



حوزهی علمیهی قم
رساله‌ی علمی سطح ۴

شیوه‌ی جدال احسن در تبلیغ دین

9

مقایسه‌ی آن با شیوه‌های تبلیغی دنیای معاصر

نگارش:

عبدالحمید فلاح نژاد

استاد راهنما: حجة الاسلام والمسلمین سیدمهدی حسینی بیان

استاد مشاور: حجة الاسلام والمسلمین علی رحمانی سبزواری

تابستان ۱۳۸۸

چکیده مطالب

تبلیغ دین یکی از نیازهای اساسی بشر است، دانش تبلیغ همزاد انسان است، اولین انسان اولین مبلغ بود. پیامبران و امامان، بزرگ مبلغان تاریخ بشریت اند.

تبلیغ دین بدون آگاهی از منابع دینی میسر نیست، قرآن مهمترین منبع تبلیغ دین است، خداوند در این کتاب سه شیوه تبلیغی را به پیامبرش توصیه می کند، این شیوه ها عبارتند از:

شیوه حکمت (= برهان)، شیوه موعظه ی حنسه (= خطابه) و شیوه جدال احسن. تبلیغ دین چیزی است که عقل و شرع به وجوب آن حکم می کند. امروزه ما شاهد آنیم که مجهزترین دستگاه ها، دستگاه های تبلیغاتی است و اسرار آمیزترین فن، فن تبلیغ است.

رسالت تبلیغی ما ایجاب می کند که دین را بشناسیم و با بهترین شیوه ها به تبلیغ آن پردازیم. تبلیغات ما دچار کاستیهایی است، گویا امور فرهنگی و تبلیغی متصدی خاصی ندارد. تشنگان معارف اسلامی در جهان در پی سیراب شدن از آب حیات دین بوده و پذیرای اسلام ناب می باشند. از دیگر رسالت های تبلیغی ما مبارزه با عوامل وهن مذهب و بدعت گذاری و تحریف است. آسیب شناسی تبلیغات دینی از دیگر وظایف ماست. آشنایی با ابزارهای تبلیغی یکی از ضرورت های تبلیغ است.

ارتباط انسان با هموعان خود، همزاد انسان است، ساختن ابزارهای ارتباطی در پاسخ نیازهای ارتباطی انسان ها بوده است. ارتباط به دو صورت کلامی و غیر کلامی صورت می پذیرد، منظور ما از ارتباط، ارتباط دینی می باشد. ارتباط کلامی در زندگی انسان ها اهمیت فراوانی دارد. تبلیغات مهمترین شاخه ی علم ارتباطات است. هر تبلیغی یک عمل ارتباطی است. محور ارتباط «پیام» است. ارتباط به دو صورت مثبت و منفی انجام می گیرد. ارتباط مثبت از نظر عقل و شرع پسندیده است و ارتباط منفی از نظر عقلی مذموم و از نظر شرع مردود است. مهمترین شیوه های روابط اجتماعی ارتباطات گفتاری است. بهترین شیوه های گفتاری، شیوه های برهانی، خطابی و گفتگوی برتر (= جدال احسن) است. مهمترین آسیب ارتباط گفتاری «مغالطه» است. یکی از وظایف عالمان دین نقد منصفانه ی کلام دانشمندان است. نقد منصفانه عامل پویایی علم است. شیوه جدال احسن نقش مهمی در تبلیغ دین دارد. مطالعه ی مناظره های پیشگامان «جدال احسن» بر قوه ی استنباط و مهارت مبلغ می افزاید. مقایسه ی شیوه های تبلیغی، مبلغ را در اتخاذ بهترین شیوه تبلیغی یاری می رساند. آشنایی مبلغ با ابزارهای تبلیغی نقش بسزایی در پیشبرد تبلیغات دینی دارد.

فهرست مطالب:

تقدیم	۴
تقدیر و تشکر	۵
مقدمه	۱
بخش اوّل	۱۰
کلیات و مفاهیم	۱۰
مسأله تحقیق و گستره آن	۱۱
فصل اوّل: کلیات	۱۴
۱-۱-۱ سابقه‌ی تحقیق و ضرورت آن	۱۴
۱-۱-۲ اهداف تحقیق	۱۶
۱-۱-۳ روش تحقیق	۱۷
۱-۱-۴ فرضیه‌ها	۱۸
۱-۱-۵ سؤال‌های تحقیق	۱۹
سؤال‌های اصلی	۱۹
سؤال‌های فرعی	۱۹
فصل دوم: تبلیغ و ضرورت آن	۲۰
۱-۲-۱ وجوب تبلیغ	۲۰
۲-۲-۱ کیفیت تبلیغ	۲۸
۳-۲-۱ ضرورت بازنگری در شیوه‌های تبلیغ دین	۳۱
۴-۲-۱ رسالت تبلیغی ما در عصر حاضر	۳۲
فصل سوم: مفاهیم	۳۶

۳۶	۱-۳-۱ تبلیغ:
۳۹	۳-۳-۱ تبلیغ در قرآن:
۴۰	۴-۳-۱ تفاوت ایصال و تبلیغ:
۴۱	۵-۳-۱ بلیغ:
۴۱	۶-۳-۱ اعلام:
۴۱	۷-۳-۱ دعوت و دعایه:
۴۳	۸-۳-۱ تفاوت دعایه و اعلام:
۴۳	۹-۳-۱ موعظه:
۴۴	۱۰-۳-۱ جدل، جدال، و جدال احسن:
۴۶	۱۱-۳-۱ مناظره، گفتگو، حوار، مرأء، احتجاج:
۴۸	۱۲-۳-۱ دین:
۵۰	تعریف دین (اصطلاح دین)
۵۱	۱۳-۳-۱ ارتباط:
۵۴	۱۴-۳-۱ جمع‌بندی مفاهیم ارتباط:
۵۴	۱۵-۳-۱ آغاز ارتباط در تاریخ بشر:
۵۵	۱۶-۳-۱ اقسام ارتباط:
۵۶	۱۷-۳-۱ تبلیغ و ارتباطات:
۵۷	۱۸-۳-۱ اهمّیت ارتباط و ارتباطات:
۵۷	۱۹-۳-۱ تأثیرگذاری ارتباط بر زندگی ما:
۵۸	۲۰-۳-۱ انواع ارتباطات:
۶۰	بخش دوم
۶۰	شیوه‌های ارتباط

فصل اول: شیوه های ارتباط	۶۱
۱-۱-۲ اهمیت برقراری ارتباط مبلغ با مخاطب	۶۱
۲-۱-۲ شیوه های ارتباطات اجتماعی انسان ها	۶۲
۳-۱-۲ شیوه ی برهان	۶۳
۴-۱-۲ استحکام استدلال شیعه	۶۶
۵-۱-۲ روش برهانی علامه طباطبایی:	۶۷
۶-۱-۲ استحکام سخن	۶۹
۷-۱-۲ شیوه ی علمی حکمت متعالیه	۷۶
۸-۱-۲ روش شناسی حکمت متعالیه	۸۰
۹-۱-۲ شیوه های فکری حکمای شیعه:	۸۱
۱-۹-۱-۲ روش اتحادی:	۸۱
۲-۹-۱-۲ روش تفکیکی:	۸۷
۱۰-۱-۲ استحکام شیوه ی برهانی علامه طباطبائی	۸۹
۱۱-۱-۲ کاربرد برهان برای چه افرادی؟ در کجا؟ در چه مسائلی؟	۹۲
۱-۱۱-۱-۲ چگونگی کاربرد برهان:	۹۳
۲-۱۱-۱-۲ راه شناخت خدا:	۹۵
۳-۱۱-۱-۲ سخن مستحکم صدر المتألهین:	۹۹
فصل دوم: آسیب شناسی ارتباط	۱۰۳
۱-۲-۲ تعریف مغالطه:	۱۰۴
۲-۲-۲ انواع مغالطه:	۱۰۶
۳-۲-۲ فایده ی فنّ مغالطه:	۱۰۷
۴-۲-۲ نمونه های مغالطه:	۱۱۰

۱۱۱.....	۵-۲-۲ مغالطه‌ی اشتراک لفظی:
۱۱۵.....	۶-۲-۲ مغالطه‌ی مصادره به مطلوب:
۱۲۱.....	فصل سوم: شیوه‌ی خطابه
۱۲۲.....	۱-۳-۲ تعریف خطابه:
۱۲۲.....	۲-۳-۲ ارکان خطابه:
۱۲۳.....	۳-۳-۲ وظایف خطیب و مبلّغ:
۱۲۴.....	۴-۳-۲ مبانی وظایف خطیب:
۱۲۴.....	۵-۳-۲ اقسام خطابه:
۱۲۵.....	۶-۳-۲ توصیه‌هایی برای خطیب:
۱۲۷.....	۷-۳-۲ خطابه میدان هنر:
۱۲۷.....	۸-۳-۲ مواد خطابه:
۱۲۸.....	۹-۳-۲ روان‌شناسی و جامعه‌شناسی تبلیغ:
۱۲۹.....	بخش سوم
۱۲۹.....	شیوه‌ی جدال احسن
۱۲۹.....	در تبلیغ دین
۱۳۰.....	فصل اوّل: شیوه‌ی جدال احسن
۱۳۱.....	۱-۱-۳ شیوه‌ی جدال احسن در تبلیغ دین
۱۳۳.....	۲-۱-۳ جدل:
۱۳۳.....	معنای لغوی جدل:
۱۳۵.....	۳-۱-۳ معنای اصطلاحی جدل
۱۳۸.....	۴-۱-۳ فوائد جدل:

- ۱۴۳.....۵-۱-۳ انگیزه‌ی بشر از جدل:
- ۱۴۵.....۶-۱-۳ اقسام جدل:
- ۱۵۱.....۷-۱-۳ جدال احسن منطقی و جدال احسن قرآنی:
- ۱۵۲.....۸-۱-۳ آداب جدال احسن:
- ۱۵۵.....۹-۱-۳ جدال احسن در قرآن کریم
- ۱۵۸.....جدال احسن حضرت ابراهیم علیه السلام:
- ۱۵۸.....۱-۹-۱-۳ جدال احسن ابراهیم علیه السلام با نمرود:
- ۱۶۲.....۲-۹-۱-۳ جدال احسن حضرت ابراهیم با آزر:
- ۱۷۰.....۳-۹-۱-۳ جدال احسن حضرت ابراهیم با ستاره پرستان:
- ۱۷۶.....۴-۹-۱-۳ نظری به شیوه‌ی جدال احسن حضرت ابراهیم علیه السلام:
- ۱۸۰.....۱۰-۱-۳ جدال احسن در سیره‌ی پیامبر و اهل بیت علیهم السلام:
- ۱۸۶.....۱۱-۱-۳ پیشگامان شیوه‌ی جدال احسن:
- ۱۸۷.....۱-۱۱-۱-۳ مناظره‌ی هشام بن حکم با عمرو بن عبید:
- ۱۹۳.....۲-۱۱-۱-۳ موارد اختلاف ابن بابویه و شیخ مفید رحمتهما الله در جدل:
- ۱۹۶.....۴-۱۱-۱-۳ مناظره‌ی شیخ مفید رحمتهما الله با یکی از سران اسماعیلیه:
- ۲۰۴.....۵-۱۱-۱-۳ مناظره‌ای از علامه حلی با علمای اهل سنت:
- ۲۰۹.....۶-۱۱-۱-۳ مناظره‌ی حسین بن علی علوی با عالم عباسی
- ۲۱۳.....۷-۱۱-۱-۳ مناظره‌های مکتوب:
- ۲۱۳.....مناظره‌ی علامه شرف الدین:
- ۲۱۸.....شیوه‌ی جدال احسن در اصول فقه و فقه
- ۲۱۹.....۱۲-۱-۳ جدال احسن امام صادق علیه السلام با ابو حنیفه در مورد قیاس:
- ۲۲۶.....۱۳-۱-۳ شیوه‌ی جدال احسن در مورد فتح باب اجتهاد

- ۲۲۷..... مناظره‌ی شیخ سلیم بشری با علامه شرف الدین در مورد فتح باب اجتهاد:
- ۲۳۳..... ۱-۳-۱۴ شیوه‌ی جدال احسن در مورد وضو
- ۲۳۵..... ۱-۳-۱۵ شیوه‌ی جدال احسن در جمع بین صلاتین:
- ۲۴۱..... ۱-۳-۱۶ شیوه‌ی جدال احسن در تقیه:
- ۲۴۵..... مناظره‌ی دکتر تیجانی با یکی از علمای اهل سنت:
- ۲۴۶..... ۱-۳-۱۷ شیوه‌ی جدال احسن در مورد توسل به اهل بیت علیهم‌السلام:
- ۲۵۲..... بررسی حدیث ثقلین:
- ۲۵۷..... ۱-۳-۱۸ شیوه‌ی جدال احسن در سجده بر تربت حسینی:
- ۲۶۵..... ۱-۳-۱۹ شیوه‌ی جدال احسن با سوفسطائیان و شکاکان:
- ۲۶۶..... شیوه‌ی جدال احسن با سوفسطائیان:
- ۲۶۸..... پاسخ به سفسطه‌گرایان:
- ۲۶۹..... ۱-۳-۲۰ شیوه‌ی جدال احسن با مسیحیان:
- ۲۷۱..... ۱-۳-۲۱ شیوه‌ی جدال احسن با یهودیان:
- ۲۷۲..... مناظره‌ی پیامبر اکرم صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم با عبدالله بن صوری:
- ۲۷۴..... ۱-۳-۲۲ شیوه‌ی جدال احسن با وهابیان:
- ۲۷۸..... فصل دوم: شیوه‌های تبلیغی معاصر و مقایسه‌ی آن با جدال احسن
- ۲۷۹..... ۱-۲-۳ شیوه‌های تبلیغی مؤمنان
- ۲۸۱..... ۲-۲-۳ شیوه‌های تبلیغی دنیای معاصر:
- ۲۸۲..... اینک به معرفی مهمترین شیوه‌های تبلیغی دنیای معاصر می‌پردازیم:
- ۲۸۲..... ۱-۲-۲-۳ شیوه‌ی مستقیم:
- ۲۸۵..... ۲-۲-۲-۳ شیوه‌ی غیرمستقیم:
- ۲۸۷..... ۳-۲-۲-۳ روش استدلالی:

- ۲۸۹..... روش شبه استدلالی: ۴-۲-۲-۳
- ۲۹۰..... روش تدریجی: ۵-۲-۲-۳
- ۲۹۱..... روش شرطی: ۶-۲-۲-۳
- ۲۹۲..... روش نفی و اثبات: ۷-۲-۲-۳
- ۲۹۳..... مقایسه‌ی شیوه‌های جدال احسن با روش نفی و اثبات:
- ۲۹۴..... شیوه دعایه و جنگ روانی ۸-۲-۲-۳
- ۲۹۷..... شیوه طرح ناگهانی: ۹-۲-۲-۳
- ۲۹۹..... شیوه‌ی جوسازی: ۱۰-۲-۲-۳
- ۳۰۰..... شیوه تکرار: ۱۱-۲-۲-۳
- ۳۰۲..... شیوه‌ی استفاده از ستاره‌های ورزشی و سینمایی:
- ۳۰۳..... شیوه‌ی القا: ۱۳-۲-۲-۳
- ۳۰۵..... شیوه‌ی تظاهر به آزاد منشی: ۱۴-۲-۲-۳
- ۳۰۸..... اصول حاکم بر شیوه‌های تبلیغی در دنیای معاصر
- ۳۰۸..... دوری از معنویت: ۳-۲-۲-۳
- ۳۰۹..... دوری از حقیقت: ۴-۲-۲-۳
- ۳۱۰..... استفاده از ابزارهای تبلیغی مشروع و نامشروع ۵-۲-۲-۳
- ۳۱۰..... متضاد بودن قول و فعل مبلغان: ۶-۲-۲-۳
- ۳۱۱..... محور بودن هوا و هوس: ۷-۲-۲-۳
- ۳۱۱..... عرصه‌ی گسترده: ۸-۲-۲-۳
- ۳۱۲..... استفاده‌ی جنون آمیز از فن‌آوری: ۹-۲-۲-۳
- ۳۱۳..... شیوه‌های تبلیغی مسیحیت: ۱۰-۲-۲-۳
- ۳۱۵..... اصول حاکم بر تبلیغات اسلامی: ۱۱-۲-۲-۳

۳۱۸.....	۱۲-۲-۳ مقایسه‌ی شیوه‌ی جدال احسن با شیوه‌های تبلیغی قرآنی:
۳۱۸.....	۱-۱۲-۲-۳ شیوه‌ی خطابه و مقایسه‌ی آن با جدال احسن:
۳۲۰.....	۲-۱۲-۲-۳ شیوه‌ی برهان و مقایسه‌ی آن با شیوه‌ی جدال احسن:
۳۲۱.....	۳-۱۲-۲-۳ شیوه‌ی تمثیل و مقایسه‌ی آن با شیوه‌ی جدال احسن:
۳۲۳.....	۴-۱۲-۲-۳ شیوه‌ی قصه‌گویی و مقایسه‌ی آن با شیوه‌ی جدال احسن:
۳۲۵.....	۱۳-۲-۳ مقایسه‌ی شیوه‌ی قصه‌گویی با شیوه‌ی جدال احسن:
۳۲۵.....	۱۴-۲-۳ شیوه‌ی جدال احسن و مقایسه‌ی آن با شیوه‌های تبلیغی دنیای معاصر:
۳۲۶.....	۱۵-۲-۳ بهترین شیوه‌ی تبلیغی:
۳۲۸.....	فصل سوم: ابزارهای تبلیغی
۳۲۸.....	۱-۳-۳ شرط استفاده از ابزارهای تبلیغی
۳۲۹.....	۲-۳-۳ ابزارهای تبلیغاتی مدرن
۳۳۰.....	۳-۳-۳ ابزارهای نبرد انتشاراتی:
۳۳۱.....	۴-۳-۳ ابزارهای نبرد امواج:
۳۳۹.....	خاتمه
۳۳۹.....	خلاصه تحقیق
۳۳۹.....	استنتاج
۳۴۰.....	کاستیهای تحقیق:
۳۴۱.....	پیشنهادها:
۳۴۳.....	ملخص البحث
۳۴۴.....	فهرست منابع و مأخذ

مقدمه

تبلیغ یکی از نیازهای اساسی در زندگی بشر است، تاریخ نشان می‌دهد که انسان هیچ‌گاه از تبلیغ و تبلیغات غافل نبوده است، و این مسأله هم‌ه‌ی شئون زندگی بنی آدم را، اعم از امور مذهبی، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، نظامی، علمی و... در بر گرفته است.

سیاستمداران برای رسیدن به مقاصد سیاسی خود، قبل از هر اقدامی، به فکر تبلیغات‌اند، و برای پیروزی خود از متخصصان فن تبلیغ نهایت استفاده را می‌برند.

استعمارگران در گذشته و حال، در جهت رسیدن به اهداف استعماری و استکباری خود، همواره از تبلیغ بهره گرفته‌اند و در هر جای جهان، جای پایی پیدا کنند، فرهنگ و زبان و آداب و رسوم خود را تبلیغ و حاکم می‌کنند، حکومت استعمار انگلیس در اوانی که سرزمین زرخیز شبه قاره هند را به تصرف درآورد، زبان و فرهنگ انگلیسی را در آنجا رواج داد، چنانچه فرانسه در الجزایر، زبان و فرهنگ فرانسوی را حاکم کرد، و دیگر استعمارگران نیز به همین منوال عمل کردند.

تبلیغ چنان اثری دارد که می‌تواند حق را باطل و باطل را حق جلوه دهد، ولی خدا را مبعوض مردم و دشمن خدا را ولی خدا معرفی کند، به گونه‌ای افراد را مسحور کند که برای ریختن خون افراد مظلوم و معصوم از یکدیگر سبقت گیرند و برای درک ثواب و فضایل شب قدر، فرق ولی الله را بشکافند، حرام خدا را حلال، و حلال را حرام کنند، زشت را زیبا و زیبا را زشت بنمایانند. تعصب و جاهلیت را توحید، و توحید ناب را شرک جلوه دهد. ظلم و تجاوز و اشغال کشورها را دمکراسی و آزادی و استقلال و غیرت و مردانگی و دفاع از عقیده و آب و خاک را تروریسم معرفی کند. نابودی و تسلط بر فرهنگ‌های حق و ریشه دار در عقل و وحی را جهانی‌سازی، و استقلال فرهنگی و دفاع از عقیده‌های حق را عقب ماندگی و ارتجاع بداند. حقیقت را افسانه و بی‌ریشه، و افسانه را حقیقت ارائه دهد.

تبلیغ، می‌تواند در جانب مثبت چنان مؤثر باشد که هیچ سلاح و صلاحی جایگزین آن نتواند باشد، صحنه‌های زیبای ایثارگری و رشادت و شهادت در وهله‌ی نخست از تبلیغ نشأت

می‌گیرد، رهایی از قید و بند جاهلیت و گام نهادن به وادی نور هدایت از آثار جاودانه‌ی تبلیغ است، انتشار آموزه‌های انسان‌ساز دین الهی از چشمه سار تبلیغ جاری می‌شود، که همانند نهرهای جاری، حیات سبز را در کالبد وجود انسان‌ها به ارمغان می‌آورد.

تبلیغات آنقدر از اهمیت برخوردار است که عملیات و تسلیحات نظامی به پای آن نمی‌رسد، از این جهت است که استعمارگران، پیش از عملیات نظامی به جنگ تبلیغاتی و روانی اقدام می‌کنند، و در صورت پیروزی در این مرحله اقدام به حمله نظامی می‌کنند. کارشناسان فن تبلیغ می‌گویند، اثر تبلیغات به مراتب بیشتر از آثار عملیات نظامی است، ولی هزینه‌ی عملیات نظامی ده‌ها برابر هزینه‌های تبلیغاتی است. اینجاست که حقیقت سخن حضرت امام خمینی رحمته‌الله روشن می‌شود، آنجا که می‌گوید: «سلاح تبلیغات، برنده‌تر از سلاح در میدان جنگ است»^(۱).

موتور ماشین جنگی بوسیله‌ی تبلیغات استارت می‌خورد، و رزمنده را چنان نیرویی می‌بخشد که در راه رسیدن به هدف، سر از پا نمی‌شناسد، و خود را به آب و آتش می‌زند. در عرصه‌ی معادلات اقتصادی دنیا نیز، تبلیغات نقش یگانه‌ای را ایفا می‌کند، و بنگاه‌های تجاری و اقتصادی با استفاده از ابزار و فنون تبلیغاتی مدرن و پیشرفته همچون، رادیو، تلویزیون، اینترنت، ماهواره و... همگان را از کودک گرفته تا جوان، و از میانسال تا کهنسال، تحت تأثیر قرار می‌دهند، و برای تبلیغ کالای خود مبالغ هنگفتی را هزینه می‌کنند، و از شیوه‌های سحرآمیز بهره می‌گیرند.

تبلیغ در عرصه‌ی دین و مذهب نیز مدّ نظر دین باوران و دین پژوهان بوده و هست، و در میان ادیان ابراهیمی، اسلام و مسیحیت در این عرصه پیشتازند.

دین اسلام یک دین تبلیغی است، از نخستین روزهای ظهور اسلام تبلیغ آن، یکی از بزرگترین اهداف پیامبر خاتم، حضرت محمد صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم بوده است.

(۱) صحیفه نور، ج ۱۵، ص ۲۷۷؛ و ج ۱۶، ص ۱۱.

آن حضرت هم خود به تبلیغ اقدام کرد، و هم گروه‌های تبلیغی را به مناطق مختلف اعزام می‌کرد، و بدین وسیله مردم را از ظلمتکده جهل و تعصب، به نور اسلام و معنویت رهنمون می‌ساخت.

برخلاف آنچه عده‌ای می‌اندیشند، تبلیغ کار آسانی نیست، که هر نا آزموده‌ای بتواند از عهده‌ی آن برآید، بلکه امر بسیار مهم، حیاتی و فنی است، که دارای ساز و کار مخصوص به خود است.

اگر بگوئیم آشنائی درست با فقه، مقدمه‌ی تبلیغ دین است، حرفی به گزاف نگفته‌ایم، و شاید بتوان این مدعا را از آیه‌ی «نفر» به دست آورد.

همچنانکه برای فقاہت در دین چندین علم به عنوان پیش‌نیاز لازم و ضروری است، برای تبلیغ دین نیز همه‌ی آن علوم لازم است.

از این مطالب نباید توهم شود که مقام فقاہت و فقیه کم اهمیت‌تر از مقام تبلیغ و مبلغ است، بلکه آنچه منظور نگارنده است، این است که هم مقام فقاہت مقامی است بس رفیع، و هم مقام تبلیغ از اهمیت فراوانی برخوردار است، کسی می‌تواند دین را تبلیغ کند که آن را فهمیده باشد، و همچنانکه در گذشته مقام خطیب و مبلغ و واعظ همپایه‌ی مقام مرجعیت بوده است، در حال حاضر نیز باید چنین باشد.

به نظر می‌رسد که لازم است اساتید برجسته‌ی حوزه‌های علمیه، وبخصوص حوزه‌ی علمیه‌ی مبارکه‌ی قم، درس «فقه التبلیغ» را دایر کنند، و کرسی درس تبلیغ در دانشگاه‌ها نیز برقرار شود، تا صاحب نظران مجال پیدا کنند، و تمامی زوایای این درس مهم را بررسی نموده و به صورت منقح و دور از افراط و تفریط در اختیار دانش‌پژوهان بگذارند، و دانش‌پژوهان نیز با تحقیق بیشتر و عزمی راسخ، و با زبان و بیان فصیح و بلیغ، اندوخته‌های خود را در سطح جامعه منتشر کنند، تا بدین وسیله روح تشنگان حقایق فطری و معنوی را از آب حیات تبلیغ سیراب کنند.

عصر ما، یک عصر طلایی است، از این جهت که شاهد اوجگیری رویکرد معنوی و گسترش روز افزون اسلام ناب، حتی در قلب سرزمین‌های کفر و نفاق می‌باشیم، که این خود وظیفه‌ی مبلغان دینی را مضاعف می‌کند. مبلغان با فهم درست آیین اسلام و بهره‌گیری از

راهکارهای اجرایی آن، و آموختن راه‌های گسترش و نشر معارف اسلامی، یک انقلاب فرهنگی در سطح جهان برپا کنند، و کوچکترین قصور در این مورد باعث خسران و جایگزین شدن مکاتب انحرافی به جای اسلام عزیز خواهد شد.

انسان‌ها هرچه اهمیت یک علم و فن را در زندگی خویش بیشتر درک کنند، بدان بیشتر رغبت نشان می‌دهند، و راه‌های دست‌یابی به آن را آسان‌تر می‌آموزند. بر این اساس، ما نیز باید نقش و اهمیت تبلیغ را در زندگی انسان بکاویم و بیان کنیم، تا همگان از آن اطلاع پیدا کنند، که مردم تشنه‌ی معارف دین خدایند و راه شناسایی آن هم تبلیغ است.

نقش مبلّغ در جامعه، مانند نقش طبیب است، و چنانکه جامعه نیازمند طبیب است، نیازمند به مبلّغ نیز می‌باشد، بلکه از جهتی می‌توان گفت: نیاز انسان به مبلّغ شدیدتر و بیشتر از نیاز به طبیب است؛ زیرا طبیب دردهای جسمانی را مداوا می‌کند، ولی مبلّغ دردهای معنوی را. اگر بعضی دردهای معنوی مداوا نشود، و مشکلات معنوی و دینی انسان حل نگردد، ابدیت انسان تباہ و نابود گردد و برای همیشه در جهنم باقی می‌ماند.

همانگونه که انسان‌ها در هنگام بیماری و قبل از بیماری، برای پیشگیری از بیماری‌ها به طبیب مراجعه می‌کنند، مراجعه به مبلّغ دینی نیز اینگونه است که هم برای پیشگیری و بهداشت روانی - که امروزه دغدغه خاطر بسیاری از انسان‌ها است - جامعه نیازمند طبیب معنوی است، و هم برای درمان بیماری‌ها. مبلّغ اگر «طبیب دوار» بطنه باشد، می‌تواند جامعه‌ی بیمار را معالجه کند و راه‌های پیشگیری از بیماری‌های اجتماعی و معنوی را بیاموزد، چنانچه بزرگ مبلّغ الهی، پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله و سلم اینگونه بود. امروزه ما نیز نیازمند آموختن و آموزش راه و روش و شیوه‌ی تبلیغی آن حضرت هستیم، تا بتوانیم بیماری‌های اجتماعی و معنوی عصر خود را شناسایی و درمان کنیم.

جامعه‌ی جهانی در عصر ما، با مشکلات عدیده‌ی اجتماعی و معنوی دست به گریبان است، و پی درمان و آرامش و راه حل می‌گردد، به هر کجا روی می‌آورد، نومید و دست خالی بر می‌گردد. در اینجا یک سؤال مطرح است، و آن اینکه چرا انسان‌ها به چنین بیماری‌های مهلکی گرفتار شده‌اند؟ و راه درمان آن چیست؟

سرّ مطلب این است که ﴿نَسُوا اللَّهَ فَاَنْسَاهُمْ اَنْفُسَهُمْ﴾^(۱) خدا را فراموش کردند، و خود به «خودفراموشی» گرفتار شدند، و این خود از بزرگترین و رایج‌ترین و کشنده‌ترین بیماری‌های عصر ماست. راه درمان هم این است که ﴿اَلَا بِذِكْرِ اللَّهِ تَطْمِئِنُّ الْقُلُوبُ﴾^(۲) اگر یاد خدا و ذکر خدا در قلبی وارد شود، خدافراموشی، اضطراب، دلهره و افسردگی از آن رخت بر می‌بندد، و به مقام اطمینان دست می‌یابد، مقام اطمینان آنچنان با اهمیت و ارزشمند است که حضرت ابراهیم خلیل الله ﷺ در حالیکه پیامبر خدا بود، از خداوند متعال خاضعانه درخواست می‌کند که او را به آن مقام برساند.

رسیدن به مقام اطمینان و برطرف شدن بیماری‌های روحی و روانی، در سایه‌ی ایمان به خدا و روز رستاخیز میسر است، و نایل شدن به ایمان و آرامش روحی از طریق تبلیغ دین امکان‌پذیر است.

ارکان تبلیغ:

تبلیغ بر ارکانی مبتنی است:

۱- خصوصیات شخصیتی مبلغ، که این خود بر دو گونه است:

أ. خصوصیات درونی مبلغ: اخلاص، دلسوزی، شهامت، شجاعت، صبوری، استقامت، تدبیر، حکمت، سیاست، مؤمن بودن، هدفمند بودن، عزت نفس داشتن، خوش‌بین بودن و...

ب. خصوصیات رفتاری مبلغ: پرهیز از تکلف، توافق گفتار و رفتار، دوری کردن از تملق و چاپلوسی، درخواست کردن اجر و مزد از خداوند بزرگ، نه از دیگران، انتقادپذیری، تواضع، حمایت از محرومان و مظلومان، دشمنی با ظالمان و ستمگران، مردمی بودن، دردآشنای مردم، خوش سابقه بودن، عدالت محور، داشتن روحیه‌ی صداقت، منظم بودن، ساده زیستی، داشتن ظاهری آراسته و...

۲- محتوای تبلیغ: هرچند محتوای تبلیغ از استحکام برخوردار باشد، بهمان مقدار، اثر آن ماندگارتر است، از آنجایی که تبلیغ، ابلاغ یک فکر و پیام است، و با روح و ضمیر و

(۱) سوره حشر (۵۹)، آیه ۱۹.

(۲) سوره رعد (۱۳)، آیه ۲۸.

قلب انسان‌ها در ارتباط است، به هر اندازه که محتوای آن غنی‌تر و با واقعیت سازگارتر باشد، زمینه‌ی نفوذ آن در جان انسان‌های مستعد^۱ بیشتر خواهد بود. خطبه‌ی متقین نهج البلاغه یک نمونه‌ی بارز تبلیغ است، که دارای مضامین عالی و اثرگذار است، هر انسان مستعدی در محتوای آن تأمل کند، اثری بر روح او می‌گذارد و او را متحوّل می‌سازد.

محتوای تبلیغ باید به گونه‌ای باشد که با روح و فطرت انسان‌ها سازگار باشد، و نیاز فطری بشر را تأمین کند. در این صورت است که تبلیغ می‌تواند در میان تیرگی‌های زمانه، روزنه‌ی امید شود که باعث ماندگاری دین الهی باشد. خداوند می‌فرماید: «فإِذَا الزُّبَدُ فَيَذْهَبُ جُفَاءً وَأَمَّا مَا يَنْفَعُ النَّاسَ فَيَمْكُثُ فِي الْأَرْضِ».

در این تشبیه بسیار ظریفی به کار رفته است، باران که می‌آید و سیل جاری می‌شود، در اثر برخورد آب با اشیا، روی آن کف ظاهر می‌شود، باران که قطع شد و آب آرام و قرار گرفت، کف از بین می‌رود و آب که مایه‌ی حیات است و سودمند، باقی می‌ماند.

در دنیای پر زرق و برق امروزی هم نیاز بشر دین نجات بخش است، اما عده‌ای خواسته یا ناخواسته چنان فضا را آلوده کرده‌اند که حقایق دینی را در زیر امواج تبلیغات فریبنده‌ی خود پنهان کرده‌اند، رسالت تبلیغی ما این است که دین را از لابلای این کف‌ها بیرون آوریم، و آن را به مردم ابلاغ کنیم.^(۱)

۳- ابزار و وسایل تبلیغی: تبلیغ یک نوع برقراری ارتباط اجتماعی است، در جهان معاصر، علم ارتباطات در سطح بین‌المللی یکی از علوم مطرح می‌باشد، و متخصصان این فن یافته‌های خود را در اختیار دانش‌پژوهان قرار می‌دهند و برای برقراری ارتباط، وسایل و ابزارهای متعددی ابداع کرده‌اند، وسایل تبلیغی از تنوع خاصی برخوردار است، برخی بسیار ساده و برخی دیگر بسیار پیچیده‌اند، برخی استفاده‌ی عمومی دارند، و برخی برای افراد خاص کاربرد دارد. در مبحث «ابزارهای تبلیغی» به نحوه‌ی استفاده از آنها خواهیم پرداخت - ان شاء الله تعالی - .

(۱) ر.ک: مطهری، مرتضی، «پانزده گفتار»، ص ۱۵.

۴- شیوه‌های تبلیغی: مشاهده می‌شود که اثرگذاری تبلیغ محسوس نیست، علت آن چیست؟ و چاره‌ی آن چیست؟

به نظر می‌رسد، علت این امر غفلت از شیوه‌های درست تبلیغی است، چه بسا مشاهده می‌شود که مبلّغی سخنی می‌گوید ولی نتیجه‌ی گفتار او برخلاف نیت و هدف اوست، این بدان دلیل است که آن مبلّغ شیوه‌ی درست تبلیغ را رعایت نکرده است، و یا اینکه بکلی از آن آگاهی ندارد.

شناخت شیوه‌های تبلیغی مبلّغان بزرگ و شخصیت‌های برجسته و اسوه‌های قرآنی از مهمترین وارجمندترین مباحث تبلیغی است، زوایای ناشناخته دعوت انبیا مانند شیوه‌ها، راهبردها، ابزارها و اهداف بلند مدّت و کوتاه مدّت آنان، حوزه‌ی پروسعتی است که ده‌ها رساله و پایان‌نامه نمی‌تواند همه‌ی ابعاد آن را بررسی و جستجو کند.

سیره‌ی تبلیغی هرکدام از انبیای عظام و بویژه سیره‌ی تبلیغی پیامبر اکرم صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ می‌تواند موضوع یک تحقیق گسترده باشد.

حدود یک چهارم آیات قرآن کریم که مهمترین کتاب و راهنمای تبلیغ است به سیره‌ی تبلیغی انبیا اختصاص دارد. اما تاکنون حتی یک تفسیر با نگرش تبلیغی نوشته نشده است.

امید است مفسران بزرگ این خلاء را پر نمایند، همچنین سیره‌ی امامان معصوم عَلَيْهِمُ السَّلَام و علمای بزرگ و شناخت روش تبلیغی آن مبلّغان بزرگ، یک منبع بسیار غنی در این زمینه است.

روش‌های تبلیغی از چنان تنوعی برخوردار است که هر مبلّغی با هر سلیقه‌ای می‌تواند از یک یا چند نوع آن استفاده کند، یکی از شیوه‌های تبلیغی که قرآن کریم بدان توصیه کرده است «شیوه‌ی جدال احسن» است، که تاکنون کتاب مستقلی در این رابطه نگارش نیافته است. این روش توسط پیامبران بزرگی همچون حضرت ابراهیم عَلَيْهِ السَّلَام اعمال شده است، و جواب هم داده است، بنابراین شایسته است که شیوه‌ی جدال احسن در تبلیغ دین مورد کنکاش قرار گیرد، و با روش‌های تبلیغی اعم از معاصر و غیر معاصر مقایسه شود، نتیجه‌ی این امر هم به کارگیری مؤثرترین شیوه‌ی تبلیغی خواهد بود، که مورد تأکید قرآن کریم است. آنجا که می‌فرماید: ﴿فَبَشِّرْ عِبَادِ

الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ^۱ باید «قول احسن» به مخاطب برسد، تا اینکه آن را با جان دل بپذیرد، و قول احسن هم تبلیغ و دعوت الی الله است، ﴿وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ﴾^۲

جدال احسن در گذشته، به ویژه در زمان امام باقر و امام صادق علیهما السلام از اهمّیت خاصی برخوردار بوده است، و توسط آن بزرگواران و یاران آگاه آن حضرات اعمال می شده است.

در سده های اخیر، روش جدال احسن کمتر مورد توجه دانشمندان و اهل نظر قرار گرفته است، با توجّه به نقش کارساز آن بسیار مناسب است که این سنت مغفول احیا گردد و بازتولید، و در مدارس و حوزه های علمیه به عنوان یک درس، آنها بصورت عملی اعمال گردد.

اگر در گذشته آموزش و کاربرد جدال احسن ضرورت داشت، در عصر حاضر، ضرورت آن دوچندان است، کاربرد جدال احسن در عرصه ی بین المللی، چه در ساحت تبلیغ دین، و چه در عرصه ی فرهنگی و سیاسی، یک ضرورت انکار ناپذیر است. منطق قوی ما در سطح بین المللی از طریق جدال احسن تبلور می یابد، در گفتگوی تمدن ها و در جدال هسته ای بهترین روش گفتگو و مذاکره، پیشبرد اهداف و منویات، استفاده از شیوه ی جدال احسن است.

با توجّه به اهمّیت تبلیغ دین و شیوه ی جدال احسن در تبلیغ، و مزیت آن بر دیگر روش های تبلیغی، و با عنایت به ضرورت احیاء این سنت حسنه، لازم دانستم - با اعتراف به بضاعت اندک علمی خود - به نگارش رساله ای در این مورد اقدام کنم، باشد که علما و محققان زبردست، توجّه خاصی به این بحث داشته، و لغزش های نگارنده را برطرف نمایند.

این تحقیق در یک مقدمه و سه بخش و یک خاتمه ترتیب داده شده است:

بخش اول: کلیات و مفاهیم،

بخش دوم: شیوه های ارتباط،

بخش سوم: شیوه های جدال احسن در تبلیغ دین.

^۱. سوره زمر آیه، ۱۸.

^۲. فصلت، ۲۳.

فصل دوم از بخش سوم به شیوه‌های تبلیغی دنیای معاصر و مقایسه‌ی آن با شیوه‌ی جدال احسن اختصاص داده شده است.

نظر به اهمیت ابزارهای تبلیغی، این بحث در فصل سوم، بخش سوم مطرح شده است.