



دانشگاه پیام نور
مرکز فسا

پایان نامه کارشناسی ارشد رشته‌ی الهیات
گرایش: علوم قرآن و حدیث

عنوان:

آداب و روش تبلیغ دین از دیدگاه قرآن

استاد راهنما:

دکتر علی طهماسبی

استاد مشاور:

دکتر علی نجار پوریان

نگارنده:

حسن اکبری

دی ماه ۱۳۹۵

چکیده:

تبلیغات از ابزار های رایج در انتقال فکر، فرهنگ و هرگونه پیامی به دیگران است. مکاتب مختلف فکری، فرهنگ ها و تمدن های مختلف از دیر باز کوشیده اند با بهره گیری از شیوه های گوناگون، پیام های مورد نظر خویش را به مخاطبان انتقال دهند. در این میان، بهترین و کامل ترین منبع برای آشنایی با آداب و روش های تبلیغ، قرآن کریم است. قرآن بهترین شکل تبلیغ را در قالب روش تبلیغ پیامبران مطرح کرده است. بر اساس آیات و روایات روش تبلیغی پیامبران متکی بر اصولی است که بخشی از اختصاصات پیامبران است مانند شفاعت کردن و برخی مانند؛ همزبانی و تفاهم فرهنگی با مردم، هماهنگی گفتار با عمل و ... جنبه ی عمومی دارد و مبلغان با تاسی به این اصول در مسیر صحیح تبلیغ قرار گرفته و متخلق به آداب تبلیغ می شوند. قرآن از روش ها و شیوه های مختلف مستقیم و غیر مستقیم برای امر تبلیغ بهره برده است. در این پژوهش، روش های تبلیغ مؤثر از آیات قرآنی استخراج شده است، که می توان به روش های یادآوری نعمت ها، بیدارسازی عقل ها و فطرت ها، روش تمثیل، روش برهان، روش جدل و مناظره، روش معرفی الگو، استفاده از هنر، تحریک احساسات و عواطف و ... اشاره کرد. روش تحقیق در این پژوهش از نوع توصیفی تحلیلی است. گردآوری داده ها به کمک تکنیک مطالعه منابع اعم از کتاب، مقاله و پایان نامه های مرتبط و فیش برداری صورت گرفته است. کلید واژه: آداب، روش، تبلیغ، مبلغ، دین، قرآن.

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	چکیده:

فصل اول: کلیات

۳	۱-۱. طرح و بیان مسئله
۴	۲-۱. اهمیت و ارزش پژوهش
۵	۳-۱. اهداف پژوهش
۵	۱-۳-۱. هدف کلی
۵	۲-۳-۱. هدف فرعی
۵	۴-۱. سؤالهای تحقیق
۵	۱-۴-۱. سؤالهای اصلی
۵	۲-۴-۱. سؤالهای فرعی
۶	۵-۱. فرضیه ها
۶	۱-۵-۱. فرضیه های اصلی
۶	۲-۵-۱. فرضیه های فرعی
۶	۶-۱. مفاهیم کلیدی پژوهش
۶	۱-۶-۱. آداب
۶	۲-۶-۱. روش
۶	۳-۶-۱. تبلیغ
۷	۴-۶-۱. مبلغ
۷	۵-۶-۱. دین
۷	۶-۶-۱. قرآن

فصل دوم: پیشینه تحقیق

۹	۱-۲. مروری بر پیشینه پژوهش
---	----------------------------

فصل سوم: روش تحقیق

۱۳	۱-۳. مقدمه
۱۳	۲-۳. تحقیق توصیفی چیست؟
۱۳	۳-۳. جنبه های تحقیق توصیفی
۱۴	۱-۳-۳. تحقیقات توصیفی محض

- ۳-۲. تحقیقات توصیفی - تحلیلی ۱۴
- ۳-۴. جامعه آماری و روش نمونه گیری ۱۵

فصل چهارم: یافته های تحقیق

- ۴-۱. اهمیت تبلیغ دین اسلام ۱۷
- ۴-۱-۱. ایجاد نظم نوین اسلامی در جهان ۱۷
- ۴-۱-۲. دعوت به حیات برتر ۱۷
- ۴-۲. خصوصیات و ویژگی های تبلیغ تاثیر گذار ۱۸
- ۴-۲-۱. هدف و محتوا ۱۸
- ۴-۲-۲. دامنه تبلیغ ۱۹
- ۴-۲-۳. مبلغ ۲۲
- ۴-۲-۳-۱. ویژگی وارثان پیامبران ۲۲
- ۴-۲-۳-۱-۱. آگاهی ۲۴
- ۴-۲-۳-۲. مؤمن به هدف و با اراده ۲۴
- ۴-۲-۳-۳. پیشگام ۲۵
- ۴-۲-۳-۴. با اخلاص و به دور از حب و بغض ۲۵
- ۴-۲-۳-۵. دارای سعه صدر و با استقامت ۲۵
- ۴-۲-۳-۶. امیدوار به وعده های الهی ۲۵
- ۴-۲-۳-۷. دارای پشتکار در عمل و ادامه تحصیل ۲۶
- ۴-۲-۳-۸. قاطع و با شهامت ۲۶
- ۴-۲-۳-۹. انتقاد پذیر ۲۶
- ۴-۲-۳-۱۰. با اراده ۲۷
- ۴-۲-۳-۱۱. حامی محرومان ۲۷
- ۴-۲-۳-۱۲. هدایت را کار خود نداند ۲۷
- ۴-۲-۳-۱۳. مردمی و درد آشنا ۲۸
- ۴-۲-۳-۱۴. انسجام در گفتار ۲۸
- ۴-۲-۳-۱۵. دستاویز قرار نگیرد ۲۸
- ۴-۲-۳-۱۶. خوش سابقه ۲۹
- ۴-۲-۳-۱۷. دارای عزت نفس ۲۹
- ۴-۲-۳-۱۸. عادل و با صداقت ۲۹
- ۴-۲-۳-۱۹. منظم، ساده زیست و بی تکلف ۳۰

- ۳۰..... ۲۰-۱-۳-۲-۴ متواضع و با گذشت
- ۳۱..... ۲۱-۱-۳-۲-۴ ابلاغ، به عقل و فکر
- ۳۱..... ۲۲-۱-۳-۲-۴ ابلاغ به دل
- ۳۱..... ۲۳-۱-۳-۲-۴ نُصح یا خلوص سخن
- ۳۱..... ۲۴-۱-۳-۲-۴ پرهیز از تکلف
- ۳۲..... ۲۵-۱-۳-۲-۴ ایمان و عمل صالح
- ۳۲..... ۲۶-۱-۳-۲-۴ صلابت و قاطعیت
- ۳۳..... ۲۷-۱-۳-۲-۴ انتقاد از خود
- ۳۳..... ۲۸-۱-۳-۲-۴ تسلیم حق بودن
- ۳۴..... ۲۹-۱-۳-۲-۴ صبر و تحمل
- ۳۴..... ۳۰-۱-۳-۲-۴ جامعیت علمی
- ۳۵..... ۳۱-۱-۳-۲-۴ خدا ترسی
- ۳۵..... ۳۲-۱-۳-۲-۴ علاقه و مسئولیت محوری
- ۳۵..... ۳۳-۱-۳-۲-۴ زمان شناسی
- ۳۶..... ۴-۲-۴ اصول تبلیغ
- ۳۶..... ۱-۴-۲-۴ اصول مشترک در رسالت پیامبران
- ۳۶..... ۲-۴-۲-۳ شیوه‌های تبیین سیره انبیا در قرآن
- ۳۷..... ۱-۲-۴-۲-۴ اصل اول: همزبانی و تفاهم فرهنگی با مردم
- ۳۷..... ۲-۲-۴-۲-۴ اصل دوم: دعوت به توحید
- ۳۸..... ۳-۲-۴-۲-۴ اصل سوم: دعوت به تقوا
- ۳۹..... ۴-۲-۴-۲-۴ اصل چهارم: نفی شخصیت پرستی
- ۴۱..... ۵-۲-۴-۲-۴ اصل پنجم: عامل به علم خویش
- ۴۲..... ۶-۲-۴-۲-۴ اصل ششم: تقدّم الهیات بر مادیات
- ۴۳..... ۷-۲-۴-۲-۴ اصل هفتم: نهضت علیه جهل و تقلید
- ۴۳..... ۱-۷-۲-۴-۲-۴ بطلان تقلید از نیاکان
- ۴۴..... ۲-۷-۲-۴-۲-۴ سنّت گرایی مترفان
- ۴۵..... ۳-۷-۲-۴-۲-۴ دعوت به دین داری بر پایه تحقیق
- ۴۶..... ۴-۷-۲-۴-۲-۴ تمسک پیامبران به روش گذشتگان
- ۴۸..... ۵-۷-۲-۴-۲-۴ تقلید وحی بر پایه تحقیق عقل
- ۴۸..... ۶-۷-۲-۴-۲-۴ دعوت به تعقل

- ۴۹.....۴-۲-۴-۸ اصل هشتم: تربیت عالمان ربانی و مرّیان الهی
- ۴۹.....۴-۲-۴-۱-۸-۱. ویژگی عالمان ربّانی
- ۴۹.....۴-۲-۴-۹. اصل نهم: تبشیر و انذار
- ۵۰.....۴-۲-۴-۱۰. اصل دهم: تحمّل دشمنی و استهزای جاهلان
- ۵۰.....۴-۲-۴-۱-۱۰. وارث انبیا، وارث رنجها و سختیها
- ۵۰.....۴-۲-۴-۱۰-۲. استهزای عالمان مادی در برابر پیامبران
- ۵۱.....۴-۲-۴-۱۰-۳. سرّ استهزای انبیا از جانب اهل حسّ
- ۵۱.....۴-۲-۴-۱۰-۴. پیروزی حتمی پیامبران
- ۵۲.....۴-۲-۴-۱۰-۵. شکست دشمنان پیامبران
- ۵۳.....۴-۲-۴-۱۱. اصل یازدهم: آزمایش امتها با سختیها
- ۵۴.....۴-۲-۴-۱۱-۱. استقامت مؤمنان و وعده پیروزی
- ۵۴.....۴-۲-۴-۱۱-۲. ولایت خدا، پاداش مبارزان راه او
- ۵۵.....۴-۲-۴-۱۱-۳. سرّ شکست‌ناپذیری پیامبران
- ۵۶.....۴-۲-۴-۱۲. اصل دوازدهم: مسئولیت در برابر خدا
- ۵۷.....۴-۲-۴-۱۳. اصل سیزدهم: خدمت برای خدا
- ۵۷.....۴-۲-۴-۱۳-۱. دعوت پیامبر به محبّت اهل بیت
- ۵۸.....۴-۲-۴-۱۳-۲. وارثان انبیا واصل «خدمت برای خدا»
- ۵۸.....۴-۲-۴-۱۴. اصل چهاردهم: دعوت به وحدت
- ۵۸.....۴-۲-۴-۱۴-۱. رسالت انبیا، عامل وحدت
- ۵۸.....۴-۲-۴-۱۴-۲. اختلاف قبل از علم و بعد از علم
- ۵۹.....۴-۲-۴-۱۵. اصل پانزدهم: توحید در خشیت
- ۵۹.....۴-۲-۴-۱۶. اصل شانزدهم: دعوت به تعالی
- ۶۱.....۴-۲-۴-۱۷. اصل هفدهم: عدم طرد پابرهنگان
- ۶۱.....۴-۲-۵. روشهای تبلیغ
- ۶۱.....۴-۲-۵-۱. استفاده از تشکیلات و داشتن برنامه و انسجام
- ۶۲.....۴-۲-۵-۲. یادآوری نعمت ها
- ۶۲.....۴-۲-۵-۱. نعمت استقلال و آزادی
- ۶۲.....۴-۲-۵-۳. نعمت رزق و روزی
- ۶۲.....۴-۲-۵-۴. نعمت وحدت
- ۶۲.....۴-۲-۵-۵. نعمت رهبری و هدایت

- ۶۳.....۳-۵-۲-۴ بازسازی و تقویت روحیه های شکست خورده.....
- ۶۳.....۴-۵-۲-۴ بیدار کردن وجدان.....
- ۶۳.....۵-۵-۲-۴ استفاده از تاریخ و تجربه و سرگذشت پیشینیان.....
- ۶۴.....۶-۵-۲-۴ استفاده از تشویق و تهدید.....
- ۶۶.....۷-۵-۲-۴ تلقین.....
- ۶۶.....۸-۵-۲-۴ تمثیل.....
- ۶۹.....۹-۵-۲-۴ برهان، جدل و مناظره.....
- ۷۱.....۱۰-۵-۲-۴ جنگ سرد.....
- ۷۳.....۱۱-۵-۲-۴ استفاده از هنر.....
- ۷۴.....۱۲-۵-۲-۴ قصه گویی.....
- ۷۵.....۱۳-۵-۲-۴ تداعی معانی.....
- ۷۶.....۱۴-۵-۲-۴ اعتراف گرفتن و تحقیر متکبران.....
- ۷۶.....۱۵-۵-۲-۴ توجه به نیازهای مادی.....
- ۷۶.....۱۶-۵-۲-۴ مقایسه.....
- ۷۷.....۱۷-۵-۲-۴ فرض مخالف.....
- ۷۸.....۱۸-۵-۲-۴ آماده سازی فرد و جامعه.....
- ۸۰.....۱۹-۵-۲-۴ معرفی الگو.....
- ۸۱.....۲۰-۵-۲-۴ استفاده از مدل های آماده و تکرار مطالب.....
- ۸۲.....۲۱-۵-۲-۴ بیان مشترکات.....
- ۸۴.....۲۲-۵-۲-۴ القاء غیر مستقیم.....
- ۸۵.....۲۳-۵-۲-۴ روش القاء تدریجی.....
- ۸۵.....۲۴-۵-۲-۴ روش سؤال و جواب.....
- ۸۷.....۲۵-۵-۲-۴ روش تحریک عواطف.....
- ۸۸.....۶-۲-۴ ابزارهای تبلیغ.....
- ۸۸.....۱-۶-۲-۴ مقدمه.....
- ۸۹.....۲-۶-۲-۴ ابزارهای مورد استفاده در فرایند تبلیغ.....
- ۸۹.....۱-۲-۶-۲-۴ روزنامه و مجله و کتاب.....
- ۸۹.....۲-۲-۶-۲-۴ نامه نگاری.....
- ۸۹.....۳-۲-۶-۲-۴ بروشور و مکاتبات مستمر از طریق صندوق های پستی.....
- ۸۹.....۴-۲-۶-۲-۴ سخنرانیها و همایشها.....

- ۹۰..... ۴-۲-۶-۵. رسانه های جمعی
- ۹۱..... ۴-۲-۶-۶. شبکه جهانی اینترنت
- ۹۱..... ۴-۲-۷. آداب تبلیغ
- ۹۱..... ۴-۲-۷-۱. مقدمه
- ۹۱..... ۴-۲-۷-۲. آداب تبلیغ بر اساس آیات قرآن
- ۹۱..... ۴-۲-۷-۱. نرم خو، مهربان و دلسوز
- ۹۲..... ۴-۲-۷-۲. تمیز، خوشبو، آراستگی ظاهری
- ۹۳..... ۴-۲-۷-۳. وقار و متانت
- ۹۳..... ۴-۲-۷-۴. پیراستگی و آراستگی
- ۹۳..... ۴-۲-۷-۵. رعایت ادب و عفت کلام
- ۹۳..... ۴-۲-۸. ویژگیهای تبلیغ
- ۹۳..... ۴-۲-۸-۱. با نام خدا شروع شود
- ۹۳..... ۴-۲-۸-۲. متصل به وحی و همراه با آیات قرآن باشد
- ۹۴..... ۴-۲-۸-۳. حق باشد
- ۹۴..... ۴-۲-۸-۴. فرقان باشد
- ۹۴..... ۴-۲-۸-۵. پاک و دلپسند باشد
- ۹۴..... ۴-۲-۸-۶. نیکو باشد
- ۹۵..... ۴-۲-۸-۷. حساب شده و سنجیده باشد
- ۹۵..... ۴-۲-۸-۸. رشد دهنده باشد
- ۹۵..... ۴-۲-۸-۹. تشویق کننده باشد
- ۹۵..... ۴-۲-۸-۱۰. جامع و متنوع باشد
- ۹۵..... ۴-۲-۸-۱۱. هشدار دهنده و موعظه کننده باشد
- ۹۵..... ۴-۲-۸-۱۲. صریح باشد
- ۹۶..... ۴-۲-۸-۱۳. مطابق با فهم مردم و مناسب با مقتضای حال باشد
- ۹۶..... ۴-۲-۸-۱۴. متناسب با سن گوینده باشد
- ۹۶..... ۴-۲-۸-۱۵. ساده، شیوا و رسا باشد
- ۹۶..... ۴-۲-۸-۱۶. نرم، مختصر و مفید باشد
- ۹۶..... ۴-۲-۸-۱۷. همراه با تکرار، هماهنگ ولی تدریجی باشد
- ۹۷..... ۴-۲-۸-۱۸. همراه با آهنگ و حرکات مناسب باشد
- ۹۷..... ۴-۲-۸-۱۹. هدایتگر باشد

۱۰۰ ۹-۲-۴. مخاطب شناسی
۱۰۰ ۱-۹-۲-۴. مقدمه
۱۰۱ ۲-۹-۲-۴. انواع نگرش به مخاطب
۱۰۱ ۱-۲-۹-۲-۴. نگرش الهی (اسلام) به مخاطب
۱۰۱ ۲-۲-۹-۲-۴. نگرش غیر الهی (سایر مکاتب) به مخاطب
۱۰۲ ۳-۹-۲-۴. نقش مخاطب در فرایند تبلیغی
۱۰۲ ۱-۳-۹-۲-۴. ارتباط مخاطب با هدف تبلیغ
۱۰۲ ۲-۳-۹-۲-۴. ارتباط مخاطب با روش تبلیغ
۱۰۲ ۳-۳-۹-۲-۴. ارتباط مخاطب با محتوا و موضوع تبلیغ
۱۰۳ ۴-۳-۹-۲-۴. ارتباط مخاطب با ابزار تبلیغ
۱۰۳ ۵-۳-۹-۲-۴. ارتباط مخاطب با مبلغ
۱۰۳ ۴-۹-۲-۴. مخاطب و بلوغ تبلیغی
۱۰۴ ۵-۹-۲-۴. انگیزش و تأثیر آن بر مخاطب
۱۰۴ ۶-۹-۲-۴. ویژگی های مخاطب فردی، گروهی و جمعی
۱۰۴ ۱-۶-۹-۲-۴. ویژگی های مخاطب فردی
۱۰۴ ۱-۱-۶-۹-۲-۴. سن مخاطب
۱۰۵ ۲-۱-۶-۹-۲-۴. جنسیت مخاطب
۱۰۵ ۳-۱-۶-۹-۲-۴. تحصیلات مخاطب
۱۰۵ ۴-۱-۶-۹-۲-۴. شرایط فیزیولوژیکی مخاطب
۱۰۵ ۵-۱-۶-۹-۲-۴. ویژگی های روانی مخاطب
۱۰۵ ۲-۶-۹-۲-۴. ویژگی های گروه و مخاطب گروهی و جمعی
۱۰۶ ۱-۲-۶-۹-۲-۴. هنجارها، ناهنجاری ها و تأثیر آن ها بر مخاطب
۱۰۶ ۱-۱-۲-۶-۹-۲-۴. شیوه های قومی
۱۰۶ ۱-۱-۱-۲-۶-۹-۲-۴. رسم
۱۰۷ ۲-۱-۱-۲-۶-۹-۲-۴. مد
۱۰۷ ۲-۱-۲-۶-۹-۲-۴. رسوم اخلاقی
۱۰۷ ۱-۲-۱-۲-۶-۹-۲-۴. میثاق های اجتماعی
۱۰۷ ۲-۲-۱-۲-۶-۹-۲-۴. قانون
۱۰۸ ۲-۲-۶-۹-۲-۴. ارتباط قشر بندی اجتماعی با مخاطب شناسی
۱۰۹ ۱۰-۲-۴. آسیب شناسی تبلیغ

۱۰۹ ۱-۱۰-۲-۴. مقدمه
۱۰۹ ۲-۱۰-۲-۴. آسیب های تبلیغ
۱۰۹ ۱-۲-۱۰-۲-۴. خود فراموشی
۱۱۰ ۲-۲-۱۰-۲-۴. سخنان باطل و ناروا
۱۱۱ ۳-۲-۱۰-۲-۴. استبداد به رای
۱۱۱ ۴-۲-۱۰-۲-۴. تحلیل های غلط
۱۱۱ ۵-۲-۱۰-۲-۴. تحریف معارف
۱۱۲ ۶-۲-۱۰-۲-۴. التقاط
۱۱۲ ۷-۲-۱۰-۲-۴. نوآوری
۱۱۳ ۸-۲-۱۰-۲-۴. تجدید گرایی های افراطی
۱۱۴ ۹-۲-۱۰-۲-۴. اوهام، خرافات و سنتهای ناروا
۱۱۴ ۱۰-۲-۱۰-۲-۴. غرور
۱۱۴ ۱۱-۲-۱۰-۲-۴. ناتوانی علمی
۱۱۴ ۱۲-۲-۱۰-۲-۴. وابستگی مالی به افراد ناصالح
۱۱۵ ۱۳-۲-۱۰-۲-۴. ابهام در پیام
۱۱۵ ۱۴-۲-۱۰-۲-۴. پرگویی
۱۱۶ ۱۵-۲-۱۰-۲-۴. تندخویی و زود رنجی
۱۱۶ ۱۶-۲-۱۰-۲-۴. دامن زدن به اختلافات
۱۱۷ ۱۷-۲-۱۰-۲-۴. ساده لوحی، زود باوری و اعتماد به همه

فصل پنجم: بحث و نتیجه گیری

۱۱۹ ۱-۵. از نظر عقل
۱۱۹ ۲-۵. از منظر دین
۱۱۹ ۱-۲-۵. پیش تبلیغات
۱۱۹ ۲-۲-۵. تبلیغات فعال
۱۲۰ ۳-۲-۵. تبلیغات تثبیتی و تخریبی
۱۲۳ ۵-۳. پیشنهادات
۱۲۵ فهرست منابع
۱۲۷ چکیده انگلیسی

فصل اول

کلیات

۱-۱. طرح و بیان مسئله

در آموزه های دین، مسئله تبلیغ امر بسیار مهمی است. چنانچه خداوند متعال در قرآن کریم در این زمینه می فرماید: «چرا از هر طایفه ای جمعی برای جهاد و جمعی نزد رسول برای آموختن علم مهیا نباشند تا آن علمی را که آموخته اند برونند و به قوم خود بیاموزانند که قومشان هم شاید خدا ترس شوند و از نافرمانی حذر کنند.» و ما كَانُ الْمُؤْمِنُونَ لِيُنْفِزُوا كَافَّةً فَلَوْلَا نَفَرَ مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِنْهُمْ طَائِفَةٌ لِيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَ لِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ» (توبه، ۱۲۲)

تبلیغ و دعوت، ارشاد و هدایت مردم به ارزشهای الهی از اصول رسالت پیامبران الهی بوده و خط اصلی برنامه آنان را تشکیل می داده است. حضرت نوح (ع)، هود (ع)، صالح (ع)، لوط (ع) و... خود را مبلغ و پیام رسان پروردگار و اندرزگویی امین خوانده اند.

اگر تبلیغات اسلامی را ادامه حرکت تبلیغی انبیا بدانیم، با توجه به اینکه رسالت انبیا ابلاغ پیام خداوند متعال به بشریت است، بی تردید تبلیغات اسلامی نیز عمدتاً در همین راستا قابل تغییر و تبیین است. (زورق، ۱۳۶۸) «وَ أَطِيعُوا اللَّهَ وَ أَطِيعُوا الرَّسُولَ وَ اخْذُوا فَإِنْ تَوَلَّيْتُمْ فَأَعْلَمُوا أَنَّمَا عَلَى رَسُولِنَا الْبَلَاغُ الْمُبِينُ» (مائده، ۹۲)

دین اسلام، دین تبلیغ است. درست است که ما در دین مقدس اسلام، برای پیشبرد هدفهای الهی و اسلامی، جهاد و شمشیر را داریم، اما اصل، بر تبلیغ و تبیین است. از اینرو، تبلیغ وظیفه‌ای همگانی است و هر مسلمانی وظیفه دارد که به اندازه توان خود، اسلام را با کردار و گفتار خود معرفی نماید. علاوه بر این، ضروری است که گروهی تحت نظر سازمان تشکیلاتی به این مهم اقدام کنند و با برنامه ریزی دقیق، با توجه به نیازهای زمان به تبلیغ اسلام در مقابله با هجمه تبلیغات سوء غرب بپردازند.

نظر اسلام درباره تبلیغات از اساس با نظر غرب متفاوت است. از دیدگاه غرب، تبلیغات باید در افکار عمومی تغییرات مناسب را به نفع هدف های تعیین شده اقتصادی و سیاسی و نظامی به وجود آورد، بدون اینکه جامعه از صحت و ضرورت و اصالت این تغییرات آگاهی یابد. یعنی در حقیقت نوعی غفلت آفرینی در ذات تبلیغات امپریالیستی و غربی همواره وجود دارد. در حالیکه از دیدگاه اسلام، تعریف تبلیغات جز ابلاغ و رساندن پیام نیست. آن هم به منظور بسط آگاهی نه حذف آن.

در جامعه ی کنونی بشری به علت گسترش ارتباطات، پیشرفت سریع تکنولوژی و سهولت در دسترسی به آرا و اندیشه‌های غرب، کشورهای جهان سوم و در حال توسعه مورد تهاجم فرهنگی کشورهای پیشرفته غربی قرار گرفته‌اند. غرب با استفاده از این ابزارها، فرهنگ و مبانی دینی - ملی ما را مورد حمله قرار داده است. بنابراین، تبلیغ های دینی نیز باید تحوّل ی ژرف یافته و در آداب و ابزارهای تبلیغی تجدید نظر گردد و مبلغان فرهیخته با آداب و روش های کاربردی و موثر تبلیغی آشنا شوند. آگاهی از ابزارهای تبلیغ و جدیدترین شیوه‌ها و روش‌ها به مبلغان این امکان را خواهد داد که افزون بر هدایت جامعه ی اسلامی به سوی سعادت و سلامت دینی، از ورود افکار و اندیشه هایی که بر مبنای دین گریزی و یا دین ستیزی است ممانعت به عمل آورند.

خدای سبحان، قرآن کریم را به عنوان «تبیان» همه چیز به انسانها شناسانده و در این باره می‌فرماید: (وَتَزَكِّنَا عَلَيْكَ الْكِتَابَ تَبْيَانًا لِكُلِّ شَيْءٍ وَهُدًى وَرَحْمَةً وَبُشْرَى لِلْمُسْلِمِينَ) یعنی هر چیزی که در تأمین سعادت انسانها سهم مؤثر دارد، در این کتاب الهی بیان شده است و اگر انجام کاری سبب فراهم نمودن سعادت بشر است، در قرآن آمده و اگر ارتکاب عملی مایه شقاوت بشر می‌شود، پرهیز از آن به صورت دستوری لازم در آن تعبیه شده است (جوادی آملی، ۱۳۹۰). امر تبلیغ نیز با توجه به اهمیتی که دارد از این قاعده مستثنی نیست و قرآن کریم شیوه‌های تبلیغ کاربردی و مؤثر دین را تبیین نموده است که می‌تواند دستورالعمل جامع و مفیدی برای مبلغین گرامی باشد. بر این اساس محقق در این پژوهش بر آن است تا با غور در آیات قرآن، آداب و روش‌های تبلیغ را از این منبع غنی استخراج نماید.

۲-۱. اهمیت و ارزش پژوهش

تبلیغات اسلامی به محض استطاعت، در هر عصری لازم بوده و جزء امور واجب شمرده می‌شود؛ اما در عصر کنونی که ابزارهای ارتباط و وسایل تبلیغ بیش از صدر اسلام فراهم است و دنیا دستخوش تحولی بزرگ گشته و چونان عائله واحد، همه اهل خود را در محصوره کوچکی مجتمع کرده است، (امام خمینی، نظریه دهکده جهانی) اهمیت تبلیغ مبانی اسلام و ارائه و معرفی حقیقت آن - چنانکه در آیات و روایات آمده، مضاعف شده است.

بدین سبب، امام راحل (ره) خدمت دست‌اندرکاران امر تبلیغ را در این زمان، از خدماتی که در طول تاریخ برای اسلام انجام گرفته است، ارزنده‌تر می‌دانند و ضمن بیان میزان اهمیت و ارزش کار آنها، بر مسئولیت سنگین آنان به همان میزان تأکید کرده و نسبت به حسن انجام آن هشدار می‌دهند.

یکی از آموزش‌های لازم از سیره مقدس رسول اکرم صلی الله علیه و آله آموزش نحوه دعوت به حق و نحوه تبلیغ و رساندن پیام حق به مردم است. شاید در ابتدا برای افرادی کار کوچکی به نظر برسد اینکه انسان بخواهد مردم را به حق و به سوی پروردگار دعوت کند و پیام الهی را به آنها برساند؛ فکر کنند که این دعوت و ابلاغ پیام چه فرقی با سایر دعوتها و ابلاغ پیام‌ها دارد. اما این مسئله آنقدر حساس است که خداوند علیم خطاب به پیامبر می‌فرماید (الذی انقض ظهرک) بار سنگینی است که آنچنان سنگین بود که داشت پشت تو را می شکست؛ مخاطب در این آیه پیامبر است و بار هم جز بار دعوت، تبلیغ و مواجه شدن با مردم نیست. (مطهری، ۱۳۹۰) « وَ أَطِيعُوا اللَّهَ وَ أَطِيعُوا الرَّسُولَ وَ اخذُوا فَإِنْ تَوَلَّيْتُمْ فَأَعْلَمُوا أَنَّمَا عَلَى رَسُولِنَا الْبُلَاغُ الْبَلِيغُ » (مائده، ۹۲). این امر بیانگر اهمیت و حساسیت امر تبلیغ می‌باشد

چنانچه همان‌طور که در سایه تبلیغ صحیح، انسان با فطرت خویش آشنا می‌شود و به کوی دانش و بینش رهنمون می‌گردد، بر اثر تبلیغ سوء و مسموم، از طبیعت خود بیگانه می‌شود و ملاحظه می‌کند که قدرت تفکر و توان تأمل از وی سلب شده است؛ از این رو همان‌گونه که سلاح «صلاح تبلیغی»، از انواع ساز و برگ مدرن جنگی مؤثرتر و سودمندتر است، حربه «فساد تبلیغی»، از اقسام تجهیزات پیشرفته نظامی، مخربتر و زیانبارتر خواهد بود؛ زیرا

آثار تخریبی اسلحه نظامی، موقتی و گذراست؛ اما نتایج مضر ابزار فرهنگی، دائمی و دیرپاست و به نسل های آینده انتقال می یابد. طبق این معیار، علت موفقیت نسبی ابرقدرت ها مشوه ساختن چهره انقلاب، خلع «سلاح تبلیغ» از صالحان، و مسلح کردن طالحان به این سلاح کارآمد در جهان معاصر می باشد؛ که این امر، جز قلع و قمع فرهنگ انقلاب اسلامی در دنیا، نتیجه ای به دنبال نداشته و نخواهد داشت (امام خمینی).
علیرغم اینکه تبلیغ و دعوت به دین، از مسائل مهم اسلام است و دارای جایگاه ویژه ای در قرآن می باشد، اما درباره آداب و روش آن کتاب های زیادی نوشته نشده است. با توجه به مطالب گفته شده انجام این امر از اهمیت و ضرورت زیادی برخوردار است.

۱-۳. اهداف پژوهش

۱-۳-۱. هدف کلی

آشنایی مبلغان با حقیقت تبلیغ و آداب روش آن

۱-۳-۲. هدف فرعی

کاربردی کردن مطالبات قرآنی در جامعه

۱-۴. سؤال های تحقیق

۱-۴-۱. سؤال های اصلی

- ۱-در قرآن به موضوع تبلیغ و آداب و روش آن پرداخته شده؟
- ۲-آداب و روش تبلیغ در قرآن کدام است؟

۱-۴-۲. سؤال های فرعی

- ۱- آیا بین آداب و روش تفاوتی وجود دارد؟
- ۲-ویژگی های مبلغ دینی از نگاه قرآن چیست؟
- ۳-آیا تبلیغ صرفاً وظیفه پیامبران است یا غیر پیامبران نیز مأمور به تبلیغ بوده اند؟

۵-۱. فرضیه ها

۱-۵-۱. فرضیه های اصلی

۱- آداب علت های آماده ساز و کمکرسان به فرد در رسیدن به هدف مطلوب و روش چگونگی پیمودن راه می باشد.

۲- مبلغ دینی کسی است که به خیر دعوت و به نیکی فرمان و از زشتی بازدارد.

۳- دیدگاه قرآن در مورد تبلیغ دین راهکاری کاربردی برای مبلغان دینی است.

۱-۵-۲. فرضیه های فرعی

توجه به همزبانی و تفاهم فرهنگی با مردم در امر تبلیغ، یک اصل قرآنی است.

پیامبران به عنوان مبلغان دینی، به دنبال مطرح کردن خود نبوده اند.

در تبلیغ دین، دعوت به توحید و وحدت یک اصل انسانی است.

۱-۶. مفاهیم کلیدی پژوهش

۱-۶-۱. آداب

آداب جمع واژه ادب است. آداب مسائلی است که به اوصاف و احوال فاعل بازگشت می کند. بنابراین آداب، همان علت های آماده ساز و اسباب کمکرسان به فرد در رسیدن به هدف مطلوب وی می باشد. (جوادی آملی، ۱۳۹۰). از دیدگاه جامعه شناسی، آداب را می توان مدل های اساسی و مهم رفتار که افراد به اجبار در یک محیط اجتماعی می پذیرند، تعریف کرد.

۱-۶-۲. روش

روش عبارت است از چگونگی پیمودن راه.

۱-۶-۳. تبلیغ

تبلیغ در لغت به معنای رساندن پیغام یا خبر، پیام و مطلبی را به اطلاع مردم رسانیدن می باشد؛ (فرهنگ عمید، ۱۳۶۳). راغب در مفردات می نویسد: «البلوغ و البلاغ الانتها لی قصی المقصد والمنتهی مکانا کان و زمانا او امر» من امور المقدره و رب ما یعبر به عن المشارفه علیه وان لم یتته الیه؛ بلوغ و تبلیغ، رسیدن به پایان مقصد از حیث مکان یا زمان و یا هر امر دیگر است و گاهی از مشرف بودن به مقصد مورد نظر نیز به کار می رود، اگر چه منتهی به آن مقصد نباشد. (راغب اصفهانی، ۱۳۸۳)

۴-۶-۱. مبلغ

مبلغ، تبلیغ کننده یا رساننده، کسی است که حکم و امری را به دیگری ابلاغ کند. (راغب اصفهانی، ۱۳۸۳)

۵-۶-۱. دین

دین مرکب است از مجموعه معارف نظری و عقیدتی، احکام و قوانین عملی و دستورات اخلاقی، در ابعاد گوناگون فردی و اجتماعی، سازگار با عقل و فطرت انسانی، که از سوی خداوند یکتا توسط پیامبران برای هدایت همه جانبه مادی و معنوی بشر فرستاده شد و در صورت پیاده شدن به طور کامل، سعادت و رستگاری دنیوی و اخروی انسان را تأمین می‌کند.

۶-۶-۱. قرآن

قرآن کتاب مقدس دین اسلام و معجزه حضرت محمد (ص) است. در باور مسلمانان قرآن، سخنان خداست که به صورت وحی از سوی او توسط جبرئیل بر پیامبر اسلام، محمد بن عبدالله، نازل گردیده است. قرآن اصلی‌ترین منبع وحی در اسلام به شمار می‌آید و به زبان عربی است. کلمه قرآن در لغت به معنی «قرائت کردن» و «خواندن» است و مسلمانان معمولاً به آن با عناوینی مانند «قرآن کریم» و «قرآن مجید» اشاره می‌کنند. قرآن به ۳۰ جزء تقسیم شده و ۱۱۴ سوره دارد.