

تبلیغ ۱۰



تبلیغ دینی

و

قصه

حجت الاسلام و المسلمین راستگو

دوره اول آموزش تبلیغ



در تاریخ آمده است که امام صادق (علیه السلام) ۴۰۰۰ شاگرد داشته‌اند. اما امام گاهی برای ۱۰ نفر و گاهی ۵ نفر و کمتر و بیشتر سخن می‌گفتند. امام طوری سخن می‌گفتند که همه جذب شوند امام چگونه این کار را می‌کردند؟

مثال:

روای می‌گوید از امام صادق (علیه السلام) فرمود «الدعاء يرد القضاء و لو ابرم ابراماً» سپس می‌افزاید که «و ضم اصابعه عليه السلام: در حالی که امام انگشتانش را در هم گره زدند با این اشاره عملی مطلب را بهتر می‌فهماندند.

مورد دیگر:

حضرت (یکی از معصومین) فرمودند: توبه اثر می‌کند مگر اینکه جان انسان به حلقومش رسیده باشد (و امام دستشان را روی گردنشان گذاشتند)
حضرت مطلب را به صورت سمعی و بصری ارائه می‌کردند.

در قرآن هم خداوند مطلب را به صورت سمعی - بصری به حضرت ابراهیم (علیه السلام) ارائه می‌کند. در قضیه زنده شدن مردگان به حضرت ابراهیم (علیه السلام) دستور داده شد که چهار پرنده را بکشد و در چهار قله قرار دهد و آنها را به سوی خود بخواند و... پیامبر هم از این روش استفاده می‌کردند. آن قضیه جمع آوری هیزم از صحرا که در انتهای آن فرمود گناهان هم اینچنین است که در ابتدا هیچ به نظر نمی‌رسند ولی آتش جهنم از همین گناهان فراهم می‌شود.

انواع تبلیغ

۱- رسمی و کلاسیک

روحانیان و ائمه جمعه و روضه خان‌ها و... که در ماه‌های محرم، صفر و ماه مبارک رمضان اقدام به بیان مسائل دینی می‌کنند.

۲- رسانه‌ای: رادیو و تلویزیون و...

۳- سازمانی (وزارتی)

مانند دروس معارف که توسط وزارت علوم و آموزش و پرورش ارائه می‌شوند و افراد تحت آن مجموعه موظفند آنها را طی کنند

۴- غیر مستقیم

که به شکلهایی قابل ارایه است، از کوچه و خیابان گرفته تا فیلم و عکس و...

۵- تبلیغ بازتابی (الگو قرار دادن)

مانند اینکه کودک می‌بیند که والدین او نماز یا قرآن می‌خوانند او هم می‌خواند یا آنها به مجلس عزاداری و... می‌روند و او هم می‌رود

عوامل موثر

الف- فضا

تا فضای مناسب ایجاد نشود کار هیچ اثر و بازدهی ندارد.

۱- فیزیکی: صدا، نور، بو و...

۲- معنوی : یک نمونه آن است که پیامبر ابتدا سه سال مخفیانه مردم را به اسلام دعوت کرد تا فضا و شرایط برای دعوت همگانی آماده شود و پس از ده سال وقتی دیدند با هجرت، تبلیغ بهبود می‌یابد اقدام به هجرت

اقسام فضا

نمودند.

ب- شناخت:

مبلغ باید نسبت به چند مطلب شناخت کافی داشته باشد:

۱- خدا: خود مبلغ اعتقاد صحیح و راسخ به خداوند داشته باشد و او را شاهد بر اعمال

ببیند و اینکه اوست که موثر حقیقی است

۲- خود: مبلغ باید درک درستی از توانایی‌ها و امکانات خود داشته باشد. نه اینکه خود را دست کم بگیرد و نه اینکه انتظار و توقع او زیاد باشد چرا که اگر بیش از حد واقعی متوقع باشد چنانچه توقعش محقق نگردد دچار سر خوردگی و یاس خواهد شد.

۳- مخاطب: برای اینکه دریابد چه مطالبی را و چگونه به مخاطب ارائه دهد باید بداند (و لحاظ کند) که مخاطب او از نظر سن، جنس، مکان زندگی، شرایط خانوادگی دیدگاه‌ها و... در چه شرایطی است

۴- روش‌ها: شرایط مختلف و مخاطبان مختلف مقتضی به کار بردن روش‌های متفاوت است همیشه نمی‌توان از یک روش استفاده کرد و تقریباً ۲۳ روش تربیتی از قرآن و روایات مأخوذ است و حدود ۱۸ روش آموزشی وجود دارد.

ج- طرح، برنامه و ارزش‌یابی

برای آنچه مبلغ می‌خواهد ارائه دهد باید قبل از مواجهه با مخاطب طرحی را آماده کند و برای ارائه آن برنامه بریزد تا کار از روی حساب و دقیق انجام شود و پس از اتمام کار آنچه ر انجام داده است ارزش‌یابی کند و خود یا توسط دیگران کار خود را نقد کند و نقاط قوت و ضعف خود را بباید تا بعد از آن کار دقیق‌تر و قوی‌تری ارائه دهد

روش‌ها

القاء مستقیم

۱- حتماً پرسش‌هایی که از استاد می‌شود کتبی باشد یا اگر از شاگردان پاسخ خواسته شده کتباً تحویل گرفته شود.

الف) اگر آمادگی نداشتید می‌توانید پاسخ آن را به جلسه (جلسات) بعد موکول کرد آمادگی لازم را فراهم سازید

ب) اگر امکان شبهه باشد جلوگیری از آن آسان‌تر است.

ج) خود را برای اتفاقات گوناگون (و غیر منتظره) آماده کنید.

۲- متنوع جواب دهید چنین نباشد که مدتی را به سئوالات فقهی اختصاص دهید سعی کنید اگر یک سوال فقهی پاسخ می‌دهید یک سوال سیاسی و یک سوال اعتقادی و... هم جواب دهید تا بحث خسته کننده نباشد

۳- قبل از جلسه نوع سئوالات را مشخص کنید.

تذکر

در گفتار و نوشتار باید بسیار دقت کنید که خلاف اخلاق سر نزنند گاهی یک کله طور دیگر ادا می‌شود یا در هنگام نوشتن با تغییر جای نقطه‌ها و کم و زیاد شدن آنها یا... کلمات معانی دیگر پیدا می‌کند. تاثیر منفی این اتفاقات گاهی به آسانی از بین نمی‌رود. در صورت وقوع این حوادث هم باید سریع حال و هوا را عوض کرد و حرف در حرف انداخت تا قضیه فیصله یابد و کش پیدا نکند (طولانی نشود) چرا که اگر بخواهی در صدد اصلاح خطا بر آیی ای بسا کار خرابتر و وضع بدتر شود.

۹- کشمکش

تبادل حادثه بین دو یا چند قهرمان. مثلاً داستانی است درباره راننده و مسافرش در اینج گاهی خواننده را به سوی راننده و افکار و خیالات او می‌کشانیم و گاهی به سوی مسافر و آنچه در درون او می‌گذرد یا گاهی در داستان به اردوگاه دشمن رفتن و گاهی از اردوگاه خودیبه خبر دادن و...

۱۰- اوج

نقطه باز شدن گره‌های داستان مثل پیدا شدن گمشده، معلوم شدن عامل جنایت، یافتن پاسخ و...

پرسش و پاسخ

یکی دیگر از روشها پرسش و پاسخ است وقتی مخاطب به پرسش وا داشته می‌شود چند مزیت دارد اول اینکه مطلبی به او ارائه می‌شود که او نیاز دارد ثانیاً از دغدغه‌های مخاطب مطلع می‌شویم. ثالثاً در اینجا مخاطب انگیزه بیشتری دارد و خود را با بحث درگیر می‌بیند رابعاً سطح معلومات مخاطب را می‌توانیم دریابیم

صورت‌های پرسش و پاسخ

۱- سؤال استاد از شاگرد

۲- سؤال شاگرد از استاد

۳- سؤال شاگرد از شاگرد

باید توجه داشت که اگر شاگرد (مخاطب) پاسخ نادرست داد به هیچ وجه در قبال او موضع گرفته شود و از برخورد غیر اخلاقی (تحقیر و...) اکیداً اجتناب شود، هنگامی که شاگرد پاسخ می‌دهد برای عمومی کردن بحث و درگیر کردن و وارد کردن بقیه در بحث می‌توانیم از آنها بخواهیم که اگر کسی می‌تواند پاسخ او را تکمیل کند یا اگر نظر مخالفی هست ارائه دهد. در جلسه پرسش و پاسخ نکاتی باید رعایت شود:

القاء غیر مستقیم شامل:

۱- قصه (ابزاری که هیچ اختراعی آن را نسخ نکرده است)

۲- جدول

۳- بازی با کلمات

۴- بهره‌گیری از کاری‌ها و راز دایره‌ها

۵- بازی

۶- آواز و سرود

۷- پرسش و پاسخ

۸- مسابقات

۹- اردوها

روایت : علیک بالاحداث لانهم اسرع الی کل خیر.

جوانان دارای تاثیر پذیری بیشتر و قدرت عمل بیشتری هستند.

I- فضا

فضای فیزیکی

۱- نور: مکان باید طوری باشد که نور متناسب باشد نه تاریک که چشم را خسته کند و نه بیش از حد روشن که چشم را اذیت کند جهت تابش هم باید مناسب باشد اگر در کلاس یا جلسه تشکیل شده تخته سیاه وجود دارد باید برای مخاطب قابل رویت باشد و نوشته‌ها و شکل‌ها واضح باشند.

۲- صدا: اگر نیاز به دستگاه صوتی است فراهم شود و دستگاه هم باید تنظیم باشد تا نه صدا ضعیف و مبهم باشد و نه چندان بلند که گوش را اذیت کند و پس از مدتی مخاطب را دچار انزجار کند. علاوه بر این نباید صدای مزاحم هم در محیط باشد

مانند سر و صدای خیابان، کارگاه، افراد خارج جلسه و ... که حواس مخاطب را پرت کرده مانع تمرکز او می‌شوند.

۳- مکان: باید طوری باشد که مخاطب را کمک کند تا در فضای بحث قرار گیرد و عوامل بر هم زننده تمرکز را نداشته باشد. مثلاً در یک اتاقی که پر از تصاویر و ابزار گوناگون است تمرکز مخاطب بسیار دشوار است.

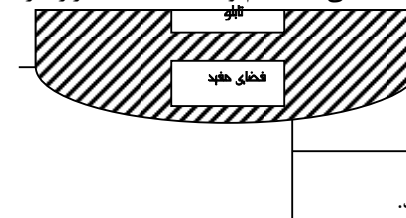
۴- دما: گرمای زیاد فرد را بی تاب و بی حوصله می‌کند و اگر اتاق یا محیطی که جلسه در آن برقرار است سرد باشد مخاطب دائم به فکر این است که خود را به نحوی گره کند به هر حال فضا باید از لحاظ سرما و گرما وضع متعالی داشته باشد.

۵- نظافت: وجود آلودگی و اشیاء غیر بهداشتی که احیاناً بوهای ناخوشایند تولید می‌کنند هم مخل آمادگی مخاطب است.

موارد فوق علاوه بر تمرکز زدایی مخاطب حواس معلم (یا مربی و...) را هم پرت می‌کند و نمی‌گذارد آن چنان که باید مطالب را منظم و منسجم ارائه دهد.

۶- خود معلم که هم به صورت مادی (فیزیکی) و هم از نظر معنوی باید فضای مطلوب را ایجاد کند. او باید خود را از نظر معنوی آماده کند و از شوائب و رذائل حتی الامکان پاک گرداند. علاوه بر این فضای فیزیکی را هم سامان بخشد و خود نیز از حرکات و سخنانی که به اصل بحث ضربه می‌زند خودداری کند.

یک نمونه از فضا سازی فیزیکی این است که جایی که معلم و تخته سیاه قرار دارد



باید به نحوی باشد که بهترین و بیشترین تاثیر گذاری طرز قرار گرفتن تابلو در اتاق، سالن یا جلسه بر فضای مفید برای مخاطبین دید و صوت را میان معلم و مخاطبینش برقرار کند.

مذکور شاگرد می‌گوید که درباره وقایع روز گذشته صحبت می‌کردیم و چه و چه می‌گفتم که ناگهان معلم سر رسید یا مطلع شدیم که چه و چه شد...

۳- مخالف موازین اخلاقی نباشد.

مثلاً اگر می‌خواهیم خشم و بد اخلاقی کسی را ترسیم کنیم لازم نیست از فحش‌های رکیک و زننده استفاده کنیم این کار فضای داستان را مسموم می‌کند و ای بسا بد آموزی هم داشته باشد.

۶- روایت

ممکن است در داخل قصه، قصه یا خاطره‌ای دیگر بیان شود که به آن روایت می‌گویند

۷- حادثه:

اعمال یا جریاناتی است که در قصه توسط شخصیت‌ها اتفاق می‌افتد همچنین سایر اتفاقات مورد توجه در داستان

اقسام: برخی حوادث به وسیله شخصیت‌های داستان واقع می‌شود (انسانی، غیر طبیعی)

برخی حوادث، حوادث طبیعی است که رخ می‌دهد: آب، باد، طوفان، نسیم، طلوع خورشید و... (طبیعی)

۸- بحران

لحظاتی است قبل از وقوع حادثه که توأم با هیجان، ترس، انتظار، امید و... می‌باشد. مثلاً حادثه روبرو شدن دو شخصیت از داستان هست. لحظات قبل از رویا رویی لحظات بحران است حالات روحی و کارهایی که شخصیت انجام می‌دهد در فضایی که بر او حاکم است و... مثلاً مجرمی را به سوی قاضی می‌برند، مجرم انواع برخوردهایی که قاضی با او خواهد داشت در ذهن مرور می‌کند و...

اگر در داستان بحران ایجاد نکنیم داستان سرد و بی روح و خشک می‌شود.

نمونه فضا سازی

- پیامبر (صلی الله علیه و اله) از ابتدا شروع به امر و نهی نفرمودند بلکه فرمود: «قولوا لا اله الا الله تفلحوا» ابتدا باید فضای تب و جاهلیت و ... را از بین برد تا بتوان توصیف را حکمفرما کرد.

- حضرت امام برای اصلاح جامعه ابتدا سراغ نوار و حجاب و ... نرفتند و بر تغییرات اصلی فضا دست گذاشتند و فرمودند شاه باید برود.

فضای معنوی

از نظر اهمیت می توان گفت فضای معنوی بالاتر و موثرتر از فضای فیزیکی است چرا که اگر این مساله فراهم شود تقریباً مسائل دیگر خود به خود حل می شود.

آماده سازی فضای معنوی تا حدود زیادی به معلم و مربی بستگی دارد. قصد، نیت و انگیزه مربی باید الهی و خیر باشد. معلم در آماده سازی معنوی فضا باید به سه نکته توجه کند

۱- اخلاص: از امیر المومنین (علیه السلام) روایت نقل شده است بدین مضمون «بالاخلاص یکون الخلاص» مربی باید از انگیزه ها و وساوس نفس و شیطان و مطامع دنیوی خود را خلاص کند. در تبلیغ تنها خدا را در نظر بگیرد و اینکه او باید وظیفه خود را که رساندن پیام الهی است انجام دهد در بند این نباشد که حتماً سخنان او موثر واقع شود یا اینکه او مطرح باشد و مورد توجه قرار گیرد، به او احترام خاصی گذاشته شود و...

در روایت است که «ما کان لله ینموا» آنچه برای خدا باشد رشد می کند و فزونی می یابد و برکت دارد.

۲- سوز: چوپان گوسفندان را از گرگ حفظ می کند تا خود بعداً آنها را ذبح کند ام گمشده را نجات می دهد برای خود گمشده و طمعی ندارد.

ارزش در این است که ما خود به دنبال افراد برویم و مستمع خود را بیابیم هیچ کس دنبال ما نمی آید که بیا ما را هدایت کن. پیامبر اکرم (صلی الله علیه و اله) هر قدر هم که آزار می دید باز دست از هدایت بر نمی داشت.

می بیند. در اینجا است که مهارت قصه پرداز مشخص می شود چرا که هر چه جزئیات بیشتری بیان شود بر جذابیت داستان می افزاید و مخاطب را بیشتر درگیر داستان می کند. نکته ای که باید رعایت شود پرداخت داستان و ماجراهایی است که مربوط به معصومین (علیهم السلام) است چون این مسائل توقیفی است حق نداریم از خودمان چیزی اضافه کنیم همچنین است آنچه مربوط به قرآن می شود اما راه کارهایی در پرداخت این گونه داستانها وجود دارد/

۱- پرداخت معصوم: از زبان معصوم دیگر (مثلاً در احادیث سایر معصومین توصیف آمده باشد)

۲- پرداخت با کلمات عام (کلماتی که شامل همه انسانها می شود (مانند با قامتی استوار نگاهی نافذ و...)

۳- صحنه های اطراف یا حرکات شخصیت های اطراف را پردازش کنیم. (در گرمای شدید هوا و...)

۵- گفتگو

یکی از اجزائی که تقریباً در همه داستانها و حکایتها وجود دارد گفتگو میان شخصیت های داستان است. درباره گفتگو سه نکته را باید رعایت کرد.

۱- کوتاه باشد. اگر طولانی باشد مخاطب را خسته می کند و قصه را از قصه بودن خارج و تبدیل به یک متن یا خطابه می کند.

۲- متناسب با حرکت کلی قصه باشد. هر چند در زندگی طبیعی در شبانه روز درباره موضوعات مختلف سخن می گوئیم و قصه بازتاب همین وقایعی است که بر ما می گذرد نباید سخن ها و موضوعاتی که ربطی به جریان قصه ندارد در گفتگوها بیاید مثلاً اگر قصه درباره تعامل معلم و شاگردان است با این حال گفتگوهایی که بین همسر معلم و اقوامش درباره قیمت ها و وصلت ها و ... رخ می دهد نباید بیاید. البته باید توجه داشت که بعضی گفتگوها ترسیم کننده فضای داستان و فضای حادثه ای است که در آن لحظه رخ می دهد. مثلاً در مورد

با کسی که در اشتباه (یا گناه) است همانند طبیب برای بیمار عمل کنیم و نباید شخص خاطی را با چشم حقارت دید باید به او احترام گذاشت و دلسوزانه کوشید تا با او هم سخن شد.

۳- توسل

روابط افراد جهان بر دو قسم است

اشکار

پنهان

میان قلب گوینده و مخاطب ارتباطی نامرئی وجود دارد و کار مبلغ این است که در قلب مخاطب تاثیر بگذارد به طوری که حالت‌های شیطانی او تبدیل به حالات رحمانی شود. تاثیر واقعی و پایدار تاثیری است که درونی باشد و الا ظاهر سازی و نفاق خواهد بود.

معلم باید از آبرومندان و وجیهان خوب درگاه الهی بخواهد و به آنها متوسل شود تا خداوند به وسیله معلم در قلب مخاطب اثر بگذارد. من هر گاه وارد کلاس می‌شوم، می‌گویم «یا فاطمه اغیثینی»

القاء معانی و مفاهیم

به دو شیوه صورت می‌گیرد

۱- مستقیم

۲- غیر مستقیم

هدف این است که در مخاطب انگیزه ایجاد شود تا به سوی خیر رفته و از بدی‌ها اجتناب ورزد اما به راستی کدام یک از این روش‌ها (القاء مستقیم و القاء غیر مستقیم) بهتر است؟ باید از کدام روش استفاده کرد؟ پاسخ این است که باید از هر دو روش استفاده کرد و هر کدام کارایی خاص خود را دارند به طور مطلق نمی‌توان یکی را بر دیگری برتری داد. بسته به شرایط باید از یکی از روش‌های فوق بهره برد.

در قرآن و سنت از هر دو روش استفاده شده القاء مستقیم مانند جاهایی که می‌فرماید «اقیموا الصلاه» «اجتنوا الطاغوت» «و بالوالدین احسانا» بعضی‌ها هم مطلب را غیر مستقیم

حیوان

شیء

۴- حالت: یتیم، پیر مرد

کیفیت عارض بر شخصیت

می‌توان زبانی توضیح داد

می‌توان آن حالت را نشان داد

۵- حرکت: در مزرعه کار می‌کرد، مغازه‌ای داشت.

هر کاری شخصیت (ها) انجام می‌دهند.

۲- زاویه دید

۱- او شخص مفرد (من) الف) راوی: در داستان نقشی ندارد و کاری انجام نمی‌دهد بلکه صرفاً راوی است ب) قهرمان: در داستان نقش دارد و چه بسا خود از شخصیت‌های اصلی و ب- قهرمان آن باشد.

۲- سوم شخص مفرد (او): داستان در مورد کس دیگری ارایه می‌شود لیکن از دید یک ناظر

۳- مکاتباتی: داستان از طریق نامه نگاری بین دو یا چند نفر پیش می‌رود.

۴- سخن درون (حدیث نفس): داستان متشکل از صحبت‌ها یا کشمکش‌هایی است که در درون فرو می‌گذارد یا مثلاً خاطرتش را با خودش مرور می‌کند.

۳- گره

نقطه چالش و اتفاق خاص مثلاً گمشدن چیزی که داستان سیر پیدا شدن آن است یا اینکه پدید آمدن سوء تفاهم که داستان روند فراز و نشیب رابطه افراد است تا این سوء تفاهم رفع شود.

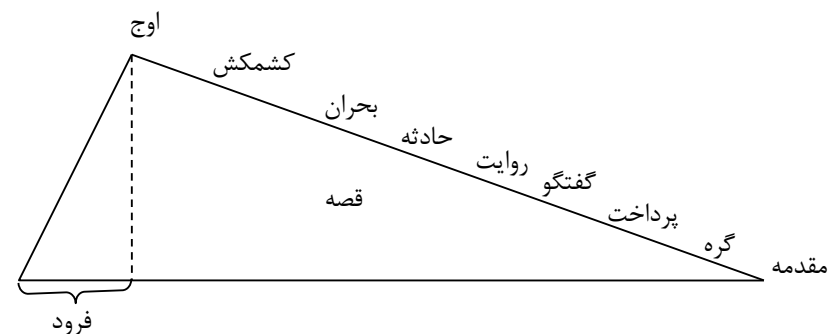
۴- پرداخت

قصه پرداز باید با نگاهی دقیق و موشکافانه صحنه‌ها، حرکت‌ها، چهره افراد و... را برای خواننده (یا شنونده) ترسیم کند چنانچه گویی مخاطب خود در صحنه حاضر است و آن را

تعداد قصه‌هایی که می‌توانیم فرا بگیریم چه مقدار است؟ اگر قصه توأم با جزئیات زیاد باشد چه قدر می‌توانیم جزئیات داستانها را به خاطر بسپاریم؟ و آنها را با یکدیگر اشتباه نکنیم؟ شخصیت‌ها، اسامی، اماکن، حالات و....

بهترین روش برای استفاده از ابزار قصه آشنایی با ساختار قصه است تا بتوانیم متناسب با مفاهیمی که می‌خواهیم به مخاطب (مخاطبان) منتقل کنیم قصه‌ای تدوین و تهیه کنیم. در این صورت دیگر مجبور نخواهیم بود از محصولات دیگران استفاده کنیم.

ساختار قصه



طول دادن این قسمت محملی ندارد و چیزی به مخاطب نمی‌افزاید

اگر یکی از اجزاء فوق موجود نباشد قصه تحقق نمی‌یابد.

۱- مولفه‌های مقدمه

۱- زمان: دز رمان‌های قدیم، سالیانی پیش....

۲- مکان: در روستائی، در شهری،....

۳- شخصیت: کودکی بود، مرد تاجری زندگی می‌کرد، درختی

انسان

فهمانده است مثلاً در باره انفاق در راه خدا می‌فرماید: «کمثل جنه انبتت سبع سنابل فی کل سنبله مأه حبه» و جاهای دیگر که از مثل و ذکر ماجراها و داستان‌هایی که بر اقوام پیشین رفته است تحریض بر خیر و ترهیب از شر می‌کند.

شرایط القاء مستقیم

۱- زمان محدود: وقتی که مخاطب برای چند دقیقه یا برای یک جلسه در دسترس است با کنایه و مجاز نه تنها مطلب فهمانده نمی‌شود بلکه ممکن است به سوء برداشت هم بیانجامد که نتیجه آن معلوم است. بنابراین با در نظر گرفتن شرایط و مراتب بهتر است از القاء مستقیم استفاده کرد.

۲- موضوع محدود: وقتی که خطر عمیق نیست یا گمراهی ریشه‌ای ندارد یا خطای فرد جزئی است با یک اشاره واضح مخاطب مطلب را می‌فهمد لذا نیاز به اطاله کلام و... نیست.

۳- مخاطب محدود مثلاً تعداد مخاطبین به گونه‌ای است که اگر مطالب غیرمستقیم گفته شود احساس کنایه زدن می‌کنند و به آنها بر می‌خورد لذا دوستانه و شفاف گفتن بهتر خواهد بود.

۴- تاثیر محدود: برای اینکه اثر عمیق و ماندگار باشد روش غیر مستقیم به طوری که مخاطب خود به نتیجه دلخواه برسد بهتر است چرا که او دارای انگیزه درونی است و مطلب مورد نیاز را به گونه‌ای خوب باور کرده است. اما اگر این حد از تاثیر منظور نباشد همان القای مستقیم بهتر است چرا که مقصود را در زمان کوتاه‌تری حاصل می‌کند.

اضطراب، کمی وقت، نزدیک خطر و... ایجاب می‌کند که از القای مستقیم استفاده شود.

روش‌های القای مستقیم:

۱- نصیحت ۲- موعظه ۳- هشدار ۴- اخطار

۵- امر ۶- نهی ۷- توبیخ

اگر محذوراتی که بر شمرده شد بر سر راه نباشد استفاده از روش القاء غیرمستقیم بهتر است چرا که علاوه بر دوام و عمقی بودن، موضع گیری کمتری در پی دارد.

- ۱- قصه ۲- مثل ۳- نقاشی ۴- کاریکاتور
۵- شعر ۶- نمایشنامه ۷- فیلم و...

قصه

قصه ابزاری است که هیچ اختراعی آن را نسخ نکرده و کارایی و جذابیت خود را همچنان حفظ کرده است باید توجه داشت که قصه فقط برای بچه‌ها نیست در بزرگسالان هم تاثیر دارد. قرآن هم از این ابزار کارآمد استفاده بسیار کرده است.

انواع قصه در قرآن

- ۱- همه قصه به طور کامل در یک جا آمده است: مانند قصه حضرت یوسف (علیه السلام)
۲- قصه کامل است ولی به طور پراکنده در قرآن نقل شده است: حضرت موسی و حضرت عیسی علیهما السلام

۳- بخشی از قصه که در هدایت موثر است آمده است.

برخی از آنها با احادیث و روایات معصومین علیهم السلام کامل می‌شود.
در برخی از آنها با مراجعه به تاریخ و جغرافیا می‌توان تفصیل بیشتری را به دست آورد

۴- قصه‌هایی که فقط اسم شخصیتی آمده است: ذالکفل، الیسع

۵- قصه‌هایی که اشاره به شخصیت آنها شده است: مثله کمثل الکلب ← بلعم باعورا

۶- جریان‌های اتفاق افتاده سپس به دنبال آن آیه (آیه‌هایی) نازل شده است: انما ولیکم... اگر شان نزول را لحاظ کنیم باید گفت که قرآن کریم مشتمل بر هزاران قصه است.

۷- در قرآن مثل‌هایی ذکر می‌شود که ممکن است اتفاق نیفتاده باشد.

۸- ذکر وقایع بهشت و جهنم که هنوز رسماً افتتاح نشده است همچنین مکالمه اهل

جنت و دوزخ

مثال

مثل: تشبیه چیزی به چیزی برای نزدیک کردن معنای مقصود به فهم قرآن می‌فرماید: و لقد ضربنا فی هذا القرآن من کل مثل در مثل‌ها باید دو نکته رعایت شود.

۱- مثل متناسب با موضوع باشد.

۲- مثل مطابق با موازین اخلاقی باشد.

علت استفاده از قصه و مثل

جهان ما مشتمل بر دو قسم امور است.

۱- محسوس (مادی)

۲- معقول (غیر مادی)

مکانیسم ادراک:

انسان در ادراک و فهم از محسوس‌ها شروع می‌کند ابتدئاً امور مادی و محسوس مدرك او هستند در مرحله بعد به فهم مفاهیم قادر می‌شود. سپس ذهنش بین مفاهیم ارتباط برقرار می‌کند آنگاه قضایا شکل می‌گیرد (نسبت بین مفاهیم) و در نهایت بین قضایا ارتباط برقرار می‌کند.

امور محسوس مدرك همه هست اما امور معقول مورد درک همه نیست چرا که ظریف و دقیق است لذا برای اینکه امور معقول برای عامه قابل فهم‌تر شود

معقول را به محسوس تشبیه می‌کنند با این روش سخت‌ترین مفاهیم برای مخاطب شیرین و جذاب خواهد بود. حال اگر بخواهیم از قصه استفاده کنیم چه باید بکنیم؟ آیا می‌توانیم کتب مختلف را زیر و رو کنیم تا قصه‌های آن را بیابیم و برای موضوعات گوناگون داستان‌های مختلف بیابیم تا در موقع لزوم آنها را به کار ببریم؟