



جامعه المصطفی العالمیه

مدرسه عالی فقه و معارف اسلامی

رساله سطح چهار

رشته فقه و معارف اسلامی گرایش تبلیغ

موضوع:

## استفاده از حب و بغض در عرصه تبلیغ از منظر آیات و روایات

استاد راهنما:

اسماعیل غفاری قمی

استاد مشاور:

محمد فلاحی قمی

دانش پژوه:

محمد انور محمدی

کد: ۱۱۵۱۲۴۳

تاریخ دفاع: ۱۳۹۹/۷/۳۰

## چکیده

رساله حاضر با عنوان استفاده از حب و بغض در عرصه تبلیغ از منظر آیات و روایات، برای پاسخ گویی به این سؤال که: کار برد حب و بغض در عرصه تبلیغ از منظر آیات و روایات چیست؟ و با هدف تبیین و ترسیم کار برد های حب و بغض در عرصه های مختلف اعتقادی، اخلاقی و اجتماعی تبلیغ، با استفاده از منابع کتابخانه‌ای ( کتب تفسیری، روایی، تاریخی، اخلاقی و اجتماعی) و با شیوه توصیف و تحلیل داده ها و بهره گیری از الگوهای مناسب تبلیغی تدوین یافته است. با توجه به حجمه های تبلیغاتی دشمنان و ایادی استکبار که دین و فرهنگ جامعه اسلامی را نشانه رفته است. و با توجه به جدید و مبتلابه بودن موضوع که پیرامون آن، کار دقیق هم صورت نگرفته و کاربرد حب و بغض در این عرصه نا شناخته مانده و دست مبلغان دینی از منبع غنی راجع به این موضوع خالی بوده است، ضرورت ایجاب کرد تا برای پاسخ گویی به نیاز مبلغان دینی و مقابله با حجمه های تبلیغاتی دشمنان، به تدوین رساله راجع به این موضوع مهم اقدام گردد. از مباحث صورت گرفته، دست آوردهایی حاصل شده است که عبارتند از: اولاً. در تبلیغ، شناخت مخاطب و ویژگیهای آن از اهمیت زیادی برخوردار بوده و بدون شناخت از حالات مخاطبین، نمی توان به اهداف مورد نظر دست یافت. ثانیاً. حب و بغض متوقف بر شناخت و آگاهی بوده و کمیت شناخت و معرفت در کیفیت حب و بغض اثر مستقیم دارد. ثالثاً. تنها حب و بغضی می تواند مایه آرامش، ثبات و امنیت و ترسیم عمل کرد صحیح و درست در جامعه باشد که جنبه الهی به خود گرفته باشد و مهم ترین وظیفه مبلغان دینی نیز، بالا بردن سطح معرفت و شناخت مردم نسبت به این مسئله می باشد. رابعاً. با تثبیت این مسائل در جامعه، کار برد حب و بغض در ابعاد مختلف اعتقادی، اخلاقی و اجتماعی به دست می آید و آن تثبیت و استحکام عقائد، تقویت مبانی اخلاقی و ترسیم زیر بنای روابط اجتماعی سالم و پایدار در جامعه می باشد.

**واژگان کلیدی:** حب، بغض، عرصه تبلیغ، کاربرد حب، کاربرد بغض، معیار حب و بغض، دوستی،

دشمنی.

فصل اول: کلیات و مفاهیم	۱
گفتار اول: کلیات	۲
۱,۱,۱. تبیین مساله	۲
۲,۱,۱. اهمیت و ضرورت تحقیق	۳
۳,۱,۱. سؤالات اصلی و فرعی تحقیق	۴
۴,۱,۱. فرضیه تحقیق	۵
۵,۱,۱. اهداف تحقیق	۵
۶,۱,۱. پیشینه تحقیق	۵
۷,۱,۱. روش تحقیق	۷
۸,۱,۱. قلمرو تحقیق	۷
۹,۱,۱. نوآوری های تحقیق	۸
گفتار دوم: مفاهیم	۸
۱,۲,۱. حبّ	۹
الف. حب: در لغت	۹
ب. حب: در اصطلاح	۱۰
ج. معنای منتخب	۱۱
۲,۲,۱. بغض	۱۱
الف. بغض در لغت	۱۱
ب. بغض در اصطلاح	۱۲

ج. معنای منتخب	۱۳
۳,۲,۱. تبلیغ	۱۳
الف. تبلیغ در لغت	۱۳
ب. تبلیغ در اصطلاح	۱۴
ج. معنای منتخب	۱۵
۴,۲,۱. عرصه	۱۵
الف. عرصه در لغت	۱۵
ب. عرصه در اصطلاح	۱۶
ج. معنی منتخب	۱۷
۵,۲,۱. مفهوم دوستی	۱۷
الف. دوستی در لغت	۱۷
ب. دوستی در اصطلاح	۱۸
ج. معنی منتخب	۱۹
۶,۲,۱. مفهوم عداوت	۱۹
الف. عداوت در لغت	۱۹
ب. عداوت در اصطلاح	۲۰
ج. معنی منتخب	۲۰
گفتار سوم: مباحث مقدماتی	۲۱
۱,۳,۱. اهمیت حب و بغض در آیات و روایات	۲۱

۲۷	..... ۲,۳,۱. شناخت جامعه مخاطب در تبلیغ
۳۱	..... ۳,۳,۱. شیوه های تاثیر گذار در تبلیغ
۳۳	..... ۱,۳,۳,۱. حکمت و موعظه حسنه
۳۳	..... ۲,۳,۳,۱. الگو دهی
۳۴	..... ۳,۳,۳,۱. اخلاق نیکو
۳۵	..... ۴,۳,۳,۱. تدریجی بودن
۳۶	..... ۴,۳,۱. گونه های به کار گیری حب و بغض
۳۷	..... ۱,۴,۳,۱. شیوه نرم خویی و مهر ورزی
۳۸	..... ۲,۴,۳,۱. حسن خلق
۴۰	..... ۳,۴,۳,۱. ذکر نعمت های الهی
۴۱	..... ۴,۴,۳,۱. تدبیر در آیات الهی
۴۴	..... فصل دوم: کاربرد حب و بغض در تبلیغ اعتقادی
۴۵	..... گفتار اول: مخاطب شناسی در عرصه اعتقادات
۴۷	..... انتخاب آگاهانه
۵۰	..... ۱,۱,۲. متفکر
57	..... ۱,۲,۲. شک و متزلزل
۶۱	..... گفتار دوم: گونه های ابراز حب و بغض در تبلیغ اعتقادی
۶۱	..... ۱,۲,۲. محبت خدا
۶۴	..... ۱,۱,۲,۲. تفکر و اندیشه

۶۹	..... ۲,۱,۲,۲. دعا و مناجات
۷۰	..... ۲,۲,۲. حبّ اولیای الهی
78	..... ۳,۲,۲. بیان سیره برای جذب منکران
۸۶	..... ۴,۲,۲. بغض دشمنان خدا
۹۵	..... ۵,۲,۲. بغض اولیای الهی
105	..... فصل سوم: کاربرد حب و بغض در تبلیغ اخلاقی و اجتماعی
۱۰۶	..... گفتار اول: مخاطب شناسی در زمینه ناهنجاریهای اخلاقی و اجتماعی
	..... <b>1.1.3. مخاطب شناسی در زمینه ناهنجاریهای</b>
	..... اخلاقی ۱۱۱
۱۱۲	..... ۱,۱,۱,۳. غیبت
۱۱۵	..... ۲,۱,۱,۳. سخن چینی
۱۱۸	..... ۳,۱,۱,۳. دروغ
۱۲۰	..... ۲,۱,۲. مخاطب شناسی در زمینه ناهنجاریهای اجتماعی
۱۲۲	..... ۱,۲,۱,۳. نقش مبلغ در هنجارهای اجتماعی
۱۲۴	..... ۲,۲,۱,۳. خشونت و پرخاشگری
۱۲۵	..... ۳,۲,۱,۳. سرقت
۱۳۰	..... گفتار دوم: شیوه های به کار گیری حب و بغض در تبلیغ اخلاقی
۱۳۱	..... ۱,۲,۳. الف: حبّ
۱۳۱	..... ۱,۱,۲,۳. مدارا
۱۳۵	..... ۲,۱,۲,۳. رفاقت

۱۳۸.....	۳،۱،۲،۳. ترویج رحمانیت الهی
۱۴۲.....	۲،۲،۳. ب: بغض
۱۴۲.....	۱،۲،۲،۳. انذار
۱۴۷.....	۲،۲،۲،۳. تحریک عواطف
۱۵۱.....	گفتار سوم: کاربرد حب و بغض در تبلیغ اجتماعی (روابط اجتماعی)
۱۵۳.....	۱،۳،۳. الف: امور خانوادگی
۱۵۹.....	۲،۳،۳. ب: امور خویشاوندی
۱۶۳.....	۳،۳،۳. ج: عموم مردم
۱۷۰.....	۴،۳،۳. د: امور حکومتی
۱۷۵.....	خاتمه و نتیجه گیری
۱۸۰.....	فهرست منابع

## مقدمه

مسئله حب و بغض از جمله مسائل مهمی است که در عملکرد انسانها نقش تعیین کننده دارد و رفتار انسان عمدتاً بر مبنای آن شکل می گیرد، از سوی دیگر عصر حاضر عصر تبلیغات است که با استفاده از شیوه ها و ابزارهای مختلف تبلیغاتی انسانها را تحت تأثیر قرار داده عملکرد آنان را بسوی اهداف مورد نظر جهت می دهد.

رساله حاضر با عنوان استفاده از حب و بغض در عرصه تبلیغ از منظر آیات و روایات، در سه فصل کلی ترتیب یافته است. فصل اول در سه گفتار تقسیم بندی شده به گونه ای که در گفتار اول به تبیین مسئله و مسائل پیرامون آن پرداخته. در گفتار دوم بحث لغت شناسی دنبال گردیده و در گفتار سوم مباحث مقدماتی مانند اهمیت حب و بغض در آیات و روایات، مخاطب شناسی، شیوه های تأثیر گذار در تبلیغ و گونه های بکارگیری حب و بغض، به صورت کلی به بحث گذاشته شده است.

فصل دوم با عنوان کار برد حب و بغض در تبلیغ اعتقادی در دو گفتار پی گیری شده چنانکه در گفتار اول به مخاطب شناسی در عرصه اعتقادات پرداخته و مخاطبان را در دو بعد عالم و جاهل در قالب متفکر، شک و متزلزل به بحث گذاشته. در گفتار دوم با عنوان گونه های ابراز حب و بغض در تبلیغ اعتقادی به مباحثی مثل حب خدا، حب اولیای الهی، بیان سیره برای جذب منکران، بغض دشمنان خدا و بغض اولیای الهی پرداخته است.

فصل سوم با عنوان کاربرد حب و بغض در تبلیغ اخلاقی و اجتماعی در سه گفتار طراحی گردیده. در گفتار اول به مخاطب شناسی در زمینه ناهنجاریهای اخلاقی مانند غیبت، سخن چینی و دروغ و نیز ناهنجاریهای اجتماعی مانند خشونت و پرخاشگری و سرقت پرداخته و در گفتار دوم با عنوان شیوه های بکارگیری حب و بغض در تبلیغ اخلاقی در دو بعد حب و بغض مانند مدارا، رفاقت، ترویج رحمانیت الهی، انذار و تحریک عواطف بحث را دنبال نموده و در گفتار سوم با عنوان کاربرد حب و بغض در تبلیغ اجتماعی، در چهار محور کلی مثل امور خانوادگی، خویشاوندان، عموم مردم و امور حکومتی بحث را دنبال نموده و در آخر نتیجه گیری کلی از بحث را ارائه نموده است.



## فصل اول: کلیات و مفاهیم

## گفتار اول: کلیات

یکی از زیبا ترین مفاهیم در زندگی جامعه بشری، مفهوم حب و بغض است که با سرشت انسانها عجین شده است چرا که ریشه الهی دارد و اصل آن به خداوند متعال بر می گردد و خداوند متعال بر مبنای آن به آفرینش بشر پرداخته و به دنبال آن باز برای هدایت بشر کتب آسمانی و انبیای الهی را فرستاده است تا حب و بغض الهی در جامعه بشری استحکام یابد و پیامبران الهی نیز برنامه های تبلیغی شان را بر مبنای حب و بغض پایه ریزی نموده اند تا جامعه بشری را به سعادت ابدی سوق دهند.

از آنجا که علما و مبلغان دینی وارثان انبیا در ترویج و تبلیغ ارزشهای دینی در جامعه به حساب می آیند مناسب است که راه و روش انبیا را در تبلیغ امور دینی سر لوحه کار شان قرار دهند و یکی از مهم ترین این روشها، تبیین و ترسیم عمل کرد انسانها بر مبنای حب و بغض الهی در جامعه می باشد.

در این پژوهش به دنبال تبیین کاربردهای حب و بغض در ابعاد مختلف اعتقادی، اخلاقی و اجتماعی با روشهای مناسب تبلیغی در جامعه هستیم.

### ۱,۱,۱. تبیین مساله

بدون تردید حب و بغض در مکتب اسلام از جایگاه ارزشمندی برخوردار می باشد به گونه ای که بزرگان دین آنرا عین دین قلمداد نموده اند و بنیادی ترین روش دگرگونی انسان و ایجاد تحول درونی و بیرونی به شمار آمده و مهم ترین عاملی است که انسان را به سمت حق و یا جهت باطل سوق می دهد.

اما از آنجا که خواسته ها و امیال انسانی همیشه در تضاد بوده و موجب بروز ناهنجاریهای مختلف در جامعه بشری می گردد، نیاز مبرم به پالایش دارد و با برنامه ریزی مناسب تبلیغی و آگاهی بخشی

و نشر معارف دینی و نیز استفاده صحیح از الگوها و شیوه های کاربردی تبلیغی، می توان به این امر مهم دست یافت.

چرا که محبت زائیده مغرفت و شناخت است به هر میزان که معرفت و شناخت انسان به مسائل اعتقادی، اخلاقی و اجتماعی بیشتر باشد، به همان میزان محبت که ریشه الهی دارد نیز در دل انسان رسوخ بیشتر می یابد و محبت بیشتر نیز انقیاد و تبعیت بیشتر را به دنبال دارد.

از آنجا که راجع به استفاده از حب و بغض و کاربرد آن در عرصه تبلیغ تحقیق کافی صورت نگرفته است، در این رساله به دنبال آن هستیم که با استفاده از الگوها و شیوه های مناسب تبلیغی که بزرگان دین برای ما به یادگار گذاشته اند، معارف دینی را با استفاده از آیات قرآن کریم و روایات معصومین علیهم السلام در ابعاد مختلف اعتقادی، اخلاقی و اجتماعی برای مردم بازگو نموده، با بالا بردن معرفت و شناخت آنان نسبت به این مسائل، محبت الهی را در دل مردم تثبیت نماییم. با تثبیت محبت الهی در دل مردم است که زمینه هدایت بیشتر آنان نیز فراهم گردیده و می توان به خوبیهای مادی و معنوی و نفرت نسبت به بدیها و زشتیها تشویق شان نمود.

### ۲,۱,۱. اهمیت و ضرورت تحقیق

یکی از دغدغه های اصلی که مدتها ذهن مرا به خود مشغول کرده است این است که با وجود منابع غنی و پر باری که فرهنگ دینی ما از آن برخوردار است، چرا افراد جامعه روز بروز از مسیر هدایت دور تر می شوند و ناهنجاریهای مختلف در جامعه به وجود آمده و جامعه را به نابودی می کشاند؟

این مسئله مسلماً علل گوناگونی می تواند داشته باشد و یکی از مهم ترین علت آن این است که مبلغان دینی برای نشر معارف و فرهنگ اسلامی، تنها به یک شیوه اکتفا کرده و به عنوان متکلم وحده به خطابه می پردازند بدون اینکه ارتباط منطقی و موثری با مخاطبان خود برقرار نموده عشق و محبت الهی را در دل مردم بکارند.

از آنجا که برنامه تبلیغی مبلغان برای تأثیر گذاری بر روی مخاطبان بوده که مستلزم ایجاد حب و بغض الهی در آنان می باشد، ما نیز به دنبال آن هستیم که با نشر معارف دینی

و الهی و با استفاده از الگوها و شیوه های تأثیر گذار تبلیغی، روی مخاطبان تأثیر گذاشته حب و بغض واقعی را که ریشه الهی دارد در دل آنان بکاریم و عشق به خوبیها و نفرت از بدیها و زشتیها را در آنان زنده نماییم.

از سوی دیگر مسئله تبلیغ در دنیای امروز به عنوان بخشی از علوم بشری و یکی از پیچیده ترین و مهم ترین آوردگاه مبارزه شناخته شده است، تهاجم فرهنگی و تبلیغات گسترده سازمانها و دولتهای استعماری از دیگر علت ها است که با صرف بودجه های کلان، برای ترویج فرهنگ استعماری و نابود سازی فرهنگ و عقائد دینی و اسلامی، ایجاد شبهه و ترویج مفاسد اخلاقی و... تلاش می کنند.

ضرورت ایجاب می کند که برای تقویت و حفظ ارزشهای دینی و پاسخ گویی به تهاجمات گسترده استکباری، از شیوه ها و الگوهای مناسب تبلیغی استفاده کنیم که بزرگان دینی برای ما به ودیعت گذاشته اند.

تنها با استفاده از این الگوها است که می توان در ابعاد مختلف اعتقادی، اخلاقی و اجتماعی، به هدایت و ارشاد افراد جامعه پرداخت و افراد جامعه را در برابر تبلیغات زهرآگین استکبار جهانی بیمه نموده و از کاربرد های حب و بغض در ابعاد مختلف اعتقادی، اخلاقی و اجتماعی نیز بهره برد.

### ۳,۱,۱. سؤالات اصلی و فرعی تحقیق

#### سؤال اصلی

کاربرد حب و بغض در عرصه تبلیغ از منظر آیات و روایات چیست؟

#### سؤال های فرعی

۱. کار برد حب و بغض در عرصه تبلیغ اعتقادات دینی چیست؟

۲. کار برد حب و بغض در عرصه تبلیغ اخلاق دینی چیست؟

۳. کار برد حب و بغض در عرصه تبلیغ اجتماعی چیست؟

#### ۴,۱,۱. فرضیه تحقیق

هرچند بسیاری از محققین و پژوهش‌گران معتقد اند که مباحث توصیفی و مانند آن نیاز به فرضیه ندارد و گاهی بی معنا است چون فرضیه مربوط به دو متغیر مستقل و وابسته می شود که نقش متغیر مستقل را مورد بحث قرار می دهد. اما در ما نحن فیه چنین نیست، ولی از باب اینکه عریضه خالی نماند می توان فرضیه ای را طرح نمود مبنی بر اینکه: حب و بغض می تواند موجبات استحکام عقائد افراد را فراهم نماید، به تقویت مبانی اخلاقی افراد در جامعه کمک نموده و زیر بنای روابط اجتماعی سالم در جامعه را ترسیم نماید.

#### ۵,۱,۱. اهداف تحقیق

اهدافی که در این تحقیق دنبال می شود عبارت از این است که:

جایگاه و اهمیت حب و بغض در تبلیغ را تبیین نماید.

کاربردهای حب و بغض را در عرصه های مختلف اعتقادی، اخلاقی و اجتماعی تبلیغ، تبیین و ترسیم نموده، ضمن تأمین و تقویت منابع در راستای راهنمایی و استفاده مبلغان، رویش آسان برای توفیق بیشتر در تبلیغ دین را نیز ارائه نماید.

#### ۶,۱,۱. پیشینه تحقیق

باید توجه شود که بحث حب و بغض سابقه دیرینه دارد و در متون دینی از جمله قرآن کریم و روایات مأثوره از معصومین علیهم السلام مورد توجه و عنایت خاص قرار گرفته است؛ البته مسئله حب و بغض در عرصه تبلیغ، به عنوان یک بحث علمی و دقیق که از مباحث جدید عصر حاضر است آنطور که باید مورد بررسی قرار نگرفته است، از طرفی بیشتر آثار که مورد بررسی قرار گرفته است راجع به مسئله حب است و چندان از بغض سخنی به میان نیامده است. در این مبحث به چند نمونه از این آثار اشاره می شود:

۱. کتاب محبت در قرآن و حدیث و تجلی آن در سیره نبوی و اقوال و احوال عارفان، اثر علی رافعی، (قم، نشر ادیان، ۱۳۹۰)، که در پنج فصل کلی راجع به محبت بحث قابل توجهی ارائه کرده است مانند معنی لغوی و اصطلاحی محبت، محبت در قرآن، محبت در روایات و دعاهای خاندان نبوت، محبت در سیره نبوی و محبت در اقوال و احوال عارفان. اما چنان که

ملاحظه می شود، این اثر کاربرد و نقش حب و بغض در عرصه تبلیغ را دنبال نکرده است ولی سعی ما بر این است تا این مباحث و مسائل پیرامون آنرا به بحث بگذاریم.

۲. مقاله حب و بغض در تحلیل روانشناختی با نگاهی به آیات و روایات، اثر یدالله کوثری، مجله معرفت موسسه امام خمینی، شماره ۱۱۲، مباحثی که مطرح شده عبارت اند از: ویژگی های حب و بغض، عوامل شکل گیری و رشد حب و بغض، اصول حاکم بر حب و بغض، جایگاه حب و بغض و آثار و پی آمد های آن. نویسنده سعی کرده تا مساله حب و بغض را از بعد روانشناختی مورد بحث قرار دهد آن هم به صورت کلی و گذرا و جزئیات مسائل عرصه های تبلیغی را که ما در نظر داریم به بحث نگذاشته است.

۳. کتاب کلیات تبلیغ تربیت گرا، اثر جمعی از محققین پژوهشگر باقر العلوم سازمان تبلیغات اسلامی، قم، ۱۳۹۴، یکی از مهم ترین منابع در حوزه تبلیغ به شمار می رود که نکات کلی و ارزنده ای را در زمینه های مختلف تبلیغی به بحث گذاشته است، از جمله بحثی کوتاهی راجع به محبت و دوستی به عنوان محرک انسان برای توجه به خوبیها و دوری از بدیها ارائه کرده است و در این تحقیق نیز از برخی نکات کاربردی آن استفاده گردیده است.

۴. کتاب دوستی در قرآن و حدیث، اثر محمدی ری شهری، قم، دار الحدیث، ۱۳۸۷، از جمله منابعی است که بحث محبت را در سه بخش کلی دنبال کرده مانند محبت مردم، دوستی خدا و محبت و دوستی در راه خدا. چنان که ملاحظه می شود این اثر راهنمای خوبی برای دسترسی به آیات و روایات راجع به محبت و دوستی می باشد، اما از به کار گیری آن در عرصه های مختلف تبلیغی بحثی به میان نیامده است، همان چیزی که ما به دنبال آن هستیم.

۵. کتاب دوستی و دوستان (مجموعه معارف اسلامی در هنر رفتار با مردم)، اثر سید هادی مدرسی، (مشهد، بنیاد پژوهش های اسلامی، ۱۳۸۶)، این کتاب بحث دوستی را در چند بخش کلی مانند: چرایی و چگونگی دوستی، حقوق دوستان، شیوه های دوست یابی، محیط دوستی، چگونگی رفتار با مردم، خلق و خوی دوستی و دوستی با خانواده، مباحث ارزشمندی را به بحث گذاشته است، اما نسبت به این که مبلغان باید چگونه از کاربرد آنها رد عرصه های مختلف تبلیغی استفاده نمایند ساکت است، چیزی که ما در این نوشتار به دنبال پیاده کردن آن هستیم.