



روش شناسی سیره پیامبر صلی الله علیه و آله و سلم در تبلیغ دین

پدیدآورده (ها) : حسن لو، امیر علی

علوم اجتماعی :: آسیب پژوهی اجتماعی :: پاییز 1394، سال اول - پیش

شماره 1

از 11 تا 40

آدرس ثابت : <http://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/1108717>

دانلود شده توسط : مرکز مدیریت حوزه های علمیه-کتابخانه ایت الله

بروجردی

تاریخ دانلود : 28/04/1395

مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی (نور) جهت ارائه مجلات عرضه شده در پایگاه، مجوز لازم را از صاحبان مجلات، دریافت نموده است، بر این اساس همه حقوق مادی برآمده از ورود اطلاعات مقالات، مجلات و تألیفات موجود در پایگاه، متعلق به "مرکز نور" می باشد. بنابر این، هرگونه نشر و عرضه مقالات در قالب نوشتار و تصویر کاغذی و مانند آن، یا به صورت دیجیتال که حاصل و برگرفته از این پایگاه است، کسب مجوز لازم، از صاحبان مجلات و مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی (نور) و تخلف از آن موجب پیگرد قانونی است. به منظور کسب اطلاعات بیشتر به صفحه [فوانین و مقررات](#) استفاده از پایگاه مجلات تخصصی نور مراجعه فرمائید.

پایگاه مجلات تخصصی نور

روش‌شناسی سیره پیامبر ﷺ در تبلیغ دین

امیرعلی حسنلو؛ محقق و پژوهشگر حوزه علمیه قم، دانشجوی دکتری

تبلیغ (پیام‌رسانی) از وظایف مهم پیامبران بزرگ الهی و رسالتی مهم است. خاتم پیامبران ﷺ دارای روش‌های کاربردی و اصول عملی تأثیرگذار در تبلیغ رسالت خویش بوده‌اند که از جمله آنها، آغاز کردن تبلیغ از خویشاوندان پیرامون خود، پایبندی به اصول و برنامه‌ریزی، نیک‌خویی و پرهیز از تندى و ... است؛ همچنین ویژگی‌های رفتاری و عملی برجسته ایشان، مانند آراستگی و پاکیزگی ظاهری، تهجد و نیایش در شب، تلاوت قرآن و ...، تأثیر بسزایی در ابلاغ رسالت ایشان که همان تبلیغ است داشته است؛ از این رو مبلغ ضمن برخورداری از ویژگی‌های خاص، بهتر است روش‌هایی را که پیامبر ﷺ به کار بستند، مدنظر قرار داده و پیام‌رسانی خود را بر اساس برنامه‌های عملی حضرت انجام دهند. این مقاله با استناد به روش کتابخانه‌ای، ضمن بیان ویژگی‌های مبلغ خوب، به بررسی روش‌های مختلف تبلیغ در سیره نبوی پرداخته تا راهکارهای تبلیغی مؤثرتری در پیش روی مبلغان و مسئولین امر تبلیغ قرار دهد.

واژگان کلیدی: روش‌شناسی، سیره، تبلیغ، مبلغ، پیامبر اکرم ﷺ.

مقدمه

اهمیت سیره نبوی برای مسلمانان روشن است؛ قرآن کریم مهم‌ترین معجزه حضرت خاتم صلی الله علیه و آله و سیره ایشان برترین و کامل‌ترین اسوه و سرمشق عملی برای مسلمانان معرفی شده است. امیر مؤمنان علیه السلام در سخنان گهرباری درباره عظمت پیامبر صلی الله علیه و آله، پیروی از سنن و سیره حضرت را برای جوینده راه صحیح، بهترین سرمشق عملی معرفی نموده و ضمن اینکه خود در تمام ابعاد زندگی به‌اندازه‌ای از سیره و رفتار حضرت پیروی می‌کرد تا جایی که همه یاران برای شناخت سیره به حضرت امیر علیه السلام رجوع کرده و به عمل او، در خوراک، لباس و در جزئی‌ترین رفتارهای فردی، حکومتی، سیاسی، اجتماعی و اعمال عبادی اقتدا می‌کردند؛ ایشان از این سرمشق الهی پیروی می‌نمود و در این‌باره می‌فرمود: پیامبر اکرم از کودکی تحت تربیت یکی از فرشتگان الهی بود که همه سنن را به او یاد داد. همه اهل بیت و ائمه اطهار علیهم السلام در پیروی و زنده نگه داشتن سیره و سخنان پیامبر صلی الله علیه و آله این‌گونه بودند و فلسفه زندگی مادی و معنوی صحیح را در پیروی از پیامبر صلی الله علیه و آله تفسیر می‌نمودند؛ از این رو شناخت همه ابعاد سیره پیامبر صلی الله علیه و آله مقدمه‌ای برای عملی نمودن آن است. این مقاله با نگاهی در حد توان به مؤلفه‌های روش تبلیغی پیامبر صلی الله علیه و آله برای مبلغان دینی پرداخته تا متخصصان امر تبلیغ در کاربردی کردن این روش‌ها و آموزش مبلغان با این سنت، در پیشبرد امر تبلیغ کارهای مؤثرتری انجام دهند.

درباره روش‌شناسی تبلیغ در سیره نبوی صلی الله علیه و آله کتاب خاصی نوشته نشده است؛ اما مباحثی در کتاب‌های تاریخی کهن، مانند تاریخ طبری، الطبقات ابن سعد و...، در این زمینه وجود دارد که نیازمند استخراج و تبیین روشمند است. پژوهش‌های جدیدی پیرامون سیره پیامبر با عناوین زندگانی پیامبر و مجموعه کتاب‌های تاریخ پیامبر اسلام یا تاریخ صدر اسلام نیز نوشته شده که بحث‌هایی پیرامون دعوت پیامبر و مراحل آن



مطرح شده است؛ از جمله این کتاب‌ها می‌توان به کتاب‌های مرحوم آیتی (تاریخ پیامبر اسلام)، زریاب، خوبی و دیگر کتاب‌های نوشته شده با موضوع تاریخ صدر اسلام یا سیره نبوی، مانند کتاب سیره المصطفی از هاشم معروف حسینی و الصحیح من سیره النبی العظمی از سید جعفر مرتضی اشاره کرد که در ضمن بحث‌های مفصل از دعوت پیامبر، به صورت تاریخ‌نامه به رشته تحریر در آمده است. نویسنده مقاله حاضر، کتابی با عنوان «دعوت و اولین مسلمانان و جایگاه بیعت در سیره نبوی» نوشته‌اند که در مراحل پایانی است؛ در این کتاب مباحثی اختصاصی پیرامون اهمیت تبلیغ و روش‌های تبلیغی و تأثیر آن در پیشبرد دعوت طرح شده است که بخشی از آن در این مقاله ارائه می‌شود.

این تحقیق درصدد این است که به این سؤال اصلی که آیا پیامبر اکرم ﷺ در تبلیغ دین، روشمند بود یا بر اساس اقتضانات و زمینه‌های موجود در فرهنگ معاصر خود به تبلیغ پرداخته است؟ پاسخ دهد.

مفهوم‌شناسی

تبلیغ از ریشه (ب، ل، غ) به معنی به پایان رساندن و ابلاغ پیام به صورت کامل و مطلوب است. در اصطلاح نیز معنای تبلیغ با معنای لغوی‌اش هم‌خوانی دارد و تنها تفاوت این است که رساندن پیام دین به نحو کامل از جمله تعاریف اصطلاحی کامل تبلیغ است که این مقاله به شناخت روش پیامبر ﷺ در تبلیغ می‌پردازد (ابن منظور، ۱۴۱۴، ۸، ۴۱۹).

روش‌های تبلیغی پیامبر ﷺ

پیامبر اکرم ﷺ در تمام امور دارای روش و برنامه بوده‌اند؛ دعوت به تبلیغ حضرت بر اساس برنامه‌هایی بود که به هدایت خداوند متعال صورت می‌گرفت. مدیریت و ابتکار، نبوغ فردی و تجارب لازم نیز در آن حضرت برای تبلیغ به زیبایی و کامل‌ترین حد جلوه‌گر بوده و ایشان با همه این شایستگی‌ها بود که توانستند جامعه جاهلی را که در



پایین‌ترین حد از علم و معرفت قرار داشتند به بالاترین مراحل معرفتی رهنمون سازند؛ امیر مؤمنان علیه السلام جامعه عربی عصر بعثت را کم‌بهره‌ترین مردم از نظر معارف، تمدن، فرهنگ و علم توصیف می‌کنند (نهج‌البلاغه، خطبه ۹۵، و خطبه ۱۳۳؛ حسن‌لو، ۱۳۸۶، ۶۵-۶۹).

روش‌های تبلیغی پیامبر از جهاتی و به عللی برای ما می‌تواند اسوه و سرمشق باشد؛ نخست از آن جهت که روش‌هایی است که خداوند به او آموخته است و لغزش و خطاپذیری در آنها راه ندارد؛ لذا اگر به درستی درک، تفسیر و به اجرا گذاشته شود؛ نتیجه‌بخش خواهد بود؛ دوم از این جهت که روش‌ها و سنن پیامبر صلی الله علیه و آله در تمام امور به توصیه خداوند، اسوه‌ای برای همه مؤمنان است (احزاب، ۲۱)؛ چراکه درباره اهمیت سنت و سیره پیامبر صلی الله علیه و آله امیر مؤمنان علیه السلام در آخرین ساعات عمر خود فرمودند: «وصیت می‌کنم به شما که سنت و سیره او را تباه نکنید و سرلوحه همه رفتارهای خود قرار دهید و هیچ خطایی در راه و رسم آن حضرت راه ندارد» (الشریف الرضی، ۱۴۰۶، ۱۰۸)؛ علاوه بر آن، مدیریت حضرت در تبلیغ، سلوک، اخلاق و ویژگی‌های فردی و اجتماعی‌اش، جدای از شأن نبوت و پیامبری نیز مورد تحسین خداوند است (قلم، ۲-۴؛ احزاب، ۴۵-۴۶ و...؛ سوم اینکه نتیجه کار حضرت و بنیان تبلیغی که بنا نهاد، برای همه مبلغین محسوس و آثار آن در تمام دوره‌های تاریخی تا به امروز پابرجاست و دامنه نفوذ و تأثیرگذاری روش‌های تبلیغی در پویایی و حرکت، روزافزون است؛ لذا روش تبلیغ پیامبر را باید شناخت و به‌عنوان کارآمدترین روش‌های تبلیغی امروز در جهان به نام مبارک آن حضرت به کار بست. تبیین تبلیغ روشمند بر اساس سیره نبوی ضمن اینکه برای به‌کار بستن در امور تبلیغ ضرورت دارد، برای رفع اتهام از ساحت قدسی پیامبر اعظم صلی الله علیه و آله که تکفیری‌ها امروز هر جنایتی را به نام اسلام و آن حضرت انجام می‌دهند، ضرورت کار را دوچندان می‌کند؛ تبیین روش‌های تبلیغی پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله با قلم و بیان پس از شناخت ابعاد و مؤلفه‌های آن، بستر مناسبی است که با روش‌های هنری و دیگر روش‌ها نیز به این مقوله پرداخته شود.



برخی، دعوت پیامبر ﷺ را بر اساس روش‌های تبلیغی در سه مرحله: زبانی، عملی (ایجابی، سلبی) و جهادی دسته‌بندی کرده و در توضیح هریک از قسمت‌ها به آیات قرآن استناد کرده‌اند (طباطبایی، ۱۳۸۱، ۴، ۲۵۷-۲۵۸). پیامبر ﷺ با شیوه‌ها و روش‌هایی دعوت خود را آغاز و به انجام رساند؛ همه این روش‌ها در قرآن کریم به گونه‌های اعجاب‌آوری به زیبایی تبیین شده و قابل‌بازیابی از لایه‌های آیات و سوره‌های قرآن کریم است؛ از این رو می‌توان با قاطعیت گفت که معتبرترین کتاب برای شناخت پیامبر و سیره آن حضرت به‌ویژه در تبلیغ، آیات قرآن است.

مراحل تدریجی نزول قرآن کریم و نوع تبیین احکام و آداب اجتماعی و فردی در قرآن از جمله این روش‌هاست که لازم است باز شناسانده شود. این روش خود بیانگر این حقیقت است که در امر تبلیغ زمینه‌سازی برای برقراری ارتباط با مخاطب بسیار مهم و از اصول مسلم در پیشبرد امر تبلیغ است؛ چراکه پیامبر اکرم ﷺ در اجرای این فرمان‌ها با نرمش خاص عمل می‌کردند. زمینه‌سازی برای تبیین احکام گاهی بیش از ۱۳ سال زمان بر بوده است؛ بدین جهت که پیامبر ﷺ به‌خوبی واقف بودند که زدودن فرهنگ و آداب و رسوم نادرست و ساختن فرهنگ جدید، دو مرحله بسیار سخت و پیچیده هستند که قبل از هر چیز نیازمند رفتار نرم بردبارانه و غیرعجولانه است. تشویق و ترغیب همراه با ساخت تصورات مثبت از پدیده‌های تاریخی تمثیلات از سرگذشت اقوام و انبیای الهی و نتایج کار آنان، رفتار کج‌مدارانه برخی از اقوام در قبال تبلیغ پیامبران و سرنوشت آنان، نمونه‌هایی از روش‌های هنری و قصه‌پردازی‌های قرآن هستند که در تبلیغ پیامبر کاربرد داشته‌اند؛ بر این اساس شناخت بسترها، فرهنگ‌ها و آشنایی کامل مبلغان با مقوله فرهنگ و معرفت به فرهنگ‌ها و آداب و رسوم جوامع مورد هدف در تبلیغ، از جمله اصول اساسی برای پیشرفت امر تبلیغ است.

کاربرد و کارآمدی زبان و بیان در پیشبرد تبلیغ پیامبر ﷺ از مهم‌ترین مراحل در تبلیغ بوده است؛ لذا اعجاز ادبی قرآن یکی از شگردهای تبلیغ شناخته می‌شود. فصاحت



و شیوه تبیین تبلیغ از ویژگی‌های دیگر در روش تبلیغ پیامبر است که تأثیر شگرف آن در آیات قرآن انعکاس یافته است (طبرسی، ۱۳۷۳، ۴۳).

مرحله عملی ایجابی در تبلیغ از جمله مراحل است که بر اساس آیات قرآن همراه با تبلیغ تشویقی و گاهی اندازی همراه با وعد و وعید بوده است. این مرحله نیز به‌عنوان زمینه، دارای وجوه شگفت‌انگیزی بود که قدرت جاذبه آن در جذب مخاطبان جوان به‌اندازه‌ای وجود داشت که مایه نگرانی جامعه مشرکین مکه شد و آنها را به تکاپو، حتی به سختگیری و شکنجه برای جلوگیری از پیشرفت کار پیامبر در تبلیغ واداشت (واحدی، ۱۳۸۳، ۳۷).

مرحله عملی سلبی نیز در رفتارشناسی تبلیغ پیامبر صلی الله علیه و آله دارای برد مؤثری بود. پیامبر مدت‌ها با رفتار نرم و دلسوزی خاص با مشرکان، آنان را ارشاد می‌کرد و پس از اینکه با رفتار خارج از شئون آنان مواجه شد، از سوی خداوند مأموریت یافت که به گونه سلبی نیز با آنان رفتار کند تا قاطعیت و جدیت فرمان‌ها برای آنان به‌صورت روشن‌تری نمایان شود (انعام، ۱۰۶) (سبزواری نجفی، ۱۴۱۹، ۱۴۶).



روش جهادی، روش دیگری است که پیامبر در تبلیغ از آن بهره برده و در سیره پیامبر بر این روش نیز می‌توان تأکید کرد. جهاد به دو شیوه فرهنگی و دفاعی در سیره نبوی با هدف ارشاد و هدایت مردم صورت گرفته است؛ به این ترتیب که پیامبر هیچ‌گاه در جنگ و حرکت نظامی پیش‌دستی نکرد؛ اما وقتی با تهاجم نظامی دشمنان و کارشکنی از سوی افرادی که با آنان پیمان بسته بود تا در کنار هم زندگی مسالمت‌آمیزی داشته باشند و یا با توطئه‌ها و فتنه‌های رنگارنگی که در کار پیامبر ایجاد کردند، مواجه شد، ایشان به رهنمود وحی در برنامه خود به تجهیز نیرو و آمادگی دفاعی اقدام کرد و به دفاع از دست‌آوردهای تبلیغی خود پرداخت و در این امر با بسیج جوانان به زیبایی تبلیغ خود را استمرار بخشید. در عرصه جهاد نیز پیامبر پایبند به اصول و اخلاقی بود که تعلیم و تزکیه، جوهره اصلی آن بود.

پاره‌ای از سنت‌های نبوی که حضرت در تبلیغ رسالت خویش به آنها عمل می‌نمودند در تحلیل زیر، بیان شده است:

۱. تبلیغ از خویشاوندان پیرامون خود

یکی از روش‌های تبلیغی پیامبر ﷺ آغاز روشنگری از درون خانواده و نزدیکان است. اولین افرادی که از مأموریت الهی پیامبر ﷺ باخبر شدند و استقبال نمودند، افراد خانه بودند که اعضای آن خدیجه، علی و زید (غلام و پسرخوانده پیامبر) بودند. اینان به پیامبر ﷺ ایمان آورده و در کنار او مقابل کعبه به نماز ایستادند؛ پیامبر ﷺ پس از اینها به تبلیغ خویشاوندان نزدیک، مانند عموها، عمه‌ها و دیگر افراد بنی‌هاشم اقدام کرد «وَ أُنذِرُ عَشِيرَتَكَ الْأَقْرَبِينَ» (الشعراء، ۲۱۴)؛ و خویشان نزدیک را [از عاقبت اعمال زشت] هشدار ده؛» بیشتر بنی‌هاشم از تبلیغ پیامبر ﷺ استقبال کردند. تبلیغ و روشنگری از نزدیکان، روشی منطقی در اصلاح و سازندگی اخلاقی است. مبلغ در هر محیطی که وارد شود ساختار اجتماعی و منطق حکم می‌کند کار تبلیغی را از پیرامون همان محیط شروع و ارتباط نزدیک و با صمیمیتی همراه با دوستی بین خود و دیگران برقرار کند.

پذیرایی و اطعام از جمله ابزاری است که مبلغ می‌تواند از آن برای ایجاد رابطه و جذب مخاطب بهره‌برد. وسیله پذیرایی می‌تواند در هر شرایطی تغییرپذیر بوده و نسبت به امکانات مبلغ و شرایط مخاطبین تفاوت داشته باشد. پیامبر اکرم ﷺ در آغازین روزهای تبلیغ، خویشاوندان را با دعوت به اطعامی دور خود جمع کردند و دوباره این روش را تکرار نمود و از آنان با غذای ساده‌ای پذیرایی و سپس هدف خویش را بیان کردند (ابن اسحاق، ۱۴۱۰، ۱۴۶)؛ لذا تبلیغ باید از پیرامون خود شروع و به فرا پیرامون تسری داده شود، مانند تحقیقات میدانی که از درون به بیرون انجام می‌شود؛ اصلاح و برنامه‌های تبلیغی باید از طرف نزدیکان و افراد فامیل باشد تا از حمایت و پشتیبانی آنها برخوردار شوید (بقره، ۱۵۱)، (بلاغی نجفی، ۱۴۲۰، ۱، ۱۳۹).



کاربردی‌ترین روش در تبلیغ، تبلیغ گام‌به‌گام است. این روش تبلیغی برای همه پیامبران و اهل تبلیغ تجربه شده است؛ هرگاه مبلغ در تبلیغ پیام دین موفق شود تا خانواده خود را جذب کند، در بیرون از خانواده نیز موفق خواهد شد؛ از این‌رو خداوند دستور می‌دهد خود و خانواده را ایمن کنید «فُوا أَنْفُسَكُمْ وَ أَهْلِيكُمْ نَارًا» (قبل از هر چیز خود، خانواده و خویشان را تبلیغ و از آتش خشم پروردگار نجات دهید) (تحریم، ۶). این می‌تواند دستورالعمل و نسخه‌ای باشد که مبلغ در پیام‌رسانی به خانواده‌ها بر این مسئله تأکید کند؛ چون وقتی خویشاوندان و اهل خانواده اصلاح شدند، دیگران نیز تأثیر پذیرفته و بالطبع اصلاح خواهند شد؛ نتیجه منطقی این ترتیب در ابلاغ، اصلاح همه جامعه است.

روند فرهنگ‌سازی در اسلام از خانواده شروع می‌شود و این الگوسازی در دیگران نیز تأثیر خواهد داشت؛ چون اعضای خانواده با جامعه و هم‌نوعان ارتباط دارند و ابزاری برای گسترش پیام‌رسانی هستند و در نتیجه، در محیط‌های مختلف اجتماعی رفتار درست و همراه با منطقی و برهان، جذابیت دارد؛ از این‌رو اصلاح خانواده می‌تواند جماعت تبلیغی راه‌اندازی کند و کانال‌های ارتباطی فراهم نماید. هر حکم تبلیغی که خداوند برای مردم ابلاغ می‌کرد، پیامبر ﷺ آن را از خانواده خود شروع می‌کردند؛ حکم حجاب: «يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لَأَزْوَاجِكَ وَ بَنَاتِكَ وَ نِسَاءَ الْمُؤْمِنِينَ يُدْرِينَ عَلَيْهِنَّ ذَلِكَ أَدْنَىٰ أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ وَ كَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا»؛ (ای پیامبر به زنان و دخترانت و زنان مؤمنان بگو که لباس‌های وسیع (چادرها) خودشان را بپوشند و این عمل نزدیک‌تر است به حق از اینکه شناخته شده و مورد آزار قرار بگیرند و خداوند آمرزنده و مهربان است) (احزاب، ۵۹). ترتیب ابلاغ پیام حجاب از خانواده پیامبر سپس به خانواده مؤمنان است. این آیه و آیات دیگر و سیره حضرت در تبلیغ بیانگر این حقیقت است که روش اصلاح و تبلیغ باید از نزدیکان درجه اول شروع و سپس به دیگران تسری داده شود. همچنین تبلیغ از پیرامون خود را باید با اساسی‌ترین کار شروع کرد و مخاطب را با رفتار به عمل دعوت کرد. این روش برای مخاطب، اطمینان‌رویی به همراه دارد و آرامش‌بخش است. خداوند بهترین روش را دعوت به نماز می‌داند و دستور می‌دهد تا تبلیغ با نماز شروع شود «وَ أَمُرُ أَهْلِكَ بِالصَّلَاةِ» (طه، ۱۳۲).



۲. گشاده‌رویی، خوی نیک و پرهیز از تندى

خوش‌رویی و تبسم بر لب داشتن، همراه با سخن زیبا برای ایجاد رابطه اهمیت دارد. در سیره نبوی بیان شده که حضرت مدام تبسمی بر چهره داشتند (صالحی شامی، ۱۴۴۴، ۷، ۱۲۴)؛ این گشاده‌رویی، جذابیت به همراه داشت؛ مردم در ایجاد رابطه، مشکلی نداشتند و در کنار او احساس آرامش می‌کردند. مفسرین نوشته‌اند منظور از این آیه کریمه «...وَلَا تَسْتَوِي الْحَسَنَةُ وَلَا السَّيِّئَةُ ادْفَعْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ فَإِذَا الَّذِي بَيْنَكَ وَبَيْنَهُ عَدَاوَةٌ كَأَنَّهُ وَلِيٌّ حَمِيمٌ» (فصلت، ۳۴) و ادفع به احسن این است که پیامبر ﷺ با خوش‌رفتاری و گشاده‌رویی با مخاطبان ارتباط برقرار می‌نمود (نیشابوری، ۱۴۱۵، ۲، ۷۳۰) و یا جهل و نادانی آنان را با حلم و بردباری جواب می‌داد. این روش در تربیت بسیار مؤثر و نیازمند سعه‌صدر است که از هرکسی ساخته نیست.

یکی از روش‌های بسیار گیرا در تبلیغ، خوی نیکو و اخلاق زیبا است؛ بی‌گمان این روش در تبلیغ، کاربردی است و چه زیبا گفته‌اند: «به حسن خلق توان کرد صید اهل نظر». پیامبر فرمود: «به‌راستی کامل‌ترین مؤمنان در ایمان، خوش‌خلق‌ترین آنها است». (کلینی، ۱۴۰۷، ۴، ۳۰۳). خلق نیکوی پیامبر مورد تحسین و تأیید خداوند است «إِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ» (قلم، ۴).

دوری از تندى با مخاطبان نیز شیوه‌ای دیگر از دعوت است که در دعوت پیامبر تجسم داشته و تاثیرگذار بود و اگر پیامبر ذره‌ای تندى داشت مردم به او روی نمی‌آوردند، «لَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ اللَّفْلِ لَانْفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ» (آل عمران، ۱۵۹)؛ این تأیید نشان می‌دهد که پیامبر هیچ‌گاه به مردم تندى نکرد؛ بلکه با مهربانی آنان را به گرد خود جمع نمود و از جهالت رها نمود (طوسی، ۱۴۱۰، ۳، ۳۱).

۳. حکمت، موعظه و جدال احسن

مهم‌ترین اقتضای تبلیغ، حسن رابطه و برقراری ارتباط درست با مخاطب است؛ هرگاه شروع خوب در ایجاد ارتباط باشد؛ تبلیغ اصولی و درستی نیز انجام گرفته و پی‌آمدهای



مثبت و پایداری نیز به همراه دارد. قرآن کریم روش‌های تبلیغ را برای پیامبر به زیبایی تبیین و پیامبر با همین روش‌ها با مخاطبین به ارتباط موفق‌ی برقرار کرده و کار تبلیغ را پیش برده است، «ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَ جادلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ مِمَّنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَ هُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ» (نحل، ۱۲۵)؛ در این آیه کریمه سه روش و اصل اساسی در تبلیغ پیامبر ﷺ دیده می‌شود: ۱. **رفتارها و گفتارهای حکیمانه**: رفتار و گفتار پیامبر اکرم ﷺ از روی حکمت انجام می‌شد؛ لذا می‌بینیم که در مدیریت تبلیغی حکیمانه حضرت، رفتارهای بردبارانه از آغاز کار پیامبر ﷺ آشکار بود و هیچ‌گاه شتابزده رفتار نکرد و همیشه با برنامه و تدبیر عمل می‌کرد و افراد را به خود جذب می‌نمود؛ ۲. **پند گفتاری و رفتاری**: قلمرو پند و نصیحت منحصر در گفتار نیست؛ بلکه موعظه، نماد دیگری نیز دارد که در رفتار نمود پیدا می‌کند؛ برای مثال وقتی واعظی مردم را به ترس، تقوا و پارسایی فرا می‌خواند و آیات تقوا را تفسیر می‌کند، اگر در رفتار خود پایبندی به تقوا در ترس از خدا را نتواند به نمایش بگذارد و از سر صدق نباشد، این موعظه نمی‌تواند انسان‌های پندپذیری را تربیت کند؛ بلکه انسان‌های چاپلوس و ریاکار محصول این منابر و عظ خواهند بود؛ از این رو در این باره ایشان فرموده‌اند: «کونوا دعاة للناس باعمالکم» (حمیری، ۴۷۷، ۱۴۱۳)؛ ۳. **جدال احسن و مجادله نیکو در بیان قرآن**، روشی است که پیامبر در تبلیغ از آن بهره برده است و در کنار دو روش پیشین، پیامبر روش‌ها را در عمل و در مقایسه با مخاطبان به کار گرفت. برخی از مخاطبان نیازمند جدل و برهان بودند که برای آنان مجادله احسن که عبارت بود از: ارائه برهین و دلایل در راه اثبات ادعا، هدف و غایت، تعبیر می‌شد، می‌آورد؛ در نتیجه روش دیگری که پیامبر اکرم ﷺ در تبلیغ داشت و قرآن به آن سفارش فرمود، گفت‌وگوی سازنده همراه با پندآموزی، حکمت و استدلال است که از آن می‌توان به مجادله احسن یاد کرد؛ «ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ...» (نحل، ۱۲۵). قرآن در جای دیگری دستور می‌دهد که با مردم نیکو سخن گوید، «وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا»؛ امام باقر در تفسیر این سخن فرمود: «قولوا للناس احسن ما تحبون ان يقال فيکم الحدیث»، (بلاغی، ۱، ۴۲۰، ۱۰۴)؛ بنابراین تبلیغ با زبان نیکو، همان روشی است که از تمامی قرآن کریم



استفاده می‌شود، زیرا که خدای سبحان پیامبر ﷺ را دستور داده تا با ملاحظت و نرمی و مهربانی دعوت خود را به گوش مردم برساند. ایجاد روابط صمیمی و سنخیت «قُلْ إِنَّمَا أَنَا بَشَرٌ مِّثْلُكُمْ يُوحَىٰ إِلَيَّ» (نحل، ۱۲۵)؛ با مخاطب که همان مردمی بودن و از جنس مردم بودن است و در قالب برهان، موعظه و جدال احسن قرار دارد، در آن زمان از روش‌های جذب مردم به دعوت بود؛ چون اگر از جنس غیرانسان بود به جهت حائل و نامأنوس بودن، رسیدن پیام مشکل می‌نمود (طیب، ۱۳۷۸، ۸، ۴۱۱، طباطبایی، ۱۳۸۱، ۳۶۱، ۱۷؛ طبرسی، ۱۳۷۳، ۱۰۰، ۱۶).

۴. تبلیغ پیوسته با سخت‌کوشی

یکی از روش‌های غایتمندی در تمام کارها، استقامت، پشتکار داشتن و پرهیز از خستگی است. در تبلیغ، تکرار و ارتباط پیوسته و تذکر مداوم نتیجه‌بخش است؛ چنانکه در برنامه‌های تبلیغی و تجاری و... این شیوه جواب داده است؛ لذا خداوند این اصل را به پیامبر ﷺ گوشزد می‌کند که طبق دستور پایداری کن تا نتیجه مطلوب به دست آید «وَ اسْتَقِمُّ كَمَا أُهْرِتُ» (شوری، ۱۵)؛ از این رو، پیامبر ﷺ پیوسته تذکر می‌داد و در حال موعظه بود، بدان جهت که پند، موعظه و یادآوری مانند مراقبت دائم است، همان‌سان که زراعت برای ثمر دادن به آبرسانی پیوسته نیازمند است، تربیت انسان نیز به تذکر و مراقبت و ذکر متصل نیاز دارد؛ بر این اساس اعمال عبادی مانند نماز را روزانه باید تکرار نمود (طبرسی، ۱۳۷۳، ۷، ۶).

سخت‌کوشی و پایداری و تحمل رنج در راه هدف از روش‌های تبلیغ پیامبر ﷺ بود که مسلمانان را نیز به استقامت وامی‌داشت (ابن اسحاق، ۱۴۱۰، ۱۴۷). پیامبر ﷺ دلسوزی زائدالوصفی به سبب عدم ایمان مردم داشت، غصه و اندوه فراوان می‌خورد و به هدایت آنان بسیار حریص بود (توبه، ۱۲۸) و ایشان به اندازه‌ای نسبت به مردم دلسوزی داشتند که خداوند نیز به دلسوزی و کار شبانه‌روزی پیامبر اشاره (یوسف، ۱۰۳؛ کهف، ۶) و ایشان را از زیادی حسرت باز می‌دارد (فاطر، ۸) و به نام زیبا (طه) او را خطاب قرار



داده و فرمود: ما قرآن را برای رنجش تو نازل نکردیم، (طه، ۲، ۱) در راه هدایت برخی که علاقه به هدایتشان داری، خود را به رنج نینداز (قصص، ۵۶)؛ خداوند به جان پیامبر در این راه نگران است (شعراء، ۳) و از شدت علاقه پیامبر به هدایت مردم سخن گفته است (نحل، ۳۷)؛ همه این آیات، گواهی از نهایت دلسوزی آن حضرت و پیوسته بودن تبلیغ برای هدایت مردم خبر می‌دهد.

۵. تواضع و فروتنی

تواضع برای مبلغ، وصف کمال و بزرگواری است؛ چنانکه مقابل تواضع، کبر است و برای او نقص به‌شمار می‌آید. کسی که در جایگاه مبلغ و با این مأموریت بزرگ به جامعه و میان مردم می‌رود، باید این‌گونه باشد که پیامبر مأمور به آن شد «و اخْفِضْ جَنَاحَكَ لِلْمُؤْمِنِينَ» (حجر، ۸۸)؛ از این رو، با افرادی که پیرامون مبلغ جمع می‌شوند، باید رفتار متواضعانه و فروتنانه داشت؛ این رفتار نوعی تبلیغ و توسعه میدان جذابیت است. وقتی مبلغ برای تبلیغ وارد جامعه موردنظر می‌شود، بهترین روش شناخت و شناساندن وظایف، رفتاری است که از او صادر می‌شود. اگر مخاطبان در مرحله اول به فرض دو نفر باشند، هریک از این دو نفر می‌توانند حلقه ارتباط و اتصالی تشکیل دهند و به دوستان خود درباره مبلغ و ویژگی‌ها و جاذبه‌های اخلاقی او سخن گفته و چند نفر به حلقه تبلیغ بیفزایند؛ بدین ترتیب حلقه اتصال و زنجیره‌ها روزبه‌روز فزون‌تر خواهد بود؛ بنابراین هرچه شعاع رفتار و فروتنی به گوش مخاطبان برسد، جمعیت مخاطب در فزون‌ی روزافزون و فزاینده است. رفتار خاضعانه و مشفقانه مبلغ با مخاطب، مؤلفه‌ای مهم در موفقیت تبلیغ و بهترین روش جذب مخاطب است. مفسرین گفته‌اند این جمله «و اخْفِضْ جَنَاحَكَ لِلْمُؤْمِنِينَ»، کنایه از تواضع و نرم‌خویی است و بدین جهت تواضع را «خفض جناح» نامیده‌اند که مرغ وقتی می‌خواهد جوجه‌هایش را در آغوش بگیرد، پروبال خود را باز می‌کند و بر سر جوجه‌ها می‌گستراند (طباطبایی، ۱۳۸۱، ۱۲، ۲۸۴).



۶. ایمان و توکل به نیروی غیب

مبلغ باید تکیه‌گاه قابل اعتماد و راسخی برای خود داشته باشد. این اعتماد در تبلیغ به او جان و روح پیوسته می‌دهد و تبلیغ باروح می‌تواند حیات‌بخش باشد. شادی، شغف و نشاط روحی در مبلغ، بیان او را شور و شغف خاصی می‌بخشد و عیناً همین نشاط به مخاطبان منتقل خواهد شد؛ از این‌رو، اتکا به نیروی روحی و روح‌بخش همواره چون آب حیات در کالبد مبلغ جاری و به مخاطبان سرایت می‌کند. اتکای به نیروی ماورای مادی این نقش را ایفا می‌کند و در مبلغ گرمی نفس و دم مسیحایی می‌آفریند. خداوند به پیامبر و مبلغ راستین خود در این‌باره فرمود: «إِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ» (آل‌عمران، ۱۵۹)؛ (عزم نمودی به امر تبلیغ امت در آغاز راه اتکای به خداوند داشته باش که خداوند ارتباط دوستی و عاشقانه برقرار می‌کند با مبلغی که پیوسته در یاد خداست)؛ پیوند عشقی که در ضمن تبلیغ مبلغ با خدا به‌وسیله اتکای به او حاصل می‌کند، به مخاطبان تسری خواهد کرد و انفاس قدسی و محبت خدا، تبلیغ او را رونق خواهد بخشید؛ توکل بر خدا نیز می‌تواند در پیشبرد تبلیغ اثرگذار باشد، افزون بر آن، اعتمادسازی در این امور حاصل می‌شود؛ از این‌رو، مبلغ باید توکل بر خدا و اعتماد بر حسن نظر و یاری پروردگار داشته باشد، همان‌گونه که پیامبر، بدون ترس و واهمه از مخالفان با توکل بر خدا، تکلیف خود را به انجام رسانید (انفال، ۶۱).

۷. مشورت و نظرخواهی

ضمن اینکه مشورت، استفاده از خرد و حاصل خردورزی دیگران است، از نظر روانی، شخصیت و بها دادن به‌طرف مشورت نیز محسوب می‌شود؛ لذا روش دیگری که قرآن برای پیامبر در تکمله رفتار نیک و نرمش آن حضرت در تبلیغ بیان می‌کند، مشورت و تعامل با مردم در اداره امور مهم جامعه از قبیل جهاد است «و شاورهم في الأمر» (آل‌عمران، ۱۵۹؛ طوسی، ۱۴۰۹، ۳، ۳۲؛ طبرسی، ۱۴۱۲، ۴، ۱۰۰) (ابن سعد ۲۳۰، ۲، ۵۱؛ ابن کثیر، ۱۴۰۷، ۳، ۳۱۹).



وقتی مبلغ با روش‌های مختلف توانست با مردم و مخاطبان روابط عاطفی برقرار و از آنان نظرخواهی کند، بی‌تردید در جذب بیشتر مردم موفق خواهد شد و تبلیغ او از حالت آمرانه خارج و به حالت عاطفی و دوستی مبدل می‌شود و در نتیجه تأثیر آن بیشتر خواهد بود. وقتی تبلیغ آمرانه باشد، خشک و عاری از عواطف و در بیشتر مواقع بی‌تأثیر یا کم‌تأثیر خواهد بود؛ اما در صورت داشتن ارتباط صمیمی بین مبلغ و مخاطب، ارتباط و پیوند قلبی بیشتر خواهد بود که این مسئله در تأثیرگذاری و پایداری سهم مهمی خواهد داشت. مشورت و نظرخواهی از نگاه قرآن، رشد دادن امت است؛ چنانکه خاتم پیامبران فرمود: «ما من رجل یشاور أحدا إلا هدی إلى الرشده» (در سایه رشد و تعالی روح، زمینه دریافت پیام فراهم‌تر است) (طبرسی، ۱۳۷۳، ۹۰، ۵۱).

۸. بخشش و استغفار

بخشش و پوزش‌پذیری مرحله‌ای، از گذشت است که پیامبر ﷺ در تبلیغ از این روش و بالاتر از آن استفاده می‌کرد و آن طلب بخشش از خداوند بود؛ یعنی ضمن اینکه خودش جسارت‌ها و جهالت مخاطبین و لغزش‌های آنان را می‌بخشد، برای آنان از خداوند نیز درخواست بخشودگی می‌کند؛ «...فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ» (آل عمران، ۱۵۹)؛ این روش بود که در تبلیغ پاسخ داد و از اعراب با خوی تند، انسان‌هایی ساخت که نسبت به دیگران در حدی طرح نشان می‌دادند که آنها برای دفاع از او بپا خیزند و در نهایت، تمدن‌ساز و فرهنگ‌ساز نیز بود.

روشی که مبلغ می‌تواند به‌وسیله آن موفقیت کسب کند، نادیده گرفتن لغزش‌های مخاطبین است؛ این روش نیز سازنده و در توسعه روابط تبلیغی تأثیر دارد؛ بی‌گمان برجسته کردن خطاها مخاطب را گریزان می‌کند؛ اما چشم‌پوشی و اغماض در ایجاد مودت و محبت بین مبلغ و مخاطب نقش بسیار چشمگیر و برکت‌آفرینی دارد؛ سزاوار است که مبلغ از تذکر علنی خطاها و برجسته کردن لغزش مخاطبین به‌شدت پرهیز نموده و در کتمان خطاها کوشش نماید؛ خداوند پیامبرش را توصیه به ستر عیوب و



عدم ذکر معایب می‌کند. مبلغ باید برای مردم از خداوند طلب بخشش و اعتذار کند؛ چشم‌پوشی از خطا و پذیرش عذر از روش‌هایی است که پیامبر ﷺ در تبلیغ به‌کار می‌بست. گذشتن از خطاها و تبلیغ گذشت و بخشش و فرهنگ‌سازی در این موارد از جمله روش‌های مؤثر در جذب مخاطب است. خداوند به پیامبرش فرمود «خَذِ الْعُقُوفَ وَ أْمُرْ بِالْمَعْرُوفِ»؛ (اول ببخش و از خطای مخاطبان درگذر و سپس معروف و راه درست را برای آنان بیان کن (اعراف، ۱۹۹). پیامبر اکرم ﷺ از خطای اهل مکه چشم‌پوشی می‌کرد و حتی دشمن‌ترین مردم نسبت به دین خدا که در حق پیامبر هر چه در توان داشت دشمنی کرده و توطئه قتل و ترور پیامبر ﷺ را نیز طراحی کرده بود، پس از فتح مکه عفو کرد و از قصاص‌کننده عمویش، حمزه نیز گذشت (ابن سعد، ۲۳۰، ۷، ۲۳۹).

۹. حفظ کرامت و نرمش در تبلیغ

حفظ کرامت و حقوق انسانی از مشترکات و مطابق اصول اولیه انسان است. هر انسانی نسبت به خود دارای کرامت نفسی است که حفظ حرمت آن نیز از اصول جوامع بشری به شمار می‌رود؛ مبلغ باید این اصول مسلم را در امر تبلیغ مراعات کند و به آن پایبند باشد. پیامبر اکرم ﷺ برای مخاطبان و مردم از هر نژاد و طبقه‌ای که بودند حرمت کرامت و عزت قائل می‌شد و با آنان مهربان بود. دلسوزی در تبلیغ و با مهربانی و لحن مهرآمیز با مخاطبان سخن گفتن و تأثیر شگرفی در جذب آنان دارد و تأثیر تبلیغ را دوچندان می‌کند: «يَا الْمُؤْمِنِينَ رُؤْفَ رَحِيمٍ» (توبه، ۱۲۲) خداوند بزرگداشت پیامبر از مخاطبان خود را تحسین و ذکر می‌کند. یکی از روش‌های مهم پیامبر ﷺ در دعوت، چنانکه در آخر آیه انذار عشیره آمده، نرمش، انعطاف، مهربانی و فروتنی نسبت به همه مخاطبان است؛ قرآن به‌صراحت از تأثیر این شیوه بر مخاطبان سخن گفته که یکی از روش‌های راهبردی پیامبر بوده است «فَمَا رَحِمَهُ مِنَ اللَّهِ لَنْتَ لَهُمْ» (آل عمران، ۱۵۹). «بِالْمُؤْمِنِينَ رُؤْفَ رَحِيمٍ...» (توبه، ۲۱) در این آیه ضمن توصیه آغاز دعوت از پیرامون به پیامبر ﷺ، داشتن فروتنی، مهربانی، گشاده‌رویی و حسن خلق افزون با مخاطبان داشته باشد؛ رفتار ملایم و سخن نرم به ایشان توصیه می‌شود «فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لَنْتَ لَهُمْ



وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ» (آل عمران، ۱۵۷). این شیوه در دعوت پیامبر مورد تأیید خداوند متعال است؛ آنگاه که موسی و هارون را برای تبلیغ به سوی فرعون می‌فرستد و روش سخن گفتن را به آنان یاد می‌دهد، به ایشان می‌فرماید: «اَذْهَبَا إِلَىٰ فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَىٰ. فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَيِّنًا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ»؛ (بروید به سوی فرعون که همانا او طغیانگری می‌کند؛ با روش نرم با او سخن گوید که این روش تأثیرگذار است، شاید این روش او را بیدار کرده و در دلش خشیت ایجاد کند) (طه، ۴۴).

۱۰. احترام به بزرگان

پ پیامبر ﷺ به بزرگان هر قوم و قبیله احترام می‌گذاشت و تبلیغ را از آنها آغاز می‌کرد. در تبلیغ دین نامه‌هایی به بزرگان قبایل می‌نوشت و آنان را پس از پذیرش دین در میان قوم سروری می‌داد، به سفیران و اصحاب خود سفارش می‌کرد که به بزرگان هر طایفه احترام کنند. وقتی عاصی بن حاتم پیش پیامبر ﷺ آمد، آن حضرت عباى خود را به زیر پای او انداخت و او روی آن نشست، عدی پیش پیامبر ﷺ با دیدن این حرمت فوق‌العاده و رفتار زیبا که در عرب و فرهنگ عربی سابقه نداشت به حضرت ایمان آورد و همه طایفه طائی مسلمان شدند؛ عدی از تباری اصیل و با معرفت بود که زبانزد عرب در سخاوت و بخشندگی بودند؛ وی که اهل تمیز بود دانست که رسول‌الله ﷺ عاری از کبر و غرور است و تنها برای امر مهمی با مردم این گونه رفتار می‌کند؛ لذا اظهار ایمان کرد و به اسلام روی آورد (کلینی، ۱۴۰۷، ۲، ۶۵۹. ابن اثیر، ۱۳۸۵، ۲، ۲۸۵).

۱۱. توجه ویژه به جوانان

جوانان به جهت استعداد ذاتی و صافی لوح دل در گرایش به معنویات و مسائل فرهنگی علاقه زیادی نشان می‌دهند؛ به گواهی تاریخ، سیره‌نویسان و مفسران، بسیاری از جوانان، اولین گروهی بودند که به تبلیغ و دعوت پیامبر ﷺ روی آورده و از آن استقبال کردند. جوانانی از قبیل: جعفر بن ابیطالب جوان پرشور و عاشق پیامبر و مطیع باصلاّت او، رقیه دختر یا ربیعه رسول خدا، خالد بن سعید، امینه دختر خلف عبدالله



پسر جحش قیس پسر عبدالله، برکه دختر سیار، سهله دختر سهیل، مصعب پسر عمیر، مقداد پسر بهرانی، عبدالله پسر مسعود، عبدالله پسر مظعون (السیره النبوی، ۱۴۰۱، ۱، ۳۸۹ - ۴۱۸؛ ابن اسحاق، ۱۷۶ - ۱۷۷-۲۲۳-۲۲۸).

امام صادق در این باره به یکی از یاران خود می‌فرماید: «علیک بالاحداث فانهم اسرع الی کل خیر» (حمیری، ۱۴۱۳، ۴۴۳)، کار تبلیغ را با جوانان شروع کن؛ چون برای دریافت هر خیر و استقبال از کارهای نیک آمادگی دارند.

وقتی نمایندگان کفار قریش جهت دستگیری مهاجران به سوی حبشه گسیل شدند، در حضور نجاشی اظهار کردند: «... جوانان، بی‌خبر از ما که دین قوم خود را رها کرده...» (سیره نبوی، ۱۴۱۰، ۱، ۳۰۶ - ۳۶۱). این گفت‌وگو بیانگر جوان بودن همه مهاجرین است که در حبشه حضور یافتند و قریش برای استرداد آنها به حضور نجاشی شتافتند؛ اما نجاشی با شنیدن آیاتی از قرآن به حقیقت اسلام پی برد و از تحویل مهاجرین جوان خودداری کرد و هیتی را برای تحقیق درباره اسلام به مکه و به حضور پیامبر فرستاد که مشرکین از این رفتار نجاشی خشمگین و به آنان ناسزا گفتند (همان، ۲، ۳۲) که در این باره آیاتی نازل شد (قصص، ۵۲-۵۵؛ مائده، ۸۳)، نجاشی به پیامبر ایمان آورد و پیامبر ﷺ در مدینه پس از مرگ او برایش نماز خواند و آیات دیگری نیز در این زمینه نازل شد (آل عمران، ۱۹۹).

پیامبر اکرم ﷺ خود بارها به گرایش و ایمان آوردن سریع جوانان به دین اسلام یادآوری کرده و به مردم توصیه می‌فرماید که درباره جوانان مراقبت نموده و آنها را اکرام نمایند: به شما درباره جوانان و نوجوانان سفارش می‌کنم که درباره آنها نیکی کنید و شخصیت آنها و موقعیت حساس آنها را درک کنید؛ ایشان می‌فرمایند: آنها قلبی رقیق و فضیلت پذیر دارند، خداوند مرا به پیامبری برگزید تا مردم را به رحمت الهی بشارت دهم و از عذابش پرهیز داده و بترسانم. جوانان سخنان مرا پذیرفتند و با من پیمان محبت بستند؛ ولی پیران از قبول دعوتم سرباز زدند (کلینی، ۱۴۰۷، ۱، ۳۶۲). بر این اساس برای مبلغین سزاوار است که از این روش در تبلیغ استفاده نموده و در محل



تبلیغ برای جوانان، کلاس‌های آموزش احکام ویژه جوانان تشکیل دهند و وقتی را برای پاسخ به سؤالات آنها اختصاص داده و درباره مسائل زناشویی و رفتار با خانواده و همسراری با آنان گفت و گو داشته باشند.

۱۲. پایبندی به اصول و برنامه‌ریزی

مبلغ باید اصولی داشته باشد و از چارچوبی پیروی نماید تا ضمن داشتن متدی خاص در تبلیغ راه مشخص و هدف روشنی را دنبال کند؛ بنابراین او باید ضوابط و خطوط را رعایت کند، همین پایبندی به اصول، آثار تبلیغ را آشکار و جهت‌دهی آن را معین می‌کند؛ در کنار پایبندی به اصول مبلغ باید بر اساس برنامه‌ریزی، تدبیر و بصیرت حرکت کند؛ «قل هذه سبیلی ادعوا إلى الله علی بصره أنا ومن اتبعنی» (یوسف، ۱۰۸)؛ این آیه و دیگر آیات نشان می‌دهند که در کار پیامبر ﷺ هیچ‌گونه سستی وجود نداشته است (صف، ۴؛ فتح، ۲۹).

۱۳. معرفی الگو

شیوه دیگری که در دعوت پیامبر ﷺ می‌توان در آن از آیات قرآن نیز استفاده کرد و در سیره پیامبر مهم وجود دارد، بیان سرگذشت انبیای سلف و قصص آنها است؛ توجه به نکات تاریخی، پندگیری و درس‌آموزی از تاریخ، بازدید از آثار برجای مانده از گذشتگان و نقل این مسائل در تبلیغ، ایجاد زمینه گردش و تشویق مخاطب به این‌گونه روش‌ها، سود بردن از بسترهای تبلیغی در این فرصت‌ها و بازدید از ابزار و اسباب، همگی زمینه‌ساز تبلیغ هستند. پیامبر با الهام از قرآن به الگوها توجه ویژه دارد؛ خداوند پیامبر را به‌عنوان بهترین الگو برای مردم معرفی می‌کند «لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ»؛ (گاهی خداوند به پیامبر اسوه و الگو نشان می‌دهد) (احزاب، ۲۱)؛ «قَدْ كَانَتْ لَكُمْ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ فِي إِبْرَاهِيمَ وَالَّذِينَ مَعَهُ» (ممتحنه، ۴)؛ (به‌راستی ابراهیم الگوی زیبا برای شماست)؛ «وَ صَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا لِلَّذِينَ آمَنُوا امْرَأَتَ فِرْعَوْنَ» (تحریم، ۱۱) (خداوند برای مؤمنان زن فرعون را مثل و نمونه در ایمان معرفی می‌کند)؛ (طبرسی، ۱۴۱۰، ۱۰، ۵۴). انسان به الگوها و تمثیل‌های عینی گرایش دارد؛ معرفی الگو در امر تبلیغ، کارسازترین عنصر



برای جذب و هدایت مبلغ است؛ استفاده از داستان پندآموز نیز در امر تبلیغ مورد توجه بوده است «لَقَدْ كَانَ فِي قَصَصِهِمْ عِبْرَةً لِأُولِي الْأَلْبَابِ» (قصص، ۱۱).

۱۴. یادآوری قیامت و معاد

روش دیگر در تبلیغ، ایجاد جنبه‌های روانی بازدارنده از گناه است؛ این شیوه به دو صورت می‌تواند زمینه‌ساز باشد: ۱. تیشیر: تشویق و ذکر مباحث شغف‌ساز، مانند توصیف بهشت و ذکر آیات که در قرآن در توصیف بهشت به‌عنوان پاداش بیان شده است؛ ۲. انذار: جهات بازدارنده: ایجاد رعب و انذار و نگرانی در مخاطب به سبب نیروهای خودکنترل که او را از سرانجام گناه و کیفر جرائم آگاه سازد، با توجه و استناد به آیات قرآن که در توصیف کیفر گناهان در قرآن به آن پرداخته است (آل‌عمران، ۸۸).

۱۵. ایجاد روابط گسترده

پیامبر از هر وسیله‌ای برای برقراری ارتباط با همه قبیایل، به‌ویژه قبیایل عرب و تبلیغ دین استفاده می‌کرد؛ برای گستردن رابطه خود جهت تبلیغ دین، از آنان زن گرفت؛ با دختر ابوسفیان ازدواج نمود (احمد بن علی، ۱۴۱۵، ۳۰۵؛ مجلسی، ۱۴۰۳، ۲۱، ۴۵). دختر رئیس قبیله بنی مصطلق را خواستگاری و با او ازدواج کرد و با این راهبرد همه اهل قبیله، اسلام را پذیرفتند (الاستیعاب، ۴، ۱۸۰۴)؛ از این‌رو، گاهی مصلحت اقتضاء می‌کند مبلغ به منحرفین نزدیک شود؛ برای اینکه دین خدا را تبلیغ کند، به‌طوری‌که اگر با آنها نسازد، نمی‌گذارند تبلیغ دین در بین مردم صورت بگیرد و یا برای اینکه کلمه حق را به گوش آنها برسانند، و این تقرب حاصل نمی‌شود مگر با سلام دادن به آنها تا زمینه انس، ایجاد و سخن حق را بشنوند و دل‌هایشان به آن مایل شود؛ به همین خاطر گاهی مصلحت چنین اقتضا می‌کند. رسول خدا ﷺ نیز به این روش مأمور شدند، در آیه: «فَاصْفَحْ عَنْهُمْ وَ قُلْ سَلَامٌ» (زخرف، ۸۹)؛ «فَاصْفَحِ الصَّفْحَ الْجَمِيلَ» (حجر، ۸۵) صفا جمیل چشم‌پوشی، نادیده انگاشتن و عدم انتقام است؛ چنانچه در فتح مکه از تمام مشرکین از



ابوسفیان، اتباعش و سایر سران مشرکین با آن‌همه اذیت‌هایی که به حضرت و اصحابش کرده بودند، گذشت و آنها را آزاد کرد (طیب، ۱۳۷۸، ۸، ۶۹-۶۸).

۱۶. نوشتن نامه و بستن قرارداد صلح

نامه‌نگاری نیز روشی برای تبلیغ بود که پیامبر ﷺ از آن سود می‌برد؛ نامه‌هایی به اهل کتاب (داورپناه؛ ۱۳۷۵، ۷، ۳۴۰)، به پادشاهان مجاور دنیا (ابن سعد، ۱، ۱۰۷؛ بی‌تا، ۲، ۷۷؛ طبری، ۲، ۶۵۵) و به رؤسای قبایل نیز نوشت و آنان را به اسلام دعوت کرد و پیام خدا را به آنان ابلاغ نمود. امکانات زمان پیامبر ﷺ این‌طور اقتضا می‌کرد که نامه دستی نوشته شده و توسط فردی که با اسب مدت‌ها در مسیر طولانی بود نامه و پیام فرستاده شود، در قرن حاضر نوشتن نامه و تبلیغ به این روش با استفاده از ابزارهای رسانه‌ای کنونی می‌تواند کاربرد وسیعی در تبلیغ داشته باشد؛ به این صورت که نامه را در آن واحد می‌توان به میلیون‌ها نفر ارسال و پیام‌رسانی کرد یا در فضای مجازی، مانند سایت و وبلاگ قرار داد تا هزاران نفر در آن واحد به آن دسترسی یافته و تحت تأثیر آن قرار بگیرند.

۱۷. روش ایجابی و سلبی

از جمله نکات مهم دیگری که در سیره نبوی ﷺ می‌تواند برای دیگران الگو و مورد استفاده و اقتباس باشد، شیوه ارشاد، کیفیت اجرا و عملی کردن تبلیغ است؛ در مرحله نخست تبلیغ باید ایجابی باشد و با زبان انجام داد و از روش‌های ایجابی سود جست؛ در غیر این صورت می‌توان از روش سلبی مانند کناره‌گیری از معاشرت و سخن گفتن با آنان استفاده کرد؛ وقتی روش‌های ایجابی، نرم‌خویی و همه روش‌های فوق که بیشتر لسانی و عمده آنها ایجابی هستند، پاسخ نداد، روش سلبی را باید به اجرا گذاشت؛ استفاده از روش سلبی در سیره نبوی به‌خوبی نمایان است؛ خداوند دستور می‌دهد که پیامبر و مؤمنان از کافران کناره‌گیری و دوری کنند (مزمّل، ۱۰؛ صافات، ۱۷۴؛ حجر، ۹۴؛ انعام، ۱۰۶؛ اعراف، ۱۹۹؛ فیض کاشانی، ۱۴۱۸، ۱، ۳۳۸) و در تشکیل جامعه اسلامی، کفار را از خود ندانند و دین و باور مشرکین را با دین خود و رفتار و



هنجارهای آنان را با اعمال درست مساوی ندانسته و آنان را به‌عنوان دوست تلقی نکنند (آل‌عمران، ۲۸؛ نساء، ۱۴۴)؛ افزون بر این در این باب به آیات سوره‌ی کافرون و آیات دیگر می‌توان استنباط کرد، «قل یا ایها الکافرون... لَکُمْ دِیْنُکُمْ وَ لِي دِیْنِ»، (کافرون، ۶) یا آیات سوره‌ی براءت و جهاد که همه به‌نوعی بیانگر اصولی است که در دعوت مورد توجه بوده است (بقره، ۲۱۸؛ طبرسی، ۱۳۷۳، ۴، ۸۶۵، ۵، ۲۲). جهاد نیز روشی برای ابلاغ و تبلیغ است که در اسلام و سیره نبوی مورد توجه قرار گرفته است؛ نهایی‌ترین روش که برای تبلیغ می‌تواند کاربرد داشته باشد، جهاد است و جهاد به سه شیوه: ۱. فرهنگی ۲. مالی ۳. نظامی، قابل‌طرح است؛ هریک از این روش‌ها دارای اصول و ضوابط و شرایط خاصی هستند (انفال، ۷۲).

ویژگی‌های مبلغ

بی‌گمان تبلیغ دین، نیازمند افرادی است که دارای ویژگی‌های خاص و امتیازات ویژه باشند. وجود پیامبران الهی که تبلیغ‌گران بزرگ توحید شناخته می‌شوند، با ویژگی‌های خاص بهترین گواه بر این مسئله است که مبلغ باید آراسته به صفاتی و پیراسته از برخی رفتارها و فراتر از جامعه باشد تا بتواند در راه رسیدن به هدف گام‌های مؤثری بردارد؛ لذا تعدادی از اوصاف یک مبلغ موفق را در بررسی سنت بالغه حضرت ﷺ بیان می‌کنیم که این اوصاف عبارتند از:

۱. تزکیه نفس

قرآن هدف مبلغان الهی را تزکیه نفس، تعلیم (جمعه، ۲)^۱ و زدودن جهالت معرفی کرده است (سمرقندی، بی‌تا، ۱، ۵۴۹؛ صادقی‌تهرانی، بی‌تا، ۳۲۶). بر این اساس از ویژگی‌های مهم مبلغ تزکیه نفس است؛ از این‌رو برای تزکیه نفس ضمن اینکه شناخت و علم از ابزار اولیه است، رهیافت‌ها و برنامه‌های عملی نیز از مهم‌ترین لوازم تبلیغ

۲. هُوَ الَّذِي بَعَثَ فِي الْأُمِّيِّينَ رَسُولًا مِنْهُمْ، يَتْلُوا عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ، وَ يُزَكِّيهِمْ وَ يُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَ الْحِكْمَةَ...

محسوب می‌شوند. تزکیه نفس را می‌توان هم آغاز و هم غایت کار تبلیغ داشت؛ مبلغی که هدفش تزکیه نفس است باید لازمه این رسالت مهم را که برخورداری از نفس سلیم و پاک‌نفسی است داشته باشد.

از آسیب‌های بزرگی که در امر تبلیغ وجود دارد، این مسئله است که مبلغین از تخصص لازم در امر تبلیغ از جهاتی برخوردار نیستند و همچنین این مسئله که متصدیان امر تبلیغ و نهادهای فرهنگی به امر تبلیغ رویکرد تخصصی نداشته‌اند؛ بلکه تبلیغ را از مسائل فتنی و گاهی حرفه‌ای برای تأمین معاش و از مسائل حاشیه‌ای تلقی کرده‌اند؛ از این‌رو تبلیغ بماهو تبلیغ، مورد توجه جدی نبوده است؛ به عبارت دیگر، نگرشی که قرآن به امر تبلیغ دارد و در سیره انبیاء و پیامبران الهی، به‌ویژه پیامبر اعظم صلی الله علیه و آله بوده با تبلیغی که در جوامع و نهادهای فعلی کشور جاری است، تفاوت ماهوی دارد؛ اما تا این رویکردها تغییر نکنند و به تبلیغ به‌عنوان ضروری‌ترین نیاز زندگی اجتماعی که می‌تواند بسیاری از آسیب‌ها و جرم‌ها را از بین ببرد، نگرسته نشود؛ تبلیغ واقعی محقق نشده است؛ همه آسیب‌های روحی که منجر به نمود آسیب‌های فردی و اجتماعی می‌شوند از عدم شناخت و جهالت است که متوجه قصور دستگاه‌های تبلیغی است؛ از این‌رو اساس کار تبلیغ و کانون‌ها و نهادهای تبلیغی، تربیت مبلغان پاک‌نفسی همچون پیامبران و برخوردار از اوصاف آنان است. مبلغ باید قبل از ورود به عرصه تبلیغ برخوردار از نفس پاک و روح صیقل یافته از لغزش‌ها و تمایلات نفسانی مخرب و پیراسته از گرایش افراطی به مادیات باشد. پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله قبل از نیل به مقام مبلغی سال‌ها تحت تربیت یکی از فرشتگان بزرگ الهی قرار داشت و ایامی از سال را در غار حراء به تحنث و تزکیه می‌پرداخت تا اینکه حکم تبلیغ به دست او رسید و مأموریت خطیر تبلیغ را آغاز کرد (نهج‌البلاغه، خطبه ۱۹۲ معروف به خطبه قاصعه).



۲. تهجد و نیایش در شب

حصول تزکیه نفس، نیازمند ریاضت و تمرین است؛ چنانکه رسیدن به تخصص و حرفه در هر رشته‌ای نیازمند جهد و کوشش و مطالعه است. پیامبر اکرم که کامل‌ترین مبلغ است؛ بی‌تردید روش‌ها و رفتارهای تبلیغی‌اش الگویی تمام‌عیار برای مبلغین محسوب می‌شود؛ در دل شب‌ها که همه چشم‌ها خفته‌اند، چشمان او بیدار و گریان است؛ این روش را خداوند به او آموخته تا جهت هدایت امت و روشن کردن دل‌های آنان از تاریکی‌ها در ظلمت‌های شب، فروغی گرفته و آن را به‌سوی امتش بتاباند تا در شعاع آن به نور سعادت رهنمون شوند؛ از این‌رو بیداری و تهجد شبانگهان از پیش شرط‌هایی است که مبلغ باید قبل از شروع تبلیغ برای نیل به تزکیه نفس تا می‌تواند به آن دست بیازد. بی‌حکمت نبود پیامبر اکرم در آغاز بعثت به انجام نماز شب و تهجد و شب‌بیداری مأمور شد، «يا أَيُّهَا الْمُرْمَلُ فِيمَ اللَّيْلِ إِلَّا قَلِيلًا نَضْفَهُ أَوْ انْقُضَ مِنْهُ قَلِيلًا أَوْ زِدْ عَلَيْهِ...» (مزمل، ۱) «...وَمِنَ اللَّيْلِ فَتَهَجَّدْ بِهِ نَافِلَةً لَكَ عَسَى أَنْ يَبْعَثَكَ رَبُّكَ مَقَامًا مَحْمُودًا» (اسراء، ۷۹) «إِنَّ رَبَّكَ يَعْلَمُ أَنَّكَ تَقُومُ أَدْنَى مِنْ ثُلُثِي اللَّيْلِ وَ نَضْفَهُ وَ ثُلُثَهُ» (مزمل، ۲۰)؛ (به تهجد شبانه اهتمام ده و مقداری از شب را بیدار باش و به نوافل شب پرداز تا به منزلت پسندیده نائل شده و در انجام مأموریت سخت پایدار باشی؛ خداوند آگاه است از شب‌بیداری‌های تو که نصف یا یک‌سوم شب را در بیداری و تهجد سر می‌بری و دلت به یاد اوست).

۳. تلاوت قرآن

در کنار نماز و نیایش شب، تلاوت قرآن همراه با تدبیر برای اصلاح نفس و تزکیه، راهی است که خداوند در پیشروی پیامبرش گذاشته است؛ «...وَ رَتَّلِ الْقُرْآنَ تَرْتِيلًا» (مزمل، ۱). برای موفقیت در امر تبلیغ، از ویژگی‌های مهم مبلغ موفق، تلاوت مستمر قرآن و تسلط بر آن است؛ کوشش برای حفظ قرآن برای کسانی که در حوزه دین فعالیت دارند امری لازم است؛ تسلط بر قرآن از جهات مفاهیم تفسیری و قواعد ترتیل، تلاشی است که مبلغ باید برای رسیدن به آن کوشش کند؛ تلاوت قرآن با ترتیل و صدای زیبا از ابزار تبلیغ است؛ در صدر اسلام یکی از مهم‌ترین و موثرترین کارها در ترویج دین، تلاوت



قرآن بود؛ لذا مشرکان گاهی مانع از شنیدن قرآن بودند و به افرادی که وارد مکه می‌شوند می‌گفتند به گوش‌ها چیزی بگذارند تا صدای قرآن را نشنوند؛ در برخی گزارش‌ها گفته شده هیاهو ایجاد می‌کردند تا صدای قرآن به گوش مردم نرسد (بلخی، ۱۴۲۳؛ ۳، ۷۴۱؛ فضل‌الله، ۱۴۱۹، ۲۰، ۱۱۲؛ سیوطی، ۱۴۰۴، ۵، ۳۶۲).

پیامبر اکرم به زیباترین وجه قرآن را قرائت می‌کرد، جذابیت این تلاوت به حدی بود که مشرکان قریش پنهانی برای شنیدن قرآن جمع می‌شدند و به صوت قرآن او گوش فرا می‌دادند (ابن هشام، ۱۳۷۵، ۱، ۳۱۶).^۲ صدای قرآن و تلاوت آن ضمن اینکه انسان‌ها را به حیرت وادار می‌کرد و جذب دین می‌نمود برای جنیان نیز تأثیر داشت؛ پیامبر در حین برگشت از سفر تبلیغی طایف هنگامی که برای نماز شب پیا خواست، آیتی از قرآن را می‌خواند که طایفه‌ای از جن‌ها به محض شنیدن صوت قرآن از زبان پیامبر ﷺ شیفته دین اسلام شدند (ابن سید الناس، ۱۴۱۴، ۱، ۱۰۶). پیامبر مصعب را که قاری قرآن بود، برای تبلیغ مردم یثرب فرستاد تا برای آنان تلاوت و قرائت قرآن نماید؛ مصعب به زیبایی قرآن می‌خواند و اهل یثرب تحت تأثیر این تلاوت، گروه‌گروه برای شنیدن قرآن جمع می‌شدند و با علاقه قلبی به اسلام روی می‌آوردند؛ صدای قرآن به اندازه‌ای جذاب بود که وقتی نجاشی صوت قرآن را شنید از شوق بی‌اختیار اشک در چشمانش حلقه زد و به مهاجران جوان پناه داد که در سایه امنیت کشور او زندگی کنند (ذهبی، ۱۴۱۳، ۲، ۱۳۱)؛ از این‌رو بی‌گمان یکی از زیباترین ویژگی برای مبلغ، تسلط به قرائت قرآن است؛ بنابراین برای مسئولین پذیرش حوزه این نکته باید مورد توجه باشد که از میان قاریان خوش‌لحن و صوت قرآن نیز برای حوزه و رشته تخصصی تبلیغ، جذب طلبه نموده و در ضمن به دوره آموزشی اعجاز قرآن در تبلیغ نیز توجه ویژه داشته باشند و هنگام پذیرش این امتیازات و محاسن نیز امتیاز بشمارند.



۲. از همدیگر مخفی می‌کردند و شیفته صدای قرآن خواندن پیامبر ﷺ بودند.

۴. شهامت در بیان احکام

از ویژگی‌های دیگر مبلغ این است که بدون ترس، مأموریت خود را به انجام برساند و از بیان حقایق و اهمه نداشته باشد. خداوند پیامبران خود را این‌گونه توصیف می‌کند: «الَّذِينَ يُبَلِّغُونَ رِسَالَاتِ اللَّهِ وَ يَحْشَوْنَهُ وَ لَا يَحْشَوْنَ أَحَدًا إِلَّا اللَّهَ وَ كَفَى بِاللَّهِ حَسِيبًا» (احزاب، ۳۹)؛ (آنان که تبلیغ‌کننده رسالت الهی‌اند، تنها از خدا بیم دارند و به او پاس‌خگویند و از حسابگری او باید نگران باشند، نه مردم)؛ بنابراین مبلغ را بایسته است که خشیت دل از خدا را پس از تزکیه نفس به تمرین حاصل کرده و برای نفس خود ملکه نموده و آن را ویژگی مستمر خود قرار دهد؛ این رتبه معرفت بدون شناخت و علم به دست نیاید؛ چنانکه خداوند فرمود: «إِنَّمَا يَخْشَى اللَّهَ مِنْ عِبَادِهِ الْعُلَمَاءُ» (فاطر، ۲۸)؛ (خشیت از ویژگی‌های انبیاء و از میراث معنوی آنان به شمار می‌رود)؛ دانشمندان به سبب تحصیل معرفت و شناخت به آن رسیده‌اند؛ آنگاه که خشیت به مبلغ دست داد؛ دیگر مجالی برای ترس و نگرانی از دیگران در ابلاغ احکام نخواهد بود؛ بر این اساس است که حصول خوف خشیت از خدا برای مبلغ مقدم بر وجوه دیگر شده و این ملکه نفسانی از اسباب شجاعت در بیان احکام الهی است؛ چنانکه اسوه مبلغان، سالار شهیدان، در راه تبلیغ و دفاع از دین هیچ هراسی به خود راه نداد و همه هستی خود را در راه دین و اعتلای حق نثار کرد، «وَ الَّذِينَ يَصْلُونَ مَا أَمَرَ اللَّهُ بِهِ أَنْ يُوصَلَ وَ يَحْشَوْنَ رَبَّهُمْ وَ يَخَافُونَ سُوءَ الْحِسَابِ» (وقتی انسان در راه خدا تلاش کرد خوف او تنها از خداوند است و روز حساب) (رعد، ۲۱؛ طبرسی، ۱۳۷۲، ۶، ۴۴۳؛ فخر رازی، ۱۴۲۰، ۱۹، ۳۴). در توصیف مجاهدان و مبلغان بزرگی چون امیر مؤمنان علیه السلام قرآن این‌گونه فرمود: «يُجَاهِدُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَ لَا يَخَافُونَ لَوْمَةَ لَائِمٍ» (مائده، ۵۴؛ طوسی، بی تا ۳، ۵۵۶) «أَلَا إِنَّ أَوْلِيَاءَ اللَّهِ لَا خَوْفَ عَلَيْهِمْ وَ لَا هُمْ يَحْزَنُونَ» (یونس، ۶۳).

۵. پیشگامی در عمل

مبلغ قبل از هر چیزی باید به اصلاح خود بپردازد؛ وگرنه تبلیغ فردی که خود را اصلاح نکرده، بی‌اثر یا تأثیر کمتری خواهد داشت؛ «وَ أَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ» (نمل، ۱۹)، خداوند



کسانی که به دانسته‌های خود عمل نمی‌کنند و آن را به دیگران گزارش می‌دهند را مورد توبیخ و سرزنش قرار داده و آن را گناهی بس بزرگ شمرده؛ این آیه کریمه در شان آنان نازل شده است (طبری، ۱۴۱۲، ۲۸، ۵۵)؛ «لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ كَبِرَ مَقْتًا عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ» (الصف، ۳-۲)؛ (خداوند گفتار بدون کردار و عمل را جرم سنگین می‌شمارد)، «أَتَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْبِرِّ وَ تَنْسَوْنَ أَنْفُسَكُمْ» (بقره، ۴۴)؛ (آیا مردم را به نیکی دستور داده و نفس خود را فراموش کرده‌اند)؛ از این رو این روش تبلیغ هیچ‌گاه سودمند نخواهد افتاد.

رسول ﷺ فرمود «من إزداد علما و لم یزد هدی لم یزد من الله إلا بعدا» «رسول‌الله معتبر العالم الذی لا یعمل بوجوب علمه غیر جدیر بهذا اللقب حیث یقول: «لا یكون المرء عالما حتی یكون بعلمه عاملا» (کلینی، ۱۴۰۷، ۱، ۲۲۶).

پیامبر ﷺ درباره سرانجام عالمان بی‌عمل فرمود: در آن شب معراج که مرا در آسمان سیر دادند، گروهی را دیدم که لب‌های آنان را با قیچی‌های آتشین می‌برند و پرتاب می‌کنند. گفتم: ای جبرئیل! اینان کیان‌اند؟ گفت: خطیبان و واعظان امت تواند که مردمان را به نیکوکاری فرا می‌خوانند و خود را فراموش می‌کنند، در حالی که قرآن را می‌خوانند و در آن نمی‌اندیشند. (حر عاملی، ۱۴۰۹، ۱۱، ۴۲۰).

امیرالمؤمنین علی علیه السلام: «العلم مقرون بالعمل فمن علم عمل» (نهج البلاغه، الکلمات القصار، ۳۶۶). (علم قرین عمل است پس باید عالم به علم خود عمل کند). و در این باره فرمود: «أیها الناس إذا علمتم فاعملوا بما علمتم لعلکم تهتدون، إن العالم العامل بغیره، کالجاهل الحائر الذی لا یستفیک عن جهله بل قد رأیت أن الحجّة علیه أعظم و الحسرة أذوم» (همان).

«کونوا دعاة الناس بغیر السننکم» دعوت عملی به تظاهر و ریا نیست؛ بلکه دعوت عملی مرحله‌ای مهم و پس از تزکیه است. امیرمؤمنان از تأثیرهای بد گفتار مبلغان بی‌عمل را بی‌رغبتی مردم نسبت به علم می‌داند. «امام علی علیه السلام: مردمان بیشتر بدان جهت از طلب علم دامن فرو می‌چینند که می‌بینند عالمان کمتر به علم خود عمل می‌کنند» (آمدی، ۱۳۳۶، ۱۳۴).



امام صادق علیه السلام: «إِنَّ الْعَالَمَ إِذَا لَمْ يَعْمَلْ بَعْلَمَهُ زَلَّتْ مَوْعِظَتُهُ عَنِ الْقُلُوبِ، كَمَا يَزِلُّ الْمَطَرُ عَنِ الصَّفَا»؛ (هرگاه عالم و مبلغ به موعظه خود عمل نکند موعظه و پندش در قلوب ماندگار نشود مانند بارانی که از کوه صفا فرو ریزد) (کلینی، ۱۴۰۷، ۴، ۴۴)؛ «مَنْ لَمْ يَصِدَّقْ فَعَلَهُ قَوْلُهُ، فَلَيْسَ بِعَامٍ» (هرکس عملش گفتارش را تصدیق نکند عالم نیست).

۶. آراستگی و پاکیزگی ظاهری

پیامبر به‌عنوان بهترین و بزرگ‌ترین مبلغ مأمور می‌شود تا قبل از آغاز تبلیغ دین و آشکار کردن دعوت، به تطهیر ظاهر هم‌زمان با تطهیر باطن به وسیله نماز شب بپردازد «وَيَا بَنِي آدَمَ فَطَّهْرُوا وَاذْكُرُوا نِعْمَةَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ خَلَقَكُمْ مِنْ طِينٍ ثُمَّ سَوَّاهُكُمْ وَإِنْ كُنْتُمْ مِنْ سَاهُونَ»؛ بنابراین یکی از ویژگی‌های مهم مبلغ این است که باید ظاهری آراسته و پاکیزه نیز داشته باشد و لباس‌های تمیز و عاری از بوی عرق بپوشد، و تا می‌تواند خوشبو باشد؛ این ویژگی در پیامبر زبان‌زد بود. او همیشه لباس و ظاهرش مانند باطنش شفاف و بی‌عیب بود. امام حسن علیه السلام فرمود: پیامبر با بوی عطرش شناخته می‌شد (حسنلو، ۱۳۹۲، ۱۰۷)؛ سرمشق قرار دادن پیامبر در این مسئله و رعایت بهداشت نیز مهم است؛ مبلغ باید پیراسته از عیوب ظاهری و باطنی باشد تا بتواند در تبلیغ دین و جذب مخاطب مؤثر افتد.



جمع‌بندی

بی‌گمان سیره و سنت پیامبر ﷺ در تمام ابعاد زندگی برای مسلمانان الگوی کامل و تمام‌عیار است؛ از این‌رو بایسته است سیره آن حضرت را در امور مختلف موشکافانه و با ظرافت‌های علمی و هنری مورد مطالعه قرار داد. قرآن کریم از جمله منابع دست‌اول بسیار معتبر درباره شناخت سیره نبوی است؛ نزول آیات قرآن در طی ۲۳ سال به قلب مطهر پیامبر اکرم ﷺ و بازتاب این نور وحی در رفتار پیامبر و جامعه، مجموعه‌ای از کنش‌های قابل اقتباس است که از خود قرآن می‌توان دریافت؛ برخی از ابعاد آن به تفسیر و تبیین نیاز دارد که روایات نقل شده از اهل بیت عهده‌دار این تبیین است. از جمله ابعاد مهم فرهنگی سیره نبوی که می‌تواند امروز برای جامعه فرهنگی قابل اقتباس و اتخاذ باشد، سیره تبلیغی و روش تبلیغ حضرت است؛ شناخت روش تبلیغ پیامبر ﷺ و تجزیه و تحلیل روشمند آن و ارائه آن به مبلغین و مراکز فرهنگی تبلیغی دست‌آورد بزرگی است که می‌تواند در تبلیغ، نوآوری، خلاقیت و پویایی خاصی ایجاد کند. دوری و غفلت از شناخت سیره نبوی که پایه استوار آن، آیات و سوره‌های قرآن محسوب می‌شود، دوری از قرآن است؛ از این‌رو کم‌ترین خسارت دوری از قرآن کریم، گرفتاری به انواع شبهات و مشکلات بی‌شمار در زندگی است؛ خداوند مؤمنان را به الگوگیری از سیره پیامبر ﷺ فرمان داد تا پناهگاه و راه‌گشایی برای نجات از مشکلات پیشروی آنان باشد.



تبلیغ به جهت اهمیت فوق‌العاده‌ای که در جهان امروز دارد، از عناصر مهم فرهنگ‌ساز و فرهنگ‌بان است؛ پیامبر اکرم در عرصه تبلیغ، پیروزمندترین مبلغ بود که محتوای آن را از ریسمان الهی می‌گرفت؛ او روش‌هایی برای ابلاغ به‌کار می‌برد که از ابداع و زکاوت شخصی خودش نشئت می‌گرفت و مورد تمجید و تأیید خداوند بود؛ گاهی از روش‌هایی بهره می‌برد که عیناً دستور خداوند بود؛ به این دو علت می‌توان روش‌های آن حضرت را از منابع قرآن و سیره که مبتنی بر گزاره‌های معتبر اهل بیت آن حضرت و صحابه امین و وفادار به سنت است را استخراج و در قالب راهبردی، ارائه و مورد بهره‌مندی قرار داد و تبلیغ را بر اساس اصول الهی به پیش برد و توسعه داد و در سایه این تبلیغ از انبواء الشیعه و خانواده‌های جامعه اسلامی که در معرض تهاجم فرهنگی قرار دارند دفاع نمود.

* قرآن کریم.

* نهج البلاغه.

۱. ابن اثیر، عزالدین علی؛ *الکامل*؛ بیروت: دارصادر، ۱۳۸۵ ق.
۲. ابن اسحاق؛ *سیره النبوی (کتاب السیر و المعازی)* سهیل زکار؛ دفتر مطالعات تاریخ و معارف اسلامی، ۱۴۱۰.
۳. ابن جوزی، أبو الفرج عبدالرحمن بن علی بن محمد ابن الجوزی؛ (م ۵۹۷) *المنتظم فی تاریخ الأمم و الملوک*؛ تحقیق محمد عبدالقادر عطا و مصطفی عبدالقادر عطا؛ بیروت: دار الکتب العلمیة، ط الأولى، ۱۹۹۲/۱۴۱۲.
۴. ابن سعد، محمد؛ (م ۲۳۰) *الطبقات الكبرى*؛ بیروت: دارصادر، بی تا.
۵. ابن سیدالناس، أبو الفتح محمد؛ *عیون الأثر فی فنون المعازی و الشمائل و السیر*؛ (م ۷۳۴)؛ تعلیق ابراهیم محمد رمضان؛ بیروت: دار القلم، ط الأولى، ۱۹۹۳/۱۴۱۴.
۶. ابن عاشور، محمد بن طاهر؛ *التحریر و التنویر*؛ بی تا.
۷. ابن کثیر، أبو الفداء اسماعیل بن عمر بن کثیر الدمشقی (م ۷۷۴) *البدایة و النهایة*، بیروت، دار الفکر، ۱۹۸۶/۱۴۰۷.
۸. ابن هشام، عبدالملک؛ *السیرة النبویة*؛ تحقیق محمد سقا و دیگران؛ مصر: مصطفی البابی الحلبي، ۱۳۷۵ ق.
۹. ابن هشام، سیره نبوی؛ بیروت: دارالکتب العربی، چاپ ششم، ۱۴۱۸ ق.
۱۰. ابن منظور، محمد بن مکرم؛ *لسان العرب*؛ بیروت: دارصادر، ۱۴۱۴.
۱۱. احمدی میانجی؛ *مکاتیب الرسول (معاصر)*؛ چاپ اول، قم: دارالحدیث، ۱۴۱۹.
۱۲. بلخی؛ مقاتل بن سلیمان؛ *تفسیر مقاتل بن سلیمان*؛ بیروت: داراحیاء التراث، ۱۴۳۳.
۱۳. حسنلو، امیرعلی؛ *قرآن و معصومان درآینه علوی*؛ قم: مشهور، ۱۳۸۶.
۱۴. --- پوشش و تغذیه در سیره معصومان؛ قم: پژوهشگاه فرهنگ و علوم اسلامی، ۱۳۹۲.
۱۵. حمیری، عبدالله بن جعفر؛ *قرب الإسناد (ط - الحدیث)*؛ قم: چاپ اول، ۱۴۱۳ ق.
۱۶. جبری کوفی، ابو عبدالله حسین بن حکم؛ *تفسیر الحبری*؛ بیروت: دار احیاء تراث لآل البيت، ۱۴۰۸.
۱۷. دروزه محمد عزت التفسیر الحدیث، دار إحياء الكتب العربية، قاهره: ۱۳۸۳ ق

۱۸. الذهبي، شمس الدين محمد بن احمد (م ۷۴۸): *تاريخ الاسلام و وفیات المشاهير والأعلام*؛ تحقيق عمر عبد السلام تدمري؛ بيروت: دار الكتاب العربي، ط الثانية، ۱۹۹۳/۱۴۱۳.
۱۹. سبزواری نجفی، محمد بن حبيب الله؛ *ارشاد الأذهان الى تفسير القرآن*؛ بيروت: دار التعارف للمطبوعات، ۱۴۱۹ ق.
۲۰. سمرقندی، نصرین محمد بن احمد، *بحر العلوم*؛ بی جا: بی نا.
۲۱. سيد محمد حسين، فضل الله؛ *تفسير من وحى القرآن*؛ چاپ دوم، بيروت: دار الملاك للطباعة والنشر، ۱۴۱۹.
۲۲. سيوطی، جلال الدين؛ *الدر المنثور في تفسير المأثور*؛ قم: كتابخانه مرعشی، ۱۴۰۴.
۲۳. شيخ حرعاملی، محمد بن الحسن؛ *تفصيل وسائل الشيعه الى تحصيل مسائل الشريعة*؛ قم: آل البيت، ۱۴۰۹.
۲۴. صادقی تهرانی؛ *البلاغ في تفسير القرآن بالقرآن*؛ قم: مؤلف، ۱۴۱۹.
۲۵. الصالحی الشامي، محمد بن يوسف؛ *سبل الهدى والرشاد في سيرة خير العباد*؛ تحقيق عادل احمد عبدالموجود وعلى محمد معوض؛ بيروت: دار الكتب العلمية، ۱۴۱۴ ق.
۲۶. فيض كاشاني، ملا محسن؛ *الأصفي في تفسير القرآن*؛ تحقيق محمد حسين درايبي و محمدرضا نعمتی؛ قم: مركز انتشارات دفتر تبليغات اسلامي، ۱۴۱۸ ق.
۲۷. كليني، كليني، محمد بن يعقوب؛ *الكافي (ط - الإسلامية)*؛ دار الكتب الإسلامية، تهران ۱۴۰۷ ق غفاری علی اکبر و آخوندی، محمد؛
۲۸. *الكافي*؛ بيروت: دار الاضواء، بی تا.
۲۹. صادقی تهرانی، محمد؛ *الفرقان في تفسير القرآن بالقرآن*؛ چاپ دوم، تهران: فرهنگ اسلامي، ۱۳۶۵.
۳۰. طبري، محمد بن جرير؛ *تاريخ الرسل والملوك*؛ تحقيق محمد ابوالفضل ابراهيم؛ چاپ دوم، بيروت: دار التراث، ۱۳۸۷ ق.
۳۱. طيب، سيد عبدالحسين؛ *اطيب البيان في تفسير القرآن*؛ چاپ دوم، تهران: انتشارات اسلام، ۱۳۷۸.
۳۲. نيشابوري، محمود بن ابوالحسن؛ *إيجاز البيان عن معاني القرآن*؛ بيروت: دار الغرب الاسلامي، ۱۴۱۵.
۳۳. طبرسي، فضل بن حسن، *مجمع البيان*؛ چاپ سوم، تهران: ناصر خسرو، ۱۳۷۳.
۳۴. طوسي، شيخ محمد بن الحسن؛ *التبيان في تفسير القرآن*؛ بيروت: مكتبة الاعلام الاسلامي، ۱۴۰۹.
۳۵. طبري، محمد بن جرير؛ *جامع البيان في تفسير القرآن*؛ بيروت: دار المعرفه، ۱۴۱۲.
۳۶. مجلسي، محمد باقر؛ *بحار الانوار*؛ تهران: نشر اسلاميه، چاپ دوم، ۱۳۶۳.
۳۷. واحدی نيشابوري، ابی الحسن، علی بن احمد؛ *اسباب النزول*؛ قاهره: موسسه الحلبي و شركاء، ۱۳۸۸ ق.
۳۸. يعقوبی، ابن واضح؛ (م ۲۸۴) *تاريخ*، بيروت: دار صادر و دار بيروت، ۱۳۷۹ ق.