



---

الكتاب: دليل المبلغ الرائد  
إعداد: مؤسسة رواد للتنمية والإعلام  
الطبعة الأولى 2026-1447  
طباعة: مطبعة دار الوارث للطباعة و النشر  
عدد النسخ 500 نسخة

---



---

جميع حقوق الطبع والنشر والتوزيع محفوظة

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الَّذِينَ يُبَلِّغُونَ رِسَالَاتِ اللَّهِ وَيَخْشَوْنَهُ وَلَا  
يَخْشَوْنَ أَحَدًا إِلَّا اللَّهَ ۗ وَكَفَىٰ بِاللَّهِ حَسِيبًا ﴿٣٩﴾

[الأحزاب]



# دليل المبلِّغ الرّائد

## صناعة الثقة والتأثير

## نبذة عن مؤسسة رواد للتنمية والإعلام:

من هنا، من مدينة النجف الأشرف، حيث القداسة العلوية، والفقاهة الحوزوية، من أرض تضمنت أجساد الأنبياء والصالحين، الذين تميزوا بالهمة العالية ومواجهة الرياح العاتية، وأثبتوا أنهم على بصيرة مما هم عليه من الجدّ والاجتهاد، حتى صاروا مناراً للهدى وعلامةً للحق، من هذه الأرض ومن ذاك المعنى تأسست رواد كقبس من ذلك الضوء، لتقوم بمهمةٍ متفردّةٍ على طريق التميز والإتقان، في تنمية قدرات الخطباء والمبلغين، وتمكينهم من أدوات العصر، والتطوير الإداري للمؤسسات الدينية، وبين ذاك وهذا تأخذ دورها الريادي في الإعلام المتّزن، لترويج مفاهيم الإسلام الحنيف على منهج أئمة أهل البيت (عليهم السلام).

مؤسسة رواد للتنمية والإعلام التابعة للعتبة الحسينية المقدسة مشروع مرعي من قبل ممثل المرجعية العليا سماحة المتولي الشرعي للعتبة الحسينية المقدسة الشيخ عبد المهدي الكربلائي (دام عزه) - يهدف إلى صناعة خطاب تبليغي مؤثر مع تزويد الخطباء والمبلغين بأدوات العصر، وتطوير المؤسسات الدينية إدارياً، سعياً من المؤسسة لمواكبة التطور في جميع مجالات الحياة في هذا العالم، مع التأكيد على أصالة الفكر والمضمون والأخلاقيات.

تلك المواكبة المعقلنة التي يقرّ الجميع بضرورتها لكي لا يكون خطابنا ومبلاغونا ومؤسساتنا بمعزل عن أهل هذا الزمان الذين انفتحوا على الكثير من الأدوات والتقنيات.



1	الفهرست
3	مهمتنا لهذا العام
3	باقة الأدلة لعام 2026
5	الحاجة إلى هذا الدليل
7	من هو المبلغ؟
8	<b>الباب الأول: نجاح المقومات الشخصية</b>
9	الفصل الأول: التدريب الذهني
20	الفصل الثاني: التدريب النفسي
28	الفصل الثالث: التدريب البدني
39	الفصل الرابع: التطوير العلمي
56	الفصل الخامس: الاندماج في مجتمع المبلغين

59	الباب الثاني: النجاح في البيئة التبليغية
61	الفصل الأول: نوع الجمهور
71	الفصل الثاني: موقع التبليغ
77	الفصل الثالث: زمن التبليغ
86	الفصل الرابع: الجهة الراعية للتبليغ
92	خاتمة هذا الدليل
93	المصادر

## مهمتنا لهذا العام:

نهضنا في مؤسسة رواد للتنمية والإعلام منذ تأسيسها بمهمة تنمية إمكانيات المبلغين في شتى المعارف والمهارات، سعياً لتطوير الخطاب الديني بما يتماشى مع متطلبات هذا العصر، ولتحقيق هذا الهدف الكبير بذلنا جهوداً مركزة في عدة مجالات، ومنها مجال التأليف، حيث حددنا لسنة 2026 باقة من الإصدارات المهمة، وجعلنا شعار هذه السنة (سنة التأليف).

## باقة الأدلة لعام 2026:

الدليل الذي أمامك هو الأول من سلسلة أدلة المهام التبليغية الأربعة، وهي باقة تستهدف تزويد المبلغ الديني بأفضل الوسائل المحكمة، لانجاح مهمته التبليغية، وصناعة الثقة والتأثير في المجتمع، وهذه الباقة تتشكل من:

### دليل المبلغ الناجح

1

ويهدف هذا الدليل إلى تأهيل شخصية المبلغ، وبناء مقوماته الذاتية على وجه الخصوص، لينجح في أداء رسالته.

### دليل أولويات التبليغ الديني

2

ويأخذنا هذا الدليل في رحلة لتعلم كيفية اختيار المواد المناسبة للطرح، وكيفية التعامل مع الأولويات، وصياغتها بالطريقة الأمثل.

### دليل الأنشطة التبليغية

3

وهذا الدليل يشكل ضلع القاعدة لتمام مثلث المشروع التبليغي، لتركيزه على الأنشطة التي تحتضن عملية التبليغ، وتوفر لها البيئة المناسبة للنمو والانتاج.

### دليل إنشاء المراكز والمؤسسات التبليغية

4

ولأجل استكمال منظومة التبليغ بأفضل صورته، يحتاج المبلغ إلى تكوين حركة منظمة ومستمرة للأنشطة، عبر مراكز ومؤسسات مختصة بهذا الشأن، والدليل الرابع هو خارطة الطريق لإنشاء هذه التشكيلات، وكيفية إدارتها بنجاح.

## الحاجة إلى هذا الدليل:

تعتبر عملية التبليغ بالخطابة وإلقاء الكلمات والتحدث أمام الجمهور عموماً، من أصعب المهام التي يمكن لشخص القيام بها، لما تنطوي عليه من عدة تحديات تحتاج إلى قوة سيطرة:

**في الجانب البدني**  
والحفاظ على لغة  
الجسد.



**في الجانب النفسي**  
وكسر حاجز الخوف  
من الجمهور.



**في الجانب الاجتماعي**  
والاطلاع على حاجة  
الجمهور.



**في الجانب الذهني**  
واستدعاء المعلومات.



وصناعة شخص يسيطر على هذه الجوانب في وقت واحد مهمة ليست بالمتيسرة، وهذا الدليل يعلمك التدريبات والاستعدادات اللازمة لخوض هذه التجربة واكتساب مهاراتها.



الشيخ أحمد الوائلي (رحمه الله)

”أن كل طبقة وجيل له مواصفاته في تحديد المبلغ الناجح والأمثل في الولوج إلى مزاج العصر، ونحن نعرف أن المزاج لا يخضع إلى مقاييس موضوعية، اللهم إلا في أمور خاصة تعتبر من الثوابت مثل سعة الاطلاع وتنوع المعرفة وأمثال ذلك. ومن هنا نحن نستدعي التطلعات الجديدة للإدلاء برأيها في المنبر الناجح.“

## من هو المبلغ؟

تحتاج المجتمعات المؤمنة في كل زمن إلى شخص يقدم لها الدعم والتسهيل في الحفاظ على إيمانها:



بالتطبيق العملي  
(القدوة الصالحة).



بالتأكد من تطبيق  
المفاهيم في مكانها  
ووقتها المناسب.



بتبسيط المفاهيم  
الدينية للناس.

وذاك هو المبلغ الديني، الذي تنتجه الحوزة العلمية في الغالب، ويقوم بأدوار بالغة الأهمية، سنتعرف عليها خلال رحلتنا في هذه الأدلة.

## الباب الأول:

# نجاح المقومات الشخصية

التبليغ الديني ليس مجرد كلمة يقولها شخص ما، لجمهور ما، وبأي طريقة كانت، ثم نتوقع أن تؤتي ثمارها لمجرد أنها كلمة حق!! بل هي عملية تأثير واسعة تدخل فيها عدة عوامل مادية ومعنوية ونفسية، وترتكز على مهارات شخصية، وأداء مميز من المبلغ، يترك أثره في نفس المتلقي.

وهذه المهارات التي نعبر عنها بالمقومات الشخصية للمبلغ، بحاجة إلى صقل مستمر يرفعها إلى سلم الكمال بحسب الجهد المبذول، وهذا الباب هو الخارطة التفصيلية، التي توصلنا إلى هذا الهدف.

## الفصل الأول: التدريب الذهني.

في هذا الفصل نرى ماهي الخطوات الذهنية، التي تصنع للمبلغ عقلاً وقادراً، قادراً على إدارة دفعة التبليغ بنجاح.

## الخطوة الأولى: النباهة.

يحتاج المبلغ إلى نباهة عالية، تمكنه من قياس مستوى حركته الفكرية، وهل هي في تقدم أم تراجع؟ وأمامنا نموذج يساعد في رسم هذه الحركة الشخصية:

## نموذج المدخلات والمخرجات:

أحياناً	لا	نعم	
			وقتي مع الدورس الحوزوية أكثر من وقتي مع التبليغ
			أستمع للأساتذة والخطباء المرموقين أكثر من غيرهم
			وقتي في المطالعة أكثر من وقتي في التحدث مع الآخرين
			تفضيل قراءة الكتب الكاملة على قراءة المواقع المجزأة
			تفضيل الكتب يأتي من الإطلاع عليها أو التوصية بقراءتها
			سرعة إنهاء الكتب العلمية تساوي سرعة إنهاء الكتب المنوعة
			أغلب المعلومات التي أحصل عليها أستطيع توظيفها في مادة التبليغ
			أغلب اللقاءات مع المبلغين الآخرين تدور حول الأفكار والأطروحات

غلبة الأجوبة بـ (نعم) تعني أن المبلغ يتطور علمياً، وغلبة الأجوبة بـ (لا) تعني أن المبلغ يتراجع مع الوقت، وغلبة الأجوبة بـ (أحياناً) تعني الثبات في نفس النقطة، والذي يؤدي للتراجع مستقبلاً.

## الخطوة الثانية: : الحفظ.

قوة الحفظ وتنوع المحفوظات لدى المبلغ ركيذة مهمة لجودة التبليغ، وفي هذا الجدول نعرف أهم العمليات المنتجة لتنمية الحفظ:

التلاوة المستمرة   مطالعة التفاسير   شرحها في المحاضرات		حفظ القرآن
مداومة القراءة   شرحها في المحاضرات		حفظ الأدعية والزيارات
الحفظ اليومي   الاقتباس في المحاورات   شرحها في المحاضرات		حفظ الخطب والأحاديث
تكرار القراءة بالطور يومياً		حفظ الشعر وأبيات النعي
تكرار القراءة بالطور يومياً		حفظ الطور ونسق الأداء
التداول المستمر في الحوارات		حفظ الأمثال والقصص



أمير المؤمنين (عليه السلام)

الفصاحة زينة الكلام ... والحفظ زينة الرواية

## الخطوة الثالثة: التركيز.

خلال الجلسة الواحدة لجمع المعلومات النافعة للتبليغ، ستواجهك مجموعة عوائق ذهنية،  
فانتبه لها:

**العائق:** عدم الاستقرار النفسي أثناء المطالعة كالقراءة في السفر وأوقات الأزمات.

**الحل:** التركيز على فكرة (وقت خاص بالله) وأنه وقت أداء للتكليف مثل وقت الصلاة.

**العائق:** ضياع الوقت في قراءة المعلومات الزائدة بدون الانتباه إلى عدم فائدتها للتحضير.

**الحل:** التركيز على تذكر العنوان الرئيسي لهذه الجلسة وملاحقة ما يرتبط به فقط.

**العائق:** الاسترسال في متعة القراءة ونسيان الغرض الأساسي لجلسة التحضير.

**الحل:** الفصل بين وقت المطالعة العامة ووقت جلسات التحضير.

**العائق:** مصادفة الكثير من الملاحظات المرتبطة بمواضيع أخرى تنقذ أثناء المطالعة.

**الحل:** تدوين رقم الصفحة والملاحظة الجديدة في ورقة مستقلة والرجوع إليها فيما بعد.

**العائق:** عدم القدرة على تمييز الحشو الزائد عن الكلام المفيد.

**الحل:** معايرة كل ثلاثة أسطر بوجود معلومة جديدة أو مقدمة تشرح فكرة جديدة.

**العائق:** الخلط بين ما يرتبط بالموضوع فقط، وما يرتبط ويكون نافعاً للجمهور أيضاً.

**الحل:** تخيل شخصية مستمع متوسط الثقافة، وذكر المعلومة له، وتخمين مدى فائدتها.

**العائق:** الانجرار وراء الضغط الاجتماعي وتناول مطالب فيها إسفاف إرضاء للقاعدة.

**الحل:** تخيل شخصية مستمع من أصحاب التعليم الجيد، وذكر المعلومة له، وتخمين مدى فائدتها.

توجد عوائق أخرى أكثر خصوصية قد تواجه الأقلية، ننصح عندها بالتداول مع أستاذ مختص حول الموضوع.

## الخطوة الرابعة: المنهجية.

وفرة المعلومات لوحدها لا تكفي لصناعة خطاب مؤثر، فلا بد من منهجية مدروسة للتدرج مع المتلقي وإيصاله للهدف المنشود، والمبلغ الذي يبذل جهده الأكبر في دراسة منهجية التأثير وإتقانها، أكثر نجاحاً من المبلغ الذي يبذل جهده الأكبر في جمع المعلومات.



تشكل هذه المفاتيح أهم النقط التي يتحرك من خلالها المبلغ عند عرضه لأي موضوع.

## منهجيات الإقناع:

ضع أمامك موضوعاً معيناً تريد تناوله، ثم تحكم بمفاتيح الإقناع الثمانية، ستكون لديك أفضل منهجيات إقناع المستمع.

### المنهجية (1) بداية مشوقة

قصة مشوقة	سؤال مثير	جواب بحكاية حال السامع	تأكيد الجواب بتحفيز الانتماء
مثال: قصة موسى والخضر عليهما السلام	سؤال: ماذا لو كنا في نفس الموقف	جواب بأننا متفاوتون في الاستعداد	رواية عن أفضل الشيعة في نظر المعصوم.

### المنهجية (2) بداية مثيرة

سؤال مثير	خلق الحاجة للجواب	قصة مشوقة	الجواب بمعلومة جديدة
مثال: سؤال للجمهور أيهم زار مسجد السهلة	فائدة أن تزور بيت إمام زمانك	قصة أحد المتشرفين بزيارة المسجد	ثواب من زار المسجد

### المنهجية (3) بداية محبوبة

نكتة معبرة	حكاية حال السامع	معلومة جديدة	سؤال مثير
مثال: قصة مؤمن الطاق وجوابه لأبي حنيفة	نحن معرضون لمثل هذه المواقف	بيان حال مؤمن الطاق أو هشام بن الحكم	هل المعصوم يرضى بطريقة بعضنا في الحوار؟

## المنهجية (4) بداية متعاطفة

تحفيز الانتماء	إقتباس مناسب	مثال قريب للسامع	حكاية حال السامع
أيهما أغلى كنز المال أم كنز الولاية	رواية عن فضيلة العفة والصبر	مثل السامع كالقابض على الجمر	<b>مثال:</b> المتكلم يدرك معاناة السامع بسبب تعرضه المستمر لمحاولات الرشوة



المرجع الأعلى (دام ظله)

” إنَّ على المبلِّغ أن يصوغ المقاصد الصائبة والصحيحة بصياغة ملائمة، فإنَّ المعنى الواحد يمكن أن يؤدَّى بصيغ مختلفة، وقد يكون بعضها ملائماً ونافعاً ومؤثراً، وبعضها الآخر ليس بهذه المثابة، بل قد يكون مضرّاً ومنقراً“

## الخطوة الخامسة: تعلم لغة جديدة.

لتعلم لغة جديدة فوائد كثيرة للمبلغ تساعد في طرح مادة أكثر تركيزاً، ومن هذه الفوائد:

قدرة أكبر على  
طرح أمثلة  
منوعة



تصورات  
ثقافية جديدة



زيادة الثقة  
بالنفس



رؤية المبلغ  
لأفكاره بعيون  
أخرى



تواصل أفضل  
مع الآخرين



تنمية الرغبة في  
تعلم الجديد



مساحة جغرافية  
 واجتماعية  
 أكبر للتبليغ



سهولة السفر  
للتبليغ



## الفصل الثاني:

### التدريب النفسي

## الفصل الثاني: التدريب النفسي.

ونعني به تمرين القابليات النفسية بشكل ينعكس على الجانب التبليغي، لأن المبلغ خلال درسته يتعرض للكثير من الضغوط التي تشكل دائرة تحيط به:

### دائرة الضغوط النفسية للمبلغ:



يحتاج المبلغ إلى تفكير إيجابي يتناسب مع الضغوط التي يتعرض لها في رحلته التبليغية، وهنا يأتي دور مثلث الهويات.

## مثلث الهويات:

لكي يتخلص المبلغ من الضغوط النفسية يجب أن يمارس عملية (الإيحاء الذاتي) المستمرة، ويمكن أن يساعده في ذلك تحديد ثلاث هويات بشكل حاسم:



## الهوية الأولى: من أنا؟

تعتبر عملية التبليغ بالخطابة وإلقاء الكلمات والتحدث أمام الجمهور عموماً، من أصعب المهام التي يمكن لشخص القيام بها، لما تنطوي عليه من عدة تحديات تحتاج إلى قوة سيطرة:

### العالم في الوصف الروائي



### من أين؟

يجب أن يفكر المبلغ من أين أتى، وأنه يحمل وظيفة الأنبياء، وهو بذلك يمثل طريقاً موصلاً إلى ذات الجهة التي أرسلت الأنبياء، ويستعد لتحمل الأعباء النفسية لهذا الموقع.

## لماذا؟

على المبلغ أن يسأل نفسه بوضوح، لماذا قبلت المهمة بما فيها من تعب وإعداد وعناء؟ للشهرة؟ أم للتقرب إلى الله؟ وهذا سينعكس على حركته في الترويج لنفسه أو للدين.

## بماذا؟

يجب أن يتذكر المبلغ بماذا جاء، وما الذي يقدمه للناس ويجعله مميزاً عنهم، كلام عام يمثله كفرد من المجتمع؟ أم كلمات محسوبة تمثل الجهة التي يمثلها؟

## هل؟

ليتذكر المبلغ وظيفته عند طرح معلومات متنوعة، هل أكون عالماً بكل شيء؟ أم علامة في كل شيء؟ بمعنى: هل أطرح أفكاراً متنوعة لإثبات أنني عالمٌ بها؟ أم لأجعلها علامة على طريق الله؟

## كيف؟

لابد للمبلغ أن يبتكر طريقته الخاصة للتأثير في الناس، بشرط أن تكون في إطار أخلاقيات وسلوكيات الجهة التي يمثلها، ولا تنساق وراء طرق أخرى ولو بدت أقرب لتحصيل النتائج.

## متى؟

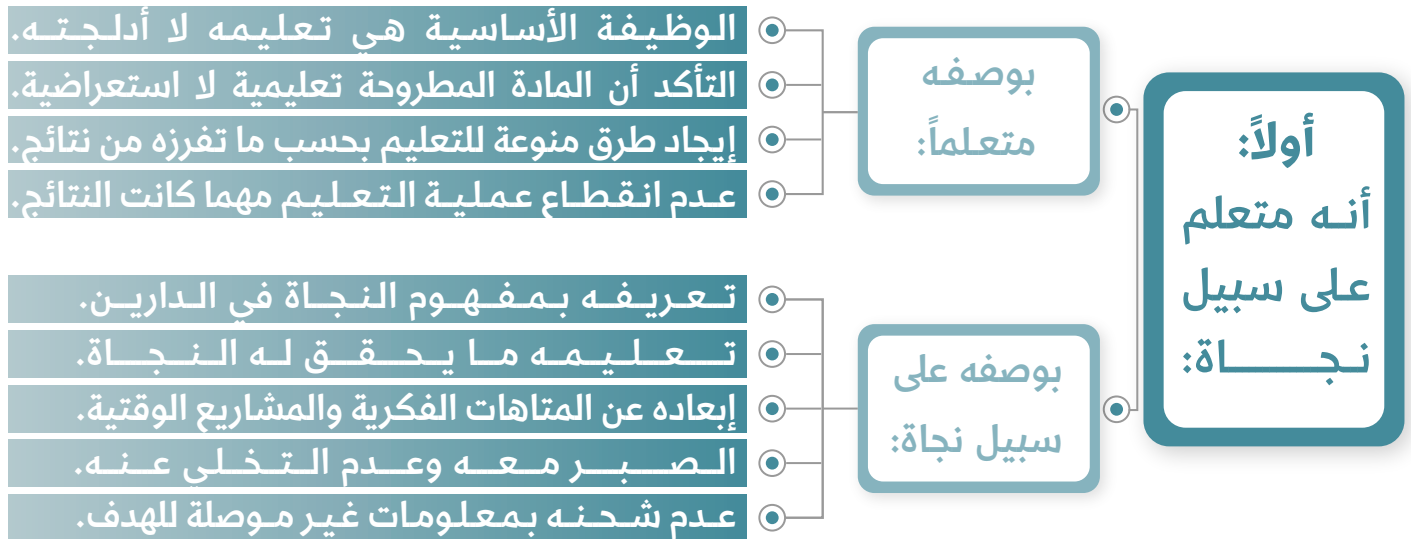
ليسأل المبلغ نفسه: متى يكون تأثيري في الناس أفضل؟ عندما أقول فقط؟ أم عندما أقول وأفعل؟ فعليه أن يدرك طريقة الجهة التي يمثلها (طريقة الدعاة بغير ألسنتهم).

## كم؟

ليفكر المبلغ كم يريد التأثير في المستمع؟ هل إلى حد أن يسحره بجمال صوته؟ أم بمقدار الموعظة والاعتبار؟ إن كان الثاني فيجب التعامل مع جمال الصوت كميزة إضافية لا أساسية.

## الهوية الثانية: من المتلقي؟

لكي يفهم المبلغ الديني نظرة الجهة التي يمثلها إلى ذات المتلقي بما هو، بعيداً عن مسمياته العلمية أو الاجتماعية أو غيرها، يجب أن يلاحظ اتصاف المتلقي بوصفين أساسيين:



**ثانيًا:**  
أنه يتيم  
منقطع عن  
ساداته،  
وبحسب هذا:

- الدعم النفسي للمتلقي وعدم تثبيطه.
- تأكيد حالة الارتباط المعنوي بالأب.
- التعايش مع حالة غياب الأب وانتظاره.
- التمسك بوصايا الأب وتعاليمه.
- التمسك بالقيادة الدينية لهذا الزمن.
- عدم ترك زمام التبليغ وموضوعاته بيد المتلقي.
- عدم التركيز على مسألة العطاء المادي.

## الهوية الثالثة: ما هو التبليغ؟

التعليم		تزويد المتلقي بالمعرفة التي يحتاجها بدون تشتيت.
التربية		مساعدة المتلقي عملياً في تطبيق المعارف والمفاهيم التي تعلمها.
التذكير		مراقبة أداء المتلقي وتصحيح اتجاهاته.
القيادة		الاستعداد لبذل الجهد الأكبر في سبيل الهدف.
التحفيز		تحفيز المتلقي لانجاز المشاريع المرتبطة بمفهوم النجاة في الدارين.

تحديد هذه الهويات ووضعها في حلقة نفسية مكررة وممارسة الإيحاء الذاتي كفيل بإعادة صياغة الجانب النفسي للمبلغ بشكل إيجابي.



السيد محمد سعيد الحكيم (قدس سره)

” ونحن في الوقت الذي نؤكد فيه على الإخلاص، نعلم أنه أمر صعب التحصيل، ولو حصل فالحفاظ عليه أصعب، حيث يحتاج إلى مراقبة شديدة، ومحاسبة للنفس وتبصر وتدبر على الأمد الطويل، فاللزم الاهتمام بهذه الجهة والرعاية لها، وأدنى غفلة عنها وإهمال لها قد يعرض الإنسان للانزلاق والاستجابة للدواعي الأخرى الخفية من حيث لا يشعر.“

## الفصل الثالث:

### التدريب البدني

## الفصل الثالث: التدريب البدني.

من أهم المسائل التي تنعكس بطرق مختلفة على أداء المبلغ هي مسألة اللياقة البدنية والصحة العامة، وانعكاسات هذه المسألة لا تتوقف عن الجانب الجسماني فحسب، بل تتعداه للتأثير على الصحة النفسية والمزاج العام.

في هذا الفصل سنناقش أهم الخطوات التي يجدر بالمبلغ مراعاتها حول صحته البدنية، دون التطرق لكيفية أداء التمارين، لأن ذلك يطلب من المختصين في هذا المجال.

### الخطوة الأولى: مبررات اللياقة البدنية:

لماذا على المبلغ أن يبذل جهداً في المحافظة على لياقته البدنية؟ خصوصاً مع ضيق الوقت، والإحراج الاجتماعي أحياناً.



اللياقة أمر جيد للصحة العامة، لكن ربطه بالمبلغ وظيفياً يعطيه سبباً إضافياً للالتزام.

## الخطوة الثانية: أنشطة اللياقة البدنية.

مع إدراك المبلغ لضرورة اللياقة البدنية، وخطورة إهمالها بسبب تقاطعها مع أغلب برامج اليومية المعتمدة على التحصيل والبحث والمطالعة، يصبح الاهتمام بهذه المسألة ضرورة قصوى، ولذا سنتعرف على أهم الأنشطة التي تجب مراعاتها في مسألة اللياقة البدنية.

### أنشطة اليوم الأساسية التي لا بد من ضبطها بالساعة البيولوجية :



التعرض الكافي  
لأشعة الشمس.



تنظيم  
وقت الوجبات.



تنظيم  
وقت النوم

في هذا الجدول سنتعرف على الأنشطة المطلوبة، مع متوسط حاجة المبلغ منها، وعليه أن يحدد الوقت المناسب للنشاط، ويقوم بضبط الساعة البايولوجية (الإيقاع اليومي) فيجعل أهم ساعة للنشاط هي أكثر ساعة تقع في حقل (المناسبة).

الساعة المحتملة	الساعة المستبعدة	الساعة المناسبة		
			من 20 إلى 30 دقيقة	المشي السريع
			من 15 إلى 30 دقيقة	السباحة
			حسب الحالة	تمارين القوة (الأوزان)
			حسب الحالة	تمارين الضغط
			من 10 إلى 20 مرة	التنفس الصحي وتمرين الحجاب الحاجز

**ملاحظة:** من جدارة المبلغ أن يلاحظ عنوانه المميز والمكانة الاجتماعية عندما يتواجد أفراد آخرون أثناء قيامه بالأنشطة أعلاه ، ولكن يجب أن لا يتحول ذلك إلى مانع له من الرعاية الصحية، وعليه أن يجد الطريقة المناسبة للحفاظ على الأمرين معاً.

## الخطوة الثالثة: تمرين الصوت



الشيخ محمد رضا المظفر (رحمه الله)

حسن الصوت وحسن الإلقاء والتمكن من التصرف بنبرات الصوت وتغييره حسب الحاجة من أهم ما يتميز به الخطيب الناجح. وذلك في أصله موهبة ربانية يختص بها بعض البشر من غير كسب غير انها تقوى وتنمو بالتمرين والتعلم كجميع المواهب الشخصية

تمرين الصوت ليس مهماً لقراءة الرثاء فقط، بل هو ميزة جوهريّة لشخصية المبلّغ وعنصر مهم لصناعة التأثير، ويمكن توصيف الصوت بأنّه (الوسط الناقل للمشاعر).  
ويوجد أكثر من نموذج لتمارين الصوت، ويفضل للمبلّغ أن يمارس التمرينات الصوتية المناسبة لدى المختصين، وأما في هذا الدليل، فيلزم المبلّغ معرفة أمرين مهمين:



النبي الأكرم (صلى الله عليه وآله).

” ما بعث الله عز وجل نبيا إلا حسن الصوت “

## أولاً: الثقافة الصوتية لماذا؟

على المبلغ قبل كل شيء أن تكون لديه ثقافة صوتية، ويعرف أنواع طبقات الصوت، والفرق بينها وبين المساحة الصوتية، وكيف يمكنه قياس مساحته الصوتية بالأوكتاف، ليتمكن بعدها من رسم السلم الموسيقي المناسب لحنجرته ولموضوعه، ويتجنب تقليد غيره في ذات الوقت.

وسنذكر استمارتين مختصرتين للتنبه على أهمية الثقافة الصوتية، ويمكن للمبلغ أن يملأ الاستمارتين بالاستعانة بالمختصين:

### الاستمارة (1):

طبقة صوتي الطبيعية هي:  قرار  متوسطة  جواب

مساحتي الصوتية الطبيعية هي  أوكتاف ومع التمرين الجيد تصبح  أوكتاف

في الجواب	في المتوسطة	في القرار	
<input type="text"/>		<input type="text"/>	قدرتي على تقليد صوت الشيخ هادي الكربلائي:
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	قدرتي على تقليد صوت الشيخ عبد الزهراء الكعبي:
<input type="text"/>		<input type="text"/>	قدرتي على تقليد صوت الشيخ الوائلي:
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	قدرتي على تقليد صوت الشيخ المقدسي:

ومع ملاحظة أعلى الأرقام التي يظهرها الاختبار، يمكن تحديد إمكانيات المبلغ الصوتية من حيث الطبقة والمساحة.

## الاستمارة (2):

يطلب المبلغ من خبير الأصوات والمقامات أن يساعده في تحديد الطبقة التي يجب الاعتماد عليها وتحديد المساحة الصوتية المريحة بالشكل التالي:

إلى (أوكتاف)	من (أوكتاف)	
		السلم الموسيقي لمقدمة القراءة المنبرية
		السلم الموسيقي لنقطة الذروة في النعي
		السلم الموسيقي للخطب الجماهيرية على المنصات
		السلم الموسيقي لإلقاء المحاضرات والكلمات العامة
		السلم الموسيقي للبرامج التلفزيونية والإذاعية

كما تلاحظ في الاستمارتين أيها المبلغ، اخترنا الخطباء الأربعة كنماذج واقعية يمكن جعلها وحدة للقياس، ولكن هذا ليس إلا قياساً تقريبياً، يجب أن تتخطاه وتصل مساحتك الصوتية على يد المختصين، لتنتهي إلى بصمتك الخاصة.

## ثانياً: التمرين الصوتي لماذا ؟

الحفاظ على صحة  
الحنجرة عند  
الضغط والإرهاق.



زيادة اندماج  
المستمعين  
وتجنب نفورهم.



القدرة على التحكم  
بالمساحة الصوتية  
بحسب الموضوع.



تشجيع المبلغ على  
صقل طريقته وعدم  
تقليد الآخرين.



التحكم بسرعة  
الأداء بحسب  
الموضوع.



تحسين مخارج  
الحروف والألفاظ.



هذه أهم الأسباب التي تدفع المبلغ (الخطيب الحسيني بالذات) لصقل مهارته وتمرين حباله الصوتية.



الشيخ محمد رضا المظفر (رحمه الله)

” يظهر لنا كيف يفشل بعض الخطباء، لأنه يحاول تقليد خطيب ناجح في لهجته وإقائه، فيبدو نابياً سخيلاً، إذ يظهر بمظهر المتصنع الفاشل، والسر أن هذا أمر يدرك بالغريزة والتجربة قبل أن يدرك بالتقليد للغير“

## الخطوة الرابعة: الاهتمام بالملابس والمظهر الخارجي.

هذه الخطوة تمثل إكمالاً لفصل التدريب البدني، لأن العناية بالمظهر الخارجي والملابس أمر بالغ الأهمية في حكم الناس على المبلغ وصناعة الثقة والتأثير.

**نموذج مقارنة بين التبليغ بالزي الديني والتبليغ بدونه:**

الأثر	بدون الزي	بالزي الديني
الشخص لا يتفاعل بدرجة كافية مع توجيهات من يراه مشابهاً.	المجتمع أكثر شعوراً بأن المبلغ لا يختلف عنه بشيء.	المجتمع أكثر إيماناً بوجود جهة مقدسة يمثلها المبلغ.
الشخص الذي لا يقتنع بعلمية غيره لن يسمع منه.	المجتمع لا يرى اختلافاً فلا يشعر بما بذله الطالب من جهود.	المجتمع أكثر قناعة بأن المبلغ قطع شوطاً في طلب العلم.
التقليل من هيبة المبلغ يمنع التأثير النفسي بإرشاداته.	المجتمع أكثر تساهلاً مع خصوصية المبلغ.	المجتمع أكثر مراعاة لخصوصية المبلغ.
إشعار المجتمع دائماً بوجود أهل الدين في أوساطه.	مجرد رؤية المبلغ لا تستدعي أي ذاكرة لمن لا يعرفه شخصياً.	مجرد رؤية المبلغ تستدعي ذاكرة دينية متكاملة.
بقاء الشعور الجماهيري بوجود الحوزة أفضل حماية لها.	نفس وجوده لا يمثل مؤشراً على أي شيء.	نفس وجوده يمثل مؤشراً على استمرار وجود الحوزة العلمية.
الزي الديني أشبه بمكابح إضافية للشخصية.	المبلغ أكثر عرضة للانسياق.	المبلغ أكثر اتزاناً وأبعد عن الانسياق وراء الرغبات.
القوة التعبيرية للزي نقطة مهمة يمكن للمبلغ توظيفها بذكاء.	الزي العادي يحمل ذات الرمزية ولكن ليس بنفس القوة.	أكثر تعبيراً عن رمزية المناسبة كالأبيض لصلاة العييد والأسود للوفيات والرأس الحاسر ليوم عاشوراء.

## الفصل الرابع:

### التطوير العلمي

بعد أن يشتغل المبلغ على الجوانب المذكورة في الفصول الثلاثة (الذهنية والنفسية والبدنية)، وينجز الأرضية المناسبة لشخصية المبلغ الناجح، ينصب تركيزه حينها على إدامة هذا المنجز والحفاظ عليه من التراجع.

في الفصل الرابع، الذي يتحدث عن التطوير العلمي، لا يكتفي المبلغ بالحفاظ على ما أنجز، بل لابد من التقدم المستمر والتزود الدائم بالعلوم والأفكار الجديدة، ومع تحقيق هذه المهمة، يتم الباب الأول من هذا الدليل، وتتم به المقومات الشخصية للمبلغ.

## الخطوة الأولى: نظام المطالعة:

المطالعة المفيدة ليست مرهونة بالجهد والوقت المبذولين فحسب، بل هي مهارة بحد ذاتها تتطلب تركيزاً عالياً، وإتقاناً لمجموعة من القواعد المهمة، وسنرى أن من يتقن هذه القواعد يستفيد من أي مادة يطالعها بربع الوقت والجهد الذي يبذله غيره في نفس المادة.

### تنقسم المطالعة إلى:

مطالعة خاصة

بغرض التحضير  
لموضوع محدد.



مطالعة عامة

بغرض زيادة  
المعلومات.



## وتنقسم كذلك إلى:

قراءة سريعة  
مسح يشبه قفز  
الأرنب قطعة قطعة.



قراءة متأنية  
تتابع يشبه مشي  
الساحفة خطوة خطوة.



## المقومات الثلاثة للمطالعة المتأنية الناجحة (العامة / الخاصة):

الخرائط الذهنية



التدريب الذهني  
(راجع الخطوة 1 + 2 +  
3 الفصل 1 الباب 1).



الإلقاء الذاتي



## الخرائط الذهنية:

الخرائط الذهنية عرفتها الحاضرة الحوزوية قديماً بعنوان (التشجير) بأن تتفرع الفصول والأبواب والعناوين الثانوية من أصل الموضوع، كما تتفرع الأغصان والأوراق من أصل الشجرة.

## نموذج تجربة ناجحة لرسم الخريطة الذهنية:

1 الإحاطة بالمعالم العامة للكتاب  
(يأتي في الخطوة 5 الفصل 4 الباب 1)

2 لرسم الخريطة إلكترونياً إبحث  
عن البرامج الخاصة عبر الكلمة  
المفتاحية (Mind Maps)

3 لرسم الخريطة ورقياً قم  
بكتابة الموضوع الأصلي في  
وسط الورقة تماماً

4 قم بتقسيم الورقة إلى أربع  
مربعات يكون مركزها الموضوع،  
واجعل كل فصل في مربع

5 إذا كانت الفصول الرئيسية  
أكثر من أربعة كرر العملية.

6 عبر عن الفصل وما فيه  
من فروع ونقاط بكلمات  
مفتاحية فقط بدون شرح

7 استعن بالألوان إن أمكن،  
واجعل لكل نمط من  
الافكار لونه الخاص

هذه التجربة تنفع في الكتب العلمية والفكرية، أما كتب السرد القصصي والتاريخي فلا تحتاج

أكثر من تلخيص عمودي بسيط ثم الحفظ.

## الإلقاء الذاتي:

يعني أن تحول ما قرأته إلى مادة إلقاء، وتلقيها على جمهور افتراضي.

1 أترك الكتاب بقربك

2 تخيل الجلوس في مكان محدد كأنك تراه.

3 تخيل أمامك جمهوراً افتراضياً تحدثه.

4 ركز على شرح الفكرة وتحرر من ألفاظ الكتاب.

5 عندما تكتشف عدم فهم نقطة راجعها من الكتاب.

6 عد بسرعة للإلقاء من نقطة التوقف.

7 كرر الإلقاء بعد ساعات وفي اليوم التالي.

## ملحوظتان:

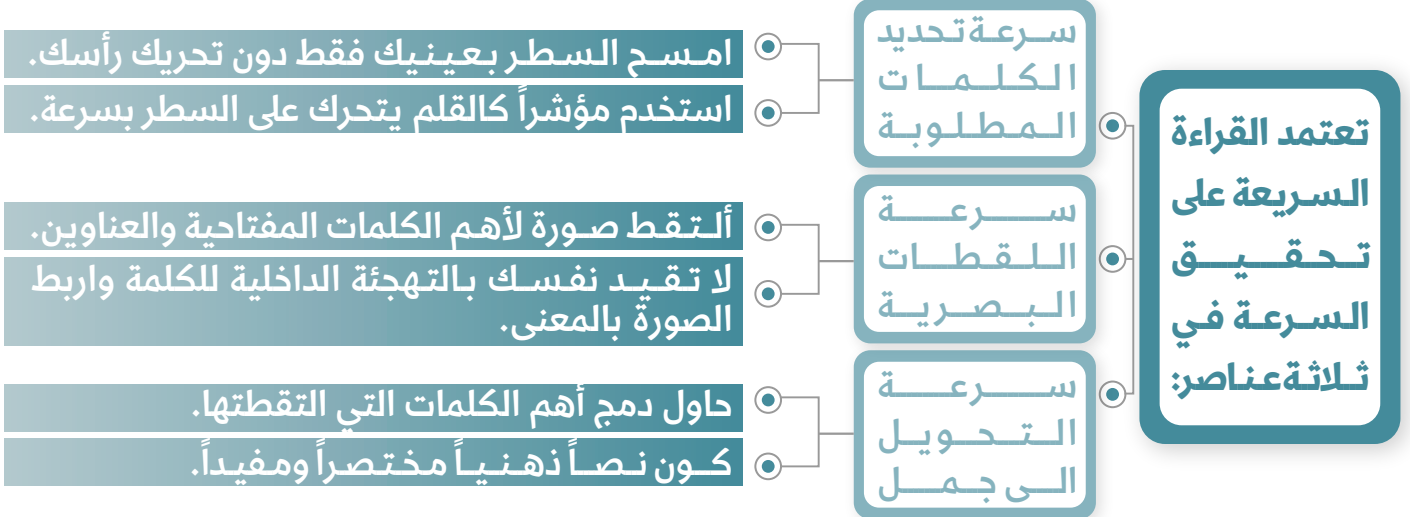
1 هذه المهارات تزداد ثباتاً كلما أكثر المبلغ من القراءة، لأن المطالعات أشبه برحلة في طريق، ومع تكرارها ستتمكن مع معرفة الأسلوب المناسب، ووسيلة النقل الأفضل.

2 القراءة المتأنية تقترن عادة بالاستقرار النفسي الذي يسمح لك بالاندماج مع الكتاب، ولكنه يأتي مع التمرين أيضاً، حاول أن تجرب ذلك بشكل تصاعدي حتى يصبح طبيعياً.

## القراءة السريعة:

كما وصفناها مسبقاً، هي لقطات من الصفحة تشبه قفز الأرنب، حيث تهدف إلى استثمار الوقت عبر تسريع عملية القراءة مع الحفاظ على الفهم الجيد للمحتوى.

تنفع القراءة السريعة في المواضيع السردية وغير المعقدة، أو المتعلقة بمراجعة أكبر قدر من البيانات في مدة قصيرة، أما المواضيع العلمية التي تحتاج تأملاً في الشرح والاستدلال فلا تتوافق معها.



## الخطوة الثانية: الاستماع:

أصبح الاستماع إلى المحاضرات والأفلام الوثائقية والكتب الصوتية ونحوها، جزءاً لا يتجزأ من تكوين ثقافة المبلغ وتنوعها.

وأدناه نموذج استمارة لطريقة الاستماع المرافقة لتحضير المادة التبليغية:

الموضوع:	تأثير (الترند) على تفكير أبنائنا.
نوع النشاط:	محاضرة عامة.
نوع الجمهور:	طلبة مدرسة إعدادية.
العصف الذهني:	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>

المدة المقررة للقراءة (ساعتين)

كتاب تفسير:	مثال: تفسير الميزان؛ الآية: يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا عَلَيْكُمْ أَنْفُسَكُمْ
الملخص:	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>

كتاب روائي:

مثال: ميزان الحكمة؛ رواية: لاتكن إمعة

الملخص:

الملخص:

مراجعة تقرير صحفي عن الموضوع:

الملخص:

المدة المقررة للاستماع والمشاهدة (ساعة) مثلا

مشاهدة وثائقي 30 دقيقة حول تأثير الظاهرة.

الملخص:

## مشاهدة تقارير تلفزيونية 20 دقيقة حول تأثير الظاهرة.

الملخص:

.....  
.....  
.....

## مشاهدة 10 دقائق؛ مقابلة مع مراهق تأثر سلباً بسبب الظاهرة.

الملخص:

.....  
.....  
.....

يمكن صنع خريطة ذهنية لمجموع القراءة والمشاهدة تعطيك ملخصاً وافياً عن الموضوع.

## الخطوة الثالثة: ملخصات الدرس الحوزوي:

لا تقتصر فائدة الدروس الحوزوية على تنمية قابلية الاجتهاد لدى طالب العلم، بل يمكن توظيفها في مجالات التبليغ بأنواعها، بحسب قدرة الطالب وذكائه. ويمكن للطلاب المبلغ أن يلزم نفسه بخطوة متقدمة، وهي إنتاج نوعين من الملخصات للدرس الحوزوي:

يشكل الملخص العلمي خلاصة التقرير الحوزوي المفصل والمخطط الاجمالي الذي يجب التركيز على حفظه.



الملخص العلمي للدرس

يعبر الملخص التبليغي عن الدقة العقلية والامتانة العلمية التي يجب التزامها عند التعامل مع المواضيع العامة.



الملخص التبليغي للدرس

## فوائد الملخص التبليغي للدرس الحوزوي:

1 القدرة العالية على هيكلية الموضوع وتحريم محل الكلام.

2 عدم ابتلاء المادة التبليغية بالتهريج والحشو.

3 الحفاظ على سمعة ومتانة التبليغ الحوزوي.

4 عدم الانسياق وراء المشهورات التي لا أصل لها.

5 عدم الركون إلى المحفوظات القديمة دون إخضاعها للمراجعة.

## الخطوة الرابعة: مواكبة الأحداث:

مواكبة الحدث ومراقبة ما يدور في الساحة بدقة، تجعل المبلغ أكثر حكمة في اتخاذ القرار، وأكثر خبرة في طرح الموضوع.

ونجد تأسيساً لعملية الرصد ومراقبة البيانات في بعض حوارات الأئمة المعصومين عليهم السلام، بسؤالهم المتكرر لأصحابهم (ما يقول الناس) ؟ قبل إجابتهم على كثير من الأسئلة.

## ومن أهم فوائد المواكبة:

### توزيع المواد:

الدقة أكثر في توزيع المواد بحسب أزمدة وأمكنة التبليغ.



### نوع الأسئلة:

التنبؤ بنوع الأسئلة التي سيطرحها الناس.



### بدون استعجال أو تأخير:

الدقة في اختيار وقت طرح الشبهة للناس ومعالجتها.



## أهم طرق المواكبة:

1 تعيين مجموعة مواقع ووسائل مصدرية.

1

تفعيل اشعاراتها.

2

3 تخصيص وقت للمتابعة.

3

الانضمام لكروبات المهتمين.

4

5 الانضمام لكروبات المبلغين (يأتي في الفصل ٥ الباب ١)

5

## الخطوة الخامسة: تطوير أدوات المساعدة:

توجد مجموعة أخرى من وسائل المساعدة للمبلغ من الأفضل اعتياد استخدامها:



## المشاهدة الميدانية:

في المساحات التي يستطيع المبلغ الوصول إليها، ستكون معايشة الواقع ورؤيته عن قرب أفضل طريقة للإبداع في طرح المادة. أمثلة:

التحذير من خطر المخدرات		زيارة مراكز ومستشفيات التعافي من الإدمان.
الحديث عن حالات الطلاق		زيارة الجهات القانونية ومراجعة بعض الحالات.
التشجيع على دخول سوق العمل		التجول وملاحظة بعض المشاريع الناشئة.

## استشارة الخبراء:

رغم وفرة المعلومات وسهولة تحصيلها، يبقى رأي الخبير المختص أنضج وأدق، وللاستعانة بالخبير هناك مستويات مبنية على حجم العلاقة ومقدار الاحتياج،

وأدناه نموذج استمارة يوضح ذلك:

.....							اسم الخبير:	
<input type="checkbox"/>	معرفة سطحية	<input type="checkbox"/>	شريك عمل	<input type="checkbox"/>	صديق	<input type="checkbox"/>	صديق مقرب	نوع العلاقة:
.....							الموضوع:	
يفضل مع الأصدقاء والشركاء.				موعد وجلسة نقاش مشتركة			نوع الاستشارة المطلوبة:	
يفضل مع الأصدقاء والشركاء.				اتصال مطول				
للجميع.				رسائل واتصالات قصيرة				

## الجهد البيلوغرافي:

إطلاع المبلغ على علم البيلوغرافيا من الأمور المهمة في تنويع وتعميق مصادر ثقافته، وعلم المكتبات بشكل عام متصل باختصاص المبلغ وينفعه جداً.

## مصادر البيلوغرافيا:

المكتبات  
الرقمية.



المكتبات  
الورقية العامة.



الوثائق  
والمجلات  
والمنشورات.



الأرشيفات  
غير المرقمة.



## وتتيح البيلوغرافيا للمبلغ:

1 تسهيل الوصول للمصادر.

2 إمكانية اختيار المصدر الأفضل.

3 جمع أكبر قدر من المدخلات المطلوبة.

4 تنوع المادة بتنوع المصادر زمنياً وعمقاً.

## نموذج استمارة الجهد البيلوغرافي:

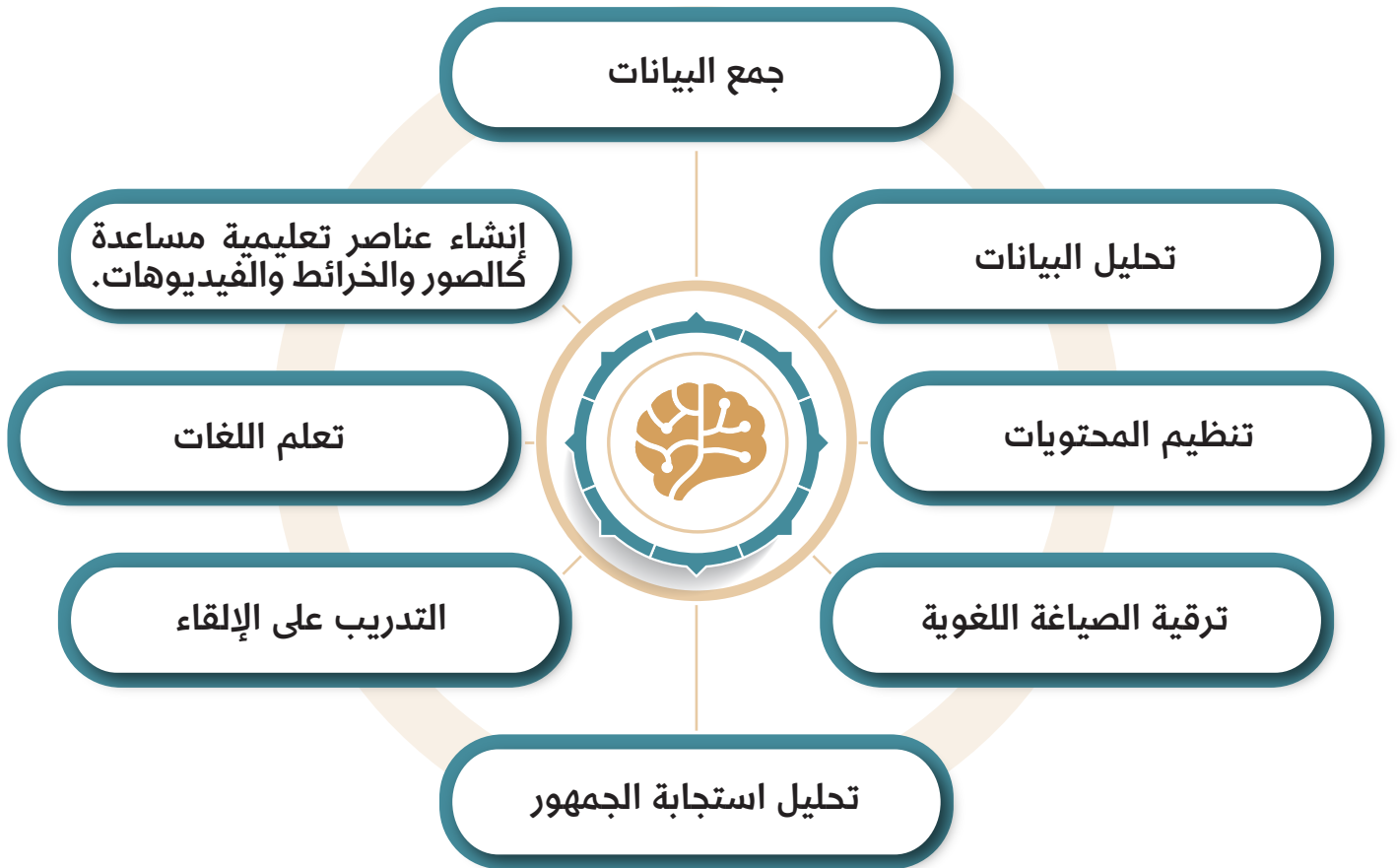
.....					إسم الكتاب:
.....					المؤلف:
.....					الموضوع:
.....	سنة الطبع:	.....	الطبعة:	.....	عدد الأجزاء:
.....					المطبعة:
..... .....					ملخص مقدمة المؤلف:
..... ..... ..... ..... .....					ملخص العناوين الرئيسية للكتاب:

## الذكاء الاصطناعي:

الآن وبينما نحن نعد هذا الدليل، تشهد البشرية قفزات كبيرة في مجال الذكاء الاصطناعي وفي مختلف المجالات، وكلما كان المبلغ أكثر مرونة في التعاطي مع نماذج الذكاء الاصطناعي، كلما أحرز تقدماً في تطوير أدواته واختصار الوقت والجهد.

ولن نحدد في هذا الدليل أسماء البرامج التي يمكن الاعتماد عليها، فهذا مرهون للتقدم السريع في قابل الأيام.

أهم مجالات الذكاء النافعة للمبلغ:





الشيخ أحمد الوائلي (رحمه الله)

”إن المنبر لم يعد كما كان مؤسسة تخصصنا، بل عاد مدخلاً كبيراً للتعرف علينا، ودراسة هويتنا، واختبار قدراتنا الفكرية، وتحديد اتجاه مزاجنا، فنحن طائفة تميزت بفكر مارس الصراع منذ ولد وتعرض للملاحقة من بواكير أيامه وذلك لأسباب كثيرة كتب فيها العلماء“

## الفصل الخامس:

### الاندماج في مجتمع المبلغين

جميع الاختصاصات والأعمال في الحياة تشكل دوائر اجتماعية لأصحابها والمهتمين بها، عبر النقابات والتجمعات والفعاليات المشتركة، والمبلغون ليسوا استثناءً من ذلك، ومضافاً للدافع الديني بإدامة الروابط الأخوية بين المبلغين، توجد فوائد أخرى:

1 مواكبة الأحداث (تقدم في الفصل ٤ باب ١).

2 التعرف على الأساليب المبتكرة للمبلغين.

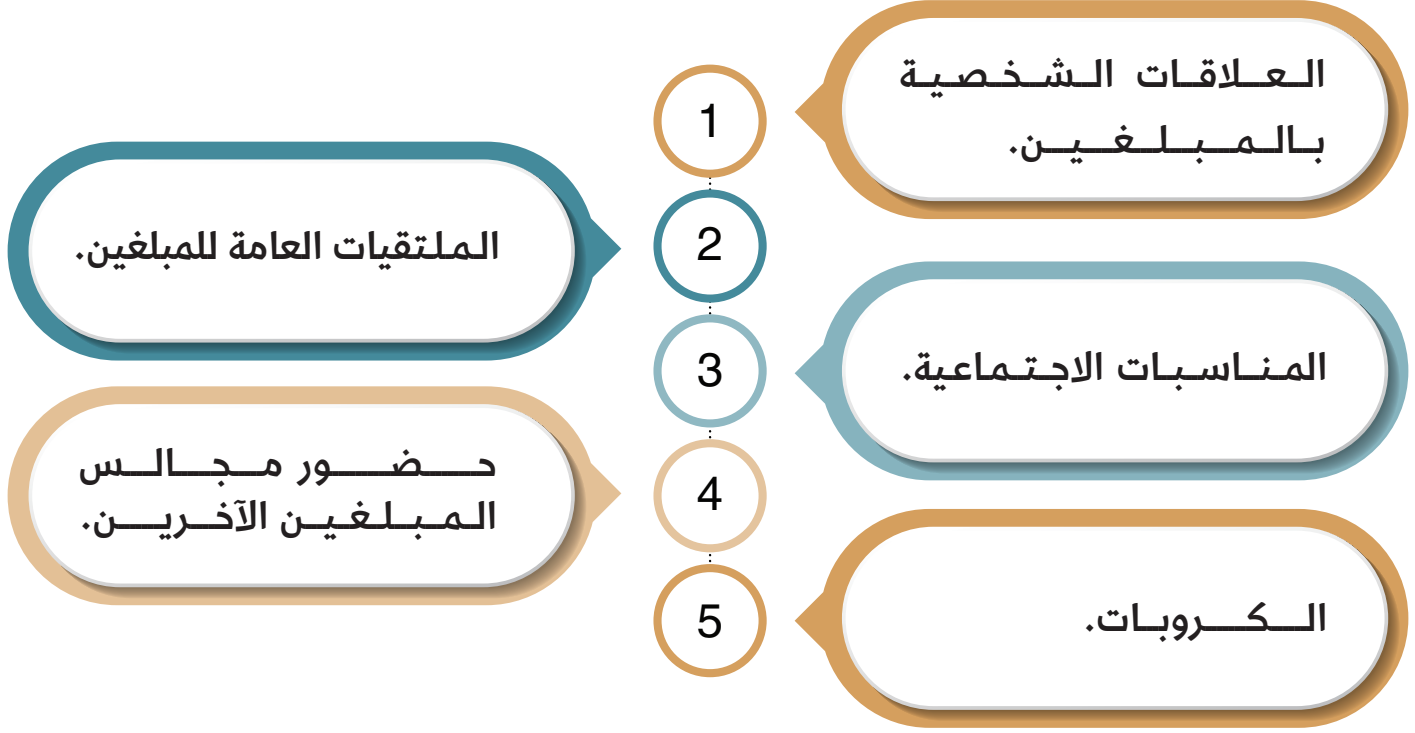
3 التعرف على خريطة مناطق التبليغ.

4 استمرار النقاش العلمي.

5 تصحيح طرح المبلغ ومبانيه.

6 تقييم الأداء وتحسين مهارات التأثير.

## أهم اساليب الاندماج:



## الباب الثاني:

# النجاح في البيئة التبليغية

بعد إتمام مهام الباب الأول، يكون المبلغ قد قطع شوط البناء الذاتي وأصبح مستعداً لأداء رسالته في المجتمع، ويبقى نجاحه مرهوناً بالاندماج العملي مع محيطه، والتعامل مع ظروفه وتعقيداته، وهو ما سنتكلم عنه في هذا الباب.

### دراسة البيئة التبليغية تضم 4 فصول:



الجهة الراعية  
للتبليغ.



زمن  
التبليغ.



موقع  
التبليغ.



دراسة  
الجمهور.

وأما الحديث عن فعاليات التبليغ والمواد المطروحة فيه، فسيأتي في الأدلة القادمة.

## الفصل الأول:

### نوع الجمهور



السيد محمد سعيد الحكيم (قدس سره)

هناك امور تختص ببعض البلاد لظروفها الخاصة لابد للمبلغ والخطيب التي يتوجه لها من دراستها والإحاطة بها والتركيز عليها في تلك البلاد لسد حاجتها الخاصة وملء فراغها في ذلك الجانب.

لا غنى للمبلغ عن دراسة الجمهور الذي سيخاطبه في مهمته التبليغية، لكي يكون خطابه مبنياً على معرفة مسبقة بحاجات هذا الجمهور، وتختلف تصنيفات الجمهور بالنظر إلى عدة اعتبارات:

## 1. باعتبار الأمكنة والأعداد:

المتابعون  
عبر البث  
التلفزيوني.



تجمعات  
المحافل  
والمناسبات.



تجمعات  
المساجد  
والحسينيات.



الملتقيات  
المحدودة  
والنخبوية.



المستمعون عبر  
البث الإذاعي.



المتابعون عبر  
مواقع التواصل.



الملتقيات  
الأفرادية  
والشخصية.



يتدرج هذا التصنيف من جمهور كثير قد يبلغ الآلاف، إلى جمهور قليل قد يبلغ شخصاً أو اثنين، وجمهور آخر لا يعلم المبلغ عدده إذا كان الخطاب عبر التسجيل أو التصوير، والفرق بين هذه الأصناف من حيث تحضير المبلغ شاسع جداً، فما يقال أمام شخص واحد لا يقال أمام ألف، وما يقال أمام ألف حاضرين ضمن أجواء معينة تؤثر فيهم ، لا يقال أمام كاميرات تنقل الكلام بقطع النظر عن أجوائه وظروفه وسياقاته.

## 2. باعتبار النقاط المشتركة:

مجتمع عمالي  
تجمعه وظائف  
وأعمال.



مجتمع حضري  
تجمعه مدن  
وأحياء.



مجتمع عشائري  
ضمن أرض  
العشيرة.



مجتمع منوع  
يتابع عبر  
الإعلام.



مجتمع طلابي  
تجمعه دراسة.



فرق تجمعها  
فنون ورياضة  
ومهارات.



جمهور مختلط.



مجموعات  
محددة تجمعها  
صداقة.



إن من أنفع الأساليب التي يتبعها المبلغون المتمرسون، هي البحث عن أهم النقاط المشتركة بين الحاضرين، وعلى أساسها يتم التركيز على مواضيع معينة دون سواها. بةتته جدول بأثلة لمواضيع مختارة حسب النقاط المشتركة:

المجتمع العشائري: موضوع الحلم والاحتمال

يتوقع وجود مشاكل بين أفرادها لتقاربهم المستمر.

**المجتمع الحضري:** موضوع ثواب التزاور والتواصل

بسبب قلة التواصل بين أبناء المدن.

**المجتمع العمالي:** عظمة وأجر الكد على العيال

تساعد على تحمل الضغوط النفسية للعمل.

**فريق كرة قدم:** مقارنة بين المستطيل الأخضر وحياة الإنسان

لاستئناس أفهامهم بالمثال.

**مجتمع طلابي:** تشبيه قوانين قاعة الاجتماع بالحياة الدنيا

لاستئناس أفهامهم بالمثال.

**جمهور عبر الإعلام:** تصحيح مفهوم مغلوط منتشر إعلامياً

لانشدادهم إلى الموضوع حينها.

**مجموعة صداقة:** حديث مريح عن يوميات المجموعة وخطتها

الإرشاد هنا يأتي بالضمن.

**جمهور مختلط:** التركيز على الفضائل الإنسانية كالطموح والإصرار

لاشتراك الجميع فيه.

### 3. باعتبار المستوى التعليمي:

جمهور متوسط  
التعليم.



جمهور عالي  
التعليم.



جمهور أكاديمي  
تخصصي.



جمهور مختلط.



جمهور مبتدئ  
التعليم.



جمهور ضعيف  
التعليم.



تعتبر نقطة (المستوى التعليمي) من أهم النقاط التي يواجهها المبلغ. بين من يحاول تبسيط الشرح والأمثلة فيتعرض لانتقاد الطبقة عالية التعليم، بسبب عدم الاستفادة.

ومن يتكلم بلغة عالية وذكر المصادر والأمثلة المعقدة، فيحرم الطبقة ضعيفة التعليم من الفائدة، وهنا يأتي دور السهل الممتنع الذي يستطيع التحكم بمستوى الخطاب ليشمل الجميع، وهو أمر لا ضابطة له، وموكل لمهارة المبلغ وقابلياته وكثرة اطلاعه.

## 4. باعتبار العمر والجنس:

جمهور  
من البنات.



جمهور  
من الشباب.



جمهور من  
الأطفال  
والناشئة.



جمهور  
المسنون.



جمهور  
نسائي.



جمهور  
رجالي.



جمهور مختلط.



مضافاً لأهميتها في اختيار الموضوع، تأتي فائدة التصنيف العمري والجنس في تنوع الأساليب، بين الأسلوب الجاد والرتيب للكبار، والظريف الهادئ للإطفال، والتفاعلي مع الشباب. ولكل من هذه الأصناف تحضيراته الخاصة، ومن المهم للمبلغ إن يكون ملماً بالجمهور الذي يستمع إليه، وعليه أن يعد العدة لذلك بشكل جيد.

وإليك نموذج استمارة يمكن للمبلغ ملؤها لتحديد الأسلوب الأمثل للطرح بحسب الجمهور.

<input type="text"/>	التاريخ الميلادي:	<input type="text"/>	التاريخ الهجري:
----------------------	-------------------	----------------------	-----------------

<input type="text"/>	المناسبة:
----------------------	-----------

<input type="text"/>	متفق عليه	<input type="text"/>	إختيار المبلغ	<input type="text"/>	وقت الفعالية:	<input type="text"/>	ليل	<input type="text"/>	نهار
----------------------	-----------	----------------------	---------------	----------------------	---------------	----------------------	-----	----------------------	------

<input type="text"/>	مسجد	<input type="text"/>	حسينية	<input type="text"/>	قاعة	<input type="text"/>	ستوديو	<input type="text"/>	بيت
----------------------	------	----------------------	--------	----------------------	------	----------------------	--------	----------------------	-----

<input type="text"/>	صديق	<input type="text"/>	آخر	<input type="text"/>
----------------------	------	----------------------	-----	----------------------

<input type="text"/>	العدد المتوقع للحضور:
----------------------	-----------------------

<input type="text"/>	عشائري	<input type="text"/>	حضري	<input type="text"/>	عمالي	<input type="text"/>	فرقي	<input type="text"/>	طلابي
----------------------	--------	----------------------	------	----------------------	-------	----------------------	------	----------------------	-------

<input type="text"/>	أثري	<input type="text"/>	أصدقاء
----------------------	------	----------------------	--------

<input type="text"/>	تخصصي	<input type="text"/>	عالي	<input type="text"/>	متوسط	<input type="text"/>	ضعيف	<input type="text"/>	مبتدئ
----------------------	-------	----------------------	------	----------------------	-------	----------------------	------	----------------------	-------

<input type="text"/>	مختلط
----------------------	-------

جنس الحضور:

رجالي

نسائي

مختلط

الموضوع المتوافق مع المعايير أعلاه

ولاحظ أيها المبلغ أن تفكيك الحضور إلى هذه الأبعاد التفصيلية يعطيك رؤية ناضجة للغاية في بناء خطابك وتحضير مادتك بحسب هذا التصنيف ، ولكي ينجح يجب أن يكون تصويره عن الجمهور ملحوظاً عند صناعة المادة، لا أن تصور الجمهور يأتي بعد إعداد المادة.



الشيخ أحمد الوائلي (رحمه الله)

”الطعام الجيد لا يضره أن لا يتذوقه الآخرون، كما أن الطعام الرديء لا يصعد به أن يأكله عدد أكبر فإن جمهور الأعمال التي فيها أصالة ومعاناة دائماً أقل من جمهور الأعمال السطحية فإن الذين يلاعبون قرداً قد يجمعون من الجمهور أكبر بكثير مما يجمعه اينشتاين إذا أراد شرح نظريته النسبية“

## الفصل الثاني:

### موقع التبليغ

من أهم الجوانب التي يجدر بالمبلغ دراستها قبل الذهاب في مهمته التبليغية، هي موقع التبليغ، أياً كان الوصف الإداري لهذا الموقع، مدينة / قضاء / ناحية / حي / قرية .. إلى آخره. ومن الصعب القول بشكل صريح، لمبلغ يشعر بواجبه في أداء رسالته في كل مكان، إنذهب لهذه المنطقة ولا تذهب لتلك، ولكن الملاحظ من سيرة المعصومين عليهم السلام، أن تفضيل بعض المناطق على بعض بالأولية، وقياس النتائج، كان أمراً معمولاً به، إلا ما استثنى.

### نموذج تقييم الموقع التبليغي:

.....	نوع المهمة:	.....	الموقع:
.....	مدة المهمة:	.....	تاريخ المهمة:

نعم	ربما	كلا	هل الوضع الأمني مستقر؟
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

**الاستثناء:** إذا كانت معالم الدين في المنطقة تتلاشى.. فالذهاب مع إذن مرجعك.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	هل يوجد هدوء سياسي؟
--------------------------	--------------------------	--------------------------	---------------------

**الاستثناء:** إذا كنت واثقاً من قدرتك على تجنب المعتكك السياسي.

كلا

ربما

نعم

هل البيئة الاجتماعية مسالمة؟

الاستثناء: إذا كان المشروع يستحق توفير الحماية لنفسك.

هل سمعة مضيفيك جيدة؟

الاستثناء: لا يوجد استثناء.

هل مكان الإقامة لائق بك؟

الاستثناء: إذا كان لا يستلزم مهانة اجتماعية ولا يؤثر على أدائك.

هل الموقع يناسب حالتك الصحية؟

الاستثناء: إذا كانت المهمة ضرورية، وكنت مستعداً للمواصلة.

هل درست الجمهور جيداً؟

الاستثناء: إذا كان لديك الوقت لدراسته بعد الوصول وقبل العمل.

نعم	ربما	كلا	
			هل أعددت للأسئلة والإشكالات المتوقعة؟
الاستثناء: لا يوجد استثناء.			
			وجودك غير مزاحم لوجود مبلغ آخر يقوم بعمله بشكل صحيح؟
الاستثناء: لا يوجد استثناء.			
			هل الظروف تحمي وقارك وشأنك؟
الاستثناء: إذا كانت المفاهيم الدينية مهددة بالزوال في تلك المنطقة.			
			المجتمع ينتظر منك الإرشاد وليس المال؟
الاستثناء: لا يوجد استثناء.			
			لا أحد يستطيع توظيف وجودك لمصلحته
الاستثناء: لا يوجد استثناء.			

أغلب الإجابات نعم = إذهب. أغلب الإجابات ربما = تريث. أغلب الإجابات كلا = لاتذهب.

الاستثناء يعطي دائماً أفضلية للذهاب حتى لو كان الخيار (كلا) والنتيجة (لاتذهب)، بملاحظة أن أغلب المبلغين مستعدون لتحمل الأعباء في سبيل رسالتهم.

## عوامل تفضيل لمحل السكن في السفر التبليغي:

1 يمكنك الحفاظ على خصوصيتك فيه عند النوم أو الاستحمام أو تغيير الملابس.

2 منحك المساحة الكافية لتحديد نوع أو مقدار طعامك اليومي.

3 يمكنك الدخول والخروج بدون مزاحمة أحد.

4 يمكنك السيطرة على وقت تحضيرك ووقت استقبال الضيوف.

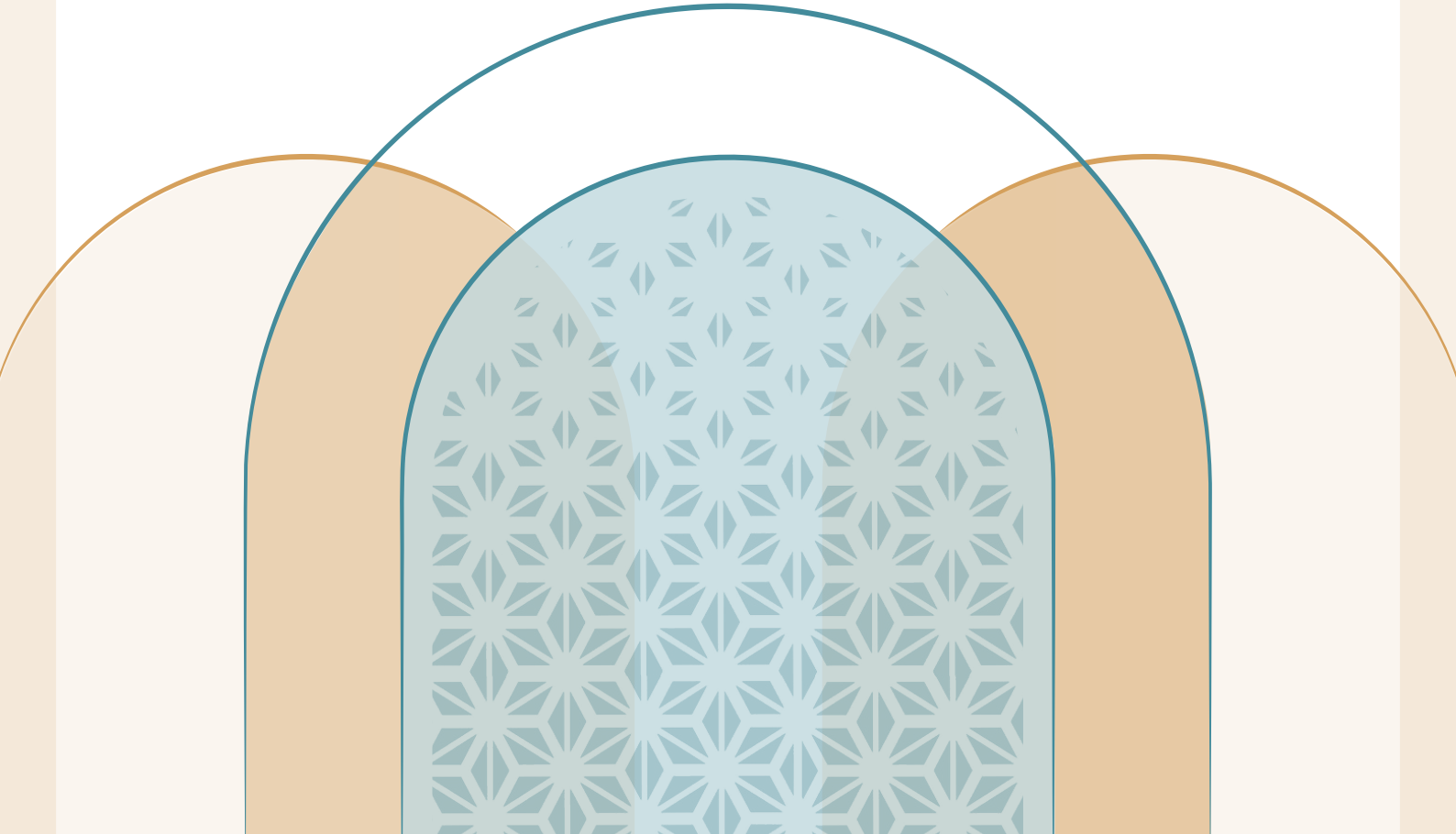
5 يمكنك الوصول إلى مرافق الخدمات العامة كالصيدليات والأسواق دون إرهاق مضيفيك.

6 بالتأكيد، كلما توفرت الخدمات الضرورية كالكهرباء والأنترنيت والتبريد كان أفضل.

7 لا يوجد تقاطع واضح وصريح في الأفكار بينك وبين مضيفيك.

لا يوجد تناقض مزعج في العادات اليومية بينك وبين مضيفك.

هذه العوامل مثالية مع توفرها، لكن ندرتها أو فقدان بعضها لا يعني تراجع المبلغ عن مشروعه، بل يمكنه المضي معتمداً على التدريب النفسي (فصل 2 باب 1).



## الفصل الثالث:

### زمن التبليغ

رغم أن التبليغ الديني ليس منحصراً بوقت محدد، ولكن أفضله وأكثره أثراً اجتماعياً ما كان مدروساً من الناحية الزمنية.

### الزمن التبليغي نعني به ثلاث جهات:

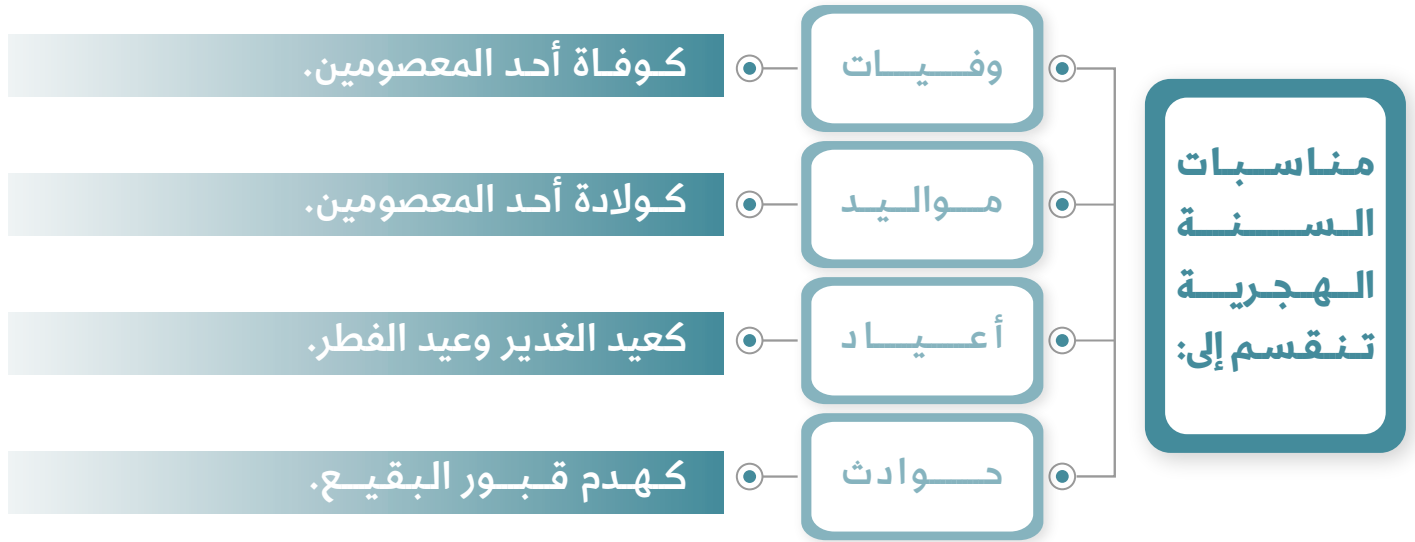
وقت التبليغ من اليوم  
في أي ساعة من  
اليوم تكون الفعالية

وقت التبليغ من السنة  
في أي وقت من السنة  
الهجرية أو الميلادية

وقت الفعالية التبليغية  
كم يجب أن تطول  
مدة الفعالية

### 1- وقت التبليغ من السنة:

نجحت ماكنة التبليغ خلال قرون في مواكبة المناسبات السنوية وتغطيتها بالنشاطات المناسبة، ومع نشوء الأساليب الجديدة لجذب الجمهور، ودخول السنة الميلادية ضمن الحسابات المهمة لغالبية الناس، أعادت الماكنة التبليغية تشكيل مفاهيمها حول التعامل مع المناسبات.



يحرص المبلغ على تغطية هذه المناسبات الخاصة بالسنة الهجرية وجعلها محطات ثابتة للاحتفاء المجتمعي.

### مناسبات السنة الميلادية:

منذ بدايات القرن العشرين تشكلت خارطة موازية من المناسبات، تضم أياماً مثل يوم العمال، ويوم المرأة، ويوم الأم، وإعياد الكريسمس والحب وغيرها من مناسبات السنة الميلادية التي نشأت في المجتمع الغربي، وبدأت تفرض نفسها على البلدان الإسلامية بحكم الهيمنة الثقافية، فما هو موقف المبلغ منها؟.

## أدناه جدول الفرق بين المناسبات الهجرية والميلادية وفق المهام التبليغية:

المناسبة الميلادية	المناسبة الهجرية
ليس من شأنه الاحتفاء بذكرها.	يحتفي المبلغ بمرور نكراها السنوية.
لا يسعى المبلغ في ذلك.	يسعى المبلغ لحشد الجمهور لأجلها.
عند الحاجة يتطرق لمفاهيمنا الدينية المناسبة لها.	يتم تحضير المواضيع الخاصة بالمناسبة.
الإشارة إليها لا تندرج إلا في عنوان مواكبة الفهم العام.	التأصيل لها يندرج في إحياء أمر أهل البيت عليهم السلام.

### توصيات حول الزمن التبليغي:

- 1 حاول رسم خطة سنوية لمواضيعك التبليغية.
- 2 تأكد من توزيع الخطة السنوية على المناسبات الهجرية.
- 3 استكشف التاريخ الميلادي وأحداثه التي يهتم بها الجمهور.
- 4 حاول إدراج بعض المضامين المرتبطة بموضوع المناسبة الميلادية.

5

لاحظ المجريات الأخرى للسنة الميلادية كالديوام والامتحان والعطلة.

6

وجود مثل هذه الكشوفات الدقيقة يجعل إيقاع التبليغ منسجماً مع الشارع.

## 2- وقت التبليغ من اليوم:

لا يقتصر اهتمام المبلغ على ملاحظة توقيت اليوم من السنة، بل لابد من ملاحظة التوقيت لليوم التبليغي نفسه، والنظر إلى الجهات التالية:

ما إذا كانت  
المهمة  
التبليغية في  
ليل أم نهار.



ما إذا كان  
التبليغ في يوم  
عطلة أسبوعية  
أم يوم دوام.



ما إذا كانت  
منطقة التبليغ  
تمر بحدث أو  
ظرف معين.



ما إذا كان  
يصادف حدثاً  
عاماً ينشغل  
الناس به.



وملاحظة هذه الاعتبارات تنفع المبلغ سواء كان اختيار التوقيت بيده أم كانت الفعالية محسومة من الجهة الراعية، فالمهم أن يعرف المبلغ كيف يتعامل مع هذا الوقت وما يناسبه.

### 3- وقت الفعالية التبليغية:

عندما يحين الوقت الفعلي للمحاضرة أو الندوة أو البرنامج التلفزيوني، أو أي مهمة تبليغية أخرى ، سيجد المبلغ نفسه أمام ضرورة (ضبط التوقيت) من ثلاث جهات:

طول وقصر  
المدة.



تضارب  
المواعيد.



الحضور المبكر  
والمتأخر.



### الحضور المبكر والمتأخر:

من أشهر تحديات إدارة الوقت التبليغي، التزام الأطراف الثلاثة بالموعد الدقيق، ونعني بالأطراف الثلاثة: الجهة الراعية، والجمهور، والمبلغ.

وكثيراً ما يحصل تأخير وتشويش في الموعد بسبب حالة طارئة أو خلل غير محسوب، وهذا يوجب استنزاف القيمة المعنوية للفعالية بشكل كبير، وحلول هذه المشكلة معروفة وهي:

1 الحضور المبكر

1

2

3

توزيع المهام على لجان  
لضمان انسيابية العمل

العمل التجريبي قبل البداية

## تضارب المواعيد:

مشكلة أخرى تتكرر باستمرار، أن يحصل تضارب بين وقت هذا البرنامج وذاك البث المباشر، أو وقت هذه المحاضرة وذلك العرض المسرحي، أو وقت هذا الاحتفال وتلك الندوة. والتضارب تارة يكون في وقت المبلغ نفسه لمشاركته في مهمتين، وتارة في وقت الجهات الراعية.

توصيات لتجنب تضارب المواعيد (مثلاً لقراءة مجلسين في ليالي شهر محرم):

- 1 كن حاضراً وعنصراً أساسياً في تحديد أوقات المجلسين.
- 2 تأكد من وجود فاصل زمني للاحتياط بين المجلسين كنصف ساعة.
- 3 حاول الحضور مبكراً لكل منها.
- 4 بين للجهة الراعية التزامك بالموعد وعدم السماح بالتأخير.
- 5 أطلب الاستعداد وتجربة الصوت في المجلس الثاني قبل نهاية الأول.
- 6 أطلب حضور وسيلة النقل الخاصة بالمجلس الثاني قبل الشروع في الأول.

7 لا تسترسل على المنبر أكثر من المقرر وتقترض من وقت الفاصل الزمني.

8 لا تستجب للدعوات الاجتماعية البعيدة عن مكان المجلس بدون فاصل زمني كاف.

## طول وقصر المدة:

كثيراً ما يسترسل المبلغ في الكلام حتى يسبب تضارب المواعيد، أو يطول الأمر إلى حد الملل، فيجب أن يبقى متحفظاً على كلامه دقيقاً في ضبط توقيته، وهذه مجموعة مفاتيح تساعد المبلغ نفسياً على الاختصار:

1 أنسك بالحديث لا يعني أنس الجمهور.

2 لست الوحيد الذي سيسمعه الجمهور.

3 لن تكون هذه محاضرتك الأخيرة في حياتك.

4 جمال الكلمة والمعلومة قد يقتله الإكثار منها.

5 خروجهم بفكرة (وحيدة لكن مفيدة) يستحق جهدك.

6 المتفاعل تكفيه إشارتك، والمتناقل سيضره تطويلك.



أمير المؤمنين (عليه السلام)

فَرَن الْإِكْثَار بِالْمَلَل

## الفصل الرابع:

### الجهة الراعية للتبليغ

من أهم الأمور المؤثرة على نجاح المبلغ، بل المؤثرة في مسيرته وسمعته التبليغية، هي مهارة التعامل مع الجهات الراعية، وإدارة التفاوض معها بشكل جيد.

## أنواع الجهات الراعية:

### جهة اجتماعية

دعوة من قبيلة أو عائلة للمشاركة في مناسبة.



### جهة شخصية

دعوة من شخص معين إلى بيته أو مكان آخر.



### جهة مؤسسية

دعوة من دائرة حكومية أو جمعية أو منظمة.



### جهة جماعية

دعوة من مجموعة أشخاص كالهيئات والمواكب.



### جهة أكاديمية

دعوة موجهة من مدارس أو كليات.



### جهة ربحية

دعوة من شركة خاصة أو فضائية أو نادي رياضي.



لكل جهة من الجهات المذكورة طريقتها الخاصة في التعامل، وهذا يعود إلى الذكاء الاجتماعي للمبلغ، ولكن هناك مجموعة من الأمور يمكن للمبلغ إدارتها بصورة جيدة:

## نموذج استمارة التعامل مع الجهات الراعية للتبليغ:

عندما تصلك دعوة من جهة ما، للقيام بنشاط تبليغي، حاول توظيف هذه الاستمارة لاتخاذ القرار المناسب بالقبول أو عدمه:

.....		اسم الجهة:
(تختار واحداً من العناوين الستة أعلاه).	.....	عنوانها:
.....	مناسبة الدعوة:	تاريخ الدعوة:
.....		نوع المهمة التبليغية:
.....	مدة المهمة التبليغية:	تاريخ المهمة التبليغية:

## بيانات تقييم الجهة الراعية:

متوسط	كلا	نعم	
			هل وصلتك الدعوة منها مبكراً؟
			هل أوصل الدعوة شخص وازن لديها؟
			هل تأكدت من وجود ضيوف ومن هم؟
			هل بينت برنامجها بالتفصيل؟

متوسط	كلا	نعم	
			هل هي بعيدة عن التوظيف السياسي؟
			هل تفسح المجال للمبلغ لاختيار موضوعه؟
			هل بينت لك نوع الجمهور؟
			هل تمتنع عن ترويج نفسها من خلالك؟
			هل طريقة حديثها عن الهدية المالية لائقة؟
			هل ترى دافع حضور الجمهور هو التعلم والاستفادة؟

إذا كانت الأجوبة الغالبة هي (نعم) فالأفضل الحضور، وإذا كانت (كلا) فالأفضل الامتناع، وإذا كانت (متوسط) فعليك التريث حتى تستوضح الأمر أكثر.

## توصيات للمبلغ في التعامل مع الجهة الراعية:

1 تذكر تدريبك النفسي لتشعر بالاستغناء عن الجميع فذلك ينعكس على تصرفاتك.

2 عليك أن ترسم خارطة ذهنية واضحة لنوع الجهات التي تستجيب لها أو تمتنع عنها.

3 من الآن، جد طريقتك الخاصة في القبول أو الرفض بدون أحراج أو إثارة الآخرين.

4 ليكن مؤشرك لقياس القبول أو الرفض هو إفادة الناس ثم الاعتبارات الأخرى.

5 فرّق بين هموم وتقديرات الجهة الراعية، وحاجة منطقة التبليغ، فقد لا يتطابقان بالضرورة.

6 حدد اتجاه موضوعك بعد رصد الحاجة الفعلية لمنطقة التبليغ، وليس بتقييمات جاهزة ومسبقة.

7 بعض الجهات الراعية تكون مفتاحاً لترويج اسمك لدى جهات أخرى، حاول أن لا تميز هذه الجهات بتعامل مختلف، حافظ على هدفك وابق على طبيعتك المتوازنة مع الجميع.



المرجع الأعلى (دام ظلّه)

”ملاحظة ما يقتضيه الوقار والابتعاد عن المشاكة  
في طلب المال، وتجنّب ما يوجب سوء الظنّ  
ويخدش بنقاء الصورة ويؤشّر على الطمع، ومراعاة  
العفاف عن أيّ مأرب دنيويّ من وراء أداء هذه الوظيفة.“

## خاتمة هذا الدليل:

في الختام ، نتمنى للمبلغين الأعزاء دوام التوفيق، ونذكرهم بأن المعلومات والأساليب المذكورة في هذا الدليل هي حصيلة:



سنتعرف في الدليل القادم على أولويات التبليغ الديني وماهي المواد التي يحتاجها المبلغ في رحلته المباركة.

## المصادر:

1. محمد الريشهري: ميزان الحكمة.
2. أحمد الوائلي: تجاربي مع المنبر.
3. محمد تقي فلسفي: البيان وفن الخطابة.
4. جعفر البجاري: التبليغ مناهجه وأساليبه.
5. موقع السيد السيستاني: توصيات الخطباء والمبلغين.
6. محمد سعيد الحكيم: رسالة توجيهية.
7. إيريك هوفر: المؤمن الصادق.
8. حسين محمد الكعبي: تجارب الخطباء الأربعة.



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

