌ها، مقاله‌ها و پژوهش‌های در دسترس پژوهشگر در حوزه بررسی زندگی سیاسی عبادی امام حسین (علیه السلام)، نهضت عاشورا، قیام عاشورا و تربیت اسلامی در سیره امام حسین (علیه السلام) مطالعه شده و شیوه‌های تبلیغاتی زندگی امام حسین (علیهم السلام) با تمرکز بر جریان نهضت و قیام عاشورا مورد بررسی قرار گرفت و آموزه‌های ارتباطی و تبلیغی نهضت عاشورا بر اساس تجزیه رویدادها، رفتار و گفتار امام حسین

(علیه السلام) مورد تحلیل و نهایتاً شیوه‌های تبلیغاتی نهضت عاشورا (با تأکید بر روش‌های گفتاری و رفتاری) حاصل گردید.

سؤال کلی تحقیق

شیوه‌های تبلیغاتی نهضت عاشورا کدام است ؟

یافته‌های تحقیق

روش‌های تبلیغاتی در نهضت عاشورا کدامند؟

در بیان روش‌های تبلیغی نهضت عاشورا به دو شیوه گفتاری و رفتاری که همان طریقه‌ی بیانی و اقدامی است اشاره می‌نماییم؛ شیوه گفتاری همان‌طور که از معنای ظاهری برمی‌آید این طریق بر گفتار و بیان مطالب متکی است که در آن شخص با تکیه بر گفتار و با اظهار حقایق و مطالب مورد نظر خود، مخاطب خود را تحت تأثیر قرار داده و از این مسر به هدف مد نظر خود می‌رسد. این روش یکی از شیوه‌های کلیدی در پیشبرد اهداف امام حسین(ع) در نهضت عاشورای بوده است. در طریق قولی، امام حسین و اهل بیت عصمت و طهارت (علیه‌السلام) با بیان آموزه‌های اخلاقی و اجتماعی دین اسلام، روایات پیامبر اسلام (صلی‌الله علیه واله وسلم) و آگاهی به جامعه در روش‌های مختلف، اهداف الهی نهضت عاشورا را به‌پیش برده‌اند.

شیوه رفتاری: در این روش اهل بیت عصمت و طهارت (علیهم‌السلام) تلاش کرده‌اند تا با انجام اقداماتی که مورد توجه آحاد جامعه است معارف الهی و آگاهی سیاسی، اجتماعی را در قالب عملی به جامعه اسلامی منتقل نمایند. تبلیغ رفتاری یکی از راهکارهای مؤثر و نافذ در انتقال افکار است زیرا در این شیوه مردم شاهد عینیت یافتن انگیزه‌های مری هستند و این خود به‌تنهایی می‌تواند بهترین الگو در پیشبرد اهداف باشد. لذا در روش‌های ذیل‌الذکر شاهد ظهور روش‌های تبلیغاتی نهضت سرا سر درس عاشورای حسینی (علیه‌السلام) در دو بعد گفتاری و رفتاری هستیم:

۱- تبیین جایگاه و شخصیت امام معصوم (علیه السلام)

مولا علی (علیه السلام) در کلامی اهمیت شناخت امام و ولایت مداری را این‌گونه بیان می‌فرمایند: «هر که از آن پیشی گیرد از دین به در رود و هر که از آن واپس ماند هلاک شود و هر که همراهی آن کند [به ساحل رستگاری و نجات] برسد.» (شریف الرضی ۱۳۷۹، خ ۱۰۰)

امر تبیین جایگاه و شخصیت امام معصوم و بیان لزوم ولایت مداری و اطاعت از فرامین ایشان، یکی از مهم‌ترین روش‌های تبلیغی مورد توجه در نهضت عاشورا است. چرا که در تمامی شئون اعتقادی، اجتماعی و سیاسی توجه، شناخت راه از بی‌راه و حرکت به سوی کمال و سعادت دنیوی و اخروی فقط بامعرفت صحیح و پیروی از سرچشمه معارف کامل الهی و انسانی که توسط هادی مرسل و او صیای به حق عرضه می‌گردد، امکان‌پذیر است. امام حسین (علیه السلام) در جای‌جای این نهضت عظیم در صدد معرفی خود به عنوان امام زمان و جانشین به حق پیامبر (صلی الله علیه و آله وسلم) و تفهیم لزوم اطاعت از اوامر و حمایت از اهداف امام معصوم (علیه السلام) از طرف امت اسلامی است تا بتواند در سایه ولی شناسی و اطاعت از او حکومت الهی را برپا نمود. چرا که بدون اطاعت‌پذیری جامعه اسلامی از رهبر الهی و عدم توجه به منویات امام و عدم تمکین از دستورات ایشان، هیچ‌گاه جامعه اسلامی به سرمنزل سعادت و آرامش نخواهد رسید و دائماً دستخوش فراز و نشیب‌های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، اعتقادی خواهد بود. هنگامی که از امام حسین (علیه السلام) درباره شناخت خدا سؤال شد فرمود: «[معرفت الله یعنی] شناخت مردم هر زمان نسبت به امامی که اطاعتش بر آنان واجب است.» (ری شهری ۱۳۸۶، ح ۱۲۰۰۳۰۱)

روش تبلیغ رفتاری: در اتفاقات بعد از شهادت امام علی و حضرت امام حسین (علیه السلام) ولایت مداری و صبر را به اوج قله اطاعت رساند چرا که بعد از شهادت مولای متقیان (علیه السلام) با برادرش امام حسن مجتبی (علیه السلام) به عنوان امام زمان و رهبر جامعه اسلامی بیعت نمود و در تمامی مراحل حکومت، جنگ‌ها و دوران

صلح امام حسن (علیه السلام) به بیعت ایشان پایبند بود و حتی قدمی از ایشان پیش و یا پس نماند.

روش تبلیغ گفتاری: امام حسین (علیه السلام) در پاسخ علی بن محمد بن بشیر همدانی که معترض امام حسن (علیه السلام) در مسئله صلح بود که حسن ابن علی (علیه السلام) پس از صلح تقاضای کسانی را که به وی پیشنهاد انقلاب داده‌اند، نپذیرفته است، نظر برادرش را در التزام به پیمان نامه و لوازم عملی آن تأیید کرده و فرمود: «راست گفت ابو محمد! و همه مردان شما تا هنگامی که این انسان [معاویه] زنده است، باید خانه نشین باشند» (دینوری ۱۳۹۵، ۲۲۱)

روش تبلیغ گفتاری و رفتاری: در ماجرای امان نامه‌ای که شمر برای حضرت عباس (علیه السلام) آورد، در مرتبه نخست عباس ابن علی (علیه السلام) و برادرانش پاسخ شمر بن ذی الجوشن را نمی‌دهند تا آنجا که خود امام (علیه السلام) اجازه داده و امر به پاسخ‌دهی می‌کند، شاهد تبلیغ گفتاری و رفتاری امام شناسی و ولایت مداری حضرت ابوالفضل (علیه السلام) و برادرانش هستیم زیرا در لحظه لحظه این آن ماجرا با شناخت رهبر حقیقی با ولایت مداری مطلق تا قبل از اجازه‌ی امام از دادن پاسخ دشمن امتناع ورزیده و سکوت اختیار نمودند و پس از اذن امام پاسخ کوبنده‌ای به شمر دادند. و به تمامی شاهدان درس دشمن شناسی و ولایت مداری دادند.

۲- هجرت و تغییر موقعیت

یکی از مهمترین روش‌های تبلیغاتی امام حسین علیه السلام به منظور دفاع و حفاظت از اصل شریعت اسلام که در آن دوران موج خبری گسترده‌ای را به راه انداخت روش تغییر موقعیت بود. چرا که امام حسین (ع) به دلیل شهرت و جایگاه مذهبی و اجتماعی خود می‌توانست با این کار پیغام قیام خود را به سرزمین‌های دیگر منتقل کرده و با آگاهی‌سازی عمومی، آحاد جامعه را از اهداف سیاسی، اجتماعی خود مطلع نماید.

طبق فرمان الهی و سنت نبوی (صلی الله علیه و آله و سلم) هرگاه فرد مسلمان در عسر و حرجی قرار گرفت که عرصه بر او تنگ شد، می‌تواند به منظور حفظ جان و مال و خانواده خود و حتی محفوظ ماندن از شر گناه، از سرزمین خود به سرزمین

دیگری هجرت کند تا با تغییر موقعیت خداوند در سرزمین دیگر برای وی گشایش و وسعتی عنایت فرماید. خداوند در قرآن کریم می‌فرماید: « آنان که ایمان آوردند و هجرت کردند و با اموال و جان‌های خود در راه خدا جهاد کردند درجه بزرگتری نزد خدا دارند و آن‌ها رستگارند» (توبه، ۲۰) در نهضت حسینی در دو مرتبه شاهد اجرای این فرمان الهی هستیم مرتبه اول هجرت امام حسین (علیه‌السلام) از مدینه به مکه و مرتبه دوم هجرت امام (علیه‌السلام) از مکه به سرزمین عراق. این عمل امام حسین (علیه‌السلام) دو پیام در خود مستتر دارد؛ ۱. اجرای فرمان‌های الهی ۲. اقدام و عمل در راه رسیدن به آرمان‌ها با تغییر موقعیت.

شاهد تاریخی: در مرتبه اول پس از فشارها و سخت‌گیری‌های عوامل بنی‌امیه در شهر مدینه مبنی بر بیعت گرفتن از امام حسین (علیه‌السلام)، ایشان در روز یکشنبه ۲۸ رجب سال ۶۰ هجری، شب هنگام به همراه جمعی از بنی‌هاشم و برادران، به جز محمد بن حنفیه و برادرزادگان و عموزادگان که تعدادشان به ۲۱ نفر می‌رسید، (صدوق ۱۳۸۶، مجلس ۳۰)

در مرتبه دوم شاهد هستیم که وقتی امام حسین (علیه‌السلام) از توطئه حکومت بنی‌امیه برای ترور ایشان در شهر مکه و بیت‌الله الحرام مطلع شدند به منظور حفظ حرمت‌خانه خدا و حفظ جان خود، تصمیم به هجرت از مکه به سوی سرزمین عراق گرفتند.

۳- امر به معروف و نهی از منکر

یکی از روش‌های تبلیغی گفتاری پر کاربرد و کهن به منظور انتقال افکار و آموزه‌های فردی و اجتماعی روش موعظه و نصیحت است. در این الگو مربی با بیان دوستانه و گاهی عتاب‌آلود به انذار و تبشیر افراد می‌پردازد. روش تبلیغاتی امر به معروف و نهی از منکر در نهضت عاشورا و در تمام مدت قیام امام حسین (علیه‌السلام) در مواضع گوناگون آشکار استفاده می‌شود.

امام حسین (علیه‌السلام) در موارد متعدد افراد و اقوام را به صورت حضوری و یا با ارسال نامه موعظه نموده است. این روش بیانگر اوج شفقت و خیرخواهی ائمه طاهرين (علیهم‌السلام) در قبال وضعیت حال و آینده مردم است. چراکه ایشان به

دلیل طهارت ذاتی و مأموریت الهی، خود را مکلف به هدایت و دستگیری از انسان‌ها می‌دانند.

شاهد تاریخی: در نهضت عاشورا شاهد بروز و ظهور این روش تبلیغی گفتاری و فریضه الهی در سطح گسترده و جامع هستیم چنانکه امام حسین (علیه‌السلام) در نامه‌ای به محمد بن حنفیه موضوع اصلاح اجتماعی با روشی بیانی و مکتوب امر به معروف و نهی از منکر را یکی از اهداف اساسی قیام خود برمی‌شمارد. «من فقط برای اصلاح در امت جدم از وطن خارج شدم. می‌خواهم امر به معروف و نهی از منکر کنم و به سیره و روش جدم و پدرم علی بن ابیطالب (علیه‌السلام) عمل کنم» (خوارزمی ۱۴۱۸ق، ۱: ۱۸۸)

همچنین امام حسین (علیه‌السلام) در منزل «ذو حُسم» در بخشی از خطبه خود خطاب به لشکریان حُر فرمود: «آنچه را که روی داده و پیش آمده می‌بینید. مگر نمی‌بینید که به حق عمل نمی‌شود و از باطل دوری نمی‌شود؟ مؤمن باید [در این حال] راغب لقای حق باشد. من مرگ را جز شهادت نمی‌یابم و زندگانی باستمگران را غیر از ننگ و عار نمی‌دانم» (طبری ۱۳۹۳، ۴۰۳: ۵)

به بیان مورخین؛ امام حسین (علیه‌السلام) در دیدار خود با حر جعفری به وی فرمود: «ای پسر حُر! اهل شهر شما به من نامه نوشتند که به یاری من هماهنگ‌اند و از من خواستند تا نزد آن‌ها بیایم؛ ولی به آنچه وعده داده بودند، وفا نکردند؛ و تو [نیز] دارای گناهان زیادی هستی. آیا نمی‌خواهی به وسیله توبه آن اعمال ناشایسته را از بین ببری؟» (مقرم ۱۳۸۱، ۱۸۹)

به بیان دیگر می‌توان گفت که: حضرت حسین بن علی (علیه‌السلام) در این نهضت عملاً یک مبلغ تمام عیار و یک آمر به معروف و ناهی از منکر بود و پس از شهادت ایشان اهل بیت پاک آن حضرت، تا پایان دوران اسارت به‌عنوان یک گروه امر به معروف و نهی از منکر اقدام به تبلیغ گفتاری و رفتاری اهداف قیام عاشورا می‌نمودند.

۴- اعطای بینش دشمن‌شناسی و اعلان اعتراض و افشاگری

یکی از روش تبلیغی گفتاری در اهداف نهضت عاشورا استفاده از موقعیت‌های پیش‌آمده و یا از پیش تعیین‌شده به منظور اعلان اعتراض و افشاگری با خطابه و سخنرانی است. در این سبک تبلیغاتی گوینده تعدادی از افراد جامعه که به‌منظور شنیدن اظهارات وی و یا به‌طور اتفاقی اجتماع کرده‌اند را مورد خطاب قرار داده و اخبار و اطلاعات و مطالب موردنظر خود را به سمع و نظر آن‌ها می‌رساند. این طریق در نهضت عاشورا کاربرد بسیاری داشته و بارها مورد استفاده امام حسین (علیه‌السلام) و همچنین خاندان و اصحاب ایشان قرار گرفته است.

امام حسن و امام حسین (علیهم‌السلام) در برابر بدعت‌ها و بیدادگری‌های بی‌شمار معاویه سکوت نمی‌کردند، بلکه ایشان در آن شرایط پر خفقان که کسی جرأت اعتراض نداشت تا آنجا که در توان داشتند، در برابر مظالم معاویه به مبارزه و مخالفت برمی‌خاستند. نمونه این اقدامات تبلیغی و جهادی؛ سخنرانی‌ها و نامه‌های اعتراض‌آمیز، سخنرانی کوبنده و افشاگرانه در کنگره عظیم حج، ضبط اموال دولتی و... است.

در این روش تبلیغاتی ائمه طاهرين (علیهم‌السلام) با بیان نمودن رذایل اخلاقی دشمن حقیقی امت مسلمان، نسبت به ناهنجاری‌های فردی و اجتماعی به روشنگری پرداخته و باتبیین شرایط حاکمان اسلامی به بیان رذایل اخلاقی و رفتاری حکومت ظلم و آشکار نمودن چهره واقعی خط نفاق پرداخته‌اند. این شیوه تبلیغ در نهضت عاشورا به‌عنوان یکی از روش‌های پرکاربرد قیام حسینی نیز برشمرده می‌شود. امام حسین (علیه‌السلام) و خاندان ایشان در موقعیت‌های مختلف با بهره‌گیری از این روش تبلیغات گفتاری اقدام به شناساندن چهره واقعی حکومت بنی‌امیه نموده‌اند.

در این شیوه از روش‌های تبلیغی رهبرقیام با تبیین شرایط حاضر و با بیان نقاط تاریک و ظلمانی و در مقابل نقاط روشن و صحیح پیش روی مردم و همچنین شناساندن راه سعادت و شقاوت، معرفی دوستان و دشمنان این مسیر، آگاهی‌های لازم در خصوص ادامه راه را به جامعه ارائه می‌کند.

همان‌گونه که در مباحث گذشته اشاره شد امام حسین (علیه‌السلام) در حرکت سازنده خود در پی هدایت و رشد خرد فردی و جمعی به‌منظور دشمن‌شناسی امت

بود لذا در جریان نهضت عاشورا شاهد تبلیغ دو ست شناسی و دشمن شناسی و معرفی راه از بیراه توسط امام حسین (علیه السلام) به افراد و جوامع هستیم.

روش تبلیغ گفتاری: در روز عاشورا زهیر ابن قین بجلی تصمیم به روشنگری و موعظه لشکر دشمن گرفت لذا ضمن تبیین انگیزه‌ی خود ضمن دشمن شناسی آنان را از نادرستی راهشان آگاه نمود. در این هنگام یکی از افراد حاضر در لشکر کوفه بنام عزره به او گفت: «ای زهیر تو نزد ما از شیعیان این خاندان نبودی بلکه عثمانی بودی؟! زهیر در پاسخ وی گفت: آیا بودم در اینجا نشان آن نیست که با آن‌هایم. بدان به خدا سوگند من هرگز برایش نامه‌ای ننوشتم و پیکی نزدش نفرستادم و هرگز به او وعده یاری ندادم لیکن مسیر راه من و او را باهم یکجا گردآورد چون او را دیدم و یاد رسول خدا (صلی الله علیه و اله و سلم) و منزلت وی نزد او افتادم و دانستم که سوی دشمن خویش و حزب شما می‌رود. آنگاه مصلحت چنین دیدم که یاری‌اش دهم و در حزب او باشم و جان خویش را برای آنچه شما از حق خدا و رسول (صلی الله علیه و اله و سلم) ضایع کردید سپر جانم گردانم. (خوارزمی ۱۴۱۸ ق، ۲۴۹: ۱)

روش تبلیغ گفتاری: عبیدالله بن زیاد پس از روشنگری‌های اسرای اهل بیت (علیهم السلام) برای ایجاد جوّ تبلیغاتی و توجیه عملکرد خود و جلوگیری از شورش مردم، آن‌ها را در مسجد گردآورد و به منبر رفت؛ و گفت: «سپاس خداوندی را که حق و اهل آن را آشکار کرد و امیرالمؤمنین! و پیروانش را پیروز نمود و (نعوذ بالله) دروغ‌گو فرزند دروغ‌گو را کشت.» در این میان عبدالله بن عقیف ازدی با موقعیت شناسی و هدف دادن آگاهی و اعطای بینش دشمن شناسی به جامعه از جای برخاست و فریاد زد: «ای پسر مرجانه! دروغ‌گو پسر دروغ‌گو، تو و پدر توست و آن کسی است [یزید] که تو را به این مقام منصوب کرد و پدر او [معاویه] است. ای دشمن خدا! آیا فرزندان پیامبران را می‌کشید و آنگاه بر منبر مسلمانان، این‌گونه [وقیحانه] سخن می‌گویید؟» ابن زیاد (که انتظار چنین سخنی را از هیچ‌کس نداشت، آشفته و) خشمگین شد و گفت: «گوینده این سخن کیست؟» ابن عقیف گفت: «منم ای دشمن خدا! آیا خاندان پاکی را که خداوند آن‌ها را از هر نوع آلودگی پیراسته، می‌کشی و می‌پنداری مسلمانی؟! واَعُوْثَاهُ! کجایند فرزندان مهاجر و انصار که از تو و از آن طغیانگر

(یزید)، نفرین شده فرزند نفرین شده، توسط پیامبر خدا (صلی الله علیه و اله وسلم) انتقام بگیرند! « (مکارم شیرازی ۱۳۸۷، ۵۸۱)

روش تبلیغ گفتاری: معاویه در اواخر زندگانی خود روزی در مدینه امام حسین (علیه السلام) را به مجلس عمومی خود طلبید و از ایشان خواست که بایزید بیعت کند در این هنگام امام بپا خاست و خطابه‌ای ایراد کرد و فرمود: «... ای معاویه! آنچه درباره کمالات یزید و لیاقت وی برای امت محمد (صلی الله علیه و اله وسلم) بر شمردی شنیدیم، قصد داری طوری به مردم وانمود کنی که گویا فرد ناشناخته‌ای را تو صیف می‌کنی، یا فرد غائبی را معرفی می‌کنی و یا از کسی سخن می‌گویی که گویا تو درباره او علم و اطلاع مخصوصی داری، درحالی که یزید ماهیت خود را آشکار کرده و موقعیت (سیاسی و اجتماعی و اخلاقی) خودش را شناسانده است. از یزید آن گونه که هست سخن بگو! از سگ بازیش بگو، در آن هنگام که سگ‌های درنده را به جان هم می‌اندازد، از کبوتر بازیش بگو که کبوتران را در بلندپروازی به مسابقه وامی‌دارد. از بوالهوسی و عیاشی او بگو که کنیزکان را به رقص و آواز وامی‌دارد. از خوش گذرانش بگو که از ساز و آواز خوشحال و سرمست می‌شود. آنچه در پیش‌گرفتی کنار بگذار، آیا گناهایی که تاکنون درباره این امت بر دوش خود بار کرده‌ای تو را کافی نیست؟» (شریفی و دیگران ۱۳۹۴، ۲۵۶ - ۲۵۷)

روش تبلیغ گفتاری: در مجلس یزید ابن معاویه در شهر شام امام سجاد (علیه السلام) در حضور همگان، رو به یزید کرده، با لحنی اعتراضی و افشاگرانه در حضور نمایندگان ملل و بزرگان شهر شام فرمود: «اگر پیامبر (صلی الله علیه و اله) ما را در چنین حالتی ببیند، با تو چه خواهد کرد؟» سؤال امام سجاد (علیه السلام) با گریه شدید حضار روبه رو شد. وقتی یزید صحنه را برخلاف خواست خود دید، دستور داد تا ریسمان را از دست و گردن آنان گشودند (قمی ۱۳۹۱، ۲۴۹)

روش تبلیغ گفتاری و رفتاری: آنگاه که یزید در مجلس خود گستاخی‌های بسیار کرد و از پیروزی خود دم زد، لازم بود که پاسخ دندان شکن بشنود و غرورش شکسته شود از این رو، زینب (علیها سلام) قهرمان این میدان، که صلابت و شجاعت را از پدر و مادر به ارث برده بود و در پرتو نورانیت برادرش امام حسین (علیه السلام)

رشد کرده بود، از جا برخاست و خطبه خود را چنین آغاز کرد: «حمد و سپاس از آن خداست که پروردگار جهانیان است. درود خداوند بر جدم که سرور انبیا است. چه راست گفت خدای متعال که فرمود: فرجام کسانی که اعمال بد کردند، به جایی رسید که آیات خدا را تکذیب کردند و آن را به تمسخر گرفتند.»

سپس فرمود: «ای پسر آنان که جدمان پیامبر(ص) در فتح مکه اسیرشان کرد و سپس آزادشان نمود، آیا این از عدالت است که زنان و کنیزان خود را در پشت پرده بندشانی و دختران پیامبر(صلی الله علیه واله) را به صورت اسیر به این سو و آن سو بکشانی؟! در آینده‌ای نه چندان دور، آنکه فریبت داد و بردوش مردم سوارت کرد، خواهد فهمید که ستمکاران را بد نصیبی است و خواهد فهمید که کدامیک از شما جایگاهش بدتر و سپاهش ناتوان تر است. شکایت نزد خدا برم و به او توکل کنم. (شفیعی مازندرانی، ۲۲۷، ۱۳۸۱)

۵- حفظ عفاف و حجاب

یکی دیگر از روش‌های تبلیغاتی در حفظ کرامت انسانی بهره‌گیری از مؤلفه‌ی عفاف و حجاب است. در اسلام عفاف و حجاب در خصوص زنان و هم مردان توصیه شده است. لذا در گفتار و رفتار اهل بیت عصمت و طهارت (علیهم‌السلام) نیز بر آن تأکید گردیده است.

حجاب یکی از احکام دین مبین اسلام است که به منظور حفظ کرامت فردی و اجتماعی افراد و هم حفظ جامعه از آلودگی‌های اخلاقی و وضع شده است. با توجه به این که نهضت عظیم عاشورا برای احیای احکام الهی اسلام بود لیکن در مسیر این نهضت شاهد تبلور کرامت انسانی در این روش و فریضه الهی هستیم که توسط امام حسین (علیه‌السلام) و حضرت زینب کبری (علیها‌السلام) و اهل بیت عصمت و طهارت (علیهم‌السلام) تبلیغ شد و به منصف ظهور درآمد. اهل بیت عصمت و طهارت در عین مشارکت فردی و اجتماعی در احقاق منویات نهضت عاشورا، روش تبلیغاتی عفاف و حجاب را در گفتار و رفتار خویش جلوه‌گر نمودند.

روش تبلیغ گفتاری: در عصر روز عاشورا امام حسین (علیه السلام) هنگام وداع آخر به اهل خيام توصیه کردند: «چادرها را به سر کنید» (شوشتری ۱۳۷۷، ۱۴۳: ۱۰)

روش تبلیغ گفتاری: حسین بن علی (علیه السلام) در روز عاشورا به خواهران و دختران خویش، فاطمه (علیها سلام)، توصیه فرمود که اگر من کشته شوم، گریبان چاک زنید، صورت مخراشید و سخنان ناروا و نکوهیده مگویید. (شریفی و دیگران ۱۳۹۴، ۴۰۶)

روش تبلیغ رفتاری: به نقل سلیمان حضموتی می‌گوید: روزی وارد شام شدم و دیدم شهر را آذین بسته‌اند. معلوم شد اسرای کربلا وارد شام می‌شوند. قضیه را از مردم پرسیدم، گفتند: زینب دختر علی همراه اسیران وارد می‌شوند، خود را به اسیران نزدیک ساختم و به کنار زینب رسیدم وضعیت ظاهری او مرا تکان داد؛ زیرا مندرس‌ترین لباس‌ها را بر تن داشت؛ «وَعَلَيْهَا أُرْدَلُ ثِيَابِهَا» وقتی خود را معرفی کردم و تقاضا کردم تا از من چیزی بخواهد، فرمود: پارچه‌ای فراهم کن تا زنان ما صورت‌های خود را بپوشانند و من چنین کردم. (شفیعی مازندرانی ۱۳۸۱، ۲۲۷)

روش تبلیغ رفتاری: سهل بن سعد ساعدی انصاری از اصحاب پیامبر (صلی الله علیه وآله وسلم) می‌گوید:

به شهر شام وارد شدم پرچم‌هایی دیدم که در بین آنها سری بر نیزه است. او شبیه‌ترین افراد به پیامبر (صلی الله علیه وآله وسلم) بود و پشت سر آن، بانوانی بر شترانی بی پوشش سوار بودند. نزدیک‌تر رفتم. از نخستین زن پرسیدم: کیستی؟ گفت: من سکینه، دختر حسینم. گفتم: من سهل ساعدی از اصحاب جدت رسول خدا (صلی الله علیه وآله وسلم) هستم، اگر حاجتی داری برآورم! فرمود: به حامل سربگو جلوتر رود تا مردم به تماشای آن پردازند و چشمانشان به حرم پیامبر نیفتد! (قمی ۱۳۹۱، ۲۴۹)

امام علی (علیه السلام) در این خصوص فرمود: «پاداش مجاهد شهید در راه خدا، از پاداش عفیف پاک‌دامنی که قدرت بر گناه دارد و آلوده نمی‌گردد، بزرگ‌تر نیست. عفیف، فرشته‌ای از فرشته‌ها است.» (شریف الرضی ۱۳۷۹، ح ۴۶۶)

۶- عبادت با محوریت نماز و نیایش

عبادت و راز و نیاز حقیقی به درگاه خدا آن‌ها در عالی‌ترین درجه از مراتب عبودیت و بندگی که نشانه انسان کامل است در زندگی سراسر توحید و یقین آل الله (علیهم‌السلام) قابل مشاهده است. آن چنانکه این خصیصه الهی و روحانی اقرار دوست و دشمن را به همراه داشته است.

ابن‌عبدالبر و ابن‌اثیر از مصعب زبیری روایت کرده‌اند که گفت: « حسین بافضیلت و دین‌دار بود و بسیار نماز و روزه و حج به جا می‌آورد.» (صافی گلیپاگانی، ۱۳۹۰، ۲۹۳)

عبادت یکی از برجسته‌ترین روش‌های تبلیغاتی معارف الهی در سیره اهل بیت عصمت و طهارت است. این روش روحیه الهی و معنوی فرد را تقویت نموده و او را آماده‌ی پذیرش حقایق و روشنی‌های حقیقت می‌نماید. در روش تبلیغاتی عبادی، فرد با تقرب به پروردگار احساس امیدواری را در خود زنده کرده و موجبات تقویت اراده را فراهم می‌نماید.

روش تبلیغ رفتاری: در داستان مجلس ولید ابن عتبه (حاکم مکه) که قصد داشت امام حسین (علیه‌السلام) را برای گرفتن بیعت یزید به دارالاماره دعوت و تحت فشار قرار دهد، امام (علیه‌السلام) پیش از حضور در آن محفل به منزل رفت و آب خواست و تطهیر کرد و برخاست و دو رکعت نماز خواند. (خوارزمی ۱۴۱۸ق، ۱۸۱: ۱)

روش تبلیغ گفتاری و رفتاری: در عصر تاسوعا وقتی دشمنان قصد جنگ داشتند امام (علیه‌السلام) به حضرت عباس (علیه‌السلام) فرمودند: اگر می‌توانی آن‌ها را راضی کنی که جنگ را تا فردا به تأخیر اندازند و امشب را به ما مهلت دهند تا باخدای خود راز و نیاز کنیم و به درگاهش نماز بگزاریم خدا می‌داند که من به خاطر او نماز و تلاوت کتاب او را بسیار دوست می‌دارم (مفید ۱۳۹۲، ۲:۹۱)

در شب عاشورا امام و یارانش تمام شب را به نماز گزاردن و استغفار و دعا و تضرع سپری کردند و آن شب اصلاً نخوابیدند. (بلاذری ۱۳۷۵، ۳:۱۸۶)

روش تبلیغ رفتاری: در تاریخ آمده که تحت تأثیر عبادت امام (علیه‌السلام) و اصحاب ایشان، سی و دو نفر از لشکر ابن سعد متأثر شده و به امام (علیه‌السلام) پیوستند. همچنین تحت تأثیر همین عبادت، عزم اصحاب امام (علیه‌السلام) را سخت‌تر شد و خانواده و فرزندان آن‌ها برای ادامه‌ی راه آماده‌تر گشتند. (مقرّم ۱۳۸۱، ۱۷۸)

روش تبلیغ رفتاری: در ظهر عاشورا هنگامی که امام حسین (علیه‌السلام) در زیر باران تیرها به نماز ایستاد «سعید بن عبدالله» و تنی چند از یاران فداکار آن حضرت در پیش روی امام ایستادند و بدن خویش را سپر تیرها کردند و درد تیرها را با تمام توان در صورت و سینه و پهلوی خود به جان خریدند،

روش تبلیغ رفتاری: نهایتاً امام حسین (علیه‌السلام) در وداع آخر خود که به میدانگاه شهادت می‌رفت به خواهرش زینب (علیه‌السلام) خطاب کرد: «خواهرم در نماز شب فراموشم نکن» (شوشتری ۱۳۷۷، ۱۴۳: ۱۰)

۷- بیان مصائب کربلا، مرثیه‌سرایی و گریه

این مورد از روش‌های تبلیغاتی رفتاری و رفتاری، تأثیر بسزایی در تداوم نهضت عاشورا و نهادینه شدن اهداف قیام داشته است. چراکه با استفاده از این راهکار، قلوب مسلمانان و حتی غیرمسلمانان را متوجه و آماده پذیرش حقایق و اهداف قیام نموده و با ایجاد حرارت حزن‌انگیز و غلیان غیرت دینی و انسانی مردم، شخصیت سفاک و انسان‌گریز و انسانیت‌ستیز بنی‌امیه، معرفی و افشاء می‌گردد؛ و این کار روشی است در احیا و تداوم روحیه‌ی ظلم‌ستیزی و بیداری امت‌ها.

اهل بیت عصمت و طهارت در طول قیام عاشورا و پس از شهادت امام حسین (علیه‌السلام) از هر فرصتی استفاده می‌کردند تا با روش تبلیغاتی گریه و بیان مصائب آل الله در نهضت عاشورا، مردم را از ستمکاری‌های بنی‌امیه در حق اهل بیت پیامبر (صلی‌الله‌علیه‌واله‌وسلم) مطلع و آنان را نسبت به عواقب ادامه حکومت اموی هشیار نمایند.

گریه یکی از شیوه‌های تبلیغاتی هشداردهنده و آگاهی‌بخش در وجود انسان است. گریه مبلغ درد و ناراحتی و غصه‌ای سخت و جانکاه در قلب انسان است لیکن هر وقت شخصی به گریه و زاری و ندبه کردن پردازد به‌صورت ناخودآگاه جامعه

اطراف را متوجه خود نموده و افکار و اذهان مردم را به سوی خود جلب می کند. این طریق یکی از روش های مورد توجه تبلیغاتی در نهضت عاشورا علی الخصوص در دوران بعد از قیام و شهادت امام حسین (علیه السلام) بوده است. آن چنان که حکومت های جور این عمل را مورد توجه و مؤاخذه قرار می داده اند. در جریان اسارت اهل بیت پیامبر (صلی الله علیه و اله وسلم) در نهضت عاشورا شاهد گریه و ندبه جان سوز و بسیار آل الله (علیه السلام) در مقاطع اسارت و بعد از آن در مجالس و محافل خصوصی و اجتماعی و حتی مجالس و محافل حکام بنی امیه هستیم. چراکه با گریه و ندبه نمودن قلوب مردم را نرم و مجذوب اظهارات خود نموده و ضمن ترویج اهداف نهضت، مظلومیت و حقانیت خود و ظلم و ستم و ناحق بودن حکومت اموی را به سمع آگاهی جامعه اسلامی رساندند.

روش تبلیغ رفتاری و گفتاری: روزی یکی از غلامان حضرت، به خاطر شدت گریه ایشان، گفت: آیا وقت آن نرسیده که گریه شما تمام شود؟! حضرت فرمود: وای بر تو! یعقوب دوازده پسر داشت و تنها یکی از آنها ناپدید شد و در فراق او، آن قدر گریه کرد که چشمانش نابینا شد و از شدت غم و اندوه، کمرش خم شد، باینکه می دانست او زنده است، ولی من مشاهده کردم که پدرم و برادرانم و عموهایم و هفده نفر از خویشانم را در مقابل من کشتند و سر بریدند، پس چگونه ممکن است غم و اندوه من به پایان برسد؟ (مجلسی ۱۳۸۲، ۸۳۷)

روش تبلیغ گفتاری: به نقل تاریخ؛ آنگاه حضرت زینب (علیها سلام) در شهر کوفه و در میان مردم شروع در خطبه کرد و بعد از سپاس یزدان پاک و درود بر خواجه لؤلؤک فرمود: ای اهل کوفه، اهل خدعه و خذلان! آیا بر ما می گریید و ناله سر می دهید هرگز باز نایستد اشک چشم شما و ساکن نگردد آگاه باشید که بزرگ و زری برای حشر خود ذخیره نهادید،... وای بر شما آیا می دانید که چه جگری از رسول خدا (صلی الله علیه و اله و سلم) شکافتید و چه خونی از او ریختید و چه پردگیان عصمت او را از پرده بیرون افکندید، سید بن طاووس بعد از نقل آن خطبه فرموده که مردم صداها به صیحه و نوحه بلند کردند و زنان گیسوها پریشان نمودند و خاک بر سر

می‌ریختند و چهره‌ها بخراشیدند و چندان بگریستند که هیچ‌گاه دیده نشد که زنان و مردان چنین گریه کرده باشند. (قمی ۱۳۸۷، ۴۷۹)

روش تبلیغ رفتاری: امام سجاد (علیه‌السلام) هنگام بازگشت کاروان اسرا به مدینه خطبه‌ای بدین شرح خواندند: «ای مردم! خداوند تبارک و تعالی، که حمد مخصوص او است، ما را به مصیبت‌های بزرگی مبتلا کرد و شکاف بزرگی در اسلام پدید آمد، ابوعبدالله الحسین و عترتش کشته شدند! اهل حرم و کودکان او را اسیر کردند و سر مبارک او را در شهرها و بر نیزه گردانیدند! و این مصیبتی است که همانندی ندارد.»

«ای مردم! کدام‌یک از مردان شما بعد از شهادت او می‌تواند شادی کند؟! یا کدام دلی است که به خاطر او محزون نباشد؟! و یا کدام چشمی است که بتواند اشک خود را نگاه دارد و آن را از ریختن بازدارد؟! هفت آسمان که دارای بنائی شدید است (سوره ص، ۷) در شهادت او گریستند، دریاها با امواجشان و آسمان‌ها با ارکانشان و زمین از همه جوانب و درختان و شاخه‌های درختان و ماهیان و لجه‌های دریاها و فرشتگان مقرب و نیز ساکنان آسمان‌ها تمام بر او گریستند.» (فرهاد میرزا ۱۳۹۳، ۵۸۱)

روش تبلیغ رفتاری: از امام صادق (علیه‌السلام) چنین روایت شده است: «پس از حادثه عاشورا، هیچ بانویی از بانوان بنی‌ها شرم، سرمه نکشید و خضاب نمود و از خانه هیچ‌یک از بنی‌ها شرم، دودی که نشانه پختن غذا باشد، بلند نشد؛ تا آن‌که ابن زیاد به هلاکت رسید. ما پس از فاجعه خونین عاشورا، پیوسته اشک بر چشم داشته‌ایم» (مجلسی ۱۳۸۵، ۱۴۵: ۴۴)

نتیجه گیری

با توجه به موضوع پژوهش، در بررسی روش‌های تبلیغی نهضت عاشورا مشاهده شد که اغلب این روش‌ها در قالب گفتار و رفتار امام حسین علیه السلام و خاندان مطهرش قابل پیگیری و تأمل است. فلذا در تبیین و تحلیل مطالب مذکور نتیجه می‌گیریم؛ آسیب‌شناسی، آگاهی بخشی و هدایت یک جامعه در مسیر اصلاح و دیگر اهداف مدنظر قائم و رهبری یک نهضت و حرکت انقلابی که در هیبت یک رهبر اجتماعی ایفای نقش می‌کند، مستلزم دارا بودن و رعایت مقدماتی است. زیرا با ایجاد و رعایت این مقدمات و تبیین و تشریح آن برای افراد جامعه، انگیزه فردی و اجتماعی رهبر و افراد جامعه را احیاء، تقویت و مستحکم خواهد نمود. که این مقدمات عبارت‌اند از روش‌های تبلیغاتی آن حرکت، نهضت، قیام و انقلاب. در نهضت عاشورا شاهد هستیم که در مقاطع تاریخی و در مجامع مختلف، امام حسین (علیهم‌السلام) و خاندان پاکش با استفاده از روش تبلیغ گفتاری و رفتاری، به بیان اهداف روشنگرانه نهضت عاشورا در قالب؛ تبیین جایگاه و شخصیت امام معصوم (علیه السلام)، هجرت و تغییر موقعیت، امر به معروف و نهی از منکر، افشاگری و اعلان اعتراض و دشمن شناسی، عفاف و حجاب، نیایش و عبادت، مرثیه‌سرایی و... اقدام نموده‌اند.

منابع

۱. ری شهری محمدی ۱۳۸۶، منتخب میزان الحکمة: ۳۷۶. انتشارات دارالحدیث
۲. شریعة مدارى، على. (۱۳۷۹). اصول و فلسفه تعلیم و تربیت. تهران: انتشارات موسسه امیرکبیر.
۳. شریعتمداری، علی. (۱۳۹۵). تعلیم و تربیت اسلامی. تهران: انتشارات موسسه امیرکبیر.
۴. طوسی، محمد بن حسن. ۱۳۶۵. تهذیب الاحکام فی شرح المقنعه. ترجمه مرعشی شهاب‌الدین. تهران: انتشارات فراهانی.
۵. طوسی، محمد بن حسن. ۱۳۸۸. الأمالی طوسی. ترجمه حسن‌زاده صادق. قم: انتشارات اندیشه هادی.
۶. کیا علی اصغر / سعیدی، رحمان. ۱۳۸۳، مبانی ارتباط، تبلیغ و اقناع، انتشارات روزنامه ایران ص ۸۹
۷. سعادت پرور پهلوانی، علی. (۱۳۹۲). اسرار مقتل سید الشهداء (ع) فروغ شهادت. تهران: نشر احیاء کتاب.
۸. شریف الرضی، محمد بن حسین. ۱۳۷۹. نهج البلاغه. ترجمه دشتی محمد. قم: دانشنامه حوزوی کلام و عقاید ویکی فقه.
۹. کریشان کومار، (۱۹۳۳) روش‌های پژوهش در کتابداری و اطلاع‌رسانی / ترجمه فاطمه رهادوست با همکاری فریبرز خسروی: کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۷۴.
۱۰. داود دینوری، ابوحنیفه احمد. ۱۳۷۱. اخبار الطوال. ترجمه مهدوی دامغانی محمود. تهران: انتشارات نی.
۱۱. ابن بابویه، محمد بن علی. ۱۳۸۶. شیخ صدوق. ترجمه فیضی کریم. قم: انتشارات تهذیب.
۱۲. خوارزم، اخطب. ۱۳۸۰. مَقْتَلُ الْحُسَيْنِ عَلَيْهِ السَّلَام. ترجمه سماوی، محمد. قم: انتشارات انوار الهدی.

۱۳. مقرر، عبدالرزاق. ۱۳۸۱. مقتل الحسين(ع). ترجمه الهی کرمانی محمد مهدی. قم: انتشارات نوید اسلام.
۱۴. مکارم شیرازی، ناصر. (۱۳۸۷). عاشورا: ریشه‌ها، انگیزه‌ها، رویدادها، پیامدها. قم: انتشارات امام علی ابن ابی طالب(ع).
۱۵. شریفی، محمود و دیگران. ۱۳۹۴، مو سوعه کلمات الامام الحسین (ع)، مترجم علی موید ناشر: شرکت چاپ و نشر بین الملل
۱۶. قمی، شیخ عباس. (۱۳۸۷). منتهی الآمال. تهران: انتشارات نقش نگین.
۱۷. قمی، شیخ عباس. ۱۳۹۵. کلیات مفاتیح الجنان. ترجمه الهی قم شه‌ای مهدی. تهران: انتشارات پیام عدالت.
۱۸. قمی، شیخ عباس. ۱۳۹۱. ترجمه نفس المهموم: در کربلا چه گذشت؟. ترجمه کمره ای محمدباقر. قم: انتشارات جمکران.
۱۹. شفیعی مازندرانی، محمد. (۱۳۸۱). عاشورا حماسه جاویدان. تهران: انتشارات مشعر.
۲۰. شو شتری، جعفر بن حسین. ۱۳۷۷. مواعظ، علامه شو شتری مجلس دهم. قم: محل نشر.
۲۱. صافی گلپایگانی، لطف الله. (۱۳۹۰). پرتوی از عظمت امام حسین علیه السلام. قم: انتشارات جمکران.
۲۲. نعمان بغدادی، محمد بن محمد. ۱۳۹۲. الارشاد شیخ مفید. ترجمه خانبلوکی امیر. قم: انتشارات تهذیب.
۲۳. خوارزمی، موفق بن احمد. ۱۴۱۸ ق. مقتل الحسين(ع) انتشارات انور الهدی قم ایران
۲۴. یحیی بلاذری، احمد. (۱۳۷۵). انساب الاشراف. قم: انتشارات مجمع احیاء فرهنگ اسلامی.
۲۵. مجلسی، محمد باقر. (۱۳۸۲). جلاء العیون. قم: انتشارات سرور.
۲۶. مجلسی، محمدباقر بن محمدتقی. ۱۳۶۱. دارالکتب الاسلامیه. ترجمه کمره‌ای محمد باقر. تهران: انتشارات دارالکتب الاسلامیه.