



# Horizon of Propagation

---

Volume 1 ● No 4 ● Autumn 2020

## Requirements of Propagation and Religious Preacher from the Perspective of the Qur'an

Alijan Karimi\*

### Abstract

Propagation in the Holy Qur'an has been considered in various aspects. The content of the propagation, its methods, and tools, as well as the requirements of the preacher, each in turn have a worthy place. This paper seeks to examine a number of Qur'anic verses related to religious propagation in a descriptive-analytical method and by referring to some interpretations answers the following questions. 1. What is the status and importance of propagation? 2. What tools can be used in propagation? 3. What are the requirements for propagation and the preacher? The mission of a religious preacher is to receive the message completely and correctly and to convey it to the recipient of the message through appropriate methods and tools. Although speech and writing are the best and most accessible tools, but the religious preacher, considering the content of the message, the diversity of the audience and the developments of the time, needs to take a specialized look at the propagation and in this way, use various tools and methods. What causes the effect of the preacher's speech on the audience is self-creation, sincerity, fear of God, being an agent and using various methods according to the time, place, and circumstances of the audience.

### Keywords

Propagation, preacher, requirements of propagation, the Qur'an.

---

\* Level 4 (PhD) of Islamic Seminary of Qom, researcher of the Research Center of Qur'anic Culture and Sciences.



## بایسته‌های تبلیغ و مبلغ دینی از منظر قرآن

علیجان کریمی\*

### چکیده

تبلیغ در قرآن کریم، از جهات مختلفی مورد توجه قرار گرفته است. محتوای تبلیغ، روش‌ها و ابزارهای آن، همچنین بایسته‌های مبلغ، هر یک به نوبه خود جایگاه شایسته‌ای دارند. این نوشتار، بر آن است که شماری از آیات مربوط به تبلیغ دینی را با روش توصیفی - تحلیلی و با مراجعه به برخی تفاسیر بررسی کرده و به چند پرسش پاسخ دهد: ۱. تبلیغ از چه جایگاه و اهمیتی برخوردار است؟ ۲. از چه ابزارهایی در تبلیغ می‌توان بهره برد؟ ۳. بایسته‌های تبلیغ و مبلغ کدام‌اند؟

رسالت مبلغ دینی، دریافت کامل و درست پیام و انتقال آن با روش‌ها و ابزارهای مناسب به گیرنده پیام است. اگرچه گفتار و نوشتار برترین و رساترین ابزارها هستند، ولی مبلغ دینی با توجه به محتوای پیام، تنوع مخاطب و تحولات زمانه، ضرورت دارد به تبلیغ نگاه تخصصی کند و در این راه، از ابزارها و شیوه‌های متنوع استفاده نماید. آنچه سبب تأثیر بیان مبلغ در مخاطب می‌شود، خودسازی، اخلاص، خداترسی، عامل بودن و استفاده از روش‌های متنوع به اقتضای زمان، مکان و شرایط مخاطب است.

### کلیدواژه‌گان

تبلیغ، مبلغ، بایسته‌های تبلیغ، قرآن.

\* دانش‌آموخته سطح ۴ حوزه علمیه قم، پژوهشگر پژوهشکده فرهنگ و معارف قرآن: alijankarimi5@gmail.com



## مقدمه

تبلیغ، به معنای کوشش برای رساندن چیزی به صورت کامل و به قدر کفایت است و در اصطلاح، رساندن پیام از پیام‌دهنده به پیام‌گیرنده است و تبلیغ دینی، رساندن پیام‌های دین به انسان‌هاست. در موضوع تبلیغ دینی و نیز تبلیغ در قرآن، کتاب‌هایی به نگارش در آمده است؛ از جمله: تبلیغ بر پایه قرآن، حدیث و تاریخ، تبلیغ در قرآن، تاریخ تبلیغ دین از منظر دین، پژوهش در تبلیغ، تبلیغ اسلامی و دانش ارتباطات اجتماعی، شرایط موفقیت تبلیغ، اسوه‌های قرآنی و شیوه‌های تبلیغی. از آثار یاد شده، سه اثر قابل توجه بوده و مطالعه آنها به مبلغان توصیه می‌شود.

۱. تبلیغ دین از منظر دین: تألیف حمید نگارش، رضا رحمتی و سید علی مقیمی فرد، ناشر: زمزم هدایت، تهیه‌کننده: پژوهشکده تحقیقات اسلامی، ۱۳۸۳ ش. در کتاب حاضر، راهکارهای عملی تبلیغ دین بررسی شده است. در مقدمه این اثر، با اشاره به آثار تألیف‌شده در موضوع تبلیغ دینی، هیچ‌کدام را جامع، کاربردی و برخوردار از روش‌های نوین ندانسته‌اند (همین اثر، ص ۱۶). در این کتاب، سعی شده اصول تبلیغ و راهکارهای آن با توجه به آیات قرآن، روایات، سیره پیامبر اکرم صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ و ائمه معصومین عَلَيْهِمُ السَّلَام به صورت کاربردی به خوانندگان محترم ارائه گردد. این اثر، در شش فصل تنظیم شده است: کلیات، پیام، پیام‌گذار، پیام‌گیرنده، شیوه‌های تبلیغ و ابزارهای تبلیغ دینی. مطالب کتاب به‌خوبی دسته‌بندی شده و نثری روان دارد.

۲. تبلیغ بر پایه قرآن، حدیث و تاریخ: نوشته محمد محمدی ری‌شهری، مترجم: علی نصیری، ناشر: مؤسسه علمی - فرهنگی دارالحدیث، قم، چاپ چهارم، ۱۳۷۸ ش. پس از مقدمه و پیشگفتار و اشاره به نکات کلی، مطالب خود را در باره جایگاه تبلیغ و مبلغ و آداب و ابزار تبلیغ، در هشت فصل سامان داده و ذیل هر فصلی، موضوعات فرعی بسیاری با ذکر آیات و روایات آمده است.

۳. تبلیغ در قرآن: تألیف علی اصغر الهامی‌نیا، تهیه‌شده از سوی مرکز تحقیقات اسلامی، معاونت متون آموزشی و کمک‌آموزشی. در مقدمه آن، اشاره شده: تلاش جزوه حاضر، این است که با استمداد از آیات قرآن و تفسیر روایی آنها، تبلیغ و ارکان آن بررسی شود. در پایان هر فصل، سؤالاتی طرح شده است.

افزون بر آثار یادشده، مقالات مختلفی در این باره ثبت شده است؛ برای نمونه می‌توان به این

موارد اشاره کرد:

- «ویژگی‌های مبلغان و معیارهای تبلیغ در قرآن»، نوشته عبدالرحیم پاک‌نیا؛

- «ابزارها و شیوه‌های تبلیغ دینی»، نوشته ناهید طیبی؛

- «منش روحانی و آداب تبلیغ»، نشر فصلنامه علمی - ترویجی میقات حج.

۱۱



این نوشتار، بر آن است تا بر اساس بررسی قرآنی، ضرورت بهره‌گیری از ابزارهای متنوع را در تبلیغ و نیز بایسته‌های مبلغان دینی را تبیین کند. وجه تمایز این نوشته با سایر آثار مرتبط با موضوع تبلیغ، تأکید بر لزوم استفاده از ابزارهای متنوع و نوین است. با توجه به مفهوم‌شناسی واژه «تبلیغ» و مفاهیم مرتبط با آن، به نظر می‌رسد همه ابزارهای تبلیغ، اعم از سخن و نوشتار و در قالب‌های مختلف و متنوع صوتی و تصویری و گرایش‌های مختلف معرفتی، مصداق بیان بوده و مبلغ دینی در صورتی موفق است که با رعایت بایسته‌های تبلیغ، به فضایل اخلاقی مانند: خودسازی، خداترسی، اخلاص و سنجیده عمل کردن آراسته باشد. امید است که نوشتار پیش‌رو، برای مبلغان عزیز قابل استفاده باشد.

## ۱. مفاهیم و ضرورت‌ها

در تمام کاربردهای واژه «بلغ» و مشتقات آن، معنای وصول و رسیدن، وجود دارد؛ مثلاً: «بَلَّغْتُ الْمَكَانَ»، یعنی به مکان مورد نظر رسیدم. بلاغت نیز به این معناست که گوینده مراد خود را برساند. بنابراین، تبلیغ، مصدر باب تفعیل، به معنای کوشش برای رساندن چیزی به صورت کامل و به قدر کفایت است. بلاغ نیز به همین معناست (ابن فارس، ۱۳۹۹، ج ۱، ص ۳۰۱). تبلیغ در اصطلاح، رساندن یک پیام از کسی به دیگری است.

واژگان إعلام، دعوت و پاره‌ای از مشتقات آنها، گاهی در معنایی نزدیک به معنای تبلیغ کاربرد دارند. إعلام، به معنای خبر رساندن و اطلاع‌رسانی است (ابن منظور، ۱۴۱۴، ج ۱۲، ص ۱۴۸). واژه «دعوت» گاهی به معنای فراخوان و خواندن کسی و درخواست توجه او آمده است (فیومی، ۱۴۱۴ق، ج ۲، ص ۱۹۴). در قرآن آمده است: «ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ» (نحل، آیه ۱۲۵). همچنین، از قول حضرت نوح علیه السلام چنین نقل شده است: «رَبِّ إِنِّي دَعَوْتُ قَوْمِي لَيْلًا وَ نَهَارًا» (نوح، آیه ۵). در روایات نیز به همین معنا آمده است؛ مثلاً در روایتی آمده است: «وَكُونُوا دُعَاةً إِلَى أَنْفُسِكُمْ بِغَيْرِ أَلْسِنَتِكُمْ» (کلینی، ۱۴۳۰ق، ج ۲، ص ۷۷؛ برقی، ۱۳۵۸ش، ج ۱، ص ۱۸)؛ و دعوت‌کننده مردم به سوی



خودتان (دین‌داری و اخلاق نیک) باشید؛ با غیر زبان‌هایتان.» همچنین، مفاهیم: تذکر، تبشیر، انذار، امر به معروف و نهی از منکر در قرآن و روایات با موضوع تبلیغ مرتبط‌اند.

### - اهمیت تبلیغ

در موضوع تبلیغ و پیام‌رسانی، نقش اصلی با پیام‌رسان است. اوست که باید پیام را درست و کامل دریافت کرده و با حفظ آن به دیگران برساند. برگزیدن افرادی به عنوان پیام‌آوران الهی در طول تاریخ، از مهم‌ترین موضوعاتی است که در منابع دینی مورد توجه قرار گرفته است. گسترش خداشناسی، عقیده به معاد و آشنایی با هزاران مسائل اصلی و فرعی دیگر در حوزه معارف الهیاتی و دینی، به فعالیت‌های تبلیغی پیامبران الهی برمی‌گردد. قرآن کریم نیز بر سنت الهی در ارسال رسل برای رساندن پیام‌های خدا تأکید کرده و فرموده است: <sup>۱</sup> «آری، امت‌هایی را پس از نوح پدید آوردیم و فرستادگان خود را پایی به رسالت فرستادیم» (مؤمنون، آیه ۴۴). در نهج البلاغه نیز اشاره شده: «هیچ‌گاه نبود که خدا آفریدگان را بی‌پیامبر بدارد، یا کتابی در دسترس آنان نگذارد، یا حجتی بر آنان نگمارد، یا از نشان دادن راه راست دریغ دارد» (شهیدی، ۱۳۷۸ش، ص ۶). رسالت اصلی پیامبران، ابلاغ پیام‌های خدا بوده است؛ بدون اینکه جز از خدا بیمی داشته باشند <sup>۲</sup> (احزاب، آیه ۳۹). مهم‌ترین پیام آنان چه بوده است؟ قرآن چنین پاسخ می‌دهد: <sup>۳</sup> «و قطعاً، در میان هر امتی پیامبری برانگیختیم با این پیام که: خدا را پرستید و از هر معبودی جز او، دوری گزینید» (نحل، آیه ۳۶).

قرآن کریم از تبلیغ معارف دینی، با لفظ «جهاد» یاد کرده است: «فَلَا تُطِعِ الْكَافِرِينَ وَ جَاهِدْهُمْ بِهِ جِهَادًا كَبِيرًا» (فرقان، آیه ۵۲)؛ از کافران اطاعت مکن و به وسیله قرآن، با آنان جهادی بزرگ بنما. «پیامبر ﷺ موظف بود نهایت کوشش خود را در تبلیغ معارف دینی به کار گیرد (طباطبایی، ۱۳۹۰ق، ج ۱۵، ص ۲۲۹). مراد از جهاد کبیر در این آیه شریفه، مبارزه تبلیغاتی با کافران و دشمنان اسلام است. طبرسی با استناد به آیه یادشده، جهاد علمی متکلمان در پاسخگویی به شبهات و ابطال دیدگاه‌های دشمنان دین را در شمار مهم‌ترین و ارزشمندترین جهادها به شمار آورده است (طبرسی، ۱۳۷۲ش، ج ۷، ص ۲۷۳).

۱. «ثُمَّ أَرْسَلْنَا رُسُلَنَا تَتْرًا.»

۲. «الَّذِينَ يَبْلُغُونَ رِسَالَاتِ اللَّهِ وَ يَخْشَوْنَهُ وَ لَا يَخْشَوْنَ أَحَدًا إِلَّا اللَّهَ.»

۳. «وَ لَقَدْ بَعَثْنَا فِي كُلِّ أُمَّةٍ رَسُولًا أَنْ اعْبُدُوا اللَّهَ وَ اجْتَنِبُوا الصَّاغُوت.»

## ۲. ابزارها

تبلیغ، رساندن پیام است و برای رساندن آن، نیازمند ابزار هستیم. مهم‌ترین ابزار، قدرت بیان است که در سرشت انسان نهفته است<sup>۱</sup> (الرحمن، آیه ۱-۴). بیان، یعنی کشف از چیزی. به ابزار کشف نیز بیان گفته می‌شود. بنابراین، بیان، فراتر از نطق است و شامل: گفتار، نوشتار، اشاره و... می‌شود (راغب، ۱۴۱۶ق، ص ۱۵۶). تعلیم بیان به انسان، تکوینی است؛ یعنی خدا به وی توان تمییز داده و می‌تواند مفاهیم را بازشناسی، تفکیک و به دیگری تفهیم کند (طوسی، بی‌تا، ج ۹، ص ۴۶۳). انسان‌ها به الهام الهی می‌توانند هم درک کنند و هم درک خود را به دیگری از راه‌های مختلف مانند: گفتار، نوشتار، علامت و یا هر وسیله دیگر، منتقل کنند (طبرسی، ۱۳۷۲ش، ج ۹، ص ۲۹۹؛ طباطبایی، ۱۳۹۰ق، ج ۱۹، ص ۹۵؛ وهبه زحیلی، ۱۴۱۸ق، ج ۲۷، ص ۱۹۷). همین توان فطری انسان بر ابزار مفاهیم ذهنی، از آیات الهی به شمار آمده است (روم، آیه ۲۲؛ طباطبایی، ۱۳۹۰ق، ج ۱۹، ص ۹۵)؛ چه با سخن و به صورت‌های مختلف خطابی، ادبی، حماسی، موعظه، جدل، احتجاج، تلاوت و یا قرائت باشد و چه به شکل قلم و نوشتار، و به‌طور کلی، صوتی و تصویری که می‌تواند به صورت‌های متنوع باشد؛ هرکدام از این ابزارها در جای خود ارزشمند بوده و به تناسب زمان، مکان و مخاطب می‌تواند حامل پیام و پیام‌رسان باشد. به فرموده امام باقر علیه السلام:

«بیان، ستون علم است» (مفید، ۱۴۱۳ق، ص ۲۴۵).<sup>۲</sup>

### ۱-۲. سخن

می‌توان ادعا کرد که از میان روش‌های تبلیغ و اطلاع‌رسانی، مهم‌ترین آنها سخن گفتن است. از آغاز تاریخ تا به حال، سخن و گفتار، مهم‌ترین ابزار ارتباطی بشر برای انتقال مفاهیم ذهنی بوده است. این موضوع تا بدانجا اهمیت دارد که در تعریف منطقی از انسان گفته شده: حیوان ناطق. در واقع، ویژگی نطق، او را از دیگر حیوانات متمایز می‌سازد. البته این تعریف به این سبب است که مقصود از نطق را ادراک کلیات گرفته‌اند (مطهری، شرح منظومه، ج ۱، ص ۱۲۲) که بر مراد گوینده دلالت دارد (راغب، ۱۴۱۶ق، ص ۸۱۱). نام مقدس‌ترین و ارزشمندترین کتاب آسمانی، کلام‌الله (سخن خدا) (توبه، آیه ۶؛ فتح، آیه ۱۵) و قرآن است (بقره، آیه ۱۸۵؛ نساء، آیه ۸۲؛ یونس، آیه ۶۱). قرآن،

۱. «الرَّحْمَنُ. عَلَّمَ الْقُرْآنَ. خَلَقَ الْإِنْسَانَ. عَلَّمَهُ الْبَيَانَ.»

۲. «الْبَيَانُ عِمَادَةُ الْعِلْمِ.»



مصدر و به معنای خواندن است (راغب، ۱۴۱۶ق، ص ۶۶۹؛ الصحاح: تاج اللغة و صحاح العربية، ج ۱، ص ۶۴). واژگان بسیاری در ارتباط با سخن در قرآن آمده است؛ برای نمونه، «لسان» (بلد، آیه ۹)، «نطق» (ذاریات، آیه ۲۱)، «تلاوت» (کهف، آیه ۲۷)، «قرائت» (علق، آیه ۳) و «قول» (ق، آیه ۱۸)، «کلام» (هود، آیه ۱۰۵)، «حدیث» (نساء، آیه ۴۲)، «بیان» (الرحمن، آیه ۴) و «افواه» (یس، آیه ۶۵) که از بسامد بسیار آنها در قرآن، می‌توان به اهمیت سخن و نقش آن در زندگی و روابط انسان‌ها پی برد.

روشن‌ترین و برترین مصداق «بیان» که از نعمت‌های خدای رحمان شمرده شده (الرحمن، آیه ۴)، نعمت سخن است؛ نعمتی که شایسته امتنان از سوی خداست: «أَلَمْ نَجْعَلْ... وَ لِسَانًا وَ شَفَتَيْنِ» (بلد، آیه ۸-۹)؛ مگر برای او یک زبان و دو لب نیافریده‌ایم که با آنها سخن گوید و آنچه را در دل دارد، بیان کند.

## ۲-۲. ارزش شیوایی سخن

سخن، هرچه شیواتر و رساتر باشد، ارزشمندتر و نافذتر است. از این‌رو، هنگامی که خدای سبحان حضرت موسی عَلَيْهِ السَّلَامُ را به پیامبری برگزید، از خدا خواست تا زبانی گویا به وی عطا نماید و لکنت او را برطرف کند و رسا سخن بگوید (طه، آیه ۲۷-۲۸) و چون برادرش از وی فصیح‌تر بود، از خدا خواست او را به کمک وی بفرستد تا او را تصدیق کند و پیامش را بیان کند (قصص، آیه ۳۴)؛<sup>۱</sup> زیرا حضرت موسی عَلَيْهِ السَّلَامُ بیم آن داشت که او را تکذیب نمایند و نتواند درستی مدعای خویش را بیان کند (طباطبایی، ۱۳۹۰ق، ج ۱۶، ص ۳۴). سخنران افزون بر معلومات، ضرورت دارد در ابراز معلومات و ساختاردهی به آنها و مراعات مقتضای حال، تخصص داشته باشد. مبهم‌گویی، دوپهلوی حرف زدن و نیز استفاده از کلمات پیچیده و گنگ، از آسیب‌های سخنرانی است. به گفته شهید مطهری، اسلام، یک دین ناطق است و همه شعارهایش هم شعارهای زبان‌دار است و با انسان سخن می‌گوید (مطهری، پانزده گفتار، ص ۱۸۷). سخن باید به گونه‌ای باشد که در جان مخاطب نفوذ کند و او را تحت تأثیر قرار دهد. خدا خطاب به حضرت رسول صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فرموده است: «وَ قُلْ لَهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا» (نساء، آیه ۶۳)؛ با آنان سخنی بگویی که بر دل‌هایشان نشیند. نمونه موعظه اثرگذار، خطبه امیر مؤمنان عَلَيْهِ السَّلَامُ در وصف متقین است که هم‌ام

۱. «وَ أَخِي هَارُونُ هُوَ أَفْصَحُ مِنِّي لِسَانًا فَأَرْسَلْهُ مَعِيَ رِدْءًا يُصَدِّقُنِي.»

با شنیدن آن، چنان متحول شد که بیهوش گشت. امام علی علیه السلام فرمود: «نگران چنین وضعیتی بودم» و سپس فرمود: «نصیحت‌های رسا با اهل خود چنین می‌کند» (نهج البلاغه، خ ۱۹۳، ص ۳۰۶).<sup>۱</sup>

## ۲-۲. نوشتار

خدا به قلم و نوشتار سوگند یاد کرده است<sup>۲</sup> (قلم، آیه ۱)؛ چنان‌که به خود و آفریدگانش مانند: خورشید، ماه، روز، شب، آسمان، زمین و جان آدمی سوگند یاد نموده است (شمس، آیه ۱-۷). در حدیثی از امام باقر علیه السلام، قلم در آیه یادشده به ابزار نوشتن تفسیر شده و فلسفه سوگند خدا به آن، به دلیل فواید بسیار قلم برای مردم دانسته شده است؛ زیرا انسان برای ادای آنچه در ضمیرش هست، دو زبان دارد: بیان و بنان. بنان، یعنی انگشت که کنایه از قدرت نوشتاری است. بُرد قلم در انتقال پیام، بیشتر است؛ از این جهت که دانش و پیام را از گذشتگان به آیندگان و در جغرافیای وسیع پراکنده می‌کند و با قلم است که احکام الهی حفظ شده و امور جهانیان سامان می‌یابد (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۵۷، ص ۳۶۲).

قلم و نوشتن، از جهت اهمیت، دست‌کمی از سخن ندارد؛ زیرا از بزرگ‌ترین نعمت‌های الهی است که خدا بشر را به آن رهنمون کرده و به وسیله آن می‌تواند هر حادثه‌ای را که در پس پرده مرور زمان و بُعد مکان قرار گرفته، نزد خود حاضر سازد (طباطبایی، ۱۳۹۰ق، ج ۱۹، ص ۳۶۸). استفاده از نوشته برای پیام‌رسانی، از قدیمی‌ترین روش‌هایی است که در اقوام و ملت‌ها جاری بوده است. در ادیان مختلف، کتاب و نوشته، اصلی‌ترین وسیله حفظ و گسترش پیام بوده است. همه پیامبران دارای کتاب بوده‌اند (حدید، آیه ۲۵). از این‌رو، قرآن کریم تعابیر: «اهل الکتاب»، «الذین اوتوا الکتاب»، «الذین آتیناهم الکتاب» و... را در باره پیروان انبیا فراوان به کار برده است. کتابت، در اصل به معنای سامان‌دهی مطالبی با خط است و کتاب، اسم برای صحیفه همراه با نوشته است (راغب، ۱۴۱۶ق، ص ۶۹۹).

کتاب و مشتقات آن، ۳۱۹ بار در قرآن آمده که بیانگر اهمیت نوشته در گسترش فرهنگ دینی است. از کتب انبیا با نام صُحُف (اعلی، آیه ۱۹؛ نجم، آیه ۳۶؛ بینه، آیه ۲)، و از کتاب تورات با نام الواح

۱. «هَكَذَا تَصْنَعُ الْمَوَاعِظُ الْبَالِغَةَ بِأَهْلِهَا.»

۲. «ن وَالْقَلَمِ وَمَا يَسْطُرُونَ.»





(اعراف، آیه ۱۴۵، ۱۵۰ و ۱۵۴) نیز یاد شده است. حضرت سلیمان علیه السلام برای رساندن پیام خود به ملکه سبا، از نامه و هدهد بهره گرفت (نمل، آیه ۲۸-۳۰).

برخی معتقدند مقصود از «و كِتَابٍ مَّسْطُورٍ. فِي رَقٍّ مَّنْشُورٍ» (طور، آیه ۲-۳)، سوگند به قرآن است که مؤمنان آن را در صفحاتی نگاشته و برای قرائت پخش می کنند (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۵۷، ص ۳۶۰). این سوگند، بیانگر ارزش هر نوشتار و ابزار نوشتاری است که همانند قرآن هدفش تربیت و هدایت انسان‌ها باشد. از آنجاکه اسلام دین جهانی و جاودانگی است، هر ابزاری که بتوان با آن فرهنگ قرآن را گسترش داد، ارزشمند است.

#### ۴-۲. ابزارهای نوین

برای تبلیغ و رساندن پیام، می توان از ابزارهای متناسب با اقتضائات زمان و مکان و تنوع مخاطبان بهره برد. ابزار، اصالت و قداست ندارد. همان گونه که وسایل حمل و نقل تغییر کرده، وسایل تبلیغ و رسانه نیز تحول یافته است. قرآن کریم فلسفه خلقت چارپایان را کم کردن زحمت آدمیان برای حمل بار از جایی به جایی بیان کرده است (نحل، آیه ۷)؛ در وسایل پیام رسانی اگر وسیله ای زحمت و مشقت مبلّغ به معنای اعم آن (پیام رسان) را کاهش دهد، ارزشمند است. از این رو، امروزه ضرورت دارد مبلّغان با ابزارهای نوین و روش بهره برداری از آنها در جهت تبلیغ آشنا شوند. سوگمندان، برخی در مقابل هر امر نوپدید مقاومت می کنند و اصرار بر استفاده از روش های قدیمی دارند. مخالفان انبیا نیز جدید بودن پیام وحی را بر نمی تافتند و به همین دلیل، با آن به مخالفت بر می خاستند (انبیا، آیه ۲).

وقتی ما می توانیم با استفاده از بسترهای متنوع اینترنت در زمان اندکی به اطلاعات فراوانی دسترسی داشته باشیم و پیام خود را به مخاطبان فراوانی برسانیم، چرا نباید از این وسیله استفاده کنیم؟ و یا وقتی با ابزارهای نوین می توانیم پیام خویش را با صوت و تصویر به سراسر جهان برسانیم، چه دلیل دارد که بر روش های گذشته که البته به جای خود ارزشمند است، تعصب بیجا داشته باشیم؟ حضرت سلیمان علیه السلام به عنوان پیامبری که در پیشگاه خدا مرتبه ای بلند داشت (ص، آیه ۴۰)، می تواند الگوی ما در استفاده از ابزارهای مختلف باشد. آن حضرت از ابزارهای ساده و پیشرفته در حکومت خود استفاده می کرد؛ چنان که در رساندن پیام خود، از نامه و پرند (هدهد) بهره برد (نمل، آیه ۲۸-۳۰)؛ برای سفر از انرژی باد که خدا در اختیارش نهاده بود، به نحو مطلوب استفاده کرد؛ به گونه ای که مسافتی را که با وسایل آن روز در یک ماه طی می شد، در

نیمروز طی می‌کرد (سبا، آیه ۱۲؛ ص، آیه ۳۶)؛ برای جهاد در راه خدا، از اسبان چابک (ص، آیه ۳۱)، در صنایع از مسِ مذاب (سبا، آیه ۱۲) و در ساختمان‌سازی و غواصی به اعجاز الهی از جن بهره برد (انبیا، آیه ۸۲). البته این مورد، اختصاصی بود. غرض اینکه آن حضرت برای اهداف مقدس خود، از ابزارهای متفاوت کمک می‌گرفت. پس، ما نیز می‌توانیم از وسایل متنوع، ولی مشروع و مباح بهره بگیریم. پیامبر اسلام ﷺ برای رساندن پیام اسلام، از نیروی انسانی به‌عنوان معلم و قاری قرآن و سفیر استفاده می‌کرد. به گفته شهید مطهری: «اسلام، یک سیستم قانون‌گذاری خیلی عجیب دارد که به همان دلیل، می‌تواند همیشه با پیشرفت‌های زمان هماهنگ باشد... راز آن، این است که اسلام جدا از قانون خلقت نیست» (مطهری، ۱۳۸۰ ش، پانزده گفتار، ص ۵۰).

### ۳. بایسته‌های تبلیغ

#### ۱-۳. تخصصی شدن تبلیغ

با توجه به محتوای پیام، تنوع مخاطب و تحولات زمانه، ضرورت دارد که به تبلیغ نگاه تخصصی شود. قرآن وظیفه تبلیغی امت اسلام را چنین بیان کرده است: <sup>۱</sup> مؤمنان وظیفه ندارند که همگی رهسپار میدان‌های نبرد شوند و از دستیابی به دانش باز مانند؛ «پس، چرا از هر فرقه‌ای، گروهی نزد پیامبر نمی‌روند تا دانش دین بیاموزند و هنگامی که به سوی قومشان بازگشتند، آنان را از مخالفت با احکام الهی هشدار دهند. باشد که آنان بترسند» (توبه، آیه ۱۲۲).

#### ۲-۳. سازماندهی تبلیغات

کسانی که بخواهند فریضه امر به معروف و نهی از منکر را به جا آورند، افزون بر آشنایی به معارف دینی، نیازمند تشکیلات و سازماندهی مناسب با این فریضه هستند. قرآن بر کار تشکیلاتی در این باره تأکید دارد: «وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ» (آل عمران، آیه ۱۰۴)؛ باید از میان شما، جمعی دعوت به نیکی و امر به معروف و نهی از منکر کنند و آنان همان رستگاران‌اند. «امت، یعنی جماعت (گروه) (طبرسی، ۱۳۷۲ ش، ج ۲، ص ۸۰۷)؛ اما نه هر گروهی؛ بلکه گروهی که دارای محور مشترکی مانند: دین، زمان، مکان و... باشند. بنابراین، مراد از امت در آیه یادشده، گروهی است که با آراسته

۱. «وَ مَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنْفِرُوا كَافَّةً فَلَوْ لَا نَفَرَ مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِنْهُمْ طَائِفَةٌ لِيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَ لِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ.»



کردن خود به علم و عمل صالح، سر مشق دیگران اند (راغب، ۱۴۱۶ق، ص ۸۶).

#### ۴. بایسته‌های مبلغ

##### ۱-۴. روشنگری

کسی که می‌خواهد دعوت‌کننده به خوبی و بازدارنده از بدی باشد، باید چه ویژگی‌هایی داشته باشد؟ دست‌کم این است که بداند چیزی را که به آن امر می‌کند، خیر و به مصلحت است و چیزی را که نهی می‌کند، شر و دارای مفسده است و به‌طور کلی، واجب و حرام را بداند؛ وگرنه مشمول این آیه است که فرموده: «قُلْ اللَّهُ أَزِنَ لَكُمْ أَمْ عَلَى اللَّهِ تَفْتَرُونَ (یونس، آیه ۵۹)؛ بگو: آیا خدا به شما اجازه داده است که این احکام را صادر کنید؟ یا با این کار بر خدا دروغ می‌بندید؟» سنت الهی بر آن است که حجت را بر مردم تمام کند: «قُلْ فَلِلَّهِ الْحُجَّةُ الْبَالِغَةُ» (انعام، آیه ۱۴۹). با توجه به معنای «بالغه» (رسا)، روشن می‌شود که حجت خداوند برای بشر، از هر نظر روشن و رساست؛ به‌طوری‌که جای هیچ‌گونه تردید برای افراد باقی نماند و به همین دلیل، خدا پیامبران را معصوم از هرگونه خطا و اشتباه قرار داده تا هر نوع تردید و دودلی را از دعوت آنان دور سازد (مکارم شیرازی، ۱۳۷۱، ج ۶، ص ۲۴). قرآن کریم با تعبیرات مختلف بر روشنی و رسا بودن خود تأکید کرده است و خود را روشن و روشنگر نامیده است: «بیان» (آل‌عمران، آیه ۱۳۸)، «مبین» (حجر، آیه ۱)، «بینه» (طه، آیه ۱۳۳) (راغب، ۱۴۱۶ق، ص ۱۵۷) و همچنین، خود را «فرقان» نامیده (فرقان، آیه ۱)؛ یعنی جداکننده حق از باطل (زمخشری، ۱۴۰۷ق، ج ۳، ص ۲۶۲). پیامبر و مسلمانان نیز موظف شدند با بصیرت به سوی خدا دعوت کنند: «ای پیامبر! بگو: این است راه من که از روی بصیرت، مردم را به خدای یکتا فرامی‌خوانم. این است راه من، و کسانی که مرا پیروی کرده‌اند» (یوسف، آیه ۱۰۸).

تبلیغ بدون علم و بصیرت، تبلیغاتِ سطحی و بی‌مایه و بر اساس خرافات و خواب این و آن، نمی‌تواند مصداق تبلیغ از روی بصیرت باشد. شیوه تبلیغاتی پیامبر ﷺ این چنین بوده است: «يَتْلُوا عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ (جمعه، آیه ۱)؛ تا آیه‌هایش را برایشان خواند و پاکیزه‌شان سازد و به آنان کتاب و حکمت آموزد.» در این آیه، بر چهار امر تأکید شده است: ۱. تلاوت؛ ۲. تزکیه؛ ۳. تعلیم کتاب؛ ۴. تعلیم حکمت؛ زیرا آغاز رسالت با تلاوت و

۱. «قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي اَدْعُوا إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ اَنَا وَ مَنِ اتَّبَعَنِي وَ سُبْحَانَ اللَّهِ وَ مَا اَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ.»



مهم‌ترین مسئله در دعوت پیامبر صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، پیراستگی از شرک بود. پس از آن، تعلیم کتاب بود تا با ابلاغ آن، معانی و اهدافش روشن شود و در نهایت، نتیجه آن حکمت است؛ زیرا هرکس در قرآن تدبیر و عمل کند و به اسرار آن واقف گردد، به حکمت دست می‌یابد (ابن‌عاشور، ۱۴۲۰ق، ج ۲۸، ص ۱۸۸). تعلیم حکمت، شامل همه علوم عملی و همه بایدها و نبایدهای امور دینی و دنیوی (طوسی، بی‌تا، ج ۱۰، ص ۴) و به عبارتی، معارف حقیقی قرآن است (طباطبایی، ۱۳۹۰ق، ج ۱۹، ص ۲۶۵).

#### ۲-۴. خودسازی

مبلغ دینی، پیشوای عملی مردم در امور دینی است. بر اساس روایتی، هر آن‌که مسئولیت تعلیم و تربیت مردم را بر عهده دارد، لازم است خودساخته باشد. امیرمؤمنان، علی عَلَيْهِ السَّلَام در این باره فرموده: «آن کسی که خود را پیشوای مردم قرار می‌دهد، پیش از تعلیم به دیگران، باید تعلیم به خودش را در اولویت قرار دهد و نیز باید پیش از آنکه با زبان دیگران را تربیت کند، با رفتار خود مربی دیگران باشد. هرکه آموزگار و مربی خویش باشد، بیش از آنکه آموزگار و مربی مردم باشد، شایسته تجلیل است»<sup>۱</sup> (صبحی صالح، ۱۴۱۴ق، ص ۴۸۰).

#### ۳-۴. اخلاص

مبلغ دینی، شغل انبیا را برگزیده است. از ویژگی‌های انبیا در تبلیغ، این بود که به‌صراحت اعلام می‌داشتند در برابر رسالت خود، مزدی نمی‌خواهند<sup>۲</sup> (شعرا، آیه ۱۰۹، ۱۲۷، ۱۴۵، ۱۶۴ و ۱۸۰). تبلیغات دینی، ارزشمندتر از آن است که مزد مادی برای آن قرار داده شود. از این‌رو، خدا از پیامبر اسلام خواست اعلام کند در برابر رسالت و تبلیغ، پاداشی نمی‌خواهد (انعام، آیه ۹۰). در این صورت، در مردم حسّ خوش‌بینی پدید آمده و تبلیغ نتیجه‌بخش خواهد بود؛ ضمن اینکه ساحت مبلغ از مادی‌گرایی تنزیه می‌شود (طباطبایی، ۱۳۹۰ق، ج ۷، ص ۲۶۰). پیامبر افزون بر اعلام به نخواستن مزد رسالت، موظف شد اعلام کند که مزد رسالتش بر عهده خداست و اگر مزدی

۱. «مَنْ نَصَبَ نَفْسَهُ لِلنَّاسِ إِمَامًا فَلْيَبْدَأْ بِتَعْلِيمِ نَفْسِهِ قَبْلَ تَعْلِيمِ غَيْرِهِ وَ لِيَكُنْ تَأْدِيبُهُ بِسِرِّهِ قَبْلَ تَأْدِيبِهِ بِلِسَانِهِ وَ مَعْلَمُ نَفْسِهِ وَ مَوْدِدُهَا أَحَقُّ بِالْإِعْجَالِ مِنَ مَعْلَمِ النَّاسِ وَ مَوْدِدِهِمْ.»

۲. «وَ مَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ مِنْ أَجْرٍ إِنْ أَجْرِي إِلَّا عَلَى رَبِّ الْعَالَمِينَ.»



طلب می‌کند، به خود مردم برمی‌گردد<sup>۱</sup> (سبا، آیه ۴۷). البته مبلغ دینی مانند دیگران نیازهای مادی دارد؛ ولی اینکه تبلیغات دینی را صرفاً ابزاری برای کسب درآمد قرار دهد و عزت نفس خود را برای امور مادی خدشه دار کند و انگیزه‌ای جز درآمد نداشته باشد، روشی پیامبرانه را برگزیده و ارزش تبلیغ و جایگاه مبلغ دینی را پایین آورده است.

#### ۴-۴. عامل بودن

قرآن، بهترین گفتار را از آن کسی می‌داند که دعوت‌کننده به سوی خدا و اهل عمل صالح باشد<sup>۲</sup> (فصلت، آیه ۳۳) و کسی که بر خدا دروغ ببندد، قطعاً بازخواست می‌شود (نحل، آیه ۵۶). اگر کسی دیگران را امر و نهی کند، ولی خود عامل نباشد، مشمول این آیه است: «أَتَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْبِرِّ وَتَنْسَوْنَ أَنْفُسَكُمْ وَأَنْتُمْ تَتْلُونَ الْكِتَابَ أَفَلَا تَعْقِلُونَ» (بقره، ۴۴)؛ آیا مردم را به نیکی فرمان می‌دهید و خود را فراموش می‌کنید؛ با اینکه کتاب آسمانی را تلاوت می‌کنید؟ آیا در نمی‌یابید؟» بدیهی است که تبلیغ عملی، از زبانی (آن هم زبان بدون عمل) تأثیرگذارتر است. عامل بودن، سبب جلب اعتماد و اطمینان مخاطب به مبلغ می‌شود. پیامبران بر خیرخواهی و امانت‌داری خود تأکید داشتند و اعلام می‌کردند ناصح و امین مردم هستند (شعرا، آیه: ۱۰۷، ۱۲۵، ۱۴۳، ۱۶۲ و ۱۷۸؛ اعراف، آیه ۶۸)؛ تا به این وسیله، اعتماد مخاطب را جلب کنند. آنان با عمل، خیرخواهی و امانت‌داری خود را ثابت کرده بودند. مبلغ اگر خود عامل نباشد، افزون بر بی‌اثر بودن تبلیغ وی، عقوبت اخروی نیز دارد. از رسول اکرم صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ نقل شده: «شبی که مرا به معراج بردند، بر مردمانی گذر کردم که لب‌هایشان را با قیچی‌هایی از آتش می‌بریدند. پرسیدم: شما چه کسانی هستید؟ پاسخ دادند: ما به دیگران می‌گفتیم کار خوب بکنید؛ ولی خودمان عمل نمی‌کردیم. دیگران را از بدی نهی می‌نمودیم؛ ولی آن را انجام می‌دادیم» (مازندرانی، بی‌تا، ج ۹، ص ۳۰۵).

از امیر مومنان عَلَيْهِ السَّلَام نقل شده که به مردم چنین می‌فرمود: «ای مردم! به خدا سوگند! من شما را به اطاعتی ترغیب نمی‌کنم، جز اینکه خودم در انجام آن بر شما پیشی می‌گیرم و شما را از معصیتی باز نمی‌دارم، مگر اینکه خود پیش از شما آن را ترک می‌گویم» (صبحی صالح، ۱۴۱۴ق، ص ۴۸۰).<sup>۳</sup>

۱. «قُلْ مَا سَأَلْتُكُمْ مِنْ أَجْرٍ فَهُوَ لَكُمْ إِنْ أَجْرِيَ إِلَّا عَلَى اللَّهِ وَهُوَ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ شَهِيدٌ.»

۲. «وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ.»

۳. «إِيهَا النَّاسُ إِنِّي، وَاللَّهِ، مَا أَحْتَكُمُ عَلَى طَاعَةِ إِلَّا وَأَسْبِقُكُمْ إِلَيْهَا، وَلَا أَنهَاكُمُ عَنْ مَعْصِيَةِ إِلَّا وَأَتْنَاهِي قَبْلَكُمْ عَنْهَا.»

#### ۵۴. خداترسی

خداترسی و ترسیدن از غیر خدا، ویژگی تمام پیامبران بوده است: «الَّذِينَ يَبُلِّغُونَ رِسَالَاتِ اللَّهِ وَ يُخَشَوْنَهُ وَ لَا يُخْشَوْنَ أَحَدًا إِلَّا اللَّهَ وَ كَفَى بِاللَّهِ حَسِيبًا» (احزاب، آیه ۳۹)؛ همانان که پیام‌های خدا را ابلاغ می‌کردند و از خدا می‌ترسیدند و از هیچ‌کس جز خدا بیم نداشتند و حساب‌رس بودن خدا، بس است.» پس، بایسته است که تنها از او پروا شود. از آنجاکه تمامی رفتارهای انبیا همانند گفتارهایشان جنبه تبلیغی داشته، بنابراین، خشیت و خداترسی در تمام اعمالشان فراگیر بوده است (طباطبایی، ۱۳۹۰ق، ج ۱۶، ص ۳۲۴).

در هر جامعه‌ای گروه‌های فکری و سیاسی مختلف، صاحبان قدرت و ثروت و باندهای گوناگون هستند و هرکدام از اینها انتظاراتی خاص خود را دارند. مبلغ دینی به تبعیت از انبیا، فقط در برابر خدا خود را متعهد می‌داند و بدون ترس از هیچ فرد و مقام و گروهی، آنچه را تشخیص داده حق و به مصلحت است، باید ابلاغ کند و همانند موسای پیامبر عَلَيْهِ السَّلَام در برابر فرعون باشد که چنین گفت: «حَقِيقٌ عَلَيَّ اَنْ لَا اَقُولَ عَلَيَّ اللّٰهُ اِلَّا الْحَقُّ...» (اعراف، آیه ۱۰۵)؛ سزاوار است که بر خدا جز حق نگویم.» به پیامبر اسلام صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ نیز توصیه شده: «به دعوت همگان پرداز و آن‌گونه که فرمان یافته‌ای، بر راه راست پایدار باش و از هواهای نفسانی آنان پیروی مکن» (شوری، آیه ۱۵)؛ زیرا پیروی از خواسته‌ها و سلايق ديگران، از آسیب‌های تبلیغ است.

#### ۶۴. سنجیده سخن گفتن

در سخن، دو جنبه مد نظر است: لفظ و معنا. افزون بر فصیح و بلیغ بودن کلمات، لازم است محتوای آن، سنجیده، درست و مطابق واقع باشد. اهمیت سخن استوار و محکم (قول سدید)، به آن اندازه است که خداوند در کنار سفارش مؤمنان به تقوا، به آن نیز سفارش کرده است: «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَ قُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا» (احزاب، آیه ۷۰)؛ ای کسانی که ایمان آورده‌اید، از خدا پروا کنید و سخن راست و استوار گوید [و از بیهوده‌گویی و سخنان فسادانگیز پرهیزید].» سدید، یعنی راست و درست، به دور از فساد و خرابی، خالص از دروغ و بیهودگی (طبرسی، ۱۳۷۲ش، ج ۸، ص ۵۸۴). واژه «سدید» که در این آیه آمده، برگرفته از «سد» است. سد، به معنای بستن و اصلاح رخنه و پارگی در چیزی است (ابن‌منظور، ۱۴۱۴ق، ج ۲، ص ۲۰۷). از این‌رو، وقتی باتأکید به قول سدید توصیه شده، به این معناست که سخن سنجیده باشد و پیش از جاری شدن بر زبان، از هر جهت، ارزیابی و درست بودن آن محرز گردیده باشد. قرآن کریم با همین توصیه



کوتاه، درس‌ها و پیام‌های بسیاری به ما آموخته است. سخن بی‌سند، سست و بیهوده، مشتمل بر توهین و تحقیر و نیز کلام مفسده‌انگیز و بیانی که سبب سوء استفاده شود، سخن سدید نیست. همچنین، سخنی که راست و درست باشد، اما برای مخاطب قابل هضم نباشد، شبهه ایجاد می‌کند و ذهن مخاطب را آشوبناک و با پرسش‌های بسیار و بی‌پاسخ‌رها می‌کند. چنین سخنی نیز سدید نیست؛ هر چند آیه و روایت باشد؛ زیرا تفسیر آیات و روایات، مستلزم آگاهی از علوم مختلفی است و اگر کسی به قدر کافی از این علوم اطلاع ندارد، باید بر اساس منابع معتبر و در حدّ هاضمه فکری مخاطبان سخن بگوید. برخی آیات، متشابه و دارای وجوه گوناگون است و تفسیر آنها مستلزم برگشت دادن آن به محکّمات است (آل‌عمران، آیه ۷) و به فرموده معصومین علیهم‌السلام برخی احادیث آنان، *صَعْبٌ وَ مُسْتَصَعَبٌ* (سنگین و دشوارفهم) است (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۱، ص ۴۰۱). بنابراین، مهارت تبلیغی، مستلزم در نظر داشتن توان خود در فهم منابع دینی از یک سو، و توجه به هاضمه فکری و سطح ادراک مخاطبان از سوی دیگر است. اگر مطلبی را می‌خواهیم در جمعی بیان کنیم که زمینه درک و باور به آن نیست، چنین سخنی، سدید نیست؛ زیرا نه تنها اصلاح‌کننده، بلکه چه بسا ممکن است مایه فساد را فراهم سازد. به فرموده امام صادق علیه‌السلام: «انسان عاقل با کسی که ترس دارد او را تکذیب کند، سخن نمی‌گوید» (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۱، ص ۴۱)؛ بلکه در حدّ فهم آنان سخن می‌گوید. از رسول اکرم صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم نقل شده: «ما گروه پیامبران دستور داریم که با مردم، به اندازه خردشان سخن بگوییم»<sup>۱</sup> (برقی، ۱۳۷۱ق، ج ۱، ص ۱۹۵؛ کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۸، ص ۲۶۸).

#### ۷-۴. تنوع در روش‌ها

از توصیه‌های قرآن مجید، به‌کارگیری اسلوب‌های متنوع در تبیین حقایق و بهره‌گیری از روش‌های مختلف در امر تربیت و هدایت انسان‌هاست:

«ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَ الْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَ جَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ (نحل، آیه ۱۲۵)؛

با حکمت و اندرز نیکو، به راه پروردگارت دعوت کن و با آنان به [شیوه‌ای] که نیکوتر است مجادله نمای.»

مراد از حکمت، حجت و برهانی است که نتیجه آن، حق باشد؛ به‌گونه‌ای که هیچ‌گونه تردید،

۱. «إِنَّا مَعَاشِرَ الْأَنْبِيَاءِ أُمِرْنَا أَنْ نُكَلِّمَ النَّاسَ عَلَى قَدْرِ عُقُولِهِمْ.»

خلل و پیچیدگی در آن نماند. جدل، عبارت از روشی است که شخص در پی مغلوب ساختن مخالف فکری خود با استفاده از اموری باشد که مورد قبول مردم یا طرف مقابل باشد و موعظه، عبارت از بیانی عبرت‌آموز و مصلحت‌اندیشانه است که نفس شنونده را نرم، و قلبش را رام و ملایم سازد (طباطبایی، ۱۴۰۲ق، ج ۱۲، ص ۳۷۱).

اگرچه قرآن کریم برای هدایت افراد از هر سه روش بهره گرفته، ولی به نظر می‌رسد که بیشتر از روش عاطفی و موعظه استفاده کرده است؛ زیرا موعظه، بیشتر جنبه عاطفی دارد که از طریق آن می‌توان حق جوین را به سوی حق گرایش داد. مقید ساختن «موعظه» به «حسنه»، شاید اشاره به این دلیل است که اندرز در صورتی مؤثر می‌افتد که خالی از هرگونه خشونت، برتری‌جویی، تحقیر طرف مقابل، تحریک حس لجاجت و مانند آنها باشد. چه بسیار اندرزهایی که اثر معکوس می‌گذارند؛ به دلیل آنکه مثلاً در حضور دیگران و توأم با تحقیر انجام گرفته و یا برتری‌جویی گوینده از آن استشمام شده است. بنابراین، موعظه هنگامی اثر عمیق می‌بخشد که «حسنه» باشد و به‌صورت زیبایی پیاده شود (مکارم شیرازی و دیگران، ۱۳۷۶، ج ۱۱، ص ۴۵۵).

### نتیجه

تبلیغ دینی، رساندن پیام دین به روشنی با ابزارهای مختلف است. مهم‌ترین ابزار تبلیغ، قدرت بیان است که در صورت‌های مختلف گفتاری و نوشتاری متجلی می‌شود. از میان روش‌های تبلیغ و اطلاع‌رسانی، مهم‌ترین آنها سخن گفتن است. نوشتار نیز از آن جهت که می‌تواند هر حادثه‌ای را که در پس پرده مرور زمان و بُعد مکان قرار گرفته، حاضر سازد، اهمیت بسزایی دارد. استفاده از ابزارهای نوین در تبلیغ دینی، جلوه دیگری از قدرت بیان در انسان است. تبلیغ، نیازمند نگاه تخصصی و تشکیلاتی است. از منظر قرآن، آنچه سبب تأثیر بیان مبلّغ در مخاطب می‌شود، روشنگری، خودسازی، اخلاص، عامل بودن، خداترسی، سنجیده سخن گفتن و استفاده از روش‌های متنوع به اقتضای زمان، مکان و شرایط مخاطب است.





## منابع

١. قرآن كريم.
٢. ابن عاشور، محمد طاهر، ١٤٢٠ق، تفسير التحرير والتنوير المعروف بتفسير ابن عاشور، أول، بيروت، مؤسسة التاريخ العربي.
٣. ابن فارس، احمد بن فارس، ١٣٩٩ق/١٩٧٩م، معجم مقاييس اللغة، تحقيق: عبدالسلام محمد هارون، بيروت، دار الفكر.
٤. ابن منظور، محمد بن مكرم، ١٤١٤ق، لسان العرب، ١٥ جلدی، بيروت، دار صادر.
٥. برقي، احمد بن محمد، [بی تا]، المحاسن، دوم، قم، دار الكتب الإسلامية.
٦. راغب اصفهانی، حسین بن محمد، ١٤١٦ق، المفردات، تحقيق: صفوان عدنان داودی، أول، بيروت، دار القلم.
٧. زحيلي، وهبه، ١٤١٨ق، التفسير المنير في العقيدة والشريعة والمنهج، دوم، دمشق، دار الفكر المعاصر.
٨. زمخشري، محمود، ١٤٠٧ق، الكشاف عن حقائق غوامض التنزيل وعيون الأفاويل في وجوه التأويل، مصحح: مصطفى حسين احمد، سوم، بيروت، دار الكتاب العربي.
٩. شهيدى، سيد جعفر، ١٣٧٨ش، نهج البلاغه، چهاردهم، تهران، شركت انتشارات علمى - فرهنگى.
١٠. صبحى صالح، ١٤١٤ق، نهج البلاغه، أول، قم، مؤسسة دار الهجرة.
١١. طباطبایى، سيد محمد حسين، ١٣٩٠ق، الميزان في تفسير القرآن، دوم، بيروت، مؤسسة الأعلمی للمطبوعات.
١٢. طبرسى، فضل بن حسن، ١٣٧٢ش؛ مجمع البيان في تفسير القرآن، مصحح: فضل الله يزدى طباطبایى و هاشم رسولى.
١٣. طوسى، محمد بن حسن، [بی تا]، التبيان في تفسير القرآن، ١٠ جلدی، مصحح: احمد حبيب عاملی، أول، بيروت، دار احیاء التراث العربی.
١٤. فيومى، احمد بن محمد، ١٤١٤ق، المصباح المنير، دوم، قم، مؤسسة دار الهجرة.
١٥. كلینی، محمد بن يعقوب، ١٤٠٧ق، الكافي، تحقيق: على اكبر غفارى، چهارم، تهران، دار الكتب الإسلامية.

۱۶. مازندرانی، مولی محمد صالح، [بی تا]، شرح الأصول الكافی، تعلیقة میرزا ابوالحسن شعرانی، [بی جا].
۱۷. مجلسی، محمدباقر، ۱۴۰۳ق/۱۹۸۳م، بحار الأنوار، ۱۱۰ جلدی، تحقیق: سید ابراهیم المیانجی و محمدباقر البهودی، سوم، بیروت، دار احیاء التراث العربی.
۱۸. مطهری، مرتضی، ۱۳۸۰، پانزده گفتار، تهران، بنیاد علمی - فرهنگی استاد مطهری.
۱۹. \_\_\_\_\_، [بی تا]، شرح منظومه، تهران، مؤسسه انتشارات حکمت.
۲۰. مفید، محمدبن محمد، ۱۴۱۳ق، الإختصاص، تحقیق: علی اکبر غفاری و محمود محرمی زرنندی، اول، قم، المؤتمر العالمی لألفية الشيخ المفید.
۲۱. مکارم شیرازی، ناصر و دیگران، ۱۳۷۱ش، تفسیر نمونه، دهم، تهران، دار الکتب الإسلامیة.