

پژوهشکده علوم و معارف حدیث : ۹۹

این کتاب با حمایت و مشارکت معاونت امور فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی چاپ شده است

محمّدی ری شهری، محمّد، ۱۳۲۵ -

[موسوعة معارف الكتاب والسنة، ترجمة فارسی]

دانش نامه قرآن و حدیث / محمّد محمّدی ری شهری با همکاری جمعی از پژوهشگران؛ ترجمه حمیدرضا شیخی و دیگران. - قم: دار الحدیث، ۱۴۳۲ق = ۱۳۹۰ -
ج. - (پژوهشکده علوم و معارف حدیث : ۹۹)

ISBN (set) : 978 - 964 - 493 - 494 - 0

ISBN : 978 - 964 - 493 - 598 - 5

فهرست نویسی بر اساس اطلاعات فیبا.

کتاب نامه .

۱. احادیث موضوعی - دایرة المعارفها. ۲. احادیث شیعه - قرن ۱۴. ۳. احادیث اهل سنت - قرن ۱۴. الف. شیخی، حمیدرضا، ۱۳۴۵ - . ب. عنوان: موسوعة میزان الحکمة. ج. عنوان.

BP ۱۳۶/۹/م ۳۵۲۱۳۸۴

فهرست نویسی پیش از انتشار، توسط کتابخانه تخصصی حدیث / قم

دانشنامه قرآن و حدیث

فارسی - عربی

محمدی علی شیری

جلد پانزدهم

با همکاری

حمید ازپوشکران

ترجمه

حمید رضاشیخی، علی نصیری

دانش نامه قرآن و حدیث / ج ۱۵

محمد محمدی ری شهری

همکار: سید حمید حسینی، سید محمود طباطبایی نژاد، سید رسول موسوی

مترجم: علی نصیری، حمیدرضا شیخی

بازبین علمی: محمد احسانی فر، حیدر مسجدی، مهدی غلامعلی، احمد غلامعلی

بازبین ترجمه: محمد مرادی، محمد هادی خالقی

بازبین نهایی: سید مجتبی غوری

مصدریاب احادیث: محمد مهدی احسانی فر، علی حجیمی، علیرضا نظری خرم، محمد رضا سبحانی نیا

اعراب گذار: رسول افقی، مرتضی خوش نصیب

مقابلہ گر با مضادر: عبدالکریم حلفی، وعد بهبهانی

سرور یاستار: محمد هادی خالقی

ویراستار فارسی: سید محمد دلال موسوی، محمد باقری زاده اشعری

ویراستار عربی و شرح لغات: حسنین دباغ، میثم دباغ، عبدالکریم مسجدی

مدیر آماده سازی: محمد باقر نجفی

فهرست ساز: علی اصغر دریاب

نمونه خوان فارسی: علینقی نگران، محمود بیاسی، سید هاشم شهرستانی

نمونه خوان عربی: محمد علی دباغی، حیدر واللی

خوش نویس: حسن فرزائگان

حروفچین: علی اصغر دریاب، فخرالدین جلیلووند، حسین الخمیان

صفحه آرا: سید علی موسوی کیا

ناشر: سازمان چاپ و نشر دار الحدیث

چاپ: اول / ۱۳۹۰

چاپخانه: دارالحدیث

شمارگان: ۲۰۰۰

قیمت دوره: ۱۵۰۰۰۰ تومان



دفتر مرکزی: قم، میدان شهدا، خیابان معلم، پلاک ۱۲۵ تلفن: ۰۲۵۱ ۷۷۴۰۵۲۳ / فاکس: ۰۲۵۱ ۷۷۴۰۵۷۱ / ص.پ. ۳۷۱۸۵ / ۴۴۶۸

نمایشگاه دائمی علوم حدیث (قم، خیابان معلم): ۰۲۵۱ ۷۷۴۰۵۴۵ / فروشگاه شماره «۲» (شهری، حرم حضرت عبدالعظیم حسنی ۷ صحن کاشانی): ۵۵۹۵۲۸۶۲

فروشگاه شماره «۳» (مشهد مقدس، چهار راه شهدا، ضلع شمالی باغ نادری، مجتمع فرهنگی تجاری گنجینه کتاب، طبقه هم کف: ۰۵۱۱ ۲۲۴۰۰۶۲ - ۳

فروشگاه شماره «۴» (مشهد مقدس، میدان تختی، خیابان شهید اسدالله زاده، نرسیده به چهار راه پل خاکی، سمت چپ، ساختمان کوثر، تلفن: ۲۲۲۱۴۲۴

<http://darolhadith.ir>

darolhadith.20@gmail.com

ISBN(set): 978 - 964 - 493 - 494 - 0

ISBN: 978 - 964 - 493 - 598 - 5

❖ کلیه حقوق چاپ و نشر برای ناشر محفوظ است

فهرست اجمالی

۴۵. تبلیغ

۹	درآمد
۱۷	فصل یکم: جایگاه تبلیغ
۳۱	فصل دوم: جایگاه مبلغ
۶۵	فصل سوم: رسالت مبلغ
۱۳۸	مهم ترین وظایف مبلغ
۱۴۵	فصل چهارم: ویژگی های مبلغ
۱۵۵	مخاطب شناسی در تبلیغ
۲۲۵	فصل پنجم: ابزارهای تبلیغ
۲۴۳	فصل ششم: آداب تبلیغ
۲۸۱	فصل هفتم: آفات تبلیغ
۳۲۹	بحثی دربارهٔ مُزد تبلیغ
۳۴۱	فصل هشتم: آثار تبلیغ علمی
۳۷۳	فصل نهم: روش تبلیغ در قرآن

۴۶. آزمایش الهی

۴۳۳	درآمد
۴۴۵	فصل یکم: آزمایش، قانون الهی
۵۱۳	سخنی در بارهٔ آزمون های انبیاء علیهم السلام
۵۶۳	فهرست ها



تبلیغ

درآمد	:	جایگاه تبلیغ
فصل یکم	:	جایگاه تبلیغ
فصل دوم	:	رسالت تبلیغ
فصل سوم	:	ویژگی های تبلیغ
فصل چهارم	:	ابزارهای تبلیغ
فصل پنجم	:	آداب تبلیغ
فصل ششم	:	آفات تبلیغ
فصل هفتم	:	آثار تبلیغ علمی
فصل هشتم	:	روش تبلیغ درسترآن
فصل نهم	:	

درآمد

تبلیغ، در لغت

واژه «تبلیغ»، از ریشه «بلوغ» و «بلاغ»^۱ به معنای رساندن کامل پیام، خبر، اندیشه و سخن به دیگری است و «مبلغ» کسی است که با همه توان، تلاش می‌کند تا مواد تبلیغی همراه خود را به مقصد نهایی که اندیشه و دل مخاطب است، برساند.

در قرآن کریم، واژه «تبلیغ» و مشتقات آن، ۲۸ بار به کار رفته‌اند.^۲ عناوین دیگری مانند: هدایت، دعوت، موعظه، تبشیر، تخویف، انذار، امر به معروف و نهی از منکر نیز با عنوان تبلیغ، ارتباطی نزدیک دارند؛ اما هیچ یک، از بار فرهنگی واژه «تبلیغ» در انتقال پیام‌ها برخوردار نیستند.

از منظر قرآن و احادیث، رساندن پیام‌های سازنده خداوند مهربان به اندیشه و دل مردم، مهم‌ترین وظیفه انبیای الهی و ادامه دهندگان راه آنان است. به انجام

۱. البلوغ والبلاغ، الانتهاء إلى أقصى المقصد والتمتهی؛ مكاناً كان أو زماناً أو أمراً من الأمور المقدرة. و ربما يعتبر به عن المشاركة إليه وإن لم ينته إليه (مفردات ألفاظ القرآن: ص ۱۴۴ مادة «بلغ»).

۲. آل عمران: آیه ۲۰، نساء: آیه ۶۳، مائده: آیه ۶۷ (دو بار) و ۹۲ و ۹۹، انعام: آیه ۱۴۹، اعراف: آیه ۶۲ و ۶۸ و ۷۹ و ۹۳، هود: آیه ۵۷، رعد: آیه ۴۰، ابراهیم: آیه ۵۲، نحل: آیه ۳۵ و ۸۲، انبیا: آیه ۱۰۶، نور: آیه ۵۴، عنکبوت: آیه ۱۸، احزاب: آیه ۳۹، یس: آیه ۱۷، شورا: آیه ۴۸، احقاف: آیه ۲۳ و ۳۵، قمر: آیه ۵، تغابن: آیه ۱۲، جن: آیه ۲۳ و ۲۸.

رساندن این وظیفه، تا آن جا اهمّیت دارد که قرآن، خطاب به پیامبر اسلام، تأکید می‌فرماید:

﴿إِنْ عَلَيْكَ إِلَّا الْبَلَّغُ﴾^۱

جز رساندن پیام، بر عهده تو نیست.

و پیامبر بزرگوار اسلام، خود را به عنوان یک «مبلّغ» به مردم معرفی می‌کند و می‌فرماید:

إِنَّمَا أَنَا مُبَلِّغٌ.^۲

من، فقط مبلّغم.

عوامل موفقیت مبلّغ

بر اساس آنچه امروزه در دانش‌های روان‌شناسی، ارتباطات اجتماعی و مدیریت مطرح است، موفقیت یا شکست مبلّغان و برنامه‌سازان تبلیغاتی در رسیدن به اهداف خود، به پنج عامل باز می‌گردد: ۱. انگیزه مبلّغ، ۲. محتوای تبلیغ، ۳. ویژگی‌های مبلّغ، ۴. ابزارهای تبلیغ، و ۵. شیوه تبلیغ.

در اسلام، همه این عوامل، مورد توجه قرار دارند و ما در این مدخل، با الهام گرفتن از قرآن و حدیث، تلاش می‌کنیم تا ضمن تقویت انگیزه تبلیغ، مبلّغان را با اصلی‌ترین پیام‌هایی که باید به مردم منتقل کنند، ویژگی‌هایی که برای مبلّغ، ضروری است و ضامن موفقیت وی در تبلیغ است، ابزار تبلیغ، و شیوه‌هایی که در موفقیت مبلّغ، مؤثرند، آشنا سازیم.

اینک اشاره‌ای کوتاه به جمع‌بندی متون اسلامی در باره عوامل موفقیت

۱. شورا: آیه ۴۸.

۲. مسند ابن حنبل: ج ۶ ص ۳۳ ح ۱۶۹۳۴، المعجم الکبیر: ج ۱۹ ص ۳۸۹ ح ۹۱۴ و ص ۳۹۰ ح ۹۱۵، کنز العمال: ج ۶ ص ۳۵۰ ح ۱۶۰۱۰.

مبلّغ داریم:

انگیزه مبلّغ

بدون تردید، انگیزه، قبل از هر چیز دیگر، ضامن موفقیت مبلّغ و برنامه‌های تبلیغی اوست. هر چه انگیزه قوی‌تر باشد، امید موفقیت، بیشتر است. تأمل در متون دینی‌ای که درباره جایگاه تبلیغ و مبلّغ در اسلام سخن می‌گویند، می‌تواند زمینه‌ساز تقویت انگیزه مبلّغان و برنامه‌سازان تبلیغی باشد.

در این متون، ضرورت تبلیغ به عنوان یک تکلیف الهی و وظیفه دینی، شمرده شده و اهمیت و آثار و برکات آن برای مبلّغ از یک سو و برای مردم از سوی دیگر، مورد تأکید قرار گرفته و تبلیغ، به عنوان پایگاه احیای معنوی مردم و یاری رساندن به خدا معرفی شده است.^۱

همچنین مبلّغ، نماینده خدا، نماینده پیامبر خدا، نماینده کتاب خدا، و حجّت خدا بر مردم، معرفی شده است.^۲

مبلّغ، ترجمان حق، سفیر خالق و فراخواننده مردم به سوی خداست.^۳ مبلّغ، مجاهدی است که با سلاح سخن و قلم، به یاری خدا (یعنی دفاع از همه ارزش‌های انسانی و مبارزه و جهاد با همه زشتی‌ها و ناهنجاری‌ها) بر می‌خیزد و جامعه را به مقصد اعلای انسانیت، دعوت می‌کند.^۴

بدین سان، یک مبلّغ، ارزشمندتر از هزاران عابد است؛ چرا که همّت عابد، در جهت نجات خویش است و همّت مبلّغ، در جهت نجات مردم و خدمت به خلق،

۱. ر.ک: ص ۲۳ (زنده کردن مردم) و ص ۲۷ (یاری کردن خدا).

۲. ر.ک: ص ۳۱ (فضیلت مبلّغ).

۳. ر.ک: ص ۳۳ ح ۲۴ و ۲۵.

۴. ر.ک: ص ۲۲۵ (فصل پنجم: ابزارهای تبلیغ).

و از این روست که در قیامت به عابد گفته می‌شود:

إِنطَلِقْ إِلَى الْجَنَّةِ!^۱

به سوی بهشت برو!

اما به مبلغ گفته می‌شود:

قِفْ! تَشْفَعُ لِلنَّاسِ بِحَسَنِ تَأْدِيكِ لَهُمْ.^۲

درنگ کن و به پاداش آن که مردم را نیکو تربیت کردی، آنها را شفاعت کن.

این فضایل، برای همه مبلغان واجد شرایط است؛ اما کسانی که در هدایت مردم، تلاش و ابتکار بیشتری دارند، از کمالات برتری برخوردارند و مبلغی که برای تبلیغ، به بلاد شرک و کفر سفر کند و در این راه، جان بدهد، به سان ابراهیم خلیل، در قیامت به صورت امت واحدی محشور می‌گردد.^۳

افزون بر این، آنچه در باره حقوق مبلغ و ثواب تبلیغ در احادیث اسلامی آمده است، در جهت تقویت انگیزه مبلغان و برنامه‌سازان تبلیغی است.^۴

البته جایگاه رفیع مبلغ، مسئولیت بسیار سنگینی را بر دوش او می‌گذارد و آیات و احادیثی که در این باره^۵ و نیز در مورد مبلغان نمونه^۶ وارد شده است، برای مبلغان، سخت هشدار دهنده است.

رسالت مبلغ

محتوای تبلیغ، یکی دیگر از ارکان موفقیت آن است. هر چه محتوای تبلیغ با

۱. ر.ک: ص ۵۲ ح ۶۵.

۲. ر.ک: ص ۵۲ ح ۶۵.

۳. ر.ک: ص ۳۵ (مبلغی که به صورت یک امت محشور می‌شود).

۴. ر.ک: ص ۴۱ (حقوق مبلغ) و ص ۴۳ (پاداش مبلغ).

۵. ر.ک: ص ۳۷ (مسئولیت مبلغ).

۶. ر.ک: ص ۵۳ (مبلغ نمونه).

موازن عقلی، سازگارتر و پیام‌مبلغ از غنای فرهنگی بیشتری برخوردار باشد، میزان موفقیت و تأثیرگذاری تبلیغ در مردم، افزایش خواهد یافت.

آنچه در فصل سوم تحت عنوان «رسالت‌مبلغ» آمده است، علاوه بر این که مبلغ را با مهم‌ترین وظایف تبلیغی و جهتگیری‌های صحیح در پیام‌رسانی آشنا می‌کند، نشان‌دهنده غنای فرهنگی پیام اسلام و انطباق آن با موازین فطری و عقلی است.

ویژگی‌های مبلغ

سومین رکن موفقیت مبلغ، ویژگی‌های شخصی اوست. مبلغ، در صورتی می‌تواند در جایگاه واقعی خود، تلاطم‌بخش راه‌انبیای الهی باشد و از ارزش‌های دینی دفاع کند که از نظر علمی، اخلاقی و عملی، واجد ویژگی‌هایی باشد که اسلام برای دعوت‌کنندگان مردم به خدا و ارزش‌های انسانی و اسلامی ضروری می‌داند. مشروح این ویژگی‌ها در فصل چهارم این عنوان خواهد آمد.

مبلغ، اگر از حدّ اقلّ ضروری این ویژگی‌ها برخوردار نباشد، نه تنها تلاش‌های تبلیغی او سودمند نیست، بلکه برای جامعه و حتی برای شخص او، زیانبار و خطرناک خواهد بود.

ابزارهای تبلیغ

مبلغ، علاوه بر داشتن انگیزه قوی و پیام فرهنگی غنی و ویژگی‌های شخصی لازم، برای موفقیت، به ابزار نیاز دارد. سخن، مهم‌ترین ابزار تبلیغ و به مفهوم عام آن، تنها ابزار تبلیغ در طول تاریخ است که در قالب‌های: موعظه، خطابه، مناظره، و نثر و نظم، پیام‌مبلغ را به اندیشه و دل مردم منتقل می‌کند.

جالب توجه است که در احادیث اسلامی، نوشتار نیز از مصادیق «سخن» شمرده شده و خط را «زبان دست» خوانده‌اند. بر این اساس، وسایل اطلاع‌رسانی

جدید، مانند: سینما و تئاتر نیز از اشکال گوناگون سخن محسوب می‌شوند.

در فصل پنجم این عنوان، قدرت فوق‌العاده و سحرآمیز «سخن» و اطلاع‌رسانی و شیوه‌های سخن گفتن با مردم، مورد توجه قرار گرفته است.

مهم‌ترین نکته در این فصل، این است که از نظر احادیث اسلامی، «سخن»، از بالاترین قدرت در تحقق اهداف فرهنگی، سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و نظامی برخوردار است.

ابزارهای انتقال سخن و اطلاع‌رسانی به مردم، مؤثرتر از ابزارهای نظامی و اقتصادی‌اند و قدرت آنها از قدرت نظامی و اقتصادی، افزون‌تر است. این، رهنمودی است بس مهم و ارزنده برای مبلغان و برنامه‌سازان تبلیغی مسلمان، که متأسفانه، تاکنون، آن گونه که شایسته است، مورد توجه قرار نگرفته است و امروز، دشمنان اسلام، بیش از دوستان، از این سلاح استفاده می‌کنند.

امام خمینی علیه السلام در این باره می‌فرماید:

تبلیغات، مسئله‌ای است پُر اهمیت و حساس؛ یعنی دنیا با تبلیغات، حرکت می‌کند. آن قدری که دشمنان ما از حربه تبلیغات استفاده می‌کنند، از طریق دیگری نمی‌کنند و ما باید به مسئله تبلیغات، بسیار اهمیت دهیم و از همه چیزهایی که هست، بیشتر به آن توجه کنیم.^۱

آنچه امروز برای مبلغان و حوزه‌های علمیه و سازمان‌های تبلیغاتی اسلامی اهمیت دارد، این است که علاوه بر بهره‌گیری از شکل‌های سنتی تبلیغ، همگام با زمان، از قالب‌های جدید سخن گفتن و اطلاع‌رسانی به مردم و استدلال و اثرگذاری و اقناع، غفلت نورزند و خود را به ابزارهای جدید اطلاع‌رسانی مجهز سازند.^۲

۱. صحیفه نور: ج ۱۷ ص ۱۵۷.

۲. ر.ک: ص ۱۶۷ (نقش زمان و مکان در تبلیغ).

شیوه تبلیغ

پنجمین رکن موفقیت مبلغ، شیوه تبلیغ است. تبلیغ، یک هنر بزرگ است و مبلغ کامل، یک هنرمند بزرگ. مبلغ باید علاوه بر توجه به عوامل چهارگانه‌ای که شرح آنها گذشت، از هنر تبلیغ نیز برخوردار باشد، و گرنه شایسته این عنوان نیست.

هنر تبلیغ، به کار گرفتن شیوه‌های مؤثر و اجتناب از شیوه‌های نادرست در انتقال پیام‌های تبلیغی است که در فصل ششم و هفتم این عنوان، مورد توجه قرار گرفته است.

مهم‌ترین نکته تبلیغی

در پایان باید گفت: مهم‌ترین نکته‌ای که مبلغان باید مورد توجه قرار دهند، این است که کارایی «سخن» در انتقال پیام‌های الهی، در مقابل کارایی «عمل»، ناچیز است. سخن، قدرت سحرآمیز دارد؛ اما عمل، اعجاز می‌کند. از این رو، پیشوایان دینی ما، بیش از تبلیغ با سخن، بر تبلیغ با عمل، تأکید دارند.^۱ در فصل هشتم این عنوان، نمونه‌هایی از آثار اعجاز‌آمیز عمل، در گرایش مردم به اسلام و ارزش‌های اسلامی ارائه شده است.

۱. ر.ک: ص ۳۴۱ (فصل هشتم: آثار تبلیغ عملی).