



دانشگاه بین‌المللی امام رضا علیه السلام

دانشکده علوم انسانی

(گروه معارف اسلامی)

پایان نامه کارشناسی ارشد رشته نهج البلاغه - اجتماعی سیاسی و حقوق عمومی

## راهبردهای تبلیغ دین در عرصه بین‌المللی مبتنی بر آموزه‌های علوی علیه السلام

استاد راهنما:

دکتر مصطفی احمدی فر

نگارنده:

روح الله عطاران طوسی

زمستان ۱۳۹۸

## چکیده

اسلام، آخرین و کامل ترین دین الهی می‌باشد. یکی از بهترین راه‌ها برای رساندن پیام این دین آسمانی به جهانیان، تبلیغ است. از میان معصومین علیهم‌السلام، امام علی علیه‌السلام به علت این که تنها امامی بوده‌اند که موفق به تشکیل نظام اسلامی مبتنی بر دیدگاه‌های شیعه اثنی عشری شده‌اند، از اهمیت ویژه‌ای برخوردارند. لذا این نوشتار که با روش کتاب خانه‌ای سامان یافته است، به دنبال تعیین راهبردهای تبلیغ دین در عرصه بین‌المللی مبتنی بر آموزه‌های علوی بوده است. مبلغین بین‌الملل قبل از تبلیغ، با زبان آموزی، شناخت فرهنگ منطقه و ملل مختلف، علم به محتوای تبلیغ، مطالعه اسناد موجود و آشنایی با تجربه دیگران، باید شانس بیشتری را برای موفقیت خود ایجاد کنند. در هنگام تبلیغ، پس از آن که بر ارتباطات کشور هدف، شناخت کافی پیدا نمودند، فرصت‌ها و تهدیدها را بررسی و بر اساس نیازسنجی منطقه و روان \_ شناسی و جامعه شناسی، برنامه تبلیغی خویش را پیاده کرده، از برنامه و شیوه تبلیغی خود ارزیابی واقع بینانه پیدا نمایند و در پایان، با ادامه مکاتبه‌ای و فعالیت‌های عام المنفعه و ایجاد شبکه اجتماعی تبلیغ، ماندگاری خود را در منطقه بالا ببرند. طبق یافته‌های تحقیق، عدم آشنایی با فرهنگ ملل، عدم همراهی با مردم، عدم ارائه چهره منطقی از اسلام، تفرقه و اختلاف، بین‌المللی نشدن حوزه، میل به ماندگاری در کشور مبدأ، ضعف در بازگشت به قرآن، نهج البلاغه و صحیفه سجادیه و عدم وجود سند جامع تبلیغی، بر اساس آموزه‌های علوی از مهم‌ترین آسیب‌های تبلیغ موفق بین‌المللی می‌باشد. از سوی دیگر، یادآوری نعمت‌های فراموش شده خداوند، تربیت مبلغان کارآمد و زبده، شوراندن گنجینه‌های پنهان اندیشه انسان، هجرت تبلیغی، برنامه ریزی برای گسترش فعالیت‌های قرآنی مبلغان، مراعات مصلحت در نشر مذهب اهل بیت علیهم‌السلام، توجه جدی به نهج البلاغه و صحیفه سجادیه و تدوین سند جامع تبلیغ در عرصه بین‌الملل از مهم‌ترین پیشران‌ها و راه کارهای این آسیب‌ها می‌باشد.

**واژه های کلیدی:** راهبرد، تبلیغ، دین، بین‌الملل، آموزه‌های علوی

## فهرست مطالب

فصل اول: کلیات تحقیق	۱
۱-۱- مقدمه	۲
۲-۱- بیان مسئله	۳
۳-۱- اهمیت تحقیق	۴
۴-۱- اهداف تحقیق	۴
۱-۴-۱- هدف کلی	۴
۲-۴-۱- اهداف فرعی	۴
۵-۱- فرضیه‌های تحقیق	۴
۶-۱- پرسش‌های تحقیق	۴
۱-۶-۱- پرسش اصلی	۴
۲-۶-۱- پرسش‌های فرعی	۴
فصل دوم: پیشینه تحقیق	۶
۱-۲- مبانی و رویکردهای نظری	۷
۲-۲- مرور پیشینه	۷
فصل سوم: روش تحقیق	۹
۱-۳- نوع و روش تحقیق	۱۰
فصل چهارم: تجزیه و تحلیل نتایج	۱۱
۱-۴- مقدمه	۱۲
۲-۴- تجزیه و تحلیل پرسش‌های تحقیق	۱۲
۱-۲-۴- کلیات	۱۲
۱-۱-۲-۴- ادبیات تحقیق	۱۳
۱-۱-۱-۲-۴- معنای لغوی و اصطلاحی راهبرد	۱۳
۲-۱-۱-۲-۴- معنای لغوی و اصطلاحی تبلیغ	۱۴
۳-۱-۱-۲-۴- معنای لغوی و اصطلاحی دین	۱۴
۴-۱-۱-۲-۴- معنای لغوی و اصطلاحی بین‌الملل	۱۵
۵-۱-۱-۲-۴- معنای لغوی و اصطلاحی آموزه‌های علوی	۱۵
۶-۱-۱-۲-۴- تعریف تبلیغ بین‌الملل دین	۱۵
۲-۱-۲-۴- مروری بر زندگی امام علی <small>علیه السلام</small>	۱۵

- ۱۵..... ۴-۲-۱-۲-۱- امام علی علیه السلام از منظر اندیشمندان
- ۱۶..... ۴-۲-۱-۲-۲- نهج البلاغه پنجره شناخت امام علی علیه السلام
- ۱۷..... ۴-۲-۱-۳- اهداف تبلیغ
- ۱۷..... ۴-۲-۱-۳-۱- اهداف تبلیغ از نظر اسلام
- ۱۹..... ۴-۲-۱-۳-۲- اهداف تبلیغ در دیدگاه امام علی علیه السلام
- ۲۱..... ۴-۲-۱-۴- جایگاه تبلیغ
- ۲۱..... ۴-۲-۱-۴-۱- جایگاه تبلیغ در آموزه‌های علوی
- ۲۳..... ۴-۲-۱-۴-۲- جایگاه تبلیغ در دیدگاه امام خمینی ره و مقام معظم رهبری علیه السلام
- ۲۵..... ۴-۲-۱-۴-۳- جایگاه تبلیغ در جهان امروز
- ۲۵..... ۴-۲-۱-۵- پیشینه و مبانی تبلیغ علوی
- ۲۵..... ۴-۲-۱-۵-۱- پیشینه تبلیغ علوی
- ۲۶..... ۴-۲-۱-۵-۲- مبانی تبلیغ علوی
- ۲۸..... ۴-۲-۱-۶- شیوه و آیین تبلیغ علوی
- ۲۸..... ۴-۲-۱-۶-۱- حکمت و استدلال‌های عقلی
- ۳۰..... ۴-۲-۱-۶-۲- موعظه حسنه
- ۳۰..... ۴-۲-۱-۶-۳- جدال احسن
- ۳۱..... ۴-۲-۱-۶-۴- واقعیت‌های و مطلوب‌های متصور تبلیغ
- ۳۱..... ۴-۲-۱-۶-۵- خطابه
- ۳۲..... ۴-۲-۱-۶-۷- روان شناسی
- ۳۴..... ۴-۲-۱-۶-۸- عمل گرایی
- ۳۵..... ۴-۲-۱-۶-۹- معرفی الگوها
- ۳۵..... ۴-۲-۱-۶-۱۰- پرسش و پاسخ
- ۳۵..... ۴-۲-۱-۶-۱۱- خبرهای غیبی
- ۳۶..... ۴-۲-۱-۶-۱۲- تغافل
- ۳۶..... ۴-۲-۱-۶-۱۳- تمثیل و تشبیه
- ۳۷..... ۴-۲-۱-۶-۱۴- مناظره
- ۳۸..... ۴-۲-۱-۷- صفات مبلغ از نگاه آموزه‌های علوی
- ۳۸..... ۴-۲-۱-۷-۱- صفات اخلاقی
- ۴۵..... ۴-۲-۱-۷-۲- صفات ارتباطی

- ۴۷-۴-۲-۱-۷-۳- صفات عملی ..... ۴۷
- ۴۹-۴-۲-۱-۷-۴- صفات تخصصی ..... ۴۹
- ۴۹-۴-۲-۱-۸- وجوه کنش متقابل تبلیغی در عرصه بین‌الملل ..... ۴۹
- ۵۰-۴-۲-۱-۹- ترجیح بین تبلیغ داخلی و خارجی ..... ۵۰
- ۵۱-۴-۲-۱-۱۰- قلمرو و مراحل تبلیغ ..... ۵۱
- ۵۱-۴-۲-۲- پیش‌نیازهای تبلیغ بین‌الملل در نظرگاه امام علی علیه السلام ..... ۵۱
- ۵۱-۴-۲-۱- اهمیت زبان آموزی ..... ۵۱
- ۵۱-۴-۲-۱- مفهوم "زبان" در سیره تبلیغی قرآن ..... ۵۱
- ۵۳-۴-۲-۱-۲- "زبان" در سیره تبلیغی امام علی علیه السلام ..... ۵۳
- ۵۵-۴-۲-۱-۳- یادگیری زبان‌های بین‌المللی برای تبلیغ دین ..... ۵۵
- ۶۰-۴-۲-۱-۴- زبان "ارتباطات" ..... ۶۰
- ۶۹-۴-۲-۲- اهمیت فرهنگ و آشنایی با فرهنگ ملل ..... ۶۹
- ۷۲-۴-۲-۳- علم به محتوای تبلیغ ..... ۷۲
- ۷۳-۴-۲-۴- مطالعه مکتوبات و اسناد ..... ۷۳
- ۷۵-۴-۲-۵- آشنایی با تجربیات دیگران ..... ۷۵
- ۷۷-۴-۲-۳- راهبردهای حین تبلیغ بین‌الملل از نگاه آموزه‌های علوی ..... ۷۷
- ۷۷-۴-۲-۱- شناخت ارتباطات در کشور هدف ..... ۷۷
- ۷۹-۴-۲-۱-۳- جریان‌ات و گروه‌های سیاسی اجتماعی حکومت امیرالمؤمنین علیه السلام ..... ۷۹
- ۸۵-۴-۲-۱-۳- شیوه‌های برخورد امام علی علیه السلام با مخالفین ..... ۸۵
- ۸۶-۴-۲-۳- استفاده از فرصت‌ها و مقابله با تهدیدها ..... ۸۶
- ۸۸-۴-۲-۳- نیازسنجی ..... ۸۸
- ۹۰-۴-۲-۳- روان‌شناسی و جامعه‌شناسی ..... ۹۰
- ۹۱-۴-۲-۳-۱- محورهای ارتباطی جامعه‌شناسی و تبلیغ ..... ۹۱
- ۹۳-۴-۲-۳-۵- ارزیابی شیوه تبلیغ ..... ۹۳
- ۹۶-۴-۲-۴- راهبردهای بعد از تبلیغ بین‌الملل از نگاه آموزه‌های علوی ..... ۹۶
- ۹۶-۴-۲-۱- ادامه مکاتباتی ..... ۹۶
- ۹۸-۴-۲-۴- ماندگاری تبلیغ ..... ۹۸
- ۱۰۲-۴-۲-۳- فعالیت‌های عام‌المنفعه ..... ۱۰۲
- ۱۰۴-۴-۲-۳-۱- فعالیت‌های عام‌المنفعه امام علی علیه السلام ..... ۱۰۴

- ۱۱۲..... ۴-۲-۴-۴- ایجاد شبکه اجتماعی تبلیغ
- ۱۱۷..... ۵-۲-۴- آسب‌ها و پیشران‌های تبلیغ موفق از نگاه آموزه‌های علوی
- ۱۱۷..... ۴-۲-۵-۱- آسب‌های تبلیغ موفق
- ۱۱۷..... ۴-۲-۵-۱- فقدان ایمان و هدف و ترس از شرایط
- ۱۱۷..... ۴-۲-۵-۱- سستی در رسالت سنگین تبلیغی
- ۱۱۸..... ۴-۲-۵-۳- عدم آشنایی با فرهنگ ملل
- ۱۱۹..... ۴-۲-۵-۴- عدم پاسخگویی و همراهی با مردم
- ۱۱۹..... ۴-۲-۵-۵- همکاری با صاحبان قدرت و ثروت
- ۱۱۹..... ۴-۲-۵-۶- نفوذ غیر خودی‌ها و نااهلان
- ۱۲۰..... ۴-۲-۵-۷- کمبود در تعداد و تربیت مبلغ دینی بین‌المللی
- ۱۲۱..... ۴-۲-۵-۸- عدم وجود سند جامع تبلیغی در عرصه بین‌المللی
- ۱۲۲..... ۴-۲-۵-۹- ضعف علمی و عدم پیشرفت مبلغان
- ۱۲۳..... ۴-۲-۵-۱۰- عدم ارائه چهره منطقی و عقلانی از اسلام و تشیع
- ۱۲۳..... ۴-۲-۵-۱۱- میل به ماندگاری و عدم هجرت
- ۱۲۴..... ۴-۲-۵-۱۲- ضعف در بازگشت به قرآن و عمل به آن
- ۱۲۵..... ۴-۲-۵-۱۳- تفرقه و اختلاف
- ۱۲۸..... ۴-۲-۵-۱۴- منحصر شدگی و بین‌المللی نشدن حوزه
- ۱۲۹..... ۴-۲-۵-۱۵- عدم آشنایی با زبان‌های زنده دنیا
- ۱۲۹..... ۴-۲-۵-۱۶- ضعف بودجه تبلیغی
- ۱۳۰..... ۴-۲-۵-۱۷- غفلت از شناخت دشمن و رقیب
- ۱۳۱..... ۴-۲-۵-۱۸- داشتن تعصب قومی
- ۱۳۳..... ۴-۲-۵-۱۹- برتری جویی
- ۱۳۵..... ۴-۲-۵-۲۰- عدم توجه لازم به نهج البلاغه و صحیفه سجادیه
- ۱۳۷..... ۴-۲-۵-۲- پیشران‌های تبلیغ موفق
- ۱۳۷..... ۴-۲-۵-۱- ایمان به هدف و اقدام عملی
- ۱۳۷..... ۴-۲-۵-۲- یادآوری نعمت‌های فراموش شده خداوند
- ۱۳۸..... ۴-۲-۵-۳- تربیت مبلغان کارآمد و زبده در عرصه بین‌الملل
- ۱۴۰..... ۴-۲-۵-۴- شوراندن گنجینه‌های پنهان اندیشه انسان
- ۱۴۱..... ۴-۲-۵-۵- تدوین سند و استراتژی جامع تبلیغ در عرصه بین‌الملل

۱۴۲	..... ۴-۲-۵-۲-۶- هجرت تبلیغی جهت تبلیغ بین الملل
۱۴۳	..... ۴-۲-۵-۲-۷- برنامه ریزی برای گسترش فعالیت‌های قرآنی مبلغان در عرصه بین الملل
۱۴۴	..... ۴-۲-۵-۲-۸- تقویت رویکرد بین المللی حوزه علمیه
۱۴۵	..... ۴-۲-۵-۲-۹- مراعات مصلحت در نشر مذهب اهل بیت <small>علیهم السلام</small>
۱۴۶	..... ۴-۲-۵-۲-۱۰- توجه جدی به نهج البلاغه و صحیفه سجادیه در ابعاد جهانی
۱۴۸	..... <b>فصل پنجم: نتایج و پیشنهادات</b>
۱۴۹	..... ۵-۱- جمع بندی و نتیجه گیری
۱۵۱	..... ۵-۲- پیشنهادات
۱۵۱	..... ۵-۲-۱- پیشنهادات نظری
۱۵۲	..... ۵-۲-۲- پیشنهادات عملی
۱۵۳	..... منابع و مأخذ
۱۶۷	..... پیوست‌ها
	پیوست الف: خلاصه ای از طرح فعالان فرهنگی گروه جهادی تبلیغی منادیان رحمت در قلعه گنج
۱۶۷	..... کرمان

# فصل اول:

## کلیات تحقیق



## ۱-۱- مقدمه

اسلام، دینی جاودانه و برای تمامی افراد بشر می‌باشد. این اندیشه در قرآن کریم و احادیث همواره بدان اشاره شده است. برای رساندن پیام دین اسلام، بهترین شیوه، تبلیغ می‌باشد.

با توجه به نیاز جهان امروز به آموزه‌های اسلامی و به طور خاص، شیوه‌های تبلیغی در عرصه‌های مختلف، نویسنده بر آن است که در این پایان نامه راهبردهای تبلیغ و ترویج دین در عرصه بین‌الملل را بر اساس آموزه‌های حضرت امیر علیه السلام تبیین کرده و فرصت‌ها و چالش‌های پیش روی این مسئله را بررسی کند.

در طول تاریخ "دعوت‌هایی که در میان بشر پدید آمده، همه یکسان نبوده و شعاع تأثیر آن‌ها یکنواخت نیست. بعضی از دعوت‌ها و سیستم‌های فکری، یک بعدی است و در یک سو پیش رفته است. در زمان پیدایش قشر وسیعی را فرا گرفته، میلیون‌ها جمعیت پیرو پیدا کرده است، اما بعد از زمان خویش، دیگر بساط هستی اش برچیده شده و به دست فراموشی سپرده شده است. بعضی دو بعدی است. شعاع شان در دو سو پیش رفته است. همچنان که قشر وسیعی را فرا گرفته، در زمان -ها نیز پیشروی کرده، برد آن تنها در بعد مکانی نبوده است، بعد زمان را نیز فرا گرفته است.

و بعضی دیگر در ابعاد گوناگون پیشروی کرده‌اند. هم، سطح وسیعی از جمعیت‌های بشر را فرا گرفته و تحت نفوذ خویش قرار داده‌اند و در هر قاره‌ای از قاره‌ها اثر نفوذ آنها را می‌بینیم، و هم بعد زمان را فرا گرفته؛ یعنی مخصوص یک زمان و یک عصر نبوده، قرن‌ها متمادی در کمال اقتدار حکومت کرده‌اند، و تا اعماق روح بشر ریشه دوانده و سر ضمیر افراد را در اختیار قرار داده و بر عمق قلب‌ها حکومت کرده و زمام احساسها را در دست گرفته‌اند؛ این گونه دعوت‌های سه بعدی، مخصوص سلسله پیامبران است.

کدام مکتب فکر و فلسفی را می‌توان پیدا کرد که مانند ادیان بزرگ جهان، بر صدها میلیون نفر، در مدت سی قرن و بیست قرن و حداقل چهارده قرن حکومت کند و به سر ضمیر افراد چنگک بیندازد؟ جاذبه‌ها نیز این چنین اند. گاهی یک بعدی و گاهی دو بعدی و گاهی سه بعدی هستند.

جاذبه علی علیه السلام از قسم اخیر است؛ هم سطح وسیعی از جمعیت را مجذوب خویش ساخته و هم به یک قرن و دو قرن، پیوسته نیست، بلکه در طول زمان ادامه یافته و گسترش پیدا کرده است. حقیقتی است که بر گونه قرون و اعصار می‌درخشد و تا عمق و ژرفای دل‌ها و باطن‌ها پیش رفته است، آن چنان که بعد از قرن‌ها که به یادش می‌افتند و سجایای اخلاقی اش را می‌شنوند، اشک شوق می‌ریزند و به یاد مصائبش

می‌گیرند، تا جایی که دشمن را نیز تحت نفوذ قرار داده است و اشکش را جاری ساخته است، و این قدرتمندترین جاذبه‌هاست .

از این جا می‌توان دریافت که پیوند انسان با دین از سبک پیوندهای مادی نیست، بلکه پیوند دیگری است که هیچ دیگر چنین پیوندی با روح بشر ندارد.

علی علیه السلام اگر رنگ خدا نمی‌داشت و مردی الهی نمی‌بود، فراموش شده بود .

تاریخ بشر قهرمان‌های بسیار سراغ دارد: قهرمان‌های سخن، قهرمان‌های علم و فلسفه، قهرمان‌های قدرت و سلطنت، قهرمان میدان جنگ، ولی همه را بشر از یاد برده است و یا اصلاً نشناخته است، اما علی علیه السلام نه تنها با کشته شدنش نمرد، بلکه زنده تر شد. " (شهید مطهری، ۱۳۹۰، ص. ۳۷)

نوشتار حاضر به شیوه کتابخانه ای بوده و در ۵ فصل تنظیم شده است:

فصل اول: شامل بیان مسئله، اهمیت تحقیق، اهداف تحقیق، فرضیه‌های تحقیق و پرسش‌های تحقیق

فصل دوم: پیشینه تحقیق

فصل سوم: روش تحقیق و محدودیت‌ها و مشکلات پژوهش

فصل چهارم: شامل ۵ بخش:

بخش اول: کلیات

بخش دوم: راهبردهای قبل از تبلیغ بین‌الملل از نگاه آموزه‌های علوی

بخش سوم: راهبردهای حین تبلیغ از نگاه آموزه‌های علوی

بخش چهارم: راهبردهای بعد از تبلیغ بین‌الملل از نگاه آموزه‌های علوی

بخش پنجم: آسیب‌ها و پیشران‌های تبلیغ موفق از نگاه آموزه‌های علوی

فصل پنجم: شامل نتایج و پیشنهادات

## ۱-۲- بیان مسئله

شیوه بیان تبلیغی در خارج از مرزها به عنوان نمونه‌ای از یک نظام اسلامی، آیا با داخل ایران متفاوت است و اگر هست بر چه راهبردهایی استوار است و چه بایسته‌هایی دارد و نظر آموزه‌های علوی، به عنوان تربیت یافته دامان پیامبر اسلام صلی الله علیه و آله در این مورد چیست؟ آسیب‌ها و پیشران‌های تبلیغ موفق در این عرصه بر اساس فرمایشات حضرت امیر علیه السلام چیست؟

### ۱-۳- اهمیت تحقیق

اهمیت این موضوع زمانی بیشتر می‌شود که بعد از استقرار حکومت اسلامی مبتنی بر دیدگاه شیعه بعد از انقلاب اسلامی، نگاه‌ها به سمت ایران اسلامی دوخته شد تا دیدگاه شیعه را در خصوص مسائل جهانی دریابند. بدین سان اهمیت این موضوع بیشتر هویدا می‌شود. آیا در فرمایشات آن امام همام راهبردهای تبلیغ بین‌الملل، متجلی شده است یا نه؟

### ۱-۴- اهداف تحقیق

#### ۱-۴-۱- هدف کلی

هدف کلی این پژوهش شناسایی راهبردهای اصلی تبلیغ دین در عرصه بین‌الملل بر اساس آموزه‌های علوی می‌باشد و بهره‌وران تحقیق می‌توانند مراکز هم‌چون جامعه المصطفی ع العالمیه، مرکز بین‌المللی تبلیغ، سازمان ارتباطات اسلامی و دیگر نهادهای خارج از کشور، مبلغان و معلمان عرصه بین‌الملل، سفرا و دانشجویان خارجی باشد.

#### ۱-۴-۲- اهداف فرعی

شناسایی تفاوت‌های راهبردهای تبلیغ دینی عرصه جهانی و ملی

### ۱-۵- فرضیه‌های تحقیق

آموزه‌های علوی در تبیین راهبردهای تبلیغی در عرصه بین‌الملل از غنای والایی برخوردار است. پیش‌نیازهای تبلیغ بین‌الملل در نظرگاه امام علی ع، اهمیت زبان آموزی، اهمیت فرهنگ و آشنایی با فرهنگ ملل، علم به محتوای تبلیغ، مطالعه مکاتبات و اسناد و آشنایی با تجربیات دیگران می‌باشد. راهبردهای حین تبلیغ بین‌الملل از نگاه آموزه‌های علوی شامل: ارتباطات در کشور هدف، استفاده از فرصت‌ها و مقابله با تهدیدها، نیازسنجی، روانشناسی و جامعه‌شناسی و ارزیابی شیوه تبلیغ می‌باشد. راهبردهای بعد از تبلیغ بین‌الملل شامل ادامه مکاتبات، ماندگاری تبلیغ، فعالیت‌های عام‌المنفعه، ایجاد شبکه اجتماعی تبلیغ می‌باشد.

### ۱-۶- پرسش‌های تحقیق

#### ۱-۶-۱- پرسش اصلی

راهبردهای تبلیغ و ترویج دین در عرصه بین‌المللی بر اساس آموزه‌های حضرت امیر ع چیست؟

#### ۱-۶-۲- پرسش‌های فرعی

پیش‌نیازهای تبلیغ بین‌الملل بر اساس آموزه‌های علوی چیست؟

راهبردهای حین تبلیغ دینی بین‌المللی بر اساس آموزهای علوی چیست؟  
راهبردهای بعد از تبلیغ دینی بین‌المللی بر اساس آموزهای علوی چیست؟  
آسیب‌ها و پیشران‌های تبلیغ موفق بر اساس فرمایشات حضرت امیر علیه السلام چیست؟

# فصل دوم:

## پیشینه تحقیق

## ۲-۱- مبانی و رویکردهای نظری

تبلیغ در بیان حضرت امیر علیه السلام دارای راهبردهای خاصی بوده که مبانی نظری آن قابل بررسی و تبیین می‌باشد. البته شایان ذکر است که با توجه به موقعیت رهبری حضرت و دستورات ایشان به حاکمان برون مرزی، این آموزه‌ها قابل تأمل و بررسی می‌باشند.

## ۲-۲- مرور پیشینه

بررسی پیشینه پژوهش‌های تبلیغ دین در عرصه بین‌الملل نشان می‌دهد که در این زمینه آثار زیادی تولید نشده است، اما به سه مورد از موضوعاتی که مشابهت دارند اشاره می‌شود.

پایان نامه ارشد با موضوع "بازخوانی راهبردهای بین‌المللی تبلیغ بر اساس آموزه‌های قرآن کریم و معارف اهل بیت علیهم السلام" که نویسنده آن آقای محمد علی خوشبخت می‌باشد. ایشان در فصل اول به تعاریف تبلیغ، فرهنگ، ارتباطات و اصطلاحات هم معنی تبلیغ پرداخته و سپس ارکان تبلیغ را بررسی نموده است. در فصل دوم با عنوان پیام رسانی بر پایه اصول و آموزه‌های اسلامی به بررسی تبلیغ دینی و غیر دینی و اصول ارتباطات اسلامی و مبانی توجیه پذیری تبلیغ بین‌المللی اسلامی پرداخته است.

در فصل سوم نیز به اصول حاکم بر تبلیغ بین‌المللی اسلامی و شیوه‌ها و بایدها و نبایدهای حاکم بر آن پرداخته شده است. اگر چه نگارنده در سطح خود به بررسی راه‌های تبلیغ بین‌المللی پرداخته، اما راه‌های آن را به صورت عملیاتی بررسی ننموده است.

کتاب ارزشمندی که در این موضوع کار شده است با عنوان "تبلیغ در عرصه بین‌الملل، فرصت‌ها و چالش‌ها" اثر آقای رسول خضری می‌باشد. در این اثر به ۲۰۰ ظرفیت، آسیب و چالش‌های نرم افزاری و سخت افزاری تبلیغ اسلام ناب بر اساس مدل و الگوی SWOT پرداخته شده است و در آخر کتاب با تجزیه و تحلیل ماتریسی همه داده‌ها ۱۲۰ راهبرد و راهکار در عرصه تبلیغ بین‌الملل که عمدتاً ناظر به نشر مکتب اهل بیت در غرب هست. در بخش اول این کتاب مبانی بین‌المللی بودن دین اسلام، ظرفیتهای درونی دین اسلام و ظرفیتهای برون دین اسلام مورد بررسی قرار گرفته است. در بخش دوم کتاب قوت‌ها و ظرفیتهای تشیع در ترویج مکتب اهل بیت علیهم السلام و آسیب‌ها و ضعف‌های تبلیغ تشیع، مبلغان و مراکز تبلیغی بحث شده است. در بخش سوم، مشکلات و چالش‌ها و فرصت‌ها و ظرفیتهای تشیع در عرصه بین‌الملل مورد توجه قرار گرفته و در بخش نهایی راهبردها آمده است.

این اثر، از اثر قبلی کاربردی تر و روزآمدتر می‌باشد، اما نهایتاً به خاطر نکات امنیتی نقاط ضعف و قوت و فرصت و تهدید از کتاب حذف شده است!!!

اثر سوم که مقاله‌ای با عنوان " بایسته‌های مدیریتی در تبلیغ راهبردی کل نگر از منظر قرآن کریم " می‌باشد که به صورت مشترک توسط آقایان محمد تقی دیاری بیدگلی، محمدهادی مفتاح و نعمت الله فیروزی نگاشته شده است. در این مقاله به ضرورت بایسته‌های راهبردی تبلیغ به صورت پیکره ای واحد و منسجم مورد توجه قرار گرفته است و به هشت بایسته راهبردی از منظر قرآن کریم پرداخته شده است که در این تحقیق نیز از آن بهره گرفته خواهد شد.

با نگاهی به دیگر کتاب‌ها، مقالات و پایان نامه‌ها، عناوینی که به طور خاص راهبردهای بین‌المللی تبلیغ دین را از نگاه حضرت علی علیه السلام مورد مطالعه قرار دهند مشاهده نگردید.