

نقش تبلیغی

حضرت امام سجاد (ع)

در حادثہ کربلا

بختیار کرمی



نشر اوحدی

دفتر تهران خیابان کارگر شمالی روبروی پارک لاله کوچه میر پلاک ۸

تلفن ۶۶۴۲۶۴۱۱ - تلفن همراه ۰۹۱۲۱۰۹۹۴۰۹

مرکز فروش و توزیع - خیابان روانمهر (بین خیابان فروردین و اردیبهشت) - پلاک ۲۰۸ - واحد ۳

تلفن ۵۰۱۸-۶۶۴

نقش تبلیغی حضرت امام سجاده (ع) در حادثه کربلا

- به کوشش: بختیار کرمی
- حروفچینی: شهیر
- چاپ: فراین
- صحافی: سیاره
- طراح روی جلد: احمد قلی زاده

● نوبت چاپ: اول - بهار ۸۵

● تیراژ: ۲۰۰۰ جلد

● شابک: ۹۶۴ - ۸۲۳۴ - ۴۲ - ۶ ISBN: 964 - 8234 - 42 - 6

کرمی، بختیار، ۱۳۴۲ -

نقش تبلیغی حضرت امام سجاده (ع)، در حادثه کربلا / بختیار کرمی. -- تهران: اوحدی، ۱۳۸۵.

بیست و دو، ۱۵۸ ص.

ISBN 964-8234-42-6

فهرست‌نویسی براساس اطلاعات فیبا.

کتابنامه: ص. [۱۵۵] - ۱۵۸؛ همچنین به صورت زیرنویس.

۱. علی بن حسین (ع)، امام چهارم، ۲۸ - ۹۴ ق. ۲. واقعه کربلا، ۶۱ ق. ۳. حسین بن علی (ع)، امام

سوم، ۴ - ۶۱ ق. ۴. اسلام -- تبلیغات. الف. عنوان.

۲۹۷/۹۵۴

BP ۴۳/۳/۴

۱۳۸۵

۸۴۸۸-۸۵

کتابخانه ملی ایران

فهرست مندرجات

صفحه	عنوان
۱۵	مقدمه
۱۹	پیشگفتار
۱	فصل اول: نگاهی کوتاه به زندگانی امام سجاد (ع)
۳	بخش اول: مشخصات اجمالی
۳	اسم
۳	القاب
۴	کُنيه
۴	پدر و مادر بزرگوارش
۴	تولد و وفات
۵	مدت عمر و مدت امامت
۵	فرزندان
۵	عبادات
۷	شجاعت در گفتار و بلاغت و فصاحت در سخن
۷	آثار آن حضرت
۹	بخش دوم: امام سجاد (ع) از ولادت تا ماجرای کربلا
۹	اشاره‌ای به زندگانی امام سجاد (ع) از آغاز زندگی تا ماجرای کربلا

عنوان	صفحه
اوضاع سیاسی، اجتماعی، مذهبی ایالت‌های مسلمان‌نشین در دوران نوجوانی امام سجاد (ع)	۱۱
بخش سوم: امام سجاد (ع) از آغاز تا پایان ماجرای کربلا	۱۹
آغاز حکومت یزید	۲۰
موضع‌گیری امام حسین (ع) در برابر یزید	۲۰
هجرتی باشکوه	۲۱
همگامی امام سجاد (ع) با پدر بزرگوارش امام حسین (ع) در هجرت از مدینه به مکه	۲۲
سفر همراه با مسئولیت	۲۳
ورود به کربلا	۲۳
شب عاشورا	۲۳
امام سجاد و شب عاشورا	۲۴
نقل امام سجاد (ع) از حوادث شب عاشورا	۲۵
امام سجاد نظاره‌گر روز عاشورا	۲۸
امام سجاد (ع) مبلغ دستاوردهای خونین عاشورا	۳۰
فصل دوم: تبلیغات	۳۳
بخش اول: کلیات تبلیغ	۳۵
تعریف مفاهیم و اصطلاحات تبلیغ	۳۵
تبلیغ	۳۵
تعریف تبلیغات	۳۶
اشاره به چند نمونه واژه‌های مترادف تبلیغ	۳۸
پروپاگاندا (propaganda)	۳۸

صفحه	عنوان
۳۹	دعوت
۳۹	اعلام
۳۹	دعايه
۴۰	تعريف تبليغ در اسلام
۴۱	ماهيت تبليغ
۴۲	علمی بودن تبليغ
۴۳	هنری بودن تبليغ
۴۴	تبليغ هم علم است هم هنر
۴۵	رابطه تبليغ با علوم و فنون
۴۷	بخش دوم: انواع تبليغات
۴۷	به اعتبار منبع پيام
۴۷	تبليغ سفيد
۴۷	تبليغ سياه
۴۸	تبليغ خاکستری
۴۸	تبليغ به اعتبار ارزشی بودن
۵۰	تبليغ به اعتبار هدف
۵۰	تبليغات فرهنگی
۵۰	تبليغات مذهبی
۵۰	تبليغات تجاری
۵۰	تبليغات سیاسی
۵۱	تبليغات پنهان
۵۱	تبليغات آشکار

صفحه	عنوان
۵۲	بخش سوم: عناصر (ارکان) تبلیغ
۵۳	مبلغ (پیام‌دهنده)
۵۴	ویژگی‌های مبلغ
۵۴	مخاطب‌شناسی
۵۶	شناخت درجه ایمان و آگاهی مخاطب
۵۸	شناخت ظرفیت مخاطب
۵۸	شناخت پایگاه اجتماعی مخاطبین
۵۸	شناخت جایگاه مذهبی مخاطبین
۵۹	شناخت موقعیت روانی مخاطبین
۵۹	موقعیت‌شناسی
۶۲	شجاعت و قاطعیت مبلغ
۶۴	صبر و استقامت
۶۵	انواع مبلغ
۶۵	مبلغ منفرد
۶۶	مبلغان محدود (گروه)
۶۶	مبلغان سازمانی (گروه‌های کثیر)
۶۶	پیام
۶۷	دیدگاه «برلو» در مورد پیام
۶۷	رمز پیام
۶۷	محتوای پیام
۶۸	نحوه ارائه پیام
۶۸	ویژگی‌های پیام
۶۹	شرایط پذیرش پیام توسط مخاطب

صفحه	عنوان
۶۹	روش‌های (شیوه‌ها) تبلیغ
۷۲	روش همراهی
۷۳	روش نفی و اثبات
۷۵	روش استدلالی
۷۶	روش خطابه
۷۷	ویژگی‌های خطابه
۷۹	روش الگویی
۸۱	روش تحریک احساسات و عواطف
۸۲	تحریک احساسات مذهبی
۸۲	مذهبی و مدافع دین جلوه کردن مبلغ
۸۳	مذهبی جلوه دادن پیام
۸۳	القاء پیام از کانال‌های دینی
۸۴	به کار بردن مظاهر (سمبل‌های) دین
۸۵	ابزارهای تبلیغ
۸۵	ابزارهای تبلیغ در اسلام
۸۶	شعر
۸۹	قرآن
۸۹	عقل و وجدان = کلمه طیبه
۹۰	سخن
۹۱	قصه و داستان و تاریخ
۹۱	پیک و پیام
۹۲	ابزارهای سنتی (منابر، میادین خطبه‌ها، جهاز شتران و...) ...
۹۲	تقسیم‌بندی ابزارهای تبلیغی

عنوان	صفحه
تقسیم‌بندی به اعتبار ساخت	۹۲
تقسیم‌بندی به اعتبار سیر تحوّل	۹۲
تقسیم‌بندی ابزار بر اساس نظریه مارشال مک لوهان	۹۳
تقسیم‌بندی ابزار به اعتبار حواس انسانی	۹۴
فصل سوم: نقش تبلیغ امام سجاد (ع) در حادثه کربلا	۹۵
بخش اول: ویژگی‌های تبلیغی امام سجاد (ع)	۹۷
مخاطب‌شناسی	۹۷
موقعیت اجتماعی و تاریخی کوفه	۹۷
موقعیت روانی مخاطبین	۹۸
شناخت ظرفیت مخاطبین	۹۹
درجه آگاهی و ایمان مخاطبین	۹۹
موقعیت مخاطبین امام سجاد (ع) در شام	۱۰۲
شجاعت و قاطعیت امام سجاد (ع)	۱۰۴
پاسخ شجاعانه و قاطعانه امام سجاد (ع) به ابن‌زیاد	۱۰۴
شجاعت و قاطعیت امام سجاد (ع) در مجلس یزید	۱۰۶
موقعیت‌شناسی از ویژگی مهم امام سجاد (ع)	۱۰۷
استفاده از موقعیت و فرصت مناسب برای ارائه پیام در شام	۱۰۸
استفاده از موقعیت‌های خاص	۱۱۲
تبلیغ در نگین انگشتر	۱۱۲
تبلیغ در مدینه	۱۱۲
بخش دوم: روش‌های تبلیغی امام سجاد (ع)	۱۱۴
روش همراهی	۱۱۴

صفحه	عنوان
۱۱۷	روش نفی و اثبات و استدلالی (ترکیبی)
۱۱۷	استفاده امام سجاده (ع) از روش ترکیبی نفی و اثبات و استدلالی در شام
۱۱۹	استفاده از روش ترکیبی (نفی و اثبات و استدلالی) در مسیر بازگشت به مدینه
۱۲۲	استفاده از روش خطابه
۱۲۵	روش الگویی امام سجاده (ع)
۱۲۵	فرهنگ حاکم بر جامعه عصر امام (ع)
۱۲۶	اسوه و حسنه بودن پیامبر اکرم (ع) از طرف خداوند و قرآن کریم ...
۱۲۷	استفاده از روش الگوی در مسجد شام
۱۳۰	روش استدلالی
۱۳۰	استفاده امام سجاده (ع) از روش استدلالی در مجلس ابن زیاد
۱۳۱	استفاده از روش استدلالی در شام
۱۳۵	استفاده از روش تحریک احساسات و عواطف توسط امام سجاده (ع) .
۱۳۸	استفاده از روش تحریک احساسات و عواطف توسط مبلغ امام سجاده (ع) «بشیرین خذلهم»
۱۳۹	استفاده از روش تحریک احساسات و عواطف توسط امام سجاده (ع) در بیرون از مدینه
۱۴۱	بخش سوم: ابزارهای تبلیغی امام سجاده (ع)
۱۴۱	شعر
۱۴۴	قرآن
۱۴۶	ابزارهای سنتی
۱۴۶	منبر

صفحه	عنوان
۱۴۶	شتر بی‌ساز و برگ (برهنه)
۱۴۷	کرسی (صندلی)
۱۴۹	خلاصه و نتیجه‌گیری
۱۵۲	مشکلات
۱۵۳	پیشنهادهای
۱۵۵	فهرست منابع

مقدمه

امروزه بسیاری از صاحب‌نظران دینی معتقدند که توانمندی هر جامعه دینی در حفظ ارزش‌ها، بر اساس آگاهی و به کارگیری شیوه و روش‌های تبلیغی اسوه‌ها و الگوهای آن جامعه دینی است.

از آن جایی که در سال‌های اخیر با توسعه ارتباطات و تغییرات فرهنگی، اجتماعی و سیاسی صورت گرفته در جامعه، بسیاری از ارزش‌ها، باورها، اعتقادات، دستخوش تغییر و تحول قرار گرفته و تحولات فوق همراه با تهاجم فرهنگی بیگانه، شکل جدیدی یافته است و دشمن سعی دارد با «تشکیک در افکار، ارزش‌ها، و باورها، به خصوص الگوها و اسوه‌های دینی جامعه اسلامی» زمینه نفوذ و سلطه فرهنگی، اجتماعی خود را فراهم نماید.

در این شبیخون همه جانبه، تبیین ارکان تبلیغی حادثه عاشورا، نقش بسزایی در افزایش و کیفیت کارآیی مبلغان دینی و جلوگیری از افت معنوی جامعه دارد. زیرا حادثه کربلا به عنوان «دژ مستحکم پایداری فرهنگی اسلامی شیعی» یکی از اهداف استراتژیک دشمن به حساب می‌آید.

یکی از ارکان تبلیغی حادثه کربلا، امام سجاد (ع) بودند. بررسی این نکته، آن حضرت از چه روش‌ها و ابزارهای در قبال حادثه عاشورا استفاده کردند و چه پیام‌ها و مواضعی در تبلیغات در مقابل هجوم تبلیغی دشمنان اتخاذ کردند. برای جامعه امروزی بسیار اهمیت دارد.

زیرا ترسیم و تبیین نقش تبلیغی امام سجاد (ع) در حادثه کربلا و

شناساندن شیوه‌ها و ابزارها و پرداختن به ارکان تبلیغی آن حضرت به عنوان یک الگوی تبلیغی، از اصولی‌ترین سرمایه تبلیغی جامعه اسلامی می‌باشد.

متأسفانه تبیین‌هایی که تاکنون درباره امام سجاد (ع) ارائه شده‌اند غالباً با دو محدودیت روش شناسانه مواجهند. بدین معنی که:

- یا نوشته‌های آن‌ها کمتر بر پایه اصول تبلیغی به صورت علمی منسجم و تئوریکی متناسب با شرایط زمانی برای پاسخگویی به شبهات فرهنگی تبلیغی جامعه امروزی هستند.

- یا آنکه دانشمندان و علمای مسلمان فقط به صورت تاریخی موضوع را مورد بررسی قرار داده‌اند.

در تحقیق حاضر کوشش بر آن است اصول علمی مناسب جهت مبلغان دینی جامعه برای به کارگیری در یک فرایند تبلیغی مؤثر در مقابل نفاق و ریاکاری مدعیان حمایت از اسلام و جلوگیری از تحریف قیام عاشورا با تبلیغات پروپاگاندای آنان ارائه دهد.

چنان که قبلاً اشاره شد حادثه کربلا در مقابله با یکی از گسترده‌ترین شبکه‌های ریاکاری و مردم‌فریبی و نفاق که از زمان معاویه شکل گرفته بود به وجود آمد و هدف اصلی این نوشته شناسایی نقش تبلیغی مبلغ کربلا امام سجاد (ع) در این حادثه است. که به صورت توصیفی و تحلیلی با استفاده از منابع دست اول و موثق مورد بررسی قرار گرفته است.

بررسی وقایع کربلا ایجاب می‌کند که ما نحوه بررسی خود را به جهت روشی و از محدوده و از نظر سطوح نگرش با رویکرد تبلیغی به مسئله تفکیک نماییم.

از نظر محدوده وقایع کربلا را می‌توان به سه مرحله تقسیم کرد.

۱ - محدوده موضوعی: تبیین نقش تبلیغی حضرت امام سجاد (ع) در حادثه کربلاست.

۲ - محدوده زمانی: از تاسوعای محرم سال ۶۱ هجری تا بازگشت امام سجاد (ع) به مدینه و اربعین ۶۱ به روایتی ۶۲ هجری)

۳ - محدوده مکانی: این محدوده از کربلا تا کوفه - مسیر کوفه تا شام و مسیر شام تا مدینه را شامل می‌شود.

از نظر سطوح نگرش با رویکرد تبلیغی نیز باید توجه خود را به چند حیطه معطوف نماییم.

۱ - رهبران به وجود آورنده قیام، اهداف، برنامه‌ها، روش‌ها، ابزارها و توانایی‌های آنها از نظر تبلیغی

۲ - جامعه‌ای که در آن حادثه صورت گرفت، یعنی شرایط و دینامیزم خاص آن جامعه که از یک طرف بر روی مردم آن جامعه و اقدامات بعدی آنها بعد از حادثه، از طرف دیگر بر روی نتایج مثبت و به وجود آوردن شرایط تبلیغی برای مبلغان تأثیر می‌گذارد.

همچنین عواملی که از خارج از جامعه بر روی این فعل و انفعالات از نظر تبلیغی مؤثرند - یعنی شرایط سایر بلاد اسلامی.

در بررسی سیستماتیک این عوامل و پرداختن به این مسئله که امروزه حوزه فرهنگ و تبلیغات دینی با تغییرات و تحولات در محیط پیرامون خود روبه‌رو شده است. مسایل مانند تهاجم فرهنگی، دین‌گریزی نسبی جوانان، ابزارهای نوین تبلیغ، از قبیل ماهواره، اینترنت، معضلات و شبهات فکری در عرصه دین به وجود آورده است و در چنین شرایطی ضرورت بهره‌گیری صحیح از تکنیک، روش‌ها و ابزارها و نقش تبلیغی اولیاء خدا و اوصیاء بیش از پیش احساس می‌گردد. پژوهش حاضر با دید علمی به نقش تبلیغی امام سجاد (ع) در حادثه کربلا برای پاسخگویی به معضلات مذکور و تبلیغات ریاکاری و نیرنگ دنیای امروز بسیار مؤثر بوده و اصولی است برای مدیریت راهبردی در اختیار مبلغان دینی.

از نظر ساختاری این نوشته مشتمل بر سه فصل، فصل اول دربرگیرنده سه بخش، فصل دوم و سوم نیز هر کدام دارای سه بخش می‌باشند که به صورت روابط علی و معلولی و هم توالی تاریخی مورد بحث قرار گرفته‌اند که عوامل مطرح شده در بخش‌های مکمل هم بوده که مهم‌ترین آنها عامل استفاده تبلیغاتی بنی‌امیه از نادانی و جهالت مردم برای به‌وجود آمدن حادثه کربلا بوده که بقیه موارد از اینجا سرچشمه می‌گیرد.

امام سجاد (ع) با اطلاع از این موارد نقش بسزایی تبلیغی را ایفا نمود که باعث تغییر نگرش مخاطبین و در نتیجه به وجود آمدن قیام‌های متعدد و سرنگونی بنی‌امیه شد.

پیشگفتار

سپاس و امتنان فراوان و بی‌پایان خالق منان را که با لطافت و ظرافت تمام، جهان و هر چه در آن است، از هیچ آفرید و با عنایت، نور هدایت بر آن تابد، تا در پرتو آن از موهبات او بهره گرفته و در آن در نهایت خود او را جویند.

هم او تقدیرش ایجاب نمود تا بر انسان این نعمت ببخشد که او را به فکر و عقل بیشتر بیاراید و تا از این راه او را بیازماید و از طرفی حکمت واسعه و انوار ساطعه خود را از طریق انبیاء مکرم و مجهز به کتب منور و جانشینان آنها، امامان را راهنمای او ساخت، تا با فکر و عقل از بیش التفات نموده و از روش‌ها و ویژگی‌های اخلاقی در رفتار آنها بهره گیرند و راه راست را در پیش. حکمت واسعه الهی گر چه در کتب منوره ترسیم گشته، اما پیشوایان با تقبل زحمات زیاد و تفکر و تفحص بسیار در درک عظمت آن و در تشریح بیشتر و تفهیم بهتر آن به دیگران کوشیده‌اند.

اما عمر انسان در تفحص و درک عظمت و حکمت بیکرانیش بسیار محدود است و هر چه بیشتر تفحص شود بینهایتش مشخص‌تر و ملحوظ‌تر می‌گردد و از این طریق بوده که رشته‌های مختلف علمی تخصصی پدید آمدند. این رشته‌های علمی هر یک رسالت خاصی در درک عظمت، حکمت و معرفت الهی دارند.

در رشته تبلیغات اسلامی نیز یک رسالت خاصی وجود دارد که آن را

نسبت به بقیه رشته‌ها بیشتر متمایز می‌سازد. آن آگاهی و بینش و بیرون آوردن انسان از ظلمات و بردن و هدایت به سوی نور است در حقیقت دعوت‌کننده و هدایت‌گر است.

امروزه بسیاری از مسئولین و افراد روشنفکر جامعه اسلامیمان، پس از مواجهه و آزمایش و خطاهای زیاد بعد از انقلاب در جهت تهاجم فرهنگی دشمنان انقلاب، اکنون پی برده‌اند دانش‌های دیگر راهی برای نجات از این تهاجمات نشان نمی‌دهند باید این راه حل‌ها را از طریق رشته‌های مانند تبلیغات بالاخص تبلیغ الگوها و اسوه‌ها در جامعه اسلامی جستجو کرد.

از این رو اکثر علاقمندان بالاخص جوانان، خوشبینانه دست به سوی متخصصین فن دراز می‌کنند، غالباً مایوس باز می‌گردند. زیرا از یک طرف آنها با مشت‌های کالی و یا کلمات «قلنبه» و به کار بردن برخی اصطلاحات نامفهوم پر و پاگاندای غربی سرگرم می‌کنیم و از طرفی دیگر، گاهی نادانی آنها و اهمیت خود را به نمایش می‌گذاریم. اما کمتر می‌توانیم راه حل عملی برای حل مسئله به آنها نشان دهیم و الگوها و اسوه‌های اسلامی و شیعی را به آنها بشناسانیم.

از این طریق نه تنها ارزش تبلیغات اسلامی به خصوص شناختن اسوه‌ها و الگوهای تبلیغی برای آنها جا نمی‌افتد بلکه آنها را در مسیری که دشمن می‌خواهد سوق می‌دهد. زیرا الگوها و تعاریف آنها را از مبلغین به خورد جوان‌هایمان داده‌ایم و نتیجه آن می‌شود که بیش رو داریم.

ما باید ثابت کنیم که شناخت شخصیت‌های نامدار و افراد مؤثر در آن، مقدمه لازم برای شناخت «متن اسلام» است. تا آن جا که می‌توان به جرأت ادعا کرد، بدون دریافت صحیح و دقیق ویژگی‌های مبلغان اسلام، نمی‌توان حقایق و واقعیت‌های این آئین را لمس کرد.

متأسفانه روی امر تبلیغات اسلامی، به صورت سازمان یافته و شناساندن

مبلغین آن به شیوه‌های علمی و دقیق، کار چشمگیری انجام نشده است و روند تبلیغات به صورت خودجوش و بدون ضابطه انجام یافته و بر اساس اصول تخصصی و برنامه‌ریزی و شناخت نیازها استوار نبوده است.

بر این اساس بر آن شدیم تا برای اولین بار به صورت علمی مسئله نقش مبلغ بزرگ عاشورا را در ابعاد مختلف بررسی نمود و با تکیه بر متون موجود به نقش آن حضرت در رساندن پیام خونین کربلا و روش‌ها و ابزارها و سایر ارکان تبلیغ اشاره نماییم.

چهارچوب این تحقیق را سه فصل و نه بخش تشکیل داده است که فصل اول به معرفی مختصر آن حضرت و مسایل اجتماعی، سیاسی و مذهبی دوران نوجوانی آن امام (ع) پرداخته شده است.

اختصاراً به علت قیام سالار کربلا حضرت امام حسین (ع) پرداخته‌ایم که هر روز بر حیات اسلام می‌گذشت، حیل‌ها و شیوه‌های تازه‌ای برای مجعول کردن احادیث و فرمایشات پیامبر (ع) به کار گرفته می‌شد و ارزش‌های واقعی اسلام تغییر یا کم‌رنگ می‌گردید و در پی فرایند تغییر ارزش‌ها، بر اثر تبلیغات منفی امویان، ثروت، مقام، جاه‌طلبی به ارزش تبدیل و دارندگی، برارندگی می‌شد و رقابت بر سر عناصر ارزشی (مادی) منجر به مقابله و جنگ با اولیاء خدا و خاندان پیامبر گرامی اسلام می‌شد.

و امام حسین (ع) برای حمایت از اسلام راستین به‌پا خاست و مبارزه خونین خویش را آغاز نمود که امام سجاد (ع) در این جریان مبارزه نظاره‌گر است تا بتواند پیام این قیام خدایی را به جامعه و نسل آینده برساند.

در فصل دوم به تعاریف و ماهیت تبلیغ و رابطه آن با علوم و فنون دیگر پرداخته شده و موضوعات و بنیان‌هایی که در سایر بخش‌ها و به خصوص ارکان تبلیغ به صورت مفصل مورد بحث و بررسی قرار گرفته است و با دیدگاه‌های مختلف تحلیل و نقد نیز در خصوص مواردی از عناصر تبلیغ

پرداخته شده که مهم‌ترین آنها روش‌ها - ابزار و پیام سه عنصر اصلی تبلیغ می‌باشد. در خلال این مباحث نیز بررسی شیوه‌ها و روش‌های نوین برای تطبیق با روش‌های اسلامی پرداخته‌ایم.

در فصل سوم، خواهیم دید که چگونه مبلغ کربلا، حضرت امام سجاد (ع) با استفاده از این روش‌ها و ابزارها با توجه به ویژگی‌های خاص مبلغ، توانست واقعیت‌های که دستخوش توطئه‌های هوس‌پرستان گشته و تحریف و دروغ آنها را در مقابل مردم حایل شده و پوشانده بود نشان داده و تبلیغات القایی دشمن را افشاء نماید و نتیجه آن به وجود آمدن شورش‌ها و قیام‌های متعدد در کوفه و مدینه و شام علیه یزید بود.

با عنایت به اینکه هیچ نوشته‌ای و مجموعه‌ای همواره کامل و مطلق نبوده است نوشتار حاضر نیز تابع این اصول انکارناپذیر است. ولی تلاش و هدف آن است، نسبت به موضوع این نوشتار، افق روشن در ذهن سایر دانشجویان گرامی ایجاد شده و دیگر محققان محترم را تشویق نماید تا با دید باز و وسیع‌تری نقش تبلیغی سایر امامان (ع) و ابعاد مختلف آنان را مورد توجه قرار دهند.

امید است اساتید محترم با عنایتی که به این نوشتار می‌رسانند با راهنمایی و هدایت ارزشمند خود در رفع معایب و نواقص ما را یاری نمایند.

بختیار کرمی

تهران: بهمن ۱۳۸۴