

محیط‌شناسی و اقتضات تبلیغی پادگان‌های ارتش جمهوری اسلامی ایران

مهدی صنعت پورامیری^۱، محمدرضا انوری^۲، ابراهیم توبه یانی^۳

اسماعیل چراغی کوتیانی^۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۶/۲۲

تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۱۱/۰۱

چکیده:

تعداد بالا و تنوع مخاطبین و غلبه قشر جوان، پادگاها را به یکی از مهم‌ترین بسترهای تبلیغ دینی تبدیل کرده است؛ اما این محیط تبلیغی همانند سایر محیط‌های تبلیغی، دارای فضا، ساختارها و قواعد مخصوص به خود است که وجود این ویژگی‌ها و اقتضات محیطی می‌تواند بر محتوا و شیوه تبلیغ مبلغان دینی تأثیر به‌سزایی داشته باشد و غفلت از آنها ممکن است فرایند تبلیغی را با اخلال و آسیب‌هایی جدی مواجه سازد که همه این موارد نشان از اهمیت تبیین تفاوت‌های پادگان

با سایر عرصه‌های تبلیغی و نحوه مواجهه مبلغ در این شرایط دارد. این پژوهش با رویکرد توصیفی-تحلیلی و با مشاهده غیرمشارکتی، براساس تجربه‌هایی که طی سال‌های متمادی در پادگان‌ها به‌دست آمده، به تشریح فضای محیطی پادگان پرداخته و نکاتی جهت راهنمایی مبلغان دینی ارائه شده است. یافته‌های پژوهش حاکی از این است که محیط پادگان قوانین، مقررات مشخصی دارد که یک مبلغ پیش از ورود به پادگان می‌بایست با آنها آشنا شده تا دچار مشکل نشود. همچنین مخاطبین فضای تبلیغی در پادگان که کارکنان و سربازان هستند، ویژگی‌های صنفی مخصوص به خود را دارند که شناخت آن باعث می‌شود یک مبلغ بتواند از فرصت‌ها بهترین استفاده را برده و تعامل بهتری با مخاطبین داشته باشد.

واژگان کلیدی: پادگان، تبلیغ، مخاطب‌شناسی، سرباز، محیط‌شناسی، ارتش جمهوری اسلامی.

۱- دانشجوی دکتری علوم و قرآن حدیث دانشگاه باقرالعلوم (ع) (نویسنده مسئول): mahdisanatpouramiri@gmail.com

۲- استادیار و عضو هیئت علمی گروه ارتباطات اجتماعی، دانشگاه ادیان و مذاهب قم.

۳- دانشیار و عضو هیئت علمی مؤسسه امام خمینی (ره)، قم.

۴- دانشیار و عضو هیئت علمی مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره)، قم.

Ecology and propaganda requirements of the army barracks of the Islamic Republic of Iran.

Abstract: The large number and diversity of audiences and the predominance of the young generation have made the barracks one of the most important platforms for religious propaganda; however, this propaganda environment, like other propaganda environments, has its own space, structures, and rules. The existence of these characteristics and environmental requirements can have a significant impact on the content and method of propaganda by religious missionaries, and neglecting them may cause serious disruption and damage to the propaganda process. All of these cases indicate the importance of explaining the differences between the barracks and other propaganda arenas and the way missionaries deal with these conditions. This study, with a descriptive-analytical approach and non-participatory observation, describes the environmental space of the barracks based on experiences gained in the barracks over many years and provides tips to guide religious missionaries. The findings of the study indicate that the barracks environment has specific rules and regulations that a missionary must familiarize himself with before entering the barracks to avoid problems. Also, the audiences of the propaganda space in the barracks, which are employees and soldiers, have their own specific professional characteristics, the knowledge of which allows a missionary to make the best use of opportunities and have better interaction with the audience.

Keywords: Barracks, advertising, audience research, soldier, ecology, Islamic Republic Army.

مقدمه:

به‌طور میانگین سالانه قریب به ۴۰۰ هزار نفر از جوانان کشور به خدمت سربازی اعزام می‌شوند (بابایی، ۱۴۰۲: ۷۸). که در صورت مدیریت صحیح این منبع انسانی عظیم، خدمت سربازی علاوه بر جامعه‌پذیری جوانان در ساحت نظم‌پذیری و ایجاد حس تعلق به وطن، می‌تواند نقش بی‌بدیلی در بازدارندگی در مقابل تهدیدات نرم و سخت دشمن ایفا کند (موسوی نقابی، ۱۳۹۳: ۱۰۰). از آنجا که حفظ آمادگی روحی در نیروها مسئله‌ای ضروری است و بیان معارف دینی می‌تواند موجب تقویت آنها شود، لازم است مبلغان دینی در محیط‌های نظامی حاضر باشند. در دوران پیش از انقلاب اسلامی ایران، روحانیون تحت عنوان «قاضی عسگر» در پادگان‌ها حضور داشتند؛ قاضی عسگر به کسی گفته می‌شود که به امور شرعی سربازان رسیدگی می‌کند. (معین، ۱۳۸۱: ۱۲۲). این مسئله بعد از انقلاب با تأسیس سازمان عقیدتی-سیاسی بیشتر مورد توجه قرار گرفت. این سازمان با برگزاری برنامه‌های دینی و سیاسی، به رشد معرفت و آمادگی روحی کارکنان و سربازان کمک می‌کند. گرچه این سازمان ساختار و افراد مشخصی دارد که در تمام سال برنامه‌های مختلفی را اجرا می‌کنند؛ اما در ایام تبلیغی هم از مبلغین خارج از این سازمان دعوت می‌کنند تا در قالب‌های متنوع کلاس‌داری، سخنرانی، صحبت‌های چهره‌به‌چهره و... ایفای نقش کنند. به نظر می‌رسد که می‌توان این فرصت را یک فرصت طلایی و از جهاتی منحصر به فرد برای تبلیغ برشمرد؛ چرا که دوران سربازی برای بعضی از سربازان، اولین مواجهه با یک روحانی است. بعضی از این افراد به‌خاطر جو خانوادگی، با هیچ مبلغ دینی از نزدیک صحبت نکرده و ارتباطی نداشته‌اند؛ اما در طول دوران سربازی فرصت برای این ارتباط مهیاست و اولین تصویر از یک روحانی در ارتباط با همین مبلغین، در ذهن آنها ترسیم می‌شود. فرصت سربازی بعد از دوران ابتدایی، راهنمایی، دبیرستان و یا دانشگاه، یکی از آخرین فرصت‌های نظام اسلامی برای جذب این افراد به دین است و بعد از این دوران شاید مجال مناسب دیگری برای صحبت فراهم نشود. توجه به این مسائل اهمیت تبلیغ در پادگان‌ها را برای مبلغین بیشتر کرده و لزوم آگاهی از اقتضات این محیط

برای تبلیغ را دوچندان می‌کند و عدم آشنایی مبلغان با فضای پادگان موجب می‌شود از این فرصت استفاده بهینه نشود؛ در تعلیمات دینی به این نکته توجه داده شده که: «إِيَّاكَ وَالْكَلامَ فِيمَا لَا تَعْرِفُ طَرِيقَتَهُ وَلَا تَعْلَمُ حَقِيقَتَهُ. جداً يَپْرهيز از سخن گفتن در چیزی که شیوه و حقیقت آن را نمی‌شناسی» (آمدی، ۱۴۱۰: ۱۷۴). لذا اگر این حقیقت را پذیرفته شود که تبلیغ در پادگان شیوه‌های خاصی را می‌طلبد و طریقه خاص خودش را دارد، طبق این فرمایش امیرالمؤمنین (ع) لازم است مبلغین قبل ورود در این عرصه با شیوه‌ها و طریقه تبلیغ در این عرصه آشنا شوند. از همین رو مسئله اصلی این مقاله، شناخت محیط تبلیغی و اقتضات آن است که مبلغان برای تبلیغ در پادگان‌ها لازم است با آن آشنا باشند تا تبلیغی مؤثر داشته باشند. پژوهش‌هایی در این زمینه انجام شده که به شرح ذیل است:

۱- محورها و روش‌های تبلیغ در جمع سربازان؛ محمد اسماعیلی مبارکه، نشریه مبلغان، شماره ۱۷۳، بهمن ۱۳۹۲، در این مقاله سعی شده محورهای مهم تبلیغ در پادگان‌ها و روش‌هایی برای جذب سربازان پیشنهاد داده شده. تفاوت این مقاله با پژوهش حاضر در این است که بیشتر به بیان توصیه‌ها پرداخته و مباحثی را برای ارائه بیان می‌کند؛ درحالی‌که پژوهش حاضر به شناخت اتفاق‌ها و شرایط محیطی پادگان می‌پردازد.

۲- شیوه‌های تبلیغی در نیروهای مسلح؛ حسن مزاری؛ نشریه مبلغان، فروردین ۱۳۷۹، شماره ۳؛ در این مقاله نگارنده سعی کرده با توجه به تجارب خوبی که از تبلیغ در محیط پادگان داشته، توصیه‌هایی برای روحانیون داشته باشد. تفاوت پژوهش حاضر با این مقاله در این است که به محیط‌شناسی پادگان پرداخته و سعی کرده به‌طور منسجم در سه بخش توضیحاتی را از فضای محیطی، پرسنل و سربازان ارائه دهد.

روش پژوهش:

پژوهش حاضر به مردم‌نگاری محیط پادگان‌های نظامی و شناخت عناصر مؤثر در آن برای آشنایی مبلغان دین با پادگان به‌مثابه یک محیط تبلیغی می‌پردازد. «مردم‌نگاری، اساساً به معنای توصیف مردمان یا فرهنگ‌هاست؛ مردم‌نگاری، یک روش کیفی است که از طریق آن، محقق به توصیف و تفسیر ارزش‌ها، رفتارها،

نیست؛ اما نگارنده در ایام تبلیغی سعی داشته از نزدیک با سربازان ارتباط داشته باشد و همین مسئله باعث شده که سربازان مشکلات خود را با نگارنده در میان بگذارند و با روحيات آنها بیشتر آشنا بشود.

مفاهيم اساسی:

-ارتباط: مهم‌ترین فعالیتی که مبلّغ در طول زمان تبلیغ انجام می‌دهد، ارتباط با مخاطبین خود است؛ ارتباط عبارت است از «انتقال پیام از سوی فرستنده برای گیرنده، مشروط بر آنکه در گیرنده پیام مشابهت معنی با معنی موردنظر فرستنده پیام ایجاد شود» (محسنیان‌راد، ۱۳۹۰: ۵۷). در این تعریف به ارکان ارتباط اشاره شده که همان فرستنده، گیرنده و پیام است و در ادامه به یک شرط مهم اشاره شده که باید آنچه شنونده فهم کرده با آنچه گوینده قصد گفتنش را داشت یکی باشد. ذکر این شرط بدین سبب بوده که گاهی مواعی برای فهم حاصل می‌شود و یا تفاوت‌هایی که در نوع محاوره گوینده و شنونده وجود دارد. برخی به همین شرط در تعریف ارتباط این‌گونه اشاره کرده‌اند: «ارتباط، برخی از مفاهیم، تفکرات و معانی و یا به عبارتی پیام‌ها را به دیگران یا میان عموم گسترش می‌دهد» (فرهنگی، ۱۳۸۲: ۶). بر همین اساس آنچه در مدّت ایام تبلیغ دینی باید اتفاق بیافتد، شکل گرفتن ارتباط بین مبلّغ و افراد حاضر در پادگان‌ها است تا بتواند پیام دین را به آنها برساند.

-تبلیغ: کلمه تبلیغ، تبلیغات، مبلّغ و ابلاغ در لغت همگی از ریشه بلغ است. گرچه بعضی از اهل لغت تعاریف متعددی برای این کلمه ذکر کرده‌اند (راغب اصفهانی، ۱۳۷۴: ۱۴۵)؛ اما به نظر می‌رسد معنای اصلی کلمه تبلیغ «رسانیدن» هستند (العوینی، ۱۹۸۱: ۱۷۵). در اصطلاح تبلیغ بر سه عنصر اصلی پیام‌دهنده، پیام‌گیرنده و محتوای پیام مبتنی است (رهبر، ۱۳۷۱: ۸۰). که در آن پیام دهند روش‌های به هم پیوسته‌ای را برای بسیج نیروهای اجتماعی و فردی به جهت رسیدن به یک هدف مشخص به کار می‌گیرد (زورق، ۱۳۹۰: ۸). براساس آنچه در این دو تعریف گذشت، عالم دینی بر اساس تعلیماتی که فراگرفته، پیام اسلام را به مخاطبین خود رسانده و سعی می‌کند بینش و رفتار آنها را در جهت تقویت آموزه‌های دینی تغییر دهد و هدف

عقاید و زبان به اشتراک گذاشتن در یک گروه فرهنگی می‌پردازد» (هاریس، ۱۹۶۸: ۵۶). مردم‌نگاری از چند جهت دارای دسته‌بندی‌های مختلفی است. یکی از این دسته‌بندی‌ها، تقسیم مردم‌نگاری به کلاسیک، سیستماتیک، تفسیری، انتقادی است. قسم اول مردم‌نگاری یعنی کلاسیک، به بررسی و توصیف شرایطی می‌پردازد که رفتار در آن صورت می‌گیرد. این نوع مردم‌نگاری نیازمند حضور مردم‌نگار و صرف زمان زیاد در میدان تحقیق است تا بتواند به توصیف غنی و پرمایه از شرایط بپردازد (ادیب حاج‌باقری و همکاران، ۱۳۸۶: ۱۵۳). همان‌طور که مشخص است در مردم‌نگاری کلاسیک، محقق به دنبال توصیف از میدان تحقیق است؛ برخلاف اقسام دیگر که به تعریف و توصیف ساختار فرهنگ، کشف معنا یا تغییر شرایط می‌پردازند.

باتوجه به آنچه ذکر شد، یافته‌های این پژوهش از طریق مشاهدات و تجربه‌های سالیان متمادی نگارنده به‌عنوان یک مبلّغ جمع‌آوری شده است؛ این تجارب از سه طریق بوده است: نخست آنکه نگارنده خود از فرزندان کارکنان ارتش است و از زمان کودکی فضای ارتش را از نزدیک لمس کرده است؛ مدت‌زمان زندگی کردن نگارنده ۲۰ سال بوده که در شهرک‌های نیروی دریایی، هوایی، پدافند و زمینی سپری شده است. دوم فعالیت‌های تبلیغی نگارنده در فضای ارتش جمهوری اسلامی است که قریب به یک دهه بوده؛ تجربه حضور در پنج پادگان از ستاد آجا در استان تهران در طول مدت سه سال، تبلیغ در دو پادگان نیروی دریایی و تجربه تبلیغ در سه پادگان پدافند ارتش در شهر اصفهان و اطراف نیز بوده است که مجموع آنها چیزی حدود ۱۰ پادگان در مدت ۸ سال فعالیت تبلیغی بوده است. نکته آخر اینکه نگارنده سعی کرده از تجارب دیگر مبلّغینی که با فضای ارتش آشنایی دارند نیز استفاده کند.

جمع‌آوری و تحلیل داده‌های مردم‌نگاری این پژوهش براساس مشاهده غیرمشارکتی است. اگر چنانچه محقق در پی مشاهده فرایندها و رویدادها باشد و از درگیر شدن در تعاملات آزمودنی‌ها اجتناب ورزد، نقش مشاهده غیرمشارکتی را ایفا می‌کند (ایمان، ۱۳۹۱، ج ۲). گرچه نگارنده خدمت مقدس سربازی را نگذرانده است و نوع مشاهدات در این مقاله از نوع مشاهده مشارکتی

از این تغییر شرکت مسئولانه مردم در کار خیر است؛ به خلاف پروپاگاندا غربی که در آن هدف کنترل افکار برای رسیدن به قدرت و ثروت است (خامنه‌ای، ۱۳۹۶). شهید مطهری تبلیغ دینی این‌گونه تعریف می‌کند: «مسئله تبلیغ به همان معنای صحیح و واقعی، رساندن و شناساندن یک پیام دینی به مردم است؛ آگاه‌ساختن مردم به یک پیام دینی و معتقد کردن و متمایل کردن و جلب نظرهای مردم به یک پیام دینی است» (مطهری، ۱۳۶۴: ۲۸).

-محیط‌شناسی: محیط از ریشه حوط است. در قاموس آمده حَوْتُ، حَيْطَه و حَيْاطَه به معنای حفظ، صیانت و مراقبت است (فیروزآبادی، ۱۴۱۵، ۸۹). در تعریف راغب هم به دیواری گفته می‌شود که مکان مخصوصی را فراگیرد. معنای اصطلاحی محیط‌شناسی هم چیزی جدا از معنای لغوی آن نیست به این صورت که محیط‌شناسی یعنی شخص نسبت به محیطی آشنایی لازم را داشته باشد، به گونه‌ای که بر فضای آن احاطه داشته و بتواند از خود در برابر اتفاقات احتمالی مراقبت کند که در پژوهش حاضر احاطه به فضا و افراد حاضر در پادگان مدنظر است. ۴. یافته‌های توصیفی از محیط‌شناسی پادگان و بیان راهبردها و الزامات تبلیغی یافته‌های این مقاله در سه بخش فضای محیطی پادگان، پرسنل و سربازان ارائه می‌شود:

-فضای محیطی پادگان: در بخش اول به توصیف فضای پادگان و شرحی درباره قواعد حاکم بر آن و به تبع بایدها و نبایدهایی که دانستن آن برای مبلغ لازم است، می‌پردازیم:

← اصطلاحات نظامی:

یکی از مسائلی که مبلغین در مدت تبلیغی خود در پادگان با آن مواجه هستند، اصطلاحات مخصوص به آنجاست. همان‌طور که اگر مبلغ به محیط علمی دانشگاهی رفت، افراد را با القاب دکتر و مهندس مورد خطاب قرار می‌دهد و اگر این مسائل را یاد نگیرد، در آنجا به مشکل برمی‌خورد، محیط نظامی هم همین‌گونه است و لازم است یک مبلغ درجه‌ها و سلسله‌مراتب نظامی را دانسته و افراد را جابه‌جا خطاب نکند. البته بعضی از طلاب اهمیتی به این مسائل نمی‌دهند و به اشتباه افراد را صدا می‌زنند که گاهی این اشتباهات با تذکر هم همراه

می‌شود. بعضی از مبلغین در مقابل تذکرات جمله خود را تصحیح می‌کنند؛ اما برخی دیگر از این تذکر ناراحت شده و تصور می‌کنند که این امور اهمیتی ندارد. در صورتی که این جابه‌جا خطاب کردن همانند این است که شخصی وارد حوزه شود و به یک مرجع تقلید بگوید حجت‌الاسلام و به یک طلبه بگوید آیت‌الله!

البته داشتن اصطلاح فقط مخصوص درجه‌داران و افسران نیست و سربازها هم درجات متفاوت و اصطلاحات مخصوص به خود را دارند. اصطلاحاتی که دانستن آنها می‌تواند به مبلغ در ارتباط‌گیری بهتر با آنها کمک کند. دانستن این اصطلاحات به مرور ایام و با رفت‌وآمد با سربازان به دست می‌آید؛ مگر اینکه ارگان‌های متولی قبل از فرستادن مبلغ به محل تبلیغ برای او آموزش‌هایی را در نظر بگیرند.

← وجود فرهنگ‌ها و مذاهب مختلف:

معمولاً جمعیتی که یک پادگان نظامی را تشکیل می‌دهند، از فرهنگ‌ها و اقوام گوناگون در سراسر کشور هستند؛ البته در هر پادگان فرهنگ غالب وجود دارد و با توجه به تدابیر جدید نیروهای مسلح، غالب افراد هر پادگان از بومیان همان منطقه هستند؛ لکن این به معنای یک‌دست بودن آنها نیست و افرادی هم احتمالاً از شهرهای دیگر و با تربیت‌های متفاوت در آن پادگان وجود داشته که دارای فرهنگ و قومیتی دیگر و چه‌بسا دارای مذهب یا دین دیگر باشند. با توجه به این مسئله روحانی در سخنرانی‌های خود باید حساسیت‌های قومی و دینی را رعایت کند و از طرح مباحثی که موجب شعله‌ور شدن اختلافات قومی یا مذهبی می‌شود، پرهیز کند. گاهی دیده می‌شود که مبلغان همان‌گونه که در هیأت‌ها سخنرانی می‌کنند، در پادگان هم صحبت می‌کنند که نیاز است ملاحظات مذهبی را بیشتر رعایت کنند. همچنین بعضی افراد در کلاس‌ها و سخنرانی‌ها حاضر می‌شوند، چه‌بسا هیچ دین و مذهبی نداشته باشند. در این موارد لازم است که مبلغین از نقل روایات، فضائل و مسائلی دیگر که خیلی قابل هضم برای عموم نیست و موجب انکار آن مسئله پرهیز کنند و به‌طور خلاصه متوجه این نکته باشند که مخاطبین مختلف با سطوح دین‌داری متفاوت و چه‌بسا ادیان مختلف پای صحبت‌های او نشسته‌اند.

← پایبندی به قوانین:

از مسائل بسیار مهمی که مبلغان باید به آن توجه داشته باشند، پایبندی به قوانین پادگان است که توجه به آن به نفع خود طلبه است. برای توضیح این مسئله به اتفاقی که برای یکی از مبلغان پیش آمده بود اشاره می‌کنم. در ورودی هر پادگان قانون این است که ماشین هر شخص باید کنترل و بازدید شود. گاهی اتفاق می‌افتد که افراد حاضر در دژبان به احترام اینکه ماشین برای روحانی است یا روحانی در آن نشسته، از گشتن ماشین خودداری می‌کنند. در یکی از پادگان‌ها همین اتفاق برای یکی از روحانیون اتفاق افتاد. بعد از مدتی چند کیلو مواد مخدر در آن پادگان پیدا شده بود که باعث شد فرمانده آن پادگان دژبان را فراخواند و از او در مورد کنترل ماشین‌ها مؤاخذه کند. دژبان در پاسخ به این پرسش که مگر همه ماشین‌ها را کنترل نکرده، گفت که همه را کنترل کردم؛ مگر ماشین روحانی مبلغ را. این مسئله موجب به وجود آمدن مشکلات متعددی برای آن روحانی شده بود. البته بعد از مدتی معلوم شد که کار سربازان آن ماشین بوده و مبلغی که در ماشین نشسته بود، خبری از این موضوع نداشت؛ اما به‌رحال مدتی آن روحانی اذیت شده بود و مورد تهمت قرار گرفت. این یک نمونه از قوانین است و قوانین دیگری مثل ممنوعیت فیلم‌برداری در بعضی از اماکن از قوانینی است که رعایت نکردن آنها می‌تواند مبلغ را دچار دردسرهای بزرگ‌تر هم بکند؛ چرا که بعضی از این مسائل خطرات امنیتی دارد و حتی احتمال خطر هم کافی است که این کار از طرف مبلغ صورت نگیرد.

← داشتن کلاس‌های عمومی عقیدتی:

معمولاً تبلیغ در فضای پادگان منحصر به منبر نیست و همراه با کلاس‌داری است. معمولاً سرفصل‌ها و حتی محتوای کلاس هم در مواردی از قبل معلوم است و مبلغ باید همان سرفصل‌ها یا محتواهای تعیین شده توسط سازمان عقیدتی-سیاسی را بگوید. گاهی مبلغ به دلایلی مثل عدم تسلط کافی به مبحث، علاقه‌ای به گفتن آن مطلب را ندارد. در این شرایط پیشنهاد می‌شود مبلغ به جای ترک آن مباحث، بحث را خلاصه کرده و در کنار آن به طرح مباحث دیگر بپردازد. به‌عنوان مثال اگر کلاسی یک ساعت است، بیست دقیقه را صرف مباحث

تعیین شده کند و باقی ساعت را به مباحث خود بپردازد. مبلغ با این کار هم به قوانین و سرفصل‌های درخواستی سازمان عقیدتی-سیاسی و روال کار آن مجموعه احترام گذاشته و هم اینکه خیلی خود را درگیر آن مباحث نکرده است و مباحث دلخواه خود را ارائه کرده است.

نکته دیگر هم اینکه کلاس‌های عقیدتی-سیاسی مختص آیام تبلیغی نیست و در گذشته هم این کلاس‌ها برای سربازان برگزار شده است. در نتیجه بهتر است مبلغین از بحث‌هایی که در گذشته طرح شده آگاه شوند تا از طرح مباحث تکراری پرهیز شود.

← الزام برای شرکت در برنامه‌ها

تبلیغ در فضای پادگان با سایر فضاهایی که مبلغ تجربه کرده، تفاوت‌هایی دارد. یکی از مهم‌ترین تفاوت‌ها این است که مخاطبین اماکنی مثل مسجد یا هیأت، خودشان به اختیار و چه‌بسا مشتاقانه در آن برنامه شرکت می‌کنند؛ اما در پادگان، مخاطبان -به‌خصوص سربازان- ملزم به شرکت در برنامه‌ها و کلاس‌ها هستند. دانستن این نکته، از دو جهت به مبلغ کمک می‌کند؛ ابتدا اینکه گاهی در بین سربازان، افرادی اصلاً گوش نمی‌دهند و با بی‌حالی سر کلاس می‌نشینند. اگر مبلغی به اجباری بودن کلاس برای سربازان التفات نداشته باشد، چه‌بسا این مسئله برایش سخت باشد و در طول سخنرانی اذیت شود و حتی عصبانی شود و به آن شخص تندی کند که به نظر می‌رسد این کار درست نباشد. بعضی از مبلغان هم مثل سایر بسترهای تبلیغی همچون مدرسه می‌خواهند کلاس را اختیاری کنند تا این دسته از افراد در کلاس شرکت نکنند؛ اما این‌گونه نیست و پادگان مقررات خودش را دارد و برای این کار نیاز به هماهنگی از قبل با مسئولین مربوطه وجود دارد.

نکته دیگری که مبلغ باید از الزامی بودن حضور سربازان به آن توجه داشته باشد، این است که سعی کند تا کلاس خشک اداره نشود و با کمی شوخی یا خنده دید آنها را نسبت به خودش مثبت کند. البته با رعایت همه این اتفاقات شاید باز هم عده‌ای باشند که همکاری لازم را نداشته باشند که این مسئله ذات تبلیغ است و مبلغ باید صبر خود را بالا ببرد؛ حتی پیامبران (علیهم‌السلام) در تمام مدت رسالتشان نتوانستند همه مخاطبان و مترجمان خویش را به مرحله ایده‌آل و مدنظر خویش ارتقا دهند

(صادق، ۱۳۸۲: ۱۵۰).

◀ درخواست از روحانی

در مشاهدات نگارنده به‌وفور دیده شده که سربازان زیادی به مبلغ مراجعه داشته و از او می‌خواهند تا واسطه شود تا مشکلی از آنها را رفع کرده یا کاری را برای آنها انجام دهد. در مواجهه با این مسئله، دو رفتار غلط از بعضی مبلغین مشاهده می‌شود:

الف) بعضی از مبلغین که تجربه کم‌تری از حضور در محیط‌های تبلیغی پادگان دارند، هر درخواستی که مطرح می‌شود را پیگیری می‌کنند که این کار دو مشکل را به‌وجود می‌آورد. مشکل اول اینکه خیلی از این درخواست‌ها روال قانونی خود را داشته و شخص باید آن را طی کند؛ ولی یا نمی‌خواهد آن مسیر را برود و یا رفته و به نتیجه نرسیده و دوباره از طریق روحانی می‌خواهد اقدام کند. در مواردی این درخواست‌ها از اساس دروغ است و شخص با مظلوم‌نمایی مسائلی را از طلبه درخواست می‌کند که در بعضی مواقع انجام آن کار برای مبلغ گران تمام می‌شود. مشکل دیگری که این برخورد برای مبلغ به‌وجود می‌آورد این است که بعد از مدتی با تعداد زیادی از مراجعه‌ها مواجه شده که دیگر از پس پیگیری آنها برنمی‌آید و عملاً باید تمام مدت تبلیغ خود را صرف این مراجعه‌ها کند و در آخر تکرار این مسائل باعث می‌شود روحانی از طرف سایر افراد مورد تهمت قرار بگیرد که در مسائل اداری دخالت می‌کند.

ب) بعضی دیگر از مبلغان که اغلب تجربه بیشتری از حضور در پادگان دارند و معایب برخورد قبلی را دیدند و نمی‌خواهند در دام آن مشکلات بیافتند، نسبت به درخواست‌ها بی‌توجهی کرده و می‌گویند این مسئله به من مربوط نیست و خودش متولی دارد که این رفتار هم به‌احتمال زیاد موجب رنجش سربازان می‌شود.

بر این اساس باید راه‌حل درست تبیین شود؛ راه‌حل این است که مبلغ در مواجهه با این درخواست‌ها در ابتدا جایگاه خود را برای سرباز تبیین کند. به این صورت که توضیح دهد مبلغ نقشی در امور اداری ندارد و اصلاً از او خواسته شده که در این مسائل ورودی نکند -معمولاً طبق روال از مبلغ در برگه‌ای می‌خواهند که در مسائل اداری دخالت نکند- و اگر هم ورود کند برایش دردسر به‌وجود می‌آید.

این برخورد در مواجهه با نیازها، هم انتظار سربازان از مبلغ را از بین می‌برد و هم مبلغ را از افتادن در چالش‌های مذکور حفظ می‌کند. البته این برخورد به‌معنای بی‌خیالی نیست و مبلغ در مواجهه با مشکل سربازان نباید بی‌تفاوت باشد؛ بلکه باید حرف او را شنید و در صورت موجه بودن مشکلش، با او همدردی کرد و حتی اگر مبلغ احساس کرد که می‌تواند کاری را انجام دهد، خوب است که آن را پیگیری کند؛ اما با در نظر گرفتن سه مسئله؛ اول اینکه به سرباز بگوید من این را پیگیری می‌کنم؛ اما برای درست شدن حتمی آن قول نمی‌دهم تا برای او انتظاری درست نشود و در صورت حل نشدن مسئله شخص ناراحت نشود و هم متوجه شود که شما مسئولیتی ندارید. دوم اینکه از او بخواهیم که این مسئله فقط بین خودمان باقی بماند تا عمومی نشود و بقیه سربازان بگویند ما هم برویم تا روحانی کار ما را راه بیندازد. سوم هم اینکه از طریق مسئولی که شما را دعوت کرد این پیگیری صورت بپذیرد که معمولاً سازمان عقیدتی سیاسی متکفل دعوت از مبلغان است. گاهی دیده می‌شود که مبلغ به‌طور خودسر و بدون هماهنگی با مسئول عقیدتی سیاسی کاری را انجام می‌دهد که این کار هم خلاف اخلاق است؛ زیرا مبلغ، مهمان آن ارگان محسوب می‌شود و درست نیست که مهمان بدون اجازه صاحب‌خانه کاری را انجام دهد. ضمن اینکه بارها برای نگارنده اتفاق افتاد که از مسئله‌ای ناراحت شده و قصد انجام کاری را داشته؛ اما با مشورت گرفتن از مسئول عقیدتی سیاسی متوجه بعضی از نکات شده و از تصمیم خود پشیمان شده است.

◀ - پرسنل

در بخش دوم به شرح نکاتی در مورد پرسنل مشغول در پادگان‌ها می‌پردازیم و به‌تبع نکاتی را برای مواجهه مبلغ با مسائل ذکر می‌کنیم.

◀ برخورد نظامی

یکی از مسائلی که مبلغ در زمان حضور در پادگان نظامی باید به آن توجه داشته باشد، این است که فضای پادگان یک فضای نظامی و جدی است. گاهی مبلغانی که فضای تبلیغی مدرسه، روستا، شهر و سایر بسترهای تبلیغی را تجربه کرده‌اند، با قرار گرفتن در فضای پادگان تعجب کرده و فضای پادگان را مطابق میل خود نمی‌بینند

اصل لزوم انعطاف، مزاح و در کل برخورد خشک نداشتن در مبلغ لازم است؛ اما حدّ این مسئله تا کجاست و آیا مبلغ می‌تواند هر گونه مزاح یا انعطافی را داشته باشد؟ در جواب باید گفت گرچه شخص مبلغ و روحانی نظامی نیست و قیودی که بر گردن افرادی نظامی است، بر گردن او نیست؛ اما رعایت فضای پادگان مسئله دیگری است و مبلغ باید الزامات آنجا را رعایت کند. به‌عنوان مثال اگر طوری در کلاس‌ها برخورد کند که آن کلاس دچار هرج‌ومرج شود، این مسئله مقبول نیست. یا اینکه اگر مبلغ مزاح و شوخی را از حد بگذراند، این مسئله اصلاً مناسب با فضای پادگان نیست و یقیناً افراد حاضر در پادگان روی خوشی به این مسئله نشان نخواهند داد. مبلغ باید در عین حالی که انعطاف تبلیغی و شوخ‌طبعی خودش را دارد، شخصیت خودش را حفظ کرده تا از طرف سایر افراد سبک شمرده نشود.

← داشتن روحیه ملی

یکی از نکاتی که بین نظامیان وجود دارد، داشتن روحیه ملی‌گرایی و وطن‌دوستی است. داشتن این روحیه برای تمام افراد جامعه ضروری است؛ اما برای نظامیان از اهمیت بیشتری دارد. چرا که روحیه وطن‌دوستی در کنار اعتقاد به خداوند متعال می‌تواند قوت قلبی برای نظامیان در میدان جنگ باشد. گاهی دیده می‌شود بعضی مبلغان بجای تحسین این روحیه، آن را چیزی در مقابل دین می‌پندارند، در صورتی که داشتن روحیه ملی مکمل روحیه دینی است و مبلغان می‌توانند در راستای تقویت فرهنگ جهاد و مقاومت در بین نظامیان، بر مسئله روحیه ملی تأکید داشته باشند و در پی تقویت آن باشند. به نظر می‌رسد توجه به مسائل ملی از نکات مغفول در بین مبلغان است و باید با سازوکارهایی در پی تقویت آن بود.

← توجه به هویت مستقل ارتش

رابطه برادری یک اصل مهم در ارتباط بین نیروهای مسلح جمهوری اسلامی ایران است و این مسئله در تعداد زیادی از کارکنان هر یک از نیروها مشاهده می‌شود؛ لکن در مواردی دیده می‌شود که بعضی از افراد نسبت به ارگان موازی نظامی حساسیت‌هایی دارند و این حساسیت‌ها را ابراز هم می‌کنند که خوب است و مبلغان به این حساسیت‌ها توجه داشته و کاری نکنند تا

و چه‌بسا بعضی از برخوردها را بی‌احترامی به شخص خود تلقی کنند. اما یک مبلغ باید بداند که هر فضایی اقتضانات خودش را دارد و محیط نظامی از محیط‌هایی است که به‌خاطر فضای نظامی‌گری، اقتضای برخورد خشک و دور از عواطف را دارد. البته خیلی از همین افراد نظامی در محیط خارج از پادگان برخوردی کاملاً متفاوت با فضای پادگان را داشته و چه‌بسا انسان‌های شوخ‌طبعی هم هستند. دانستن این نکته باعث می‌شود مبلغ در برخورد ابتدایی شوکه نشده و کاملاً با این مسئله عادی برخورد کند.

نکته دیگری که در این رابطه وجود دارد، نوع مواجهه مبلغ با این مسئله است؛ اینکه او هم مانند آنها برخوردی جدی و سرد را پی بگیرد و در مدت حضور در پادگان برخوردی نظامی با سایر افراد داشته باشد؛ یا اینکه اصلاً توجهی به این برخورد نظامی‌ها نداشته باشد و کار خودش را بکند. این یک سؤال قابل توجه است که به نظر می‌رسد پاسخ به آن بسیار حائز اهمیت است.

برای پاسخ به سؤال فوق دو مقدمه را ذکر می‌کنیم:

الف) همان‌طور که قبلاً هم به آن اشاره شد، محیط نظامی، محیطی سخت و جدی و خالی از شوخی و مزاح است؛ علتش هم این است که محیط پادگان، جایی برای آمادگی جنگ است. جنگ کاملاً محیطی سخت است و اقتضانات خودش را دارد و لذا سربازان باید در محیط پادگان مسائلی که در محیط جنگی به‌وجود می‌آید را تمرین کنند. مسئله شوخی و مزاح هم همانند مسئله پیشین مربوط به اقتضانات فضای نظامی‌گری است.

ب) سخت‌گیر بودن نظامیان در محیط پادگان بدین معنا نیست که خودشان هم از مزاح و شوخی بدشان بیاید؛ به‌هر حال آنها نیز انسان هستند و شوخ‌طبعی و عدم تحکم از مواردی است که هر انسانی آن را دوست دارد.

با توجه به این دو مقدمه، باید گفت نظامیان به‌دلایلی که ذکر شد، چنین برخوردی دارند که این علت‌ها مخصوص به افراد نظامی است و شامل روحانیون نمی‌شود. در مواردی دیده می‌شود که روحانی در محیط نظامی با تقلید از فضای موجود، برخورد خشکی دارند تا جایی که در مشاهدات نگارنده دیده شده که بعضی نظامی‌ها هم از روحانیون نسبت به این مسئله گله‌مند بوده‌اند. پس

حساسیت‌های این افراد برانگیخته شود.

توجه به این مسئله هم باعث می‌شود مبلغ دچار حاشیه نشده و هم اینکه می‌تواند با توجه به هر صنف در سخنرانی‌هایش، تأثیرگذارتر عمل کند. به‌عنوان مثال وقتی در بین ارتشی‌ها می‌خواهد شهیدی را به‌عنوان الگو معرفی کند، بهتر است از شهدای ارتش باشد. استفاده از این الگوها به علت احساس نزدیکی بیشتر افراد به آنها و اینکه او هم روزی در همین مکان خدمت می‌کرده حتماً تأثیر بیشتری می‌گذارد. در حدیثی از پیامبر اکرم (ص) می‌خوانیم: «حَدِّثُوا النَّاسَ بِمَا يَعْرِفُونَ، وَ أَمْسِكُوا عَمَّا يَنْكُرُونَ؛ با مردم از اموری سخن بگویند که برایشان آشنا باشد و خودداری کنید از گفتن سخنانی درباره آنچه انکار می‌نمایند» (شعیری، ۱۳۸۲: ۱۸۱).

داشتن ایمان قوی و ولایت‌پذیری

یکی از نکاتی که نگارنده در طول مدت تبلیغ خود مشاهده کرده، ایمان بالا و ولایت‌پذیری قاطبه نظامیان است. شاید علت این مسئله به علت شغل این افراد و اینکه همیشه خود را در معرض جهاد و شهادت می‌بینند، باشد. توجه به این نکته برای مبلغان بسیار حائز اهمیت است که بدانند نیروهای مسلح بعد از انقلاب تفاوت بسیار زیادی با نیروهای قبل از انقلاب دارد و امروزه اکثر قریب به‌اتفاق افراد حاضر در ارتش مؤمن، انقلابی و ولایت‌پذیر هستند که مبلغ موفق می‌تواند از این ظرفیت، هم در عرصه جامعه‌پذیری سیاسی و نظامی و هم در عرصه روابط اجتماعی و خانوادگی و غیره استفاده کند.

◀ نظم و نظافت

از مهم‌ترین مشخصه‌های پادگان بحث نظم است که این مسئله در پرسنل ارتش به‌خوبی قابل ملاحظه است و یکی از نکاتی است که همواره سربازان را به داشتن آن مجاب می‌کنند. گرچه برای یک مبلغ رعایت نظافت ظاهری و نظم در تمام بسترهای تبلیغی لازم است؛ اما در محیط پادگان اهمیت این مسئله دوچندان است. در محیطی که همه افراد به‌طور کامل و گاهی با وسواس بیش از حد معمول به وضعیت ظاهر خود می‌رسند، چندان شایسته نیست که یک مبلغ این مسائل را رعایت نکند و چه‌بسا این عدم رعایت باعث شود، مبلغ مقبولیت خود را از دست دهد. از طرف دیگر رعایت نظافت و نظم می‌تواند عامل خوبی در جذب این افراد باشد؛ زیرا این

افراد نظم و انضباط و نظافت را نه فقط از روی اجبار پادگان؛ بلکه یک اصل مهم و ارزش تلقی می‌کنند و اگر ببینند که یک مبلغ منظم و مرتب است، به او بیشتر علاقه پیدا می‌کنند. نگارنده در موارد متعددی مشاهده کرده که نظامیان نسبت به مرتب بودن یک روحانی واکنش‌های مثبت نشان دادند که این واکنش‌ها نشان از عمق اهمیت نظم و نظافت برای تأثیرگذاری در محیط نظامی است.

◀ سربازان

از آنجایی که عمده مخاطب مبلغان در پادگان‌ها، سربازان هستند و مهم‌ترین مسئله‌ای که مبلغ باید درباره محیط پادگان بداند، ویژگی‌های مخاطبان است و در این بخش به نکاتی درباره روحیات مخاطب سرباز و مسائلی که با آن مواجه است می‌پردازیم و به‌تبع توصیه‌هایی را به‌عنوان پیشنهاد ذکر می‌کنیم.

◀ نیازهای عاطفی

از مهم‌ترین ویژگی‌های مخاطب سرباز نیازهای عاطفی شدید او باشد. اگر بخواهیم برای این اتفاق علت‌یابی کنیم، دوری از خانواده مهم‌ترین عامل محسوب می‌شود. البته عوامل دیگری مثل محیط نظامی پادگان هم از عوامل افسردگی در محیط‌های نظامی است که این مسئله را تشدید می‌کند. این نیازهای عاطفی هم یک تهدید برای سربازان محسوب می‌شود و هم می‌تواند برای مبلغان یک فرصت طلایی باشد؛ زیرا مبلغ می‌تواند با تکیه بر نیازهای عاطفی مباحثی را در عمق جان مخاطب بکارد. به‌عنوان مثال احتمال دارد در بین سربازان افرادی باشند که درباره مسئله احترام به والدین دچار نقص‌هایی باشند که شاید در حالت معمول و زمانی که هنوز به سربازی نیامده بود، این امکان وجود نداشت بتوان با او در این مورد صحبت کرد یا حداقل آن تأثیر مطلوب حاصل نمی‌شد؛ اما در طول مدت سربازی اگر شما صحبت از بزرگی جایگاه پدر و مادر و لزوم احترام و محبت کردن به آنان به میان بیاورید، همان سربازان با میل و علاقه می‌نشینند و حتی اشک از چشمانشان سرازیر می‌شود. غیر از بحث احسان به والدین، بحث‌های دیگری همانند احترام به معلمان، صلح ارحام، همسایه‌داری و قدردان بودن بابت نعمات هم وجود دارد. دوران گذار از نوجوانی به مسئولیت‌پذیری

حجابی برای ارتباط‌گیری سرباز با روحانی می‌شود و سرباز نمی‌تواند مشکلات و حرف‌های دل خود را پیش مبلغ بگوید؛ چرا که احتمال می‌دهد در صورت درد دل کردن و گفتن بعضی حقایق شاید برای او مشکلی پیش بیاید. مشکل دیگر این است که اگر مبلغ نکته‌ای درباره پیشرفت کشور بگوید، مورد تهمت است که او خودش کارمند این نظام است.

پیشنهاد نگارنده برای حل این مشکل این است که مبلغ در کلاس یا سخنرانی‌هایش برای سربازان تبیین کند که یک طلبه مبلغ است و مسئولیتی در نیروهای مسلح ندارد. شاید گفتن این مسئله بتواند تابوی ارتباط‌گیری با سرباز را از بین ببرد. تذکر این نکته در آخر لازم است که این حجابی که در رابطه بین روحانی و سرباز ذکر شد، در عده قابل توجهی از مسئولین عقیدتی سیاسی و سربازان وجود ندارد و کاملاً رابطه بین آنها همانند دو رفیق یا پدر و پسر است.

← سختی‌ها و مدت زمان سربازی

زمان دوران سربازی به همراه آموزشی چیزی حدود دو سال طول می‌کشد. تحمل این دوران که همراه با سختی‌های مخصوص به خود است، برای سربازان سخت و گاهی طاقت‌فرسا می‌شود. این مشکل زمانی بیشتر به چشم می‌آید که در مواردی این سختی‌ها موجب فرار از سربازی، خودزنی، خودکشی و آسیب به دیگران شده است که در بعضی گزارش‌های خبری به آن اشاره شده است (حسام‌مقدم، ۱۳۹۶: ۶۸). طبق مشاهدات نگارنده، تعداد زیادی از سربازان از وضعیت فعلی خود ناراضی هستند که این مسئله موجب سخت‌شدن دوران سربازی به آنها و گاه مشکلات غیرقابل جبران شده است. این مسئله مخصوص سربازان در شرایط سخت نیست؛ بلکه در مشاهدات نگارنده دیده شده که حتی سربازانی که در محیطی خوش آب‌وهوا هم خدمت راحتی دارند، از سختی‌های سربازی بسیار گله‌مند هستند.

با توجه با آنچه ذکر شد، نقش دین و مبلغ در رفع این موارد می‌تواند بسیار پررنگ باشد و می‌تواند روی ذهن سربازان اثر مثبتی بگذارد. یکی از مهم‌ترین کارهایی که طبق تجربه نگارنده می‌تواند برای حل این مشکل مفید باشد، توجه دادن به وضعیت بعضی دیگر از سربازان است که در وضعیت سخت‌تری مشغول خدمت هستند.

دوران سربازی برای خیلی از جوانان، سرآغاز چالش مسئولیت‌پذیری و ابتدای جدایی از خانواده است؛ در این دوران جوان متوجه می‌شود که دیگر همانند سابق تحت تکفل خانواده نیست و باید برای آینده خود چاره‌ای بیندیشد. محیط پادگان هم نقش بسیار مهمی در تحقق این مسئله دارد و جوانان را برای مستقل شدن آماده می‌کند. بحث مستقل شدن، جوان را با دو مسئله مهم درگیر می‌کند؛ مسئله اول شغل است که معمولاً ذهن جوانان را به خود مشغول می‌کند. به نظر می‌رسد در رابطه با بحث شغل هم باید از روزی حلال صحبت کرد و هم ارزش کار کردن؛ چرا که احتمال دارد بعضی از سربازان مشتاق باشند بعد از دوران سربازی، به خانه برگشته و نخواهند زیر بار مسئولیت بروند.

مسئله دیگری که برای سربازان بسیار مهم است و طبق مشاهدات نگارنده برای تعداد بسیاری از سربازان درگیری ذهنی ایجاد کرده، مسئله ازدواج است. در زمان سربازی به علت جدایی از خانواده و فشار عاطفی که در گذشته به آن پرداختیم و همچنین به علت فشارهای جنسی دوران جوانی این نیاز کاملاً محسوس است و به همین علت است که می‌گوییم، ازدواج یکی از اساسی‌ترین نیازهای یک سرباز است که بعد از دوران سربازی درگیر آن می‌شود. مبلغان می‌توانند در پادگان‌ها سلسله جلسات ازدواج برگزار کنند و بحث‌های مهمی مثل خواستگاری، اهمیت ازدواج، همسراری و غیره را برای سربازان بیان کنند. نکته‌ای که در آخر تذکر آن لازم است اینکه به علت حساسیت مباحث و احتمال ایجاد حواشی باید مبلغ جلسه را کنترل کرده تا فضای پادگان به هم نریزد.

← مسئول دانستن روحانی

یکی از تجربه‌هایی که نگارنده در مدت حضور در پادگان‌ها به دست آورده این است که عده‌ای از سربازان نوع نگاهشان به روحانی به‌عنوان یک مسئول است. شاید این نگاه ناشی از نوع تفکر عامه مردم در مورد روحانیت باشد و شاید هم به‌خاطر این است که روحانی مبلغ را شخصی شبیه روحانی مسئول عقیدتی سیاسی خود می‌دانند؛ در صورتی که مبلغ از بیرون پادگان آمده و هیچ‌گونه مسئولیتی ندارد. این نگاه، موجب به‌وجود آمدن دو اتفاق می‌افتد؛ اتفاق اول این است که

طبق آنچه ذکر شد، حفظ شأن سرباز بسیار مهم است؛ لکن در مواردی اندک مشاهده می‌شود که برخوردهای زنده‌ای با سربازان می‌شود و بر همین اساس «عده زیادی از سربازان بر این باور هستند که به درستی شأن آنها حفظ نشده و آن چنان که باید کسی برای آنها ارزش قائل نشده و به آنها بی‌اعتنایی می‌شود» (سیدی و همکاران، ۱۳۹۵: ۵۶).

نکته اولی که باید به آن توجه داشت، نوع مواجهه مبلّغ با این اتفاقات است؛ در این موارد هم دو مواجهه غلط می‌توان داشت: مواجهه غلط اول این است که نسبت به این مسائل بی‌تفاوت بود که این مسئله هم گناه است و هم سربازان نسبت به مبلّغ بدبین می‌شوند. مواجهه غلط دیگر این است که همان موقع با کارکنان درگیر شوند که این مسئله باعث به‌وجود آمدن چالش‌هایی می‌شود و لذا در مواردی دیده شده خود کارکنان عقیدتی سیاسی هم از به‌وجود آمدن این درگیری‌ها ناخرسند بوده‌اند. همچنین این نوع تذکرها تند باعث مقابله کردن مسئولان مربوطه می‌شود؛ چرا که بعضی از کارکنان احساس می‌کنند حتی برخورد نامناسب با سرباز هم ایرادی ندارد و تذکر مبلّغ موجب کوچک شدن او شده است. بهترین نوع مواجهه آن است که در صورت امکان، تغافل کرده و بعداً تذکر دهند؛ اما اگر امکان تغافل نبود، خوب است که بتوان به‌صورت نرم یا غیرمستقیم تذکر داد و از بروز چالش جلوگیری کرد.

نکته دیگر اینکه گرچه تحقیر شدن سربازان خوشایند نیست و باید اوضاع به‌گونه‌ای شود که سربازان احساس رضایت داشته باشند؛ اما به‌رحال این احساس در بعضی از آنها وجود دارد؛ وجود این خلأ در سربازان باعث می‌شود به هر کسی که به آنها کمترین محبتی کند، جذب شوند. نگارنده تجربه‌های فراوانی در این زمینه دارد که با یک محبت کوچک و احترام گذاشتن به سربازان، توانسته افراد زیادی را جذب کند و لذا مبلّغان می‌توانند با کمی احترام و محبت نتایج قابل توجهی به‌دست بیاورند.

نتیجه‌گیری:

شناخت محیط پادگان برای مبلّغی که می‌خواهد در آن فعالیت تبلیغی داشته باشد، یک امر حیاطی و مهم است و به قطع می‌توان ادعا کرد که نداشتن شناخت کامل از

به‌عنوان مثال وقتی نگارنده شرحی مختصر از خدمت کسانی که در مرز هستند یا خاطرات بعضی مناطق پدافندی صعب‌العبور ارائه می‌داد، با تأیید خود سربازان مواجه می‌شد که «بله خدمت ما آسان است». همچنین روحانیون می‌توانند با مطرح کردن مباحثی مثل صبر، شکر خدا، دیدن نکات مثبت، امید داشتن به خدا، گناه قتل و دیگر مباحثی که می‌تواند مانعی برای حصول حادثه شود یا از اساس زمینه‌های شکل‌گیری آن را از بین ببرد، تأثیر مثبتی در زندگی سربازان داشته باشند.

زمینه خودشناسی

زمان‌های تنهایی یکی از ویژگی‌های دوران سربازی است. سرباز در دوران خدمتش، تنهایی‌های زیادی مثل زمان پست دادن را تجربه خواهد کرد. به نظر می‌رسد مبلّغ می‌تواند این مسئله را یک فرصت طلایی برشمارد؛ چرا که این وقت‌های خالی باعث می‌شود هر یک از سربازان لحظات را به‌دور از اجتماع و دوستان به فکر کردن بگذرانند. فرصتی که قبل از آن و در دوران جوانی آن را نداشته و معمولاً هر کس در دنیای خود غرق بوده است و فرصت نمی‌کرد نسبت به خیلی از مسائل مهم فکر کند. مبلّغ می‌تواند از این اتفاق به‌خوبی استفاده کرده و اوقات تنهایی سربازان را سمت‌وسو دهد. به‌عنوان مثال فکر کردن در مورد هدف از زندگی، یاد مرگ و قیامت و اینکه انسان باید پاسخ‌گو باشد یا تفکر درباره زندگی گذشته و درس گرفتن از اشتباهات و خیلی از مسائلی که فکر کردن به آنها می‌تواند مسیر زندگی انسان را تغییر دهد.

توجه به شأن و شخصیت سرباز

جایگاه سرباز، جایگاه مهم و حساسی است و به همین جهت در منابع دینی مشاهده می‌شود که از سرباز به بزرگی یاد می‌شود: «لَجُنُودٌ بِإِذْنِ اللَّهِ حُصُونُ الرَّعِيَّةِ وَ زَيْنُ الْوَالِدَةِ وَ عَزَالِدَيْنِ وَ سُبُلُ الْأَمْنِ وَ لَيْسَ تَقُومُ الرَّعِيَّةُ إِلَّا بِهِمْ؛ سربازان، به اذن خداوند، دژ مردم، زینت زمام‌داران، مایه عزت دین و امنیت‌اند و کار شهروندان، جز به آنان استوار نمی‌شود» (امیرالمؤمنین، نامه ۵۳). همین نگاه امام خمینی به سرباز است؛ ایشان در صحبتی بیان می‌دارد: «همه، سربازهای اسلام هستیم؛ و من امیدوارم که در آن کتابی که بنا است اسم سربازها را بنویسند، اسم ماها را هم به نام سرباز بنویسند» (امام خمینی، ۱۳۸۹: ۲۰۵).

به مسائل دینی، از تقویت و جهت‌دهی به مسائل ملی هم غافل نشوند. - داشتن هویت مستقل ارتشی و حساسیت‌های صنفی یکی از نکاتی است که بعضی موارد در کارکنان نیروهای مسلح یافت می‌شود و خوب است مبلغین به این مسئله توجه داشته و از برانگیختن این حساسیت‌ها بپرهیزند. - نظم و نظافت مسئله‌ای است که ذات نظامیان با آن عجین شده و به شدت روی آن حساس هستند. خوب است مبلغان در فضای پادگان نسبت به این دو امر اهتمام بیشتری از خود نشان دهند. آخرین مسئله‌ای که یک مبلغ برای شناخت پادگان لازم دارد، شناخت سربازان است. نکاتی که برای شناخت سربازان نیاز است عبارتند از:

- نیاز عاطفی شدید که در اثر مسائلی همچون دوری از خانواده و فضای تحکم در پادگان برای آنها پیش آمده. مبلغ می‌تواند این تهدید را برای خود تبدیل به فرصت کند و مسائل عاطفی همچون احترام به پدر و مادر را مورد بحث قرار دهد.

- دوران سربازی و جوانی، دوران گذار از نوجوانی و شروع مسئولیت‌پذیری است و این مسئله یکی از دغدغه‌های سربازان است و به همین جهت پرداخت به مباحثی همچون ازدواج یا شغل می‌تواند برای آنها بسیار تأثیرگذار باشد.

- یک مبلغ در طول مدت تبلیغ با درخواست‌ها متعددی مواجه می‌شود که باید به گونه‌ای رفتار کند که هم تمام مدت تبلیغ مشغول این امور نشده و در مواردی دچار اشتباه نشود و در عین حال سربازان از او ناراحت نشوند.

- نوع نگاه سربازان به روحانی مبلغ، به مانند روحانیونی است که در آن ارگان مسئولیت دارند که این مسئله در مواردی موجب می‌شود سربازان احساس راحتی مناسبی با مبلغ نداشته باشند. به نظر می‌رسد برای حل این مشکل مطلوب باشد مبلغ تبیین کند که یک مبلغ ساده و بدون منصب است.

- دوران سربازی دوران همراه با سختی است و در مواردی تحمل این سختی‌ها برای سربازان بسیار دشوار شده و موجب به وجود آمدن مشکلاتی می‌شود که مبلغ باید با طرح مباحثی همچون توجه به نعمت‌ها از به وجود آمدن مشکلات احتمالی جلوگیری کند.

- گرچه سربازها در طول مدت سربازی با سختی‌هایی

محیط‌های تبلیغی همچون پادگان می‌تواند ضربه‌های جبران‌ناپذیری را در پی داشته و ظرفیت‌های فراوانی را بدون استفاده داشته باشد. برای تشریح فضای پادگان باید تبیینی از سه رکن اساسی آن داشت.

اولین مسئله‌ای که مبلغ باید نسبت به آن شناخت داشته باشد، فضای پادگان، قواعد و در کل روح حاکم بر آن و سپس راهبردهای تبلیغی مناسب است که به ترتیب ذکر می‌شود: ۱- داشتن اصطلاحات نظامی و درجات مختلف است که خوب است مبلغ حتی قبل از ورود به پادگان اصطلاحات و سلسله مراتب نظامی را یاد بگیرد. ۲- وجود فرهنگ‌ها و مذاهب مختلف یکی دیگر از مشخصه‌های پادگان‌هاست که مبلغان باید هنگام کلاس‌ها و سخنرانی‌ها ملاحظه‌های بیشتری داشته باشد و از ورود به مباحث حاشیه‌ای بپرهیزند. ۳- پادگان‌ها همانند خیلی از اماکن قوانین مخصوص به خود را دارند؛ دانستن و عمل به این قوانین باعث می‌شود مبلغ از خطرات احتمالی دوری کند. ۴- برای مخاطبین پادگان به طور پیوسته برنامه‌های فرهنگی وجود دارد و سازمان عقیدتی سیاسی برنامه‌های منسجمی را برای آنها برگزار می‌کند. در این بین مبلغ هم باید بحث‌های خود با توجه به مباحث ارائه شده از قبل برنامه‌ریزی کند. ۵- افرادی که در این کلاس‌ها شرکت می‌کنند، در خیلی از موارد با اختیار در کلاس حاضر نشده و به علت فضای نظامی، به اجبار در کلاس حاضر شده‌اند. مبلغان باید این نکته را در نظر گرفته و سعی کنند فضای کلاس و سخنرانی را با نشاط بیشتری پیش ببرند و در عین حال از کم توجهی‌های احتمالی بعضی افراد ناراحت نشوند.

دومین مسئله‌ای که برای شناخت پادگان لازم است، شناخت کارکنان مربوط به آن است که باید ویژگی‌های ایشان را شناخت و راهبردهای تبلیغی مناسب را اتخاذ کرد. بعضی از ویژگی‌های کارکنان عبارتند از: - داشتن روحیات خاص و برخورد نظامی که چه بسا مبلغ از آن نوعی بی‌احترامی تلقی برداشت کند که اصلاً این‌گونه نیست و مقتضای کار آنهاست. مبلغان در عین رعایت بعضی نکات، نیازی نیست که چنین برخوردی را از خود نشان دهند و می‌توانند به اندازه خودشان فضا را کمی تلطیف کنند. - داشتن روحیه ملی یکی دیگر از ویژگی‌های این افراد است که مبلغ باید در عین توجه

-راغب اصفهانی، حسین بن محمد، (۱۳۷۴)، مفردات الفاظ قرآن، تهران، مرتضوی.

-رهبر، محمدتقی، (۱۳۷۱)، پژوهشی در تبلیغ، تهران، سازمان تبلیغات اسلامی.

-زورق، محمدحسن، (۱۳۹۰)، مبانی تبلیغ، تهران، سروش.

-سیدی، سیدمحمدرضا، سیدی، سیدحسین و صلواتیان، سیاوش، (۱۳۹۵)، آسیب‌شناسی تجربی خدمت نظام‌وظیفه از منظر سربازان دارای مدرک تحصیلات تکمیلی، پژوهش‌های راهبردی مسائل اجتماعی ایران؛ شماره ۳.

-شعیری، محمدبن محمد، بی‌تا، جامع‌الأخبار، نجف اشرف، المطبعة الحیدریه.

-صادقی، معصومه، ۱۳۸۲، مبانی نظری آسیب‌شناسی تربیت دینی، مجموعه مقالات همایش آسیب‌شناسی تربیت دینی در آموزش و پرورش، تهران، محراب قلم.

-عوینی، محمدعلی، (۱۹۸۱)، الاعلام الدولی بین النظریة والتطبیق، القاهرة، مکتبه الانجلو المصریه.

-فرهنگی، علی‌اکبر، (۱۳۸۲)، ارتباطات انسانی، تهران، خدمات فرهنگی رسا.

-فیروزآبادی، محمدبن یعقوب، (۱۴۱۵)، القاموس المحیط، دارالکتب العلمیه، بیروت.

-محسنیان راد، مهدی، (۱۳۹۰)، ارتباط‌شناسی، تهران، سروش.

-مصطفوی، حسن، (۱۴۳۰)، التحقیق فی کلمات القرآن الکریم، بیروت، لندن، قاهره، دارالکتب العلمیه، مرکز نشر آثار علامه مصطفوی.

-مطهری، مرتضی، (۱۳۷۹)، عدل الهی، تهران، صدرا.

-مطهری، مرتضی، ۱۳۶۴، امامت و رهبری، تهران، انتشارات صدرا، چاپ ششم.

-معین، محمد، ۱۳۸۱، فرهنگ معین، تهران، پارس نوین.

-مقدم، حسام، ۱۳۳۹، چرا برخی سربازها خودکشی می‌کنند؟ isna.ir/xd24fd

-مهرپرور، سمانه، (۱۳۹۸)، تحلیل دریافت پیام‌های آموزشی مجموعه‌های تلویزیونی مطالعه خوانش تماشاگران زن سربازان پیرا، رسانه، شماره ۱۱۵.

-واعظی‌نژاد، حجت‌الله، موسوی‌نقابی، سیدمجتبی و

مواجه‌اند، اما ساعت‌های فراغتشان هم کم نیست که مبلغ می‌تواند به این اوقات فراغت جهت دهد و زمینه خودشناسی را برای آنها فراهم کند.

-گاهی دیده می‌شود که سربازان به علت به وجود آمدن بعضی حوادث احساس تحقیر شدن می‌کنند که در صورت بروز حادثه لازم است مبلغان به صورت زیرکانه ورود کنند که هم در حق سرباز ظلم نشود و هم پادگان دچار تشنج نشود. ضمن اینکه به وجود آمدن این فضا گرچه خوب نیست و باید رفع شود؛ اما یک فرصت تبلیغی مناسب است و مبلغان می‌توانند با محبت کردن به سربازان آنها را به خوبی جذب کنند.

منابع:

-تهج البلاغه.

-ابن شهر آشوب مازندرانی، محمدعلی، (۱۳۷۹)، مناقب آل ابی طالب، قم، مکتبه العلامه.

-ابن فارس، احمد، (۱۴۰۴ق)، معجم مقاییس اللغه، هارون، عبدالسلام محمد، اول، مکتب الاعلام الاسلامی، قم-ایران.

-ادیب حاج باقری، محسن و همکاران، (۱۳۸۶)، روش‌های تحقیق کیفی، تهران، بشری.

-ایمان، محمدتقی، (۱۳۹۱)، روش‌شناسی تحقیقات کیفی، قم، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.

-الیاده، میرچا و دیگران، (۱۳۷۴)، فرهنگ و دین، هیئت مترجمان زیر نظر بهاء‌الدین خرمشاهی، تهران، نشر نو.

-آمدی، عبدالواحد بن محمد، (۱۴۱۰)، غررالحکم، مهدی رجایی، قم، دارالکتاب الإسلامی.

-بابایی، مهدی، (۱۴۰۲)، چند نفر در سال ۱۴۰۱ به سربازی اعزام شدند؟

-جوادی آملی، عبدالله، (۱۳۷۲)، شریعت در آیینه معرفت، تهران، فرهنگی رجا.

-جوهری، اسماعیل بن حماد، (۱۳۷۶)، الصحاح، احمد عبدالغفور عطار، بیروت، دارالعلم للملایین.

-خامنه‌ای، سیدعلی، (۱۳۹۶)، بیانات در دیدار اعضای شورای هماهنگی تبلیغات اسلامی، قابل دسترسی در <https://khl.ink/f.38575>.

-خمینی، سیدروح‌الله، (۱۳۸۹)، صحیفه امام، تهران، مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (ره).

انوشه، مرتضی، (۱۳۹۷)، استفاده از فرصت‌های خدمت
سربازی در عرصه توسعه متوازن اقتصادی کشور: توسعه
بنگاه‌های کوچک و متوسط، نخستین همایش ملی
مهارت‌آموزی کارکنان وظیفه، تهران.