



# تبلیغ در اسلام؛ مفہوم شناسے، ویژگیے ها و شرایط (با تاکید بر نظرات شهید مطهری)

سید حسنعلی سیاحی زاده فرد



اردیبهشت ۹۵

درس روش پژوهش در علوم اجتماعی

استاد نصرالهی

۲	مقدمه.....
۳	پیشینه تبلیغ.....
۴	تبلیغ.....
۴	معنای لغوی.....
۴	معنای اصطلاحی.....
۶	تبلیغ، موعظه و خطابه.....
۷	مقام تبلیغ (جایگاه تبلیغ از منظر قرآن).....
۸	شرایط تبلیغ موفق.....
۸	1. غنا و حقیقت پیام.....
۸	2. ابزار پیام رسانی.....
۸	3. روش و اسلوب صحیح.....
۹	4. پیام رسان.....
۹	الف) شناخت اسلام به صورت یک مکتب.....
۹	ب) مهارت به کارگیری وسایل تبلیغ و شناسایی آنها.....
۱۰	وظیفه مبلغ.....
۱۱	سخن پایانی.....

تبلیغ یکی از مهم ترین مسائل دنیای اسلام، نه در دنیای امروز بلکه از همان ابتدای شکل گیری در دستور کار پیغمبر (صلی الله علیه و آله و سلم) بوده است و همیشه یکی از بخش های مهم برنامه ریزی رهبران دینی بوده است. «اگر بگویم مقام تبلیغ در اسلام، رساندن پیام اسلام به مردم، معرفی و شناساندن اسلام به صورت یک مکتب، از مرجعیت تقلید کمتر نیست تعجب نکنید. مقامی است در همان حد.» (مطهری، ۱۳۶۳: ۳۸۸) اگرچه این مسئله مختص به دین اسلام و یا ادیان نیست ولیکن از آن جهت که مذهب اصیل ترین و کهن ترین اندیشه ای است که با عقل و احساس و ایمان انسان در طول تاریخ آمیخته بوده است، از نظر وسعت تبلیغات، عقاید و اندیشه های مذهبی بیش ترین کاربرد را در تبلیغ به خود اختصاص داده اند. (وزینی، ۱۳۹۰: ۱۵۰) از این رو است که در صدد آمدم تا مفهوم تبلیغ را در اسلام با تاکید بر سخنرانی ها و نظرات استاد شهید مطهری - به عنوان یک اسلام شناس - از ابعاد مختلف، تبیین کنیم.

کلیدواژه ها: تبلیغ، اسلام، استاد شهید مطهری (رحمة الله علیه)

## پیشینه تبلیغ

خدای متعال انبیا(علیهم السلام) را برای تبلیغ و تعلیم قرار داده است و اولین مبلغ، حضرت آدم(علیه السلام) بوده است که افتخار ابلاغ پیام خداوند را به فرشتگان یافته است. (قال یا آدم انبئهم بأسمائهم)<sup>۱</sup> «ای آدم! آنها را از اسامی [و اسرار] این موجودات آگاه کن.» تبلیغ از نگاهی دیگر با آغاز خلقت انسان و هبوط انسان بر زمین پیوند دارد. آیه ۳۸ سوره بقره حاکی از این امر است: «قلنا اهبطوا منها جميعا فإما ياتينكم مني هدى فمن تبع هدى فلا خوف عليهم ولا يحزنون» «گفتیم همگی [به زمین] فرود آید. هرگاه هدایتی از طرف من برای شما فرود آمد، کسانی که از آن پیروی کنند، نه ترسی بر آن ها است و نه ناراحتی. (وزینی، ۱۳۹۰: ۱۴۹) هم چنین در آیات دیگری نشانه هایی از هدایت بشریت در تمامی زمانها داریم که تا امت بر زمین بوده است، رسول نیز بوده است. (لقد بعثنا فی کل أمة رسولا)<sup>۲</sup> «در هر امتی رسولی برانگیختیم».

به طور خلاصه می توان گفت که تاریخ انبیا خود ترسیم گر تاریخ تبلیغات است و پیامبران(علیهم السلام) همگی به نوعی پایه گذاران تبلیغ بوده اند.

<sup>۱</sup> بقره/۳۳

<sup>۲</sup> نحل/۳۶

## معنای لغوی

در زبان فرهنگ اسلامی سه واژه تبلیغ، ابلاغ و بلاغ از ریشه های «بلغ» که در لغت به معنای رساندن است، بسیار استعمال شده است. تبلیغ با کلمه ایصال و وصول معنای نزدیکی دارد. در زبان فارسی هردو به معنای «رساندن» است ولی در زبان عربی کلمه ایصال به معنای رساندن یک شیء به دست کسی یا در حوزه کسی است. یعنی در مورد امور مادی به کار می رود ولی «ابلاغ» به معنی رساندن یک فکر یا پیام استعمال می شود یعنی در مورد رساندن چیزی به فکر و روح و ضمیر و به قلب کسی به کار می رود. به عبارت دیگر، تبلیغ نمی تواند یک امر مادی باشد. (مطهری، ۱۳۶۳:۳۰۲)

## معنای اصطلاحی

اما معنای لغت تبلیغ در اصطلاح امروزی چیست؟ آیا تبلیغ در معنای رایج اصطلاح امروزی، با معنای تبلیغ در اسلام یکی است؟ برای رسیدن به پاسخ ابتدا به نظر شهید مطهری و مقام معظم رهبری (مد ظله العالی) مراجعه می کنیم. در امروزه تبلیغ معنای راست و دروغ جور کردن و در واقع فریب کاری و اغفال باری به خورد مردم دادن یک کالا است؛ یعنی مفهوم اغفال به خودش گرفته است. (مطهری، ۱۳۶۳:۳۰۱) مقام معظم رهبری (مد ظله العالی) نیز در تبیین معنی تبلیغ می فرمایند: «تبلیغ در اصطلاح ما همان تبلیغ قرآن است. یعنی رساندن واقعیت به مردم و آنها را از بی خبری خارج کردن ... در عرف دنیا تبلیغات و پروپاگاندا؛ عبارت از جلب کردن نظرها به یک چیز است... این مفهوم تبلیغات در دنیای امروز است؛ یعنی چیزی را که نیست، هست جلوه دهند؛ یا چیزی را که هست، صد برابر بزرگ کنند و آب و رنگ و لعاب و شکل بزک کرده به آن بندهند؛ اما ماهیت کار ما غیر از این است. ما حقیقت درخشنده ای به نام توحید داریم. ... تبلیغ یعنی ما آن حقیقت را به مغزها و ذهن ها برسانیم.»<sup>۱</sup> علی وزینی در مقاله ای در انتشارات مبلغان، تعریفی نسبتاً جامع از معنای امروزی اصطلاح ارائه داده است و اذعان دارد که در اصطلاح به معنای رساندن کامل پیام، خبر، سخن، فکر و اندیشه به دیگری و فراخواندن او به یک دین، ایده، عقیده، مسلک و روش است که با تمام توان می کوشد تا محتوای پیام دینی را به فکر دل مخاطب خود برساند. (وزینی، ۱۳۹۰:۱۵۴)

<sup>۱</sup> به نقل از سایت <http://shiaha.com>

در مقاله ای ترجمه شده از پروفیسور مولانا در مجله معرفت نیز آمده است که ، تبلیغ، انتشار و پخش نوعی اصل، عقیده یا عمل و روش است. به عبارت دقیق تر، به معنای افزایش و گسترش یک عقیده از طریق بازتولید طبیعی است. (مولانا، ۱۳۸۹:۱۱۷)

به نظر می رسد که در تمامی تعاریف ارائه شده - چه از نظر اصطلاح رایج در دنیای نوین و چه از نظر اسلام شناسان- هسته های مشترکی برای تعریف تبلیغ وجود دارد. یکی از آنها مسئله «رساندن پیام» به شخص دیگری است. همانطور که شهید مطهری نیز می گوید، همه بر این امر اذعان داشتند که تبلیغ از جنس امور مادی نیست و رساندن پیامی است - حاوی اطلاعات دینی یا غیر دینی - به طرف مقابل. پس یک رکن اصلی در تبلیغ ، رساندن پیام به مخاطب است. هسته دیگری که در تعاریف به نظر می رسد مهم است، جلب توجه کردن است. تبلیغ نمی تواند بدون جلب توجه انجام شود و به تعبیری میتوان ادعا کرد که تبلیغ بدون جلب نظر مخاطب را نمی توان تبلیغ نامید. در تمامی تعاریف فوق نیز واضح است که مسئله «جلب توجه مخاطب» از اهمیت فوق العاده ای برخوردار است. اکنون شاید این سؤال پیش آید که دلیل اصلی تفاوت صاحب نظران اسلامی و غربی در تعریف تبلیغ چیست؟ به نظر می رسد که تفاوت اصلی و مهم در هدف و شیوه است. هدف در اسلام تبلیغ دین و حقیقت است. هدف مقدس است و مشروع، بابر این وسیله مشروع می خواهد. هدف وسیله را توجیه نمی کند. هرگز انبیا در سیره و روش خودشان، برای رسیدن به حق از باطل استفاده نمی کنند. (مطهری، ۱۳۷۷:۱۲۱) این جاست که مشخص می شود چرا مقام معظم رهبری در نقد تبلیغ غربی آنگونه حرف می زنند. غرب تبلیغ را وسیله ای برای رسیدن به هدف می داند و از این رو از هر وسیله ای استفاده خواهد کرد تا پیام خود را به مخاطب برساند - چه با کلک چه به شکل صحیح.

بنابر این می توان در تعریف تبلیغ گفت: تبلیغ رساندن پیام-که می تواند از جنس عقیده، اصول و آرمان باشد- از شخصی به شخص یا اشخاص دیگر به همراه جلب نظر آنها است.

## تبلیغ، موعظه و خطابه

جهت واکاوی و فهم دقیق تر مفهوم تبلیغ بهتر است کلمات هم ارز و معادل آن را که در عامه مردم نیز استعمال فروانی دارد، با یک دیگر مقایسه کنیم. در قرآن واژه های معادل بسیاری هم ارز تبلیغ، از جمله هدایت، دعوت، ارشاد و ... وجود دارد. در این بخش به بررسی و تبیین تفاوت تبلیغ با دو کلمه شبیه به آن یعنی موعظه و خطابه می پردازیم.

شاید برخی معتقدند که موعظه همان تبلیغ در اسلام است و خطابه نیز به همین شکل و از این الفاظ به جای یکدیگر استفاده می کنند. در صورتی که این چنین نیست و این کلمات اگرچه به یک معنا یکی هستند ولی در اصل متفاوت از یکدیگر هستند.

خطابه یعنی سخنرانی. یک هنر است و یکی از فنون ۵ گانه منطق است و با دین ارتباط نزدیکی دارد به نحوی که می توان گفت، خطابه با دین گرده خورده است؛ زیرا هنری است که دین همانند سایر هنرها آن را در جهت نشر معارف خود به خدمت گرفته است. (مطهری، ۱۳۶۶: ۲۳۱)

موعظه کلامی است که به دل نرمی و رقت می دهد، قسوت را از دلی بیرون می برد و خشم و شهوت را فرو می نشاند، هواهای نفسانی را تسکین می دهد، به دل صفا و جلا می دهد. (مطهری، ۱۳۶۶: ۲۶۴) موعظه با خطابه فرق دارد. خطابه صنعت است و جنبه فنی و هنری دارد. به علاوه اینکه خطابه تحریک احساسات و عواطف است به نحوی از انحا، اما موعظه صرفاً به منظور تسکین شهوات و هوای نفسانی است و بیشتر جنبه منع و ردع دارد. اگر هدف خطابه را مطلق اقناع بدانیم، وعظ و موعظه هم قسمتی از خطابه است. (مطهری، ۱۳۶۶: ۲۴۳)

همانطور که پیدا است، خطابه یکی از راه های تبلیغ است و یکی از مصادیق آن و واضح است که معنای خطابه هیچ گاه به جامعیت معنای تبلیغ در رساندن پیام نیست.

## مقام تبلیغ (جایگاه تبلیغ از منظر قرآن)

«داستان بعثت موسی بن عمران را به رسالت شنیده اید. ناگهان در نقطه ای از آن بیابان نوری را می بیند ( در وادی طور، وادی سینا). می رود آن جا و معلوم می شود که آتش نیست. ندا می رسد که از این به بعد رسول ما هستی. یعنی مبلغ خدا هستی، پیام ما را باید به فرعون و فرعونیان برسانی. موسی می فهمد که یک مبلغ شرایطی دارد. پیغمبری خودش را کافی نمی داند، تقاضایی دارد: «رب اشرح لی صدی»<sup>۱</sup> خدایا به من حوصله فراوان بده، شرح صدر بده آنچنان که عصبانی نشوم، ناراحت نشوم، به تنگ نیایم، دریا دلم کن که کار تبلیغی دریا دلی می خواهد. «و یسر لی امری»<sup>۲</sup> انی ماموریت سنگین را بر من آسان گردان. ... موید این مطلب، مطلبی است راجع به پیغمبر اکرم که قرآن راجع به ماموریتش یعنی تبلیغ اسلام و هدایت مردم می فرماید: «انا سنلقى علیک قولاً ثقیلاً»<sup>۳</sup> عن قریب یک با سنگین به دوش تو خواهیم گذاشت. باری است که به دوش پیغمبر سنگینی میکند! موسی در ادامه تقاضاهای خود گفت: «واحلل عقدة من لسانی»<sup>۴</sup> خدایا گره از زبان من باز کن. به من بیانی رسا و گوارا بده، سخنوری و ناطقه بده، «یفقهوا لی قولی»<sup>۵</sup> به من قدرت تفهیم بده که آن حقیقتی را که به من وحی می کنی به مردم اقا کنم و مردم بفهمند. ... ببینید درخواست های موسی (علیه السلام): «رب اشرح لی صدی. ویسر لی امری. و احلل عقدة من لسانی. یفقهوا لی قولی. و اجعل لی وزیراً من اهلی. هرون اخی» صد در صد منطبق است با آنچه که درباره پیغمبر اکرم انجام یافته است: «الم نشرح لک صدرک. و وضعنا عنک وزرک. الذی انقض ظهرك. و رفعنا لک ذکرک. فان مع العسر یسرا. ان مع العسر یسرا. فاذا فرغت فانصب.» ... از همه این ها چه نتیجه میگیریم؟ نتیجه میگیریم که در منطق قرآن، کار تبلیغ، کار هدایت و ارشاد مردم، کار بسیار پیچیده و بسیار دشواری تلقی شده است. درحالی که در جامعه ما کوچک گرفته می شود.»

(مطهری، ۱۳۹۰: ۳۹۲-۳۹۰ باکمی تلخیص)

<sup>۱</sup> طه/۲۵

<sup>۲</sup> طه/۲۶

<sup>۳</sup> مزمل/۵

<sup>۴</sup> طه/۲۷

<sup>۵</sup> طه/۲۸



## شرایط تبلیغ موفق

همانطور که گفته شد، تبلیغ عبارت است از انتقال پیام. بنابراین می توان جهت بیان شرایط تبلیغ موفق، شرایط موفقیت یک پیام را بررسی کرد.

از نظر شهید مطهری، شرایط موفقیت یک پیام به چهار عامل بستگی دارد که ما هر کدام را به طور مجزا بررسی خواهیم کرد.

۱. **غنا و حقیقت پیام:** اولین شرط پیام، عقلی بودن و قدرت و نیرومندی محتوای آن است. یک پیام در درجه اول باید منطقی باشد تا بتواندن برای همیشه قابل دوام نیست. همچنین برای این که محتوای یک پیام غنی و نیرومند باشد، باید احساسات بشر انطباق داشته باشد. زیرا انسان کانونی دارد غیر از کانون عقلی به نام کانون احساسات که نمی توان آن را نادیده گرفت. حدیثی است منقول از پیامبر اکرم که «الاسلام یعلو و لایعلی» بدین مفهوم که منطق اسلام منطق پیروز است و هیچ منطقی نمی تواند بر آن حاکم و مسلط شود. (مطهری، ۱۳۶۳: ۳۰۷-۳۰۴)

۲. **ابزار پیام رسانی:** اگر بخواهد پیامی به مخاطب برسد، بدون شک احتیاج به وسیله و ابزار دارد. حداقل چیز خود سخن است. البته باید در نظر داشت که از هر وسیله ای نمی توان برای تبلیغ دین استفاده کرد. برای هدف مقدس، باید از وسیله مشروع استفاده کرد. فصاحت یکی از وسیله های مهم در تبلیغ در اسلم شناخته می شود که در کلام قرآن و معصوم بسیار دیده می شود. (مطهری، ۱۳۶۳: ۳۱۴-۳۱۲)

۳. **روش و اسلوب صحیح:** یکی از شرایط موفقیت در هر کاری استفاده از روش صحیح است. تبلیغ که رساندن پیام به مردم و جلب نظر کردن آن ها به سمت معارف دین است، اگر از روش صحیح استفاده شود، منجر به نتیجه مطلوب خواهد شد و الا ممکن است نتیجه عکس بدهد. (مطهری، ۱۳۶۳: ۳۱۵) اگرچه این نکته را دوباره قابل ذکر می دانم که روش های صحیح باید مطابق با هدف باشند و هر روشی و اسلوب و وسیله ای برای تبلیغ مجاز به استفاده نیستند. برخی از روش های صحیح تبلیغ که شهید مطهری به آن ها اعتقاد ویژه ای دارند عبارت اند از: بلاغ مبین، ناصح بودن،

متکلف سخن نگفتن، پرهیز از خشونت، تفاوت نگذاشتن میان مردم در تبلیغ، صبر و استقامت در تبلیغ. (مطهری، ۱۳۶۳: ۳۴۱-۳۲۷)

۴. **پیام رسان:** یکی از مهم ترین شرایط تبلیغ موفق، این است که پیام رسان دارای یک سری شرایط خاص باشد. پیام رسان اهمیت خیلی ویژه ای در ارتباطات دارد. از آنجا که این پیام رسان است که تصمیم می گیرد چگونه، کی، به چه کسی و چه زمانی پیام را انتقال دهد. ضرب المثل معروف «سخنی کز دل برآید بر دل نشیند» می تواند بیانگر اهمیت پیام رسان باشد به نحوی که میتوان گفت تمامی زحمات دین قرار است به وسیله یک شخص، تبلیغ شود و اگر این شخص ناموفق بشود - به هر دلیلی - تبلیغ ناکام خواهد ماند. از منظر شهید مطهری مبلغ خوب دارای دو ویژگی عمده مهم است:

**الف) شناخت اسلام به صورت یک مکتب؛** کسی که می خواهد پیام اسلام را برساند باید بداند که ماهیت پیام (یعنی اسلام) چیست؟ بدان هدف چیست؟ اصول چیست؟ احکام چیست؟ اسلام یک مجموعه هماهنگ است؛ یعنی تک تک شناختن هم کافی نیست و فایده ندارد. (مطهری، ۱۳۶۳: ۳۸۹)

**ب) مهارت به کارگیری وسایل تبلیغ و شناسایی آنها؛** اولاً مهارت در به کارگیری وسایل تبلیغ، ثانیاً شناسایی آن ها بسیار مهم است. یعنی بدانند از چه چیز استفاده کند، از چه چیز استفاده نکند. بدون شک که خطیب باید یک سلسله مهارت های طبیعی داشته باشد که البته با تمرین و اکتساب تقویت شوند. (مطهری، ۱۳۶۳: ۳۹۴-۳۹۱)

اگرچه شهید مطهری در جایی دیگر از ویژگی دیگری نیز نام می برد که به نظر ویژگی بسیار مهمی است که به نظر شهید نیز این ویژگی از خصوصیات است که منجر به هدایت می شود و عامل اساسی در تبلیغ اسلامی است و آن اخلاص است.<sup>۱</sup> پیام رسان تا اخلاص نداشته باشد نمی تواند هادی باشد. برکت را باید در اموری که خدا در آنها موج می زند یافت. هرچه اخلاص بیشتر، تاثیر آن بیشتر.

<sup>۱</sup> مطهری، مرتضی، ۱۳۶۶، ده گفتار

## وظیفه مبلغ

حدیثی از امام رضا(علیه السلام) است که می فرمایند: «انما جعلت يوم الجمعة لان الجمعة مشهد عام فاراد ان يكون للامير الى موعظتهم و ترغيبهم في الطاعة و ترهيبهم من المعصية»

یعنی در روز جمعه همه حاضر می شوند و یک مجمع عمومی از مسلمانان تشکیل می گردد. اسلام می خواهد که این برای پیشوا و زعیم مسلمین وسیله ای باشد که مردم را موعظه کند، به طاعت خدا تشویق و از گناهان بر حذر دارد. (مطهری، ۱۳۶۶: ۲۶۴)

همانطور که گفته شد، شهید مطهری معتقد است که مبلغ باید سه وظیفه ۱. موعظه ۲. تشویق به طاعت (تبشیر) ۳. برحذر داشتن از گناهان (تنذیر) را انجام دهد. یعنی تبلیغ خوب زمانی است که هم محتوا را برساند، هم تشویق به انجام آن و هم تنکیر عدم انجام آن را در بر داشته باشد. بعبارت دیگر هم بخش انتقال پیام از معنی تبلیغ در آن انجام شده باشد و هم بخش جلب نظر دیگران.

در این نوشته سعی شده است که تعریف و مفهومی از تبلیغ باتوجه به نظر شهید مطهری - بعنوان یک اسلام شناس - که درس ارتباطات نخوانده است، ارائه شود تا معلوم شود که تبلیغ از نظر اسلام صرف، به چه معنا است. این تحقیق می تواند مقدمه ای باشد بر کسانی که می خواهند در حوزه تبلیغات کار کنند و بخواهند مولفه های اسلامی تبلیغ را در تعاریف امروزی آن در علم ارتباطات بررسی و مقایسه کنند. اگرچه این نکته قابل ذکر است که شهید مطهری تنها اسلام شناس نیست و می توان به بررسی نظرات دیگر اسلام شناسان نیز رجوع کرد و واضح است که در آن صورت تحقیق کامل تر خواهد بود.

## فهرست منابع

۱. مطهری، مرتضی (۱۳۶۳) حماسه حسینی، جلد اول، تهران: انتشارات صدرا
۲. مطهری، مرتضی (۱۳۶۶) ده گفتار، تهران: انتشارات صدرا
۳. مطهری، مرتضی (۱۳۷۷) سیری در سیره نبوی، تهران: انتشارات صدرا
۴. مولانا، سیدحمید (۱۳۸۹) برجیان، محمد حسین، «ابعادی نظری در باب اسلام و ارتباطات»، در مجله معرفت. قم: موسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره)
۵. وزینی، علی (۱۳۹۰) «تبلیغ دین در دنیای نوین»، در مجله مبلغان. قم: معاونت تبلیغ و آموزشهای کاربردی حوزه های علمیه
6. <http://tahoor.com/fa/article/view/111820>