



جامعة المصطفى العالمية

مدرسه عالی فقه و معارف اسلامی  
پایان نامه مقطع دکترا

رشته فقه و معارف اسلامی

گرایش: تبلیغ

موضوع:

**تأثیرات شخصیت علمی و معنوی مبلغ بر فرآیند و برآیند تبلیغ**

**از منظر آیات و روایات**

استاد راهنما:

حجت الاسلام دکتر مهدی هادی

استاد مشاور:

حجت الاسلام حسین علیزاده

دانش پژوه:

سید قاسم موسوی

۱۱۵۱۷۱۱

## چکیده

پژوهش حاضر با عنوان تأثیرات شخصیت علمی و معنوی مبلغ بر فرآیند و برآیند تبلیغ اسلامی از منظر آیات و روایات به انجام رسیده است. در این پژوهش به کمک روش توصیفی-تحلیلی، ابتدا به جمع آوری آیات و روایات مرتبط با ویژگیهای مبلغ اقدام شد و سپس بر اساس تحلیل انجام شده، به دنبال پاسخ به این سؤال است که تأثیرات شخصیت علمی و معنوی مبلغ چیست؟ مشخص گردید که شخصیت علمی مبلغ شامل این موارد می شود: شناخت دانش تبلیغ، تسلط بر مهارتهای تبلیغی و توانمندی ارتباط گیری تبلیغی. همچنین در بعد شخصیت معنوی مبلغ، مواردی همچون باور مبلغ به مبدأ باور مبلغ به معاد و باور مبلغ به ولایت مورد توجه قرار گرفته است. از آنجا که هدف اصلی این پژوهش افزایش کیفیت تبلیغ دینی است، موارد یافت شده به صورت جزئی و ناظر بر تبلیغ دینی، در فرآیند و برآیند تبلیغ مورد بررسی قرار گرفت. و سپس برای تکمیل تأثیرات فرهنگی شخصیت مبلغ بر فرآیند و برآیند تبلیغ مورد پژوهش واقع شد. پژوهش حاضر مشتمل بر چهار فصل است.

**کلید واژه ها:** شخصیت علمی مبلغ، شخصیت معنوی مبلغ، فرآیند تبلیغ، برآیند تبلیغ.

۱	فصل اول: کلیات و مفاهیم.....
۲	۱-۱. کلیات.....
۲	۱-۱-۱. مقدمه.....
۲	۱-۱-۲. تعریف مسأله.....
۳	۱-۱-۳. اهداف.....
۴	۱-۱-۴. ضرورت.....
۴	۱-۱-۵. سوالات تحقیق.....
۴	۱-۱-۵-۱. سؤال اصلی.....
۴	۱-۱-۵-۲. سوالات فرعی.....
۵	۱-۱-۶. فرضیه.....
۵	۱-۱-۷. پیشینه تحقیق.....
۹	۱-۱-۸. روش تحقیق.....
۱۱	۱-۱-۹. روش گردآوری اطلاعات.....
۱۱	۲-۱. مفاهیم.....
۱۲	۲-۱-۱. شخصیت.....
۱۴	۲-۲-۱. علم.....
۱۶	۲-۲-۳. مبلّغ.....
۱۷	۲-۲-۴. معنوی.....
۱۸	۲-۲-۵. فرآیند.....

۲۰	۶-۲-۱. تبلیغ
۲۲	۷-۲-۱. برآیند
۲۴	<b>۲. فصل دوم: تأثیرات مؤلفه های شخصیت علمی و معنوی مبلّغ بر تبلیغ</b>
۲۶	۱-۲. تأثیرات مؤلفه های شخصیت علمی مبلّغ بر تبلیغ
۲۶	۱-۱-۲. تأثیرات دانش شخصیت مبلّغ، بر تبلیغ
۲۸	۲-۱-۲. تأثیرات مخاطب شناسی مبلّغ، بر تبلیغ
۳۰	۳-۱-۲. تأثیرات شناخت شخصیت مبلّغ، بر تبلیغ
۳۱	۴-۱-۲. تأثیرات روش شناسی مبلّغ، بر تبلیغ
۳۴	۵-۱-۲. تأثیرات نیازشناسی شخصیت مبلّغ، بر تبلیغ
۳۴	۶-۱-۲. تأثیرات زمان شناسی شخصیت مبلّغ، بر تبلیغ
۳۶	۷-۱-۲. تأثیرات مکان شناسی شخصیت مبلّغ، بر تبلیغ
۳۷	۸-۱-۲. تأثیرات برنامه ریزی شخصیت مبلّغ، بر تبلیغ
۳۸	۹-۱-۲. تأثیرات تسلط بر مهارت های تولید محتوا مبلّغ، بر تبلیغ
۴۸	۱۰-۱-۲. تأثیرات توانمندی در ارتباط تبلیغی شخصیت مبلّغ، بر تبلیغ
۵۳	۲-۲. تأثیرات مؤلفه های شخصیت معنوی مبلّغ بر تبلیغ
۵۴	۱-۲-۲. تأثیرات خدا باوری شخصیت مبلّغ، بر تبلیغ
۵۹	۲-۲-۲. تأثیرات خدا باوری شخصیت مبلّغ به جهت انفاق، بر تبلیغ
۶۰	۳-۲-۲. تأثیرات خدا باوری شخصیت مبلّغ به جهت بصیرت، بر تبلیغ
۶۱	۴-۲-۲. تأثیرات معاد باوری شخصیت مبلّغ، بر تبلیغ
۶۳	۵-۲-۲. تأثیرات تقوای شخصیت مبلّغ در سایه معاد باوری، بر تبلیغ

- ۶۵.....۲-۲-۶. تأثیرات معاد باوری شخصیت مبلغ بر اجتماعی شدن، در تبلیغ
- ۶۸.....۲-۲-۷. تأثیرات ولایت باوری شخصیت مبلغ، بر تبلیغ
- ۷۰.....۲-۲-۸. تأثیرات ایمان شخصیت مبلغ به عصمت اولیاء خداوند، بر تبلیغ
- ۷۶.....۳. فصل سوم: تأثیرات اعتقادی شخصیت مبلغ بر فرآیند و برآیند تبلیغ
- ۷۷.....۱-۳. 1. تأثیرات اعتقادی شخصیت علمی و معنوی مبلغ بر فرآیند تبلیغ
- ۷۸.....۱-۱-۳. ۱. تأثیرات خدا باوری شخصیت علمی و معنوی مبلغ بر دعوت (شروع) تبلیغ
- ۸۵.....۱-۱-۳. ۱. تأثیرات خدا باوری شخصیت مبلغ به جهت امر به معروف و نهی از منکر بر تبلیغ
- ۹۲.....۲-۱-۳. ۲. تأثیرات خدا باوری مبلغ بر کفالت پایان تبلیغ
- ۹۸.....۲-۱-۳. ۲. تأثیرات معاد باوری شخصیت علمی و معنوی مبلغ بر فرآیند تبلیغ
- ۹۹.....۱-۲-۳. ۱. تأثیرات معاد باوری شخصیت مبلغ بر شروع (دعوت) تبلیغ
- ۱۰۶.....۲-۲-۳. ۲. تأثیرات معاد باوری شخصیت مبلغ بر امر به معروف و نهی از منکر (ادامه) تبلیغ
- ۱۰۹.....۳-۲-۳. ۳. تأثیرات معاد باوری شخصیت مبلغ بر کفالت (پایان کار) تبلیغ
- ۱۱۶.....۳-۱-۳. ۳. تأثیرات ولایت باوری شخصیت مبلغ بر فرآیند تبلیغ
- ۱۱۶.....۱-۳-۳. ۱. تأثیرات ولایت باوری مبلغ بر شروع (دعوت) تبلیغ
- ۱۲۵.....۲-۳-۳. ۲. تأثیرات ولایت باوری مبلغ بر امر به معروف و نهی از منکر تبلیغ
- ۱۳۱.....۳-۳-۳. ۳. تأثیرات ولایت باوری مبلغ بر کفالت (پایان).....
- ۱۳۶.....۲-۳. ۲. تأثیرات اعتقادی شخصیت علمی و معنوی مبلغ بر برآیند تبلیغ
- ۱۳۶.....۱-۲-۳. ۱. تأثیرات خدا باوری شخصیت علمی و معنوی مبلغ بر برآیند تبلیغ
- ۱۳۶.....۱-۱-۲-۳. ۱. تأثیرات خدا باوری مبلغ بر زمینه سازی انتخاب های شایسته
- ۱۴۲.....۲-۱-۲-۳. ۲. تأثیرات خدا باوری مبلغ بر شکل گیری شخصیت های مؤمن و مجاهد

۱۴۷	۳-۲-۱-۳. تأثیرات خدا باوری مبلغ در بستر سازی حاکمیت مستضعفین
۱۵۳	۳-۲-۲. تأثیرات معاد باوری مبلغ بر برآیند تبلیغ
۱۵۸	۳-۲-۱. تأثیرات معاد باوری مبلغ، بر شکل گیری شخصیت های مؤمن و مجاهد
۱۶۲	۳-۲-۲. تأثیرات معاد باوری مبلغ، بر بستر سازی شایسته حاکمیت مستضعفین
۱۶۸	۳-۲-۳. تأثیرات ولایت باوری مبلغ، بر برآیند تبلیغ
۱۶۹	۳-۲-۱. تأثیرات ولایت باوری بر زمینه سازی انتخاب شایسته
۱۷۵	۳-۲-۲. تأثیرات ولایت باوری مبلغ، بر شکل گیری شخصیت های مؤمن و مجاهد
۱۷۹	۳-۳-۲. تأثیرات ولایت باوری مبلغ بر بستر سازی حاکمیت مستضعفین
۱۸۸	۴. فصل چهارم: تأثیرات فرهنگی شخصیت مبلغ بر فرآیند و برآیند تبلیغ
۱۸۹	۴-۱. تأثیرات فرهنگی شخصیت مبلغ بر فرآیند تبلیغ
۱۹۰	۴-۱-۱. تأثیرات فرهنگی شخصیت مبلغ بر دعوت و شروع تبلیغ
۱۹۵	۴-۱-۲. تأثیرات فرهنگی مبلغ بر امر به معروف و نهی از منکر(ادامه) تبلیغ
۲۰۰	۴-۱-۳. تأثیرات فرهنگی شخصیت مبلغ بر کفالت(پایان) تبلیغ
۲۰۵	۴-۲. تأثیرات فرهنگی شخصیت مبلغ بر برآیند تبلیغ
۲۰۶	۴-۲-۱. تأثیرات فرهنگی شخصیت مبلغ بر زمینه سازی انتخاب شایسته
۲۰۹	۴-۲-۲. تأثیرات فرهنگی شخصیت مبلغ بر شکل گیری شخصیت مؤمن و مجاهد
۲۱۲	۴-۲-۳. تأثیرات فرهنگی شخصیت مبلغ بر بستر سازی حاکمیت مستضعفین
۲۲۰	خاتمه
۲۲۰	۵-۱. نتیجه گیری
۲۲۱	۵-۲. پیشنهادات

فهرست منابع ..... ۲۲۲

## ۱. فصل اول: کلیات و مفاهیم



## ۱-۱-۱ کلیات

در این مبحث مجموعه ای از اجزاء کلیات تحقیق مورد بررسی قرار خواهد گرفت که عبارتند از: مقدمه، تعریف مسأله، اهداف، ضرورت، سؤالات اصلی و فرعی تحقیق، فرضیه های تحقیق، روش تحقیق و روش گردآوری اطلاعات.

### ۱-۱-۱-۱ مقدمه

در طول تاریخ، تبلیغ و تبلیغات ابزاری مهم و اثر گذار بوده است و در جهان معاصر این اثر گذاری عمیق تر شده و لذا مورد توجه بیشتری قرار گرفته است. در میان ارکان تبلیغ، مبلغ و رساننده پیام از اهمیت بالاتری برخوردار است و ویژگیهای او، می تواند بر کیفیت و اثر گذاری تبلیغ تأثیر عمیقی به جای بگذارد و حتی ضعف سایر ارکان را جبران کند لذا باید به شکل ویژه به آن پرداخته شود. در بررسی ویژگیهای یک مبلغ، به خصوص زمانی که صحبت از تبلیغ دینی به میان می آید، توجه به ویژگیهای شخصیتی مبلغ اهمیت دوچندان پیدا می کند. برخورداری از مؤلفه های علمی و معنوی در شخصیت مبلغ، به خصوص در هنگام تبلیغ دینی جایگاه ویژه ای خواهد داشت. لذا پژوهش حاضر به دنبال بررسی شخصیت علمی و معنوی مبلغ در فرآیند و برآیند تبلیغ خواهد بود.

### ۱-۱-۲ تعریف مسأله

در عصر حاضر دانش تبلیغ به عنوان یک مسأله ی مهم و راهبردی در ارتباطات انسانی قلمداد می شود، و نیز تبلیغ و تربیت یکی از مسؤلیت هایی است که خداوند متعال بر عهده حجّت های خویش قرار داده است در جهان اسلام علماء و مبلغان حلقه ی ربط دین و عموم مردم می باشند، از جهت این که دانش تبلیغ یک مسأله ی مهم و راهبردی در ارتباطات انسانی قلمداد می شود. باید گفت تأثیر شخصیت علمی و معنوی مبلغ غیر قابل انکار است. در فرآیند و برآیند تبلیغ اسلامی، مسئله اصلی در این پژوهش شناسایی تأثیرات شخصیت علمی، معنوی مبلغ بر فرآیند و برآیند تبلیغ اسلامی می باشد. فرآیند پروسه ای جهت دست یابی به اهداف میانی و کلان تبلیغ می باشد. که با طراحی درست به برآیند و نتیجه منجر می شود فرآیند و برآیند در اموری هستند که قابلیت اثرگذاری و تغیر را دارا هستند. از میان عوامل متعدد که بر فرآیند و برآیند تبلیغ اسلامی اثرگذار است. شخصیت علمی و معنوی مبلغ است.

شخصیت علمی و معنوی مبلّغ دارای ابعاد گوناگونی از جمله بُعد علمی، می باشد. همان گونه که خداوند امر به به تذکیر و دانش می کند مانند:

«لَقَدْ مَنَّ اللَّهُ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ إِذْ بَعَثَ فِيهِمْ رَسُولًا مِنْ أَنْفُسِهِمْ يَتْلُوا عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَ يُزَكِّيهِمْ وَ يُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَ الْحِكْمَةَ وَ انْكَانُوا مِنْ قَبْلُ فِي ضَلَالٍ مُبِينٍ»<sup>۱</sup> (خدا بر اهل ایمان منت گذاشت که رسولی از خودشان در میان آنان برانگیخت که بر آنها آیات خدا را بر آنه تلاوت کند و نفوس شان را از هر نقص و آرایش پاک گرداند و به آنها احکام شریعت و حقایق حکمت بیاموزد هر چند قبلاً گمراهی آنان آشکار بود)<sup>۲</sup>

مشخص می شود علم و معنویت دو بال جدا نشدنی خصوصاً در تبلیغ اسلامی و هدایت هستند. آموزه های موجود در آیات و روایات و بررسی ابعاد علمی و معنوی مبلّغ در میان این آموزه ها مشخص می کنند که شخصیت علمی و معنوی مبلّغ چگونه و به چه میزان می تواند بر فرآیند و برآیند تبلیغ اسلامی اثرگذار می باشد. می توان تأثیرات شخصیت علمی، معنوی، مبلّغ را در زمینه های فرهنگی، اعتقادی، اخلاقی، علمی و معنوی مورد بررسی قرار دارد.

### ۱-۱-۳. اهداف

یکی از ملاکهای مهم برای ارزش بخشیدن به پژوهش، اهدافی است که آن پژوهش دنبال می کند. لذا ضرورت دارد که هدف گذاری به دقت انجام شده و با جدیت پیگیری شوند. پژوهش حاضر نیز، همچون سایر پژوهشها، اهدافی را مد نظر قرار داده است که مبتنی بر اهمیت و جایگاه شخصیت علمی و معنوی مبلّغ از منظر آیات و روایات است. این اهداف در عناوین ذیل قابل معرفی و بیان هستند:

۱- قرآن کریم، (آل عمران ۱۶۴)

۲- سید محمد حسین، طباطبایی، المیزان فی تفسیر القرآن، ج ۴، ص ۵۸

1- جمع آوری و توصیف آیات و روایات که مشتمل بر ویژگیهای شخصیت علمی و معنوی مبلغ هستند.

2- تبیین اثرگذاری ویژگیهای شخصیت علمی و معنوی مبلغ بر فرآیند و برآیند تبلیغ.

3- زمینه سازی برای ارتقاء کیفی فرآیند و برآیند تبلیغ.

### 1-1-4. ضرورت

در جهان امروز که بحران های فرهنگی در صدد تهی کردن انسان از معنویت می باشند تبلیغ دین و ارزش های نشأت گرفته از آن به جهت متقابل با این بحران ها ضرورت ویژه ای پیدا می کند. با توجه به اینکه تحقیق منسجم و کامل در موضوع مذکور انجام نشده و از طرفی الگوی صحیح مبلغ اسلامی ضروری می باشد. این تحقیق در صدد جمع آوری و تحلیل مجموعه ی آیات و روایات پیرامون تأثیرات شخصیت علمی، و معنوی مبلغ بر فرآیند و برآیند تبلیغ اسلامی خواهد بود. نوآوری تحقیق حاضر ایجاد نسبت صحیح بین شخصیت علمی، معنوی، مبلغ و فرآیند و برآیند تبلیغ اسلامی می باشد.

### 1-1-5. سوالات تحقیق

#### 1-1-5-1. سؤال اصلی

از منظر آیات و روایات، شخصیت علمی- معنوی مبلغ، بر فرآیند و برآیند تبلیغ چه تأثیراتی دارد؟

#### 1-1-5-2. سوالات فرعی

1- مراد از مفاهیم تأثیرات، شخصیت علمی- معنوی، بر فرآیند و برآیند تبلیغ چیست؟

2- از منظر آیات و روایات، شخصیت علمی- معنوی مبلغ شامل چه ویژگیهای است؟

3- تأثیرات اعتقادی شخصیت علمی- معنوی مبلغ بر فرآیند و برآیند تبلیغ کدام است؟

4- تأثیرات فرهنگی شخصیت علمی- معنوی مبلغ بر فرآیند و برآیند تبلیغ کدام است؟

### ۱-۱-۶. فرضیه

-به نظری رسد ویژگیهای شخصیت علمی- معنوی مبلّغ و تأثیرات این ویژگیها بر فرآیند و برآیند تبلیغ در آیات و روایات وجود دارد و قابل جمع آوری، توصیف و تبیین است.

-به نظر می رسد بُعد اعتقادی شخصیت علمی- معنوی مبلّغ بر فرآیند و برآیند تبلیغ اثرگذار است و این تأثیرات در آیات و روایات وجود داشته و قابل جمع آوری، توصیف و تبیین است.

-به نظر می رسد بُعد فرهنگی شخصیت علمی- معنوی مبلّغ بر فرآیند و برآیند تبلیغ اثرگذار است و این تأثیرات در آیات و روایات ذکر شده و قابل جمع آوری، توصیف و تبیین است.

### ۱-۱-۷. پیشینه تحقیق

از آنجاکه مؤلفه اصلی پژوهش حاضر، ویژگیهای مبلّغ است، تمام مواردی که در مورد مبلّغ و ویژگیهای آن به تحقیق پرداخته اند، پیشینه این پژوهش محسوب می شوند که مواردی از آنها ذکر می شود.

### ۱- کتاب: تبلیغ در قرآن و حدیث

مؤلف محمد محمدی ری شهری: تبلیغ در قرآن و حدیث: آنچه در این کتاب مورد بحث قرار گرفته اینست مجموعه ای از آیات و روایات را حول موضوع تبلیغ جمع آوری نموده و ترجمه کرده است، ولی نواقص ایشان اینست آیات و روایات را پیرامون تبلیغ مورد بررسی قرار داده است. اما تمرکزش بر ویژگیهای معنوی و علمی مبلّغ قرار نگرفته است. این به عنوان پیشینه مورد استفاده پژوهش حاضر قرار خواهد گرفت. تحقیق حاضر آیات و روایات را بر اساس نظام علمی توصیفی و تحلیلی پیرامون شخصیت علمی و معنوی بررسی خواهد کرد. که مهم ترین فرق اش به این کتاب تبلیغ در قرآن است.

### ۲- کتاب: بایسته ها و نبایسته های تبلیغ و مبلغان

مؤلف اکبر حمیدزاده گیوی: بایسته ها و نبایسته های تبلیغ و مبلغان: آنچه در این کتاب مورد بحث قرار گرفته اینست. سیره ی تبلیغی پیامبر(صلی الله علیه وآله و سلم) و تبلیغ در قرآن است. ولی نواقص ایشان اینست. آنچه که به موضوع تحقیق مربوط می شود که در این کتاب به طور کلی و بدون دسته

بندی و تحلیل تخصصی به موضوع مورد پژوهش پرداخته شده است و سخنی از تاثیر شخصیت علمی - معنوی مبلغ بر فرآیند و برآیند تبلیغ به میان نیامده است، این کتاب به عنوان پیشینه مورد استفاده پژوهش حاضر قرار خواهد گرفت. در تحقیق حاضر تاثیرات شخصیت علمی - معنوی مبلغ بر اساس نظام علمی و تخصصی مورد بررسی قرار خواهد گرفت. که فرق اساسی با این اثر دارد.

### ۳- کتاب: درآمدی بر روش های تبلیغی ائمه علیه السلام

مؤلف سید میرزا واسعی: درآمدی بر روش های تبلیغی ائمه علیه السلام: آنچه در این کتاب مورد بحث قرار گرفته اینست روش های تبلیغی ائمه (علیه السلام) است. ولی نواقص ایشان اینست فاقد نظام علمی و بدون توجه به تاثیر ویژگی ها بر فرآیند و برآیند تبلیغ اسلامی نگارش شده است. که فرق کلی اش با این رساله است. این کتاب به عنوان پیشینه مورد استفاده پژوهش حاضر قرار خواهد گرفت. در پژوهش حاضر شخصیت علمی - معنوی مبلغ بر اساس نظام علمی و با توجه به تاثیر شخصیت مبلغ بر فرآیند و برآیند تبلیغ اسلامی مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

### ۴- کتاب: موفقیت در تبلیغ

مؤلف محمدحسن نبوی: موفقیت در تبلیغ: در این کتاب آیات و روایات مرتبط با تبلیغ را جمع آوری کرده است. ولی نواقص ایشان اینست بدون کدام تحلیل و بررسی دقیق پرامون آیات و روایات صورت گرفته است. بدون توجه به تاثیر ویژگی ها شخصیتی مبلغ بر فرآیند و برآیند تبلیغ اسلامی نگارش شده است که فرق مهم اش با این پژوهش است. این کتاب به عنوان پیشینه مورد استفاده پژوهش حاضر قرار خواهد گرفت. اما تمرکزش این پژوهش بر ویژگیهای شخصیت علمی و معنوی مبلغ بر فرآیند و برآیند تبلیغ اسلامی قرار خواهد گرفت.

### ۵- کتاب: تبلیغ دینی شاخصه ها و بایسته ها

مؤلف حسین شرقی: تبلیغ دینی شاخصه ها و بایسته ها: در این کتاب آیات و روایات را که مرتبط با تبلیغ است. جمع آوری کرده ولی نواقص ایشان اینست. که به شخصیت علمی و معنوی مبلغ نپرداخته

است. این مجموعه به عنوان پیشینه مورد استفاده پژوهش حاضر قرار خواهد گرفت، اما تمرکز این پژوهش بر ویژگیهای شخصیت علمی و معنوی مبلغ خواهد بود.. که فرق کلی با این تحقیق است. لذا در پژوهش حاضر به تأثیرات شخصیت علمی و معنوی مبلغ بر فرآیند و برآیند تبلیغ اسلامی پرداخته خواهد شد.

### ۶- کتاب: گفتار رفیعی

مؤلف ناصر رفیعی محمدی: گفتار رفیعی: این کتاب دارای دو جلد است که هر دو آن در باره تبلیغ است در این کتاب به ویژگیهای مبلغ اشاره نموده است از آیات و روایات خوبی استفاده نموده است ولی نواقص ایشان اینست. که به شخصیت علمی و معنوی مبلغ پرداخته است. اما تمرکز این پژوهش بر ویژگیهای تأثیر شخصیت علمی و معنوی مبلغ بر فرآیند و برآیند تبلیغ اسلامی خواهد بود.. ولی فرق که با پژوهش ما دارد از نظر تأثیر گذاری است که هیچ گونه اشاره به آن نکرده است و فقط به ویژگیها و او صاف مبلغان پرداخته است. این مجموعه به عنوان پیشینه مورد استفاده پژوهش حاضر قرار خواهد گرفت.

### ۷- مقاله: ویژگی های مبلغ از دیدگاه قرآن

مؤلف آیت الله ناصر مکارم شیرازی: ویژگی های مبلغ از دیدگاه قرآن: آنچه در این مقاله ذکر شده برگرفته از فرمایشات آیت الله ناصر مکارم شیرازی که در نشست باگروهی از طلاب داشته است می باشد. که تلخیص شده و به صورت مقاله تنظیم گردیده است. در چند آیه نیز پنج مورد از ویژگیهای مبلغ بیان شده است. ولی نواقص این مقاله اینست به تأثیرات شخصیت علمی و معنوی مبلغ بر فرآیند و برآیند تبلیغ اسلامی پرداخته است که در این تحقیق شخصیت علمی و معنوی مبلغ مورد بررسی قرار می گیرد. این مقاله به عنوان پیشینه مورد استفاده پژوهش حاضر قرار خواهد گرفت.

### ۸- مقاله: ویژگیهای مبلغان و معیارهای تبلیغ در قرآن

مؤلف محقق عبدالکریم پاک نیا: ویژگیهای مبلغان و معیارهای تبلیغ در قرآن: در این مقاله ویژگی های مبلّغ با تکیه بر معیار های قرآنی نگاشته شده است ولی نواقص این مقاله در اینست به احادیث کمتر توجه شده است. به تاثیر شخصیت علمی-معنوی مبلّغ بر فرآیند و برآیند تبلیغ نپرداخته است. در این تحقیق تمرکز اش به تاثیر شخصیت علمی و معنوی مبلّغ بر فرآیند و برآیند تبلیغ اسلامی خواهد بود. این مقاله به عنوان پیشینه مورد استفاده پژوهش حاضر قرار خواهد گرفت.

### ۹-مقاله: صفات و ویژگیهای تربیتی مبلّغان از منظر قرآن

مؤلف محقق کریم احمد شمس آبادی: صفات و ویژگیهای تربیتی مبلّغان از منظر قرآن: در این مقاله ویژگی های مبلّغ با تکیه بر معیار های تربیتی تنظیم شده است. ولی نواقص این مقاله در اینست. به رویکردهای تبلیغی و نظام تبلیغ کمتر توجه دارد. از طرفی به تاثیرات شخصیت علمی و معنوی مبلّغ بر فرآیند و برآیند تبلیغ اسلامی نه پرداخته است که در این تحقیق به آن پرداخته خواهد شد. این مقاله به عنوان پیشینه مورد استفاده پژوهش حاضر قرار خواهد گرفت.

### ۱۰-مقاله: شرایط و ویژگیهای تبلیغ و مبلّغان

مؤلف علی اصغراکبریان: مقاله شرایط و ویژگیهای تبلیغ و مبلّغان: بخش عمده مقاله حاضر به شرایط تبلیغ و ویژگی های تبلیغ پرداخته و در ذیل این بحث ویژگی های مبلّغ را جزئی و گذرا مطرح نموده است. ولی نواقص این مقاله در اینست. تاثیر شخصیت علمی و معنوی مبلّغ بر فرآیند و برآیند تبلیغ اسلامی مغفول واقع شده است. توجه به شخصیت علمی-معنوی مبلّغ در یک نظام علمی و بررسی تاثیرات آن بر فرآیند و برآیند تبلیغ از تفاوت های مقاله یاد شده با تحقیق حاضر می باشد. و از طرفی معرفی الگوی صحیح شخصیت علمی، معنوی مبلّغ اسلامی ضروری می باشد. این پژوهش درصدد جمع آوری و تحلیل مجموعه آیات و روایات پیرامون تأثیرات شخصیت علمی، معنوی مبلّغ بر فرآیند و برآیند تبلیغ اسلامی خواهد بود. این مقاله به عنوان پیشینه مورد استفاده پژوهش حاضر قرار خواهد گرفت.

مفهوم منتخب: کتب و مقالات به طوری مستقیم به این موضوع تأثیر شخصیت علمی و معنوی مبلغ بر فرآیند و برآیند تبلیغ اسلامی نپرداخته است به طوری منسجم اما نکات را مطرح نموده است که می شود از آن در این پژوهش به عنوان پیشینه استفاده کرد. که این نکته مهمترین فرق بین این پژوهش و پژوهش دیگران است که زحمات فراوان در این قسمت کشیده اند.

### ۸-۱-۱ روش تحقیق

روش، عبارت است از مجموعه فعالیت هایی که برای رسیدن به هدفی صورت می گیرد و روشهای پژوهش، در واقع ابزارهای دست یابی به واقعیت به شمار می رود.<sup>۱</sup>

برای انجام هر پژوهش و رسیدن به نتایج مورد نظر، روش های متعددی وجود دارد که محقق با توجه به اهداف، ماهیت، موضوع پژوهش و امکانات اجرای، روش خاص را انتخاب می کند در حقیقت هدف از انتخاب روش تحقیق آن است که محقق مشخص نماید چه شیوه و روش را اتخاذ کند تا او را هرچه دقیق تر، آسان تر، سریع تر و ارزان تر در دست یابی به پاسخ یا پاسخ هایی برای پرسش یا پرسش هایی تحقیقی مورد نظر کمک کند<sup>۲</sup> این تحقیق به آن جهت که به توصیف غیر کمی نگرش ها و مفاهیم مرتبط به موضوع و مسأله مورد نظر می پردازد، در زمره تحقیقات کیفی واقع می شود. هنگامی که داده ها نمایانگری از واقعیت ها، مفاهیم یا دستورالعمل ها باشد، یا داده ها به صورت واژه و نه به صورت عدد و رقم، به توصیف واقعیت ها بپردازد، آنها را داده های کیفی میگویند. این داده ها برای توصیف و تشریح شرایط محیطی یک پدیده به کار می رود. علاوه بر آن به کمک این داده ها می توان در باره روابط میان متغیرها و عمق و ساختار آنها به تدوین فرضیه پرداخت و سرانجام نظریه پردازی کرد. این گونه داده ها از طریق مشاهده، مصاحبه، استخراج اسناد و مدارک و امثال آن گرد آوری می شود<sup>۳</sup>

۱- علی، دلاور، روش تحقیق در روان شناسی و علوم تربیتی، ص ۲۱.

۲- عزت الله، نادری و مریم یوسف نراقی. روش های تحقیق در علوم انسانی، ص ۳۱.

۳- زهره سرمد؛ عباس بازرگان و الهه حجازی، روش های تحقیق در علوم فناوری، ص ۱۳۲.