



دانشگاه علامه طباطبائی

دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی

پایان نامه دوره کارشناسی ارشد

تاریخ و فلسفه آموزش و پرورش گرایش تعلیم و تربیت اسلامی

"بررسی جایگاه تربیتی مبلغ در قرآن کریم"

استاد راهنما

حجت الاسلام و المسلمین دکتر سعید بهشتی

استاد مشاور

دکتر محمدحسن آموزگار

استاد داور

حجت الاسلام و المسلمین دکتر سیدصدرالدین شریعتی

نگارش

احمد شم آبادی

۱۳۹۲

چکیده

در جهان امروز، تمام ادیان و مکاتب و... برای جذب انسان‌ها به افکار و عقاید مختلف تبلیغات وسیعی صورت می‌گیرد. دین مبین اسلام که دین انسان‌سازی مانند ادیان الهی دیگر از دیرباز این نکته حایز اهمیت می‌شمرد، زیرا که اساس دین اسلام به تزکیه و تربیت است. این اهمیت و ضرورتی که به این امر نشان داده شده است لازمه این تحقیق بوده که به برخی سوالات پاسخ داده شود. این تحقیق جز تحقیقات کیفی و از نوع پژوهش‌های بنیادی بوده و به دنبال سوالات اساسی در حوزه نظر می‌باشد که از روش تحلیل متون و بصورت مطالعه کتابخانه‌ای و از طریق رجوع به رساله‌ها، متون و کتب معتبر در این رشته صورت گرفته است. رسالت این پژوهش، بررسی تبلیغ مورد نظر قرآن کریم، اهداف این تبلیغات و همچنین نگاهی به ویژگی‌ها (در حوزه‌های شناختی، عاطفی و رفتاری) و وظایف مبلغان از دیدگاه قرآن کریم و بررسی ارتباط هر یک از این اهداف، وظایف و ویژگی‌ها با اصول و اهداف تربیت نشان از یک سیستم کاملاً تربیتی دارد که مبلغ وظیفه تربیتی بر دوش می‌کشد نه صرف معرفی و تبلیغ. در صفات شناختی می‌توان به "آگاهی و بصیرت" و "مردمی و درآشنا" مورد مطالعه قرار گرفته است. ویژگی‌های مهربانی، تواضع، ایمان به اهداف، امیدواری به وعده‌های الهی و خلوص نیت از صفات عاطفی مبلغ مورد بررسی قرار گرفت و در نهایت در حوزه شناختی به صفات عامل به علم خود بودن، شجاعت، عدل‌ورزی، راستی، آراستگی، قناعت، وقت‌شناسی و توکل مبلغ اشاره شده است. در این تحقیق وظایف مبلغ به دو قسمت وظایف ایجابی و سلبی تقسیم شده است، که در قسمت وظایف ایجابی به وظایفی چون لزوم خودسازی، استمداد از پروردگار، علم‌آموزی، تکریم شخصیت دیگران، مدارا با مخالفان، مبارزه با طاغوت و در قسمت وظایف سلبی وظایفی همچون پرهیز از سخنان فاقد از پشتوانه علمی و عملی، دنیاطلبی، سلطه‌طلبی، تحریف، قضاوت‌های ناصواب، غفلت و تهمت زدن را مورد بررسی قرار داده است. مبلغ به صفات سیستم تبلیغاتی مدنظر قرآن، سیستم تربیتی است با مبانی و اصولی کاملاً مشخص که به گوشه‌هایی از این اصول بر اساس ارتباطات سیستم تبلیغی مد نظر قرآن اشاره شده است.

واژگان کلیدی: جایگاه تربیتی، مبلغ، قرآن کریم

فهرست

فصل اول: کلیات تحقیق

- ۱-۱ مقدمه ۱
- ۲-۱ بیان مساله ۲
- ۳-۱ ضرورت تحقیق ۳
- ۴-۱ اهداف تحقیق ۵
- ۵-۱ سوالات تحقیق ۵
- ۶-۱ تعریف واژگان ۶

فصل دوم: مبانی نظری و پیشینه تحقیق

- ۱-۲ مقدمه ۷
- ۲-۲ مبانی نظری ۷
- ۳-۲ پیشینه تحقیق ۱۰
- ۴-۲ جمع بندی پیشینه تحقیق ۱۷

فصل سوم: روش شناسی تحقیق

- ۱-۳ مقدمه ۱۹
- ۲-۳ نوع تحقیق ۱۹
- ۳-۳ روش تحقیق ۲۱
- ۴-۳ روش گردآوری اطلاعات ۲۳

فصل چهارم: یافته های تحقیق

- ۱-۴ مقدمه ۲۵
- ۲-۴ بررسی سوال اول تحقیق: تبلیغ چه مفهومی دارد؟ ۲۶
- ۱-۲-۴ تبلیغ در لغت ۲۶
- ۲-۲-۴ تبلیغ در قرآن ۲۶
- ۳-۴ بررسی سوال دوم تحقیق: اهداف تبلیغ از منظر قرآن کریم چیست؟ ۲۹
- ۱-۳-۴ دعوت به توحید و اجتناب از طاغوت: ۲۹
- ۲-۳-۴ توجه دادن به معاد: ۳۱
- ۳-۳-۴ زنده کردن دلها: ۳۲
- ۴-۳-۴ تعلیم و تزکیه ۳۳
- ۴-۴ بررسی سوال سوم تحقیق: از منظر قرآن کریم مبلغ باید چه ویژگی هایی را دارا باشد؟ ۳۵
- ۱-۴-۴ ویژگی شناختی مبلغ از منظر قرآن کریم ۳۵
- ۱-۱-۴-۴ آگاهی و بصیرت ۳۵
- ۲-۱-۴-۴ مردمی و درد آشنا ۴۱
- ۲-۴-۴ ویژگی های عاطفی مبلغ از منظر قرآن کریم ۴۵

۴۵.....	۱-۲-۴-۴ مهربانی
۵۱.....	۲-۲-۴-۴ تواضع
۵۸.....	۳-۲-۴-۴ ایمان به اهداف
۵۹.....	۴-۲-۴-۴ امیدواری به وعده های الهی
۶۲.....	۵-۲-۴-۴ خلوص نیت
۶۹.....	۳-۴-۴-۴ ویژگی های رفتاری مبلغ از منظر قرآن کریم
۶۹.....	۱-۳-۴-۴ عامل به علم خود بودن
۷۷.....	۲-۳-۴-۴ شجاعت و استقامت
۸۲.....	۳-۳-۴-۴ عدل ورزی
۸۷.....	۴-۳-۴-۴ سعه صدر
۹۳.....	۵-۳-۴-۴ صدق و راستی
۹۷.....	۶-۳-۴-۴ آراستگی و تمیزی
۱۰۱.....	۷-۳-۴-۴ قناعت و ساده زیستی
۱۰۵.....	۸-۳-۴-۴ نظم و وقت شناسی
۱۰۷.....	۹-۳-۴-۴ توکل به خدا
۱۱۰.....	۵-۴ بررسی سوال چهارم تحقیق: وظایف مبلغ از منظر قرآن کریم چیست؟
۱۱۰.....	۱-۵-۴ وظایف ایجابی (بایدها)
۱۱۰.....	۱-۱-۵-۴ خودسازی
۱۱۲.....	۲-۱-۵-۴ استمداد از پروردگار
۱۱۴.....	۳-۱-۵-۴ علم آموزی
۱۱۷.....	۴-۱-۵-۴ تکریم شخصیت دیگران
۱۲۵.....	۵-۱-۵-۴ مدارا و برخورد مناسب با مخالفان
۱۲۹.....	۶-۱-۵-۴ مبارزه با طاغوت و شرک
۱۳۰.....	۲-۵-۴ وظایف سلبی (نبایدها)
۱۳۰.....	۱-۲-۵-۴ پرهیز از سخنان فاقد پشتوانه علمی و عملی
۱۳۳.....	۲-۲-۵-۴ پرهیز از دنیاطلبی
۱۳۶.....	۳-۲-۵-۴ پرهیز از سلطه‌طلبی
۱۳۷.....	۴-۲-۵-۴ پرهیز از تحریف
۱۳۹.....	۵-۲-۵-۴ پرهیز از قضاوت ناصواب
۱۴۱.....	۶-۲-۵-۴ پرهیز از تهمت و قرار گرفتن در موضع تهمت
۱۴۳.....	۷-۲-۵-۴ پرهیز از غفلت

۱۴۴ ۴-۶- جمع‌بندی

فصل پنجم: خلاصه و نتیجه گیری

۱۴۵ ۵-۱ مقدمه

۱۴۶ ۵-۲ خلاصه نتایج تحقیق

۱۴۶ خلاصه نتایج مربوط به بحث های مفهومی

۱۴۹ خلاصه نتایج مربوط به بحث اهداف تبلیغ:

۱۵۰ خلاصه نتایج مربوط به بحث ویژگی ها و وظایف مبلغ

۱۵۳ ۵-۳ جمع‌بندی نتایج:

۱۵۳ اصل اول: استمرار و مداومت

۱۵۳ اصل دوم: توجه به تفاوت های فردی

۱۵۴ اصل سوم: اعتدال و میانه روی

۱۵۴ اصل چهارم: اصل پیوستگی و وابستگی اجزا

۱۵۴ اصل پنجم: آگاه ساختن و برانگیختن احساس کرامت و عزت نفس

۱۵۵ اصل ششم: تدریج

۱۵۶ ۵-۴ نتیجه گیری:

۱۵۹ ۵-۵ محدودیت های تحقیق

۱۵۹ ۵-۶ پیشنهادها

۱۵۹ الف- پیشنهادهای پژوهشی

۱۶۰ ب- پیشنهادهای کاربردی

۱۶۱ فهرست منابع

۱۷۰ Abstract

فصل اول

کلیات تحقیق

تبلیغ رساندن پیام است، با استفاده از ابزار ناسب و مؤثر. در جهان امروز، برای جذب انسان‌ها به افکار و عقاید مختلف تبلیغات وسیعی صورت می‌گیرد و صاحبان مکاتب برآند تا با استفاده از تبلیغ مناسب، مردم را پیرو خویش سازند و اندیشه‌های خود را بر آنان تحمیل کنند و در این میان بی‌گمان هر اندیشمندی می‌کوشد تا یافته‌هایش را به دیگران انتقال دهد؛ چرا که برایش کشف یک حقیقت، همانند سلطنت و پادشاهی بر هستی است و لذتی که اندیشمند از کشف خویش می‌برد، فراتر از هر لذت و خوشی است که انسان بتواند تصور آن را بکند. هیچانی که از هر کشف به اندیشمندان و دانشمندان دست می‌دهد، ایشان را سرخوش می‌سازد. او این سرخوشی و لذت را می‌خواهد به دیگران نیز انتقال دهد. این جا است که پیام‌های اندیشه‌ای شکل می‌گیرد.

تبلیغ، یعنی رساندن "الَّذِينَ يُبَلِّغُونَ رِسَالَاتِ اللَّهِ" (احزاب، ۳۹) یعنی حجاب‌ها و مانع‌ها را درنوردیدن، و رساندن سخن حق به مرکزی که باید برسد. مسئله تبلیغ، یکی از مسایل اساسی در حیات اجتماعی است، مخصوص یک دوره نیست. تبلیغ که به آن در قرآن، بلاغ، بیان، تبیین و تعبیراتی از این قبیل شده است، یکی از وظایف مقدس، وظیفه انبیا، وظیفه علما، وظیفه متفکران و دانایان و مصلحان است. تبلیغ، یعنی رساندن. رساندن چه؟ رساندن آن حقایقی به اذهان و دل‌های مخاطبان که بدون آن، دچار خسارت خواهد شد. این است که ارزش تبلیغ را بالا می‌برد. (شرقی، ۱۳۷۵، ص ۲۰۰)

تبلیغی که اسلام به آن امر می‌کند و علمای اسلام و روحانیت شیعه، در طول تاریخ به آن پایبند بوده‌اند، وظیفه‌ای است که هم جنبه الهی دارد، "لَتَبَيِّنَنَّ لِلنَّاسِ وَ لَا تَكْتُمُونَ" (آل عمران، ۱۸۷) هم جنبه انسانی دارد، چون دستگیری از دل‌ها و ذهن‌ها و انسان‌هایی است که دچار عدم علم، دچار شک و دچار جهالتند. تبلیغ، بلاغ و ابلاغ سه واژه اند از یک ریشه به معنی رسانیدن. (غلامی، ۱۳۷۷، ص ۷) هر تبلیغ بنا به ویژگی‌ها و شرایطش مبلغانی می‌خواهد خاص. خداوند تبارک و تعالی در قرآن این مساله را به عناوین و شکل‌های خاص نشان داده. با توجه به این که در این مطالعه سعی بر آن است که جایگاه مبلغان را به عنوان یک بحث کاملاً تربیتی در قرآن جستجو کنیم، در این فصل پس از بیان مساله به بیان ضرورت پرداختن به

این تحقیق خواهیم پرداخت و سپس اهداف و سوالات و در نهایت تعریف مدنظر این پژوهش از تبلیغ و تربیت این پژوهش را بیان خواهیم کرد.

۱-۲ بیان مساله

نه تنها در اسلام و ادیان الهی که بلکه امروزه در تمام حوزه‌ها بشر بدنبال تبلیغ دستاوردها و پیام‌های مورد نظر است. این تبلیغات به راهها و روش‌های گوناگون و از طریق رسانه‌ها و مبلغان متفاوتی صورت می‌گیرد. همه‌ی این مسایل و مسایل مربوط به آن این نکته را خاطر نشان می‌کند که تبلیغات و در نهایت مبلغان میزان قدرت نفوذ بر دیگران و ارائه دیدگاه‌های خود بر آنها را نشان می‌دهد. دین مبین اسلام که دین انسان‌سازی است از دیرباز این نکته حایز اهمیت می‌شمرد و در آیات و روایات متعددی بر اهمیت تبلیغ، شایستگی و بایستگی‌های مبلغ و... اشاره‌های زیادی شده است زیرا که اساس دین اسلام به تزکیه و تربیت است. از سوی دیگر تبلیغات، اهرم سیاست، فرهنگ، تجارت، قدرت نظامی و... در جهان امروز است. (رهبر، ۱۳۷۰، ص ۱۲۰) اولویت نخست، در دنیای امروز از آن تبلیغات است. اکنون تبلیغات بویژه در دیدگاه امپریالیسم، زیربنای سلطه جهانی و ستون فقرات نظام الحادی است، زیرا نظام سلطه از زمانی قدرت جهانی یافت که به آثار شگفت تبلیغات پی برد و تمام همّت خود را بر این قرارداد که به تأسیس و گسترش هزاران شبکه رادیو، تلویزیون و ابزار ارتباطی-تبلیغی و تربیت مبلغان اقدام کند و هر کجا که زمینه تبلیغی و یا وسیله ارتباطی بود، در تسلط و نفوذ بر آن کوشیده و با طرح خرید و مشارکت و غیر آن، به آنها دست یافت تا بتواند افکار خود را به دیگران القا کند و همچنین نیروهایی در جهات فکری خود تربیت کند. (شرقی، ۱۳۷۵، ص ۲۰۰) اما نکته اساسی و چالشی این خواهد بود که آیا اسلام و قرآن نیز از همین رو به تبلیغ و مبلغ نگاه می‌کند که به جای روشن کردن مسیر دیدگان مخاطبین را می‌بندد و آنها را به ابزار دستی برای خود جهت رسیدن به مقاصد خود می‌کند؟ مسلماً اینگونه نخواهد بود اما بر اساس چه منطق و دلایلی؟ برخی از ویژگی‌های تبلیغ مدنظر قرآن از جمله اشاره به عدم اجبار به پذیرش دین در برخی از آیات تا حدودی گویای این مهم است که بین دیدگاه تبلیغی اسلام و دیگر دیدگاه‌های تبلیغی تفاوت بسیار زیادی وجود دارد، اما اینکه این تبلیغ مدنظر قرآن آیا به دنبال تربیت افراد هست یا خیر و آیا مبلغان این نوع تبلیغ از

وجهه تربیتی برخوردار هستند یا خیر، نیازمند مطالعه در قرآن هست. مطالعات زیادی در بحث تبلیغ از منظر قرآن انجام شده اما اینکه این نوع تبلیغ از جایگاه تربیتی برخوردار است یا خیر، مطالعه‌ای صورت نگرفته. اهمیت و ضرورتی که این امر نشان داده شده است لازمه این تحقیق بوده که بر اساس این فرضیه که هدف از تبلیغ در اسلام و آنچه در قرآن آمده است چیزی جز تربیت کردن و پرورش دادن افراد در همه ابعاد وجودی نخواهد بود، با استناد به فرمایش امام علی(ع) که فرمودند: "خداوند متعال پیامبرانش را پی در پی به سوی مردم می‌فرستاد تا ... و از راه تبلیغ با ایشان گفت و گو نمایند و عقل‌های پنهان شده را بیرون آورده بکار اندازند." (نهج‌البلاغه، ۱۳۸۶، ترجمه دشتی، ص ۲۵، خطبه ۱) به بررسی برخی سوالات مطالعه دقیق‌تر برای استفاده و بهره بهتر از این امکان جهت تربیت و روشن‌سازی انسان‌ها پرداخته شود.

۱-۳ ضرورت تحقیق

خداوند متعال در قرآن کریم می‌فرماید: "وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا" چه کسی از جهت گفتار بهتر است از کسی که به سوی خدا دعوت می‌کند و عمل صالح انجام می‌دهد." (فصلت، ۳۳) رکن اساسی دین تبلیغ است و هدف از بعثت انبیای الهی نیز جز این نیست. (حجتی، عباسی مقدم، ۱۳۷۷، ص ۱۹۱) خداوند استعداد‌های فراوانی به انسان‌ها داده است. بعضی از این استعدادها در موجودات دیگر نیز به صورت محدود وجود دارد اما در انسان به صورت بی‌نهایت موجود است. زمینه‌ی رشد در انسان‌ها فراوان بوده و از راه شکوفایی استعدادها که خود مبتنی بر تعلیم و تربیت و محیط مساعد و تلاش و کوشش است، می‌توان به مراحل عالی رشد و کمال دست یافت.

خداوند متعال پیامبران خودش را یکی پس از دیگری برای همین هدف فرستاده است. حضرت امیرالمؤمنین علیه السلام در خطبه‌ی اول نهج البلاغه می‌فرماید: "و اتر الیهم انبیاءه لیستأدوهم میثاق فطرته و یدگروهم منسی نعمته و یحتجوا علیهم بالتبلیغ و یثیروا لهم دفائن العقول"؛ {خداوند متعال} پیامبرانش را پی در پی به سوی مردم می‌فرستاد تا عهد و پیمان خداوند را که جبلی آنان بود، بطلبند و به نعمت فراموش شده (توحید فطری) یادآوریشان کنند و از راه تبلیغ با ایشان گفت و گو نمایند و عقل‌های پنهان شده را بیرون آورده بکار اندازند. (نهج‌البلاغه، ۱۳۸۶، ترجمه دشتی، ص ۲۵، خطبه ۱)

یکی از اهداف فرستادن پیامبران بر اساس این تعبیر علی علیه السلام این است که دفینه‌ها و ذخیره‌های مغزهای انسان‌ها را استخراج کنند و استعدادهایشان را شکوفا سازند. و پیامبران الهی چنین کردند. کاملاً مشخص است نگاهی که به این امر شده متفاوت از نگاهی است که امروزه رایج بوده و صرفاً بدنبال جلب مشتری در حوزه های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی هستند می‌باشد.

با نگاهی به پژوهش‌های پیشرو در این زمینه می‌توان به این نکته رسید که: با تمام تلاش‌هایی که در این زمینه شده و استخراج و استنباط‌های تخصصی، اما جای نگاه تربیتی به تبلیغ قرآنی بسیار خالی است. به تعبیری می‌توان گفت از دریچه تربیتی (که اتفاقاً تأکیدات زیادی هم از سوی مراجع مهم اسلام یعنی قرآن، ائمه معصومین علیهم السلام شده) به تبلیغ نگاه نشده و آن را در سطح همان آگاهی دادن و رساندن پیام به مخاطبین نگاه داشته و بیشتر پژوهش‌ها بدنبال شیوه‌های نوین تبلیغ و یا مواردی از این قبیل بوده‌اند.

با توجه به این فرضیه که تبلیغ از نظر قرآن کریم دارای جایگاه ویژه‌ای در مباحث تربیتی دارد، در صورت تأیید این فرضیه راه برای استفاده بهتر و از مبانی، اصول و روش‌های تبلیغی در مباحث تربیتی و بالعکس در مقام نظر و عمل باز خواهد بود و می‌توان بهره بیشتری از این مباحث برد. همچنان که پیامبر اسلام صلی الله علیه و آله در دورانی به رسالت مبعوث شد که، مردم از نظر اعتقادی، اخلاقی و علمی بسیار عقب مانده بودند و به برکت وجود پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله این مردم همه چیز پیدا کردند. هم از نظر فکری و هم در بعد تزکیه‌ی اخلاقی و نیز در بُعد اقتصادی تقویت شدند. آن‌ها مردمانی منزوی بودند و به برکت پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله کار به جایی رسید که تا قلب اروپا پیش رفتند و آن جا را فتح کردند و این از نشانه‌های تربیت از طریق تبلیغ اسلام است. از نگاه دین مبین اسلام، بهره‌گیری از تبلیغات صحیح در دستیابی به هدف، ضرورت دارد. اصلی‌ترین وظیفه رسول اکرم(ص) و پیامبران الهی نیز همین بوده است که خداوند فرمود: "و ما علی الرسول آلاً البلاغ المبین" ؛ و برعهده پیامبر خدا وظیفه‌ای به جز تبلیغ آشکار نیست. (حجتی، عباسی مقدم، ۱۳۷۷، ص ۱۸۸)

بدون تردید، برای مردم جهان به ویژه مسلمانان، شناختن ابعاد و زوایای برنامه‌های متعالی اسلام و آگاهی از اهداف و انگیزه‌های آن ضرورتی انکارناپذیر است تا بتوانند با معرفت کامل به اندیشه‌های آسمانی آن آگاه شده و دستوراتش را عمل نمایند.

۱-۴ اهداف تحقیق

هدف کلی:

بررسی جایگاه تربیتی مبلغ در قرآن کریم

اهداف ویژه:

الف- بررسی مفهوم تبلیغ از منظر قرآن کریم

ب- تبیین اهداف تبلیغ از منظر قرآن کریم

ج- تبیین ویژگی‌های مبلغ از منظر قرآن کریم

د- تبیین وظایف مبلغ از منظر قرآن کریم

۱-۵ سوالات تحقیق

سوال اصلی:

جایگاه تربیتی مبلغ از منظر قرآن کریم چیست؟

سوالات فرعی:

الف- تبلیغ چه مفهومی دارد؟

ب- هدف تبلیغ از منظر قرآن کریم چیست؟

ج- از منظر قرآن کریم مبلغ باید چه ویژگی‌هایی را دارا باشد؟

د- قرآن کریم چه وظایفی را برای مبلغان بیان داشته است؟

۱-۶ تعریف واژگان

الف- تربیت:

"تربیت از ریشه «ربو» در لغت یعنی «غذا دادن و بزرگ کردن» و در اصطلاح مورد نظر: مجموعه تدابیر و روش‌هایی است که برای ایجاد، ابقاء، و اکمال و ادراکات، تمایلات، تصمیمات و اقدامات مطلوب در تربی صورت می‌پذیرد." (بهشتی، ۱۳۸۹، ص ۲۴)

"تعلیم و تربیت اسلامی «هرگونه اقدام هدایت‌گرانه‌ای که به منظور ایجاد، ابقاء، و اکمال استعدادهای ادراکی، میلی، ارادیو عملی مبتنی در چهار حوزه ارتباط با خدا، ارتباط با خود، ارتباط با دیگران و ارتباط با جهان بر مبنای قرآن، سنت، و عقل، به سوی هدف نهایی قرب مطلق الهی انجام می‌شود." (بهشتی، ۱۳۸۹، ص ۱۷)

ب- تبلیغ:

تبلیغ از ریشه «بلغ» به معنای رسانیدن، آگاه کردن، رسانیدن پیام، به انتهای هدف و مقصد رسیدن و یا انجام دادن کاری در پایان زمان و مکانی معین است. (دهخدا، ۱۳۷۷، ج ۴، ص ۱۲۰)

کلمه‌ی تبلیغ مترادف با ابلاغ است؛ «بلاغ» (اسم از این مصدر) به معنی رسیدن، پایان مقصد، خواه از لحاظ مکانی، زمانی، و یا یک ملاک دیگر. هم چنین «بلاغ» به معنای تبلیغ نیز هست. بنابراین تبلیغ و ابلاغ به مفهوم رساندن یک شی به پایان مقصد مورد نظر است. (ناجی، ۱۳۷۰، ص ۱۷)

ج- جایگاه تربیتی

در این پژوهش منظور از جایگاه تربیتی نیز، اشاره به ویژگی‌ها و وظایفی از مبلغ را دارد که بیشتر مرتبط با مسایل تربیتی بوده و می‌توان از آن برای رسیدن به اصول و روش‌های تربیتی استفاده نمود. این نوع از وظایف و ویژگی‌ها، در اصل نما و چهره تربیتی از یک مبلغ را نشان خواهد داد.

فصل دوم

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

این فصل به بررسی پیشینه این تحقیق برمی‌گردد از دو بخش الف- مبانی نظری و ب- پیشینه تحقیق تشکیل شده است. در بخش مبانی نظری به بررسی نظرات و دیدگاه صاحب نظرانی همچون امام خمینی(ره)، استاد شهید مطهری و علامه محمدحسین فضل الله در زمینه‌ی تبلیغ، پرداخته می‌شود و در نهایت پس از جمع بندی نظرات، به نکات مهمی که ما را در این پژوهش یاری کند پرداخته خواهد شد. در بخش پیشینه تحقیق به طور کلی به بررسی پژوهش‌هایی که مرتبط با پژوهش ما خواهد بود پرداخته خواهد شد و اینکه پژوهش ما چه وجه تمایزی با هر یک از این پژوهش‌ها دارد و در این پازل کدام قسمت خالی را پر خواهد کرد.

۲-۲ مبانی نظری

در این بخش مروری خواهیم داشت از خلاصه نظرات و دیدگاه چند تن از بزرگان و صاحب نظران در مورد مباحث تبلیغ، تعریف، اهداف و ... سپس جمع‌بندی خواهیم داشت از نظرات این بزرگان.

۲-۲-۱- امام خمینی(ره)

امام خمینی(ره) بنیانگذار جمهوری اسلامی ایران به عناوین متفاوت و در جمع قشرهای مختلف مردم از جمله روحانیون و دانشگاهیان به این مساله اشاره داشته و آنها را متوجه این مهم می‌نمودند. از نظر ایشان تبلیغ یعنی شناساندن خوبی‌ها و ترسیم بدیها و روشن ساختن نقاط کور در چارچوب اسلام ناب محمدی " تبلیغات که همان شناساندن خوبی‌ها و تشویق به انجام آن و ترسیم بدی‌ها و نشان دادن راه گریز و منع از آن است، از اصول بسیار مهم اسلام عزیز است. ان شاءالله در محدوده توانتان، نقاط کور و مجهول را برای مردم شریف ایران و جهان اسلام باز و روشن نمایید و چارچوب اسلام ناب محمدی که در ترسیم قهر و خشم و کینه مقدس و انقلابی علیه سرمایه داری غرب و کمونیزم متجاوز شرق است و نیز راه مبارزه علیه ریا و حيله و خدعه را به مردم و به خصوص جوانان سلحشورمان نشان دهید." (امام خمینی، ۱۳۶۸، ج ۲۱،

ص ۱۱۳)

هر چند از دیدگاه ایشان، تبلیغات امر مهمی تلقی می شود، اما این که به دلیل اشکالات و موانعی که در سر راه پدید می آید، مجبور شویم روش ها و تاکتیک ها را تغییر دهیم یا با تأخیر به اهداف خود برسیم، دلیل موجهی برای عدول از رعایت اصول نیست. امام خمینی (ره) هدف از تبلیغات را در نظام جمهوری اسلامی رساندن آوای حیات بخش و زندگی آفرین اسلام و بانگ افتخار آفرین توحید به مردم دربند و تحت ستم دنیا می داند. (امام خمینی، ۱۳۶۸، ج ۹، ص ۱۷۶) به طور قطع، راه مبارزه با سلطه تبلیغاتی دشمن، آگاهی بخشی و تبلیغات اصولی در تمامی زمینه هاست، به طوری که امام خمینی (ره) ارتقای سطح آگاهی های اسلامی و انقلابی آحاد ملت و تشریح مسائل اسلامی برای جلوگیری از ایجاد انحراف از سوی استکبار جهانی و سرسپردگان داخلی اش و زدودن آثار حکومت سیاه و طاغوتی شاهنشاهی را امر اجتناب ناپذیری می دانستند. ایشان در جای دیگری، تبلیغات را امر مهمی می دانند که باید برای رضایت خدا انجام شود و به همان اندازه یا بیشتر که تبلیغات برای مستکبران و زورگویان مضر است، برای مستضعفان مفید می باشد. (موگهی، ۱۳۸۴، ص ۳۸)

۲-۲-۲- استاد مطهری

شهید مطهری نیز در اغلب آثار خود کم و بیش، مستقیم و غیر مستقیم به بحث تبلیغ اشاراتی داشته اند. در کتاب هایی همچون؛ حماسه حسینی، سیری در سیره نبوی و ده گفتار بیانات ایشان ارتباط بیشتری با بحث تبلیغ دارد اما در آثار دیگرشان این ارتباط کمتر دیده شده اما همچنان وجود دارد همچون: اصول فلسفه و روش رئالیسم، مقالات فلسفی و شرح منظومه.

ایشان تبلیغ را مرحله شناساندن و خوب رساندن (مرحله شناخت) و یک وظیفه عمومی برای همه مسلمین دانسته اند و وظیفه ای که باید این احسان در آنها پیدا شود که به نوبه خودشان حامل پیام اسلام هستند. (حماسه حسینی، ج ۱، ص ۱۹۳) استاد این کار را بسیار مهم و سنگین می دانسته و به استناد به آیات قرآن (انشراح، آیات ۱ الی ۳) چنان سنگین می شمردند که به تعبیر قرآن «الذی انقض ظهرك، داشت پشت تو را می شکست». استاد همچنین در آثار خود به صورت پراکنده اشاراتی نیز به اهداف، ارزش، اقسام، اصول و روش و ... تبلیغ داشته اند اما نکته حائز اهمیت در رابطه با تبلیغ مد نظر شهید مطهری، ارتباط قوی و

مستقیم ایشان با قرآن و توجه به مفاهیم قرآنی در این زمینه است چرا که در اکثر موارد استنادات ایشان به قرآن کریم بوده و در بسط نظرات خود به تفسیر آیات قرآن پرداخته‌اند.

۲-۲-۳- محمدحسن فضل‌الله

علامه محمد حسین فضل‌الله، در کتاب گام‌هایی در راه تبلیغ این گونه بیان می‌دارد: وسیله تبلیغ باید منحصرأ در جهت هدف اسلامی باشد و باید تنها با یک وسیله به هدف رسید، تا مردم گمان نکنند که اگر چه هدف یکی است، اما وسیله‌ها بسیار است. مبلغ باید به گونه‌ای حرکت کند که راه و رسمش شخص و روشن باشد و به هیچ وجه با راه و رسم مکاتب و ادیان دیگر متنبه نشود. (فضل‌الله، ترجمه بهشتی، ۱۳۶۷، ص ۳۶) همچنین ایشان مسئولیت تبلیغی را متوجه همگان می‌داند و مبلغ را به آراسته شدن به علمی که در تبلیغ مورد نیاز است سفارش می‌کند. از نظر ایشان، مبلغ باید روحیه‌اش، روحیه رسالت باشد نه روحیه حرفه و شغل که در صدد جمع مال و ثروت. مبلغ باید به چشم رأفت و رحمت به مردم بنگرد و غمخوار آنها باشد. باید جامعه خود را بشناسد و از وضع سیاسی اجتماعی مردم خود مطلع باشد. در شخص مبلغ باید اسلام تجسم پیدا کند. او باید به گفته‌های خود مقدم بر دیگران عمل کند، روحیه‌ای قوی داشته باشد و هرگز به خود سستی و تنزل از اهداف مکتب خود راه ندهد. (فضل‌الله، ترجمه بهشتی، ۱۳۶۷)

البته مطالعات و نظرات در رابطه با تبلیغ و مسایل مربوط به آن بسیار بیش از این است که در اینجا آورده شده و این نظرات نیز به عنوان نمونه‌ای از این دیدگاهها بوده. آنچه مهم و حایز اهمیت است دریافت این نکته خواهد بود که، تبلیغ همانطور که (اشاره شد) در قرآن از جایگاه مهم و والایی برخوردار است، از نظر صاحب‌نظران اسلامی نیز مورد توجه بسیار قرار گرفته همه آنها تلاش بسیاری در زمینه نشر و ترویج این مهم داشته و دارند.

آنچه که بیش از هر چیز در توجه به نظرات بزرگان و صاحب‌نظران دینی در خصوص تبلیغ و مباحث پیرامونی آن، ما را متوجه به آن می‌کند، توجه به قرآن و فرامین این کتاب الهی، و الهام و استنباطی است که این بزرگان از آن، در تعاریف و اصول و قواعدی که برای تبلیغ برمی‌شمرده‌اند است. توجهی که باعث شده در مبانی و اصول و تاحدودی در روش‌های تبلیغ به اشتراک رسیده، اما توجه ویژه این پژوهش به تبلیغ صرفاً مباحث قرآنی، تفسیر و ترجمه آن نخواهد بود بلکه توجه به آیات الهی مرتبط با تبلیغ، با نگاهی تربیتی،

یعنی این مسایل چه ارتباطی با تربیت و مسایل تربیتی دارد و می‌شود این اصول و قواعد را در تربیت بکار بست.

۲-۳ پیشینه تحقیق

در رابطه با تبلیغ، شرایط و راهکارهای تبلیغی انبیا و معصومین مطالعات و پژوهش‌هایی انجام داده شده که هرکدام به دنبال روشن کردن وجهه‌ای از این مهم را داشته‌اند. در ادامه به تعدادی از این مطالعات که از انسجام و قوام پژوهشی بالاتری برخوردار هستند و به موضوع این تحقیق ارتباط بیشتری دارند مورد مطالعه قرار می‌گیرد.

ابوئی مهریزی (۱۳۷۲) در پژوهشی با عنوان "سیره تبلیغی امام صادق(ع)" به تبیین سیره امام صادق(ع) در تبلیغ اندیشه‌های خویش با توجه به اوضاع سیاسی، اجتماعی و فرهنگی زمان ایشان می‌پردازد. برای این منظور نگارنده ابتدا شرایط و وضعیت سیاسی حاکم بر مسلمین در زمان امام صادق(ع) را بررسی نموده تا روشن شود امام(ع) با چه حکومت‌هایی سروکار داشته و آنان با امام(ع) و جامعه مسلمین چه نوع رفتار و برخوردی داشته‌اند؟ و امام(ع) در آن جو حاکم چگونه بایستی فعالیت‌های خود را تنظیم می‌نمودند؟ نگارنده سپس به وضعیت فرهنگی جامعه پرداخته و مکتب‌های موجود در آن دوره به همراه عقاید و تفکرات و فعالیت‌های آنها را بطور اجمال مورد مذاقه قرار داده است تا روشن شود که اگر امام صادق(ع) توانست پایه- گذاری مکتب غنی جعفری را آغاز کند و فقه و کلام و حدیث شیعه را با یک حرکت علمی گسترده پربار کند بخاطر جو مناسبی بود که در اثر برخوردهای علمی بین مکاتب نارس و بحث‌های علمی متداول بین مکتب- های فرهنگی و بلوغ فکری(البته نسبی) آن زمان بود که مقداری از آن هم متأثر از جو سیاسی متزلزل اواخر حکومت بنی‌امیه و اوایل حکومت بنی‌عباس بود. بعد از این دو مطلب مهم که در بخش کلیات این پایان‌نامه گنجانده شده‌است، بخش دوم که مربوط به چگونگی تبلیغ و حاوی شیوه‌های تبلیغی، پیام‌های امام و مخاطبین ایشان است تدوین گردیده تا بدین‌وسیله مهمترین عناصر یک کار تبلیغی بررسی شده‌باشد و درفصل پایانی این بخش که مربوط به مخاطبین امام است شیوه‌های متفاوت برخورد امام با دسته‌های گوناگون مخاطبین تدوین شده و به روشنی مشخص گردیده که یک مبلغ موفق بایستی با هر یک از گروه‌های