



The Requirements of Quranic Preachers in Imam Khamenei's Thoughts with Emphasis on the Declaration of the Second Step*

Ali Asghar Shoaie^۱

Muhammad Ismaili^۲

Abstract

One of the matters emphasized in Islamic teachings is the preaching of religion. During the victory of the Islamic Revolution, special attention was paid to the issue of preaching and mission of the preachers. In this regard, the Supreme Leader has mentioned the characteristics of Quranic preachers in several cases in his speeches. This Research, which has been written by descriptive-analytical method, has examined the characteristics of Quranic preachers in the thought of the Supreme Leader with emphasis on the declaration of the second step. Some of the characteristics of a preacher are related to the use of facilities and skills, such as learning skills of preaching, knowledge of psychology, and familiarity with cyberspace and knowing foreign languages. In addition to the above, the behavior of preachers is of particular importance. Among the other results of the Research is that in the words of the Supreme Leader, things such as politeness and kindness to the people, perseverance and stability, confirmation of the preacher's speech with his actions are mentioned. Among the duties of a Quranic preacher, promoting moral virtues, sincerity, simplicity and avoiding luxuries and paying attention to the growth and development of the audience; and one of the characteristics of a preacher's speech is a proved and reasonable expression and the use of religious patterns.

Keywords: Quranic Preachers, Preaching, The Behavior of Quranic Preacher, The Speech of Quranic Preacher, Supreme Leader, Declaration of the Second Step of the Revolution.

*. Date of receiving: ۱۷, September, ۲۰۲۱ - Date of approval: ۳, November, ۲۰۲۱.

۱. Assistant Professor University of Quranic Sciences and Education (Corresponding Author):

shoaie114@gmail.com.

۲. Assistant Professor, University of Quranic Sciences and Education: Esmaili660@gmail.com



بایسته‌های مبلغان قرآنی در اندیشه‌های مقام معظم رهبری با تأکید بر بیانیه گام دوم انقلاب*

علی اصغر شعاعی^۱ - محمد اسماعیلی^۲

چکیده

یکی از امور تأکید شده در آموزه‌های اسلامی، تبلیغ دین است. در جریان پیروزی انقلاب اسلامی نیز توجه ویژه‌ای به موضوع تبلیغ و رسالت مبلغان شده است. در این راستا مقام معظم رهبری (دامت برکاته) در موارد متعددی در سخنانشان ویژگی‌های مبلغان قرآنی را یادآوری کرده‌اند. این تحقیق که با روش توصیفی - تحلیلی نگاشته شده است، ویژگی‌های مبلغان قرآنی را در اندیشه مقام معظم رهبری (دامت برکاته) با تأکید بر بیانیه گام دوم مورد بررسی قرار داده است. برخی از ویژگی‌های مبلغ مربوط به استفاده از امکانات و مهارت‌ها، مانند مهارت‌آموزی تبلیغ، دانستن روان‌شناسی، آشنایی با فضای مجازی و آشنایی با زبان‌های خارجی است که در کنار موارد ذکر شده، رفتار مبلغان از اهمیت خاصی برخوردار است. از جمله نتایج دیگر تحقیق این است که در کلام مقام معظم رهبری (دامت برکاته) به مواردی مانند ادب و مهربانی با مردم، استقامت و پایداری، تأیید گفتار مبلغ با اعمالش اشاره شده است. از جمله وظایف یک مبلغ قرآنی، ترویج فضایل اخلاقی، اخلاص، ساده‌زیستی، پرهیز از تجملات و توجه به رشد و ترقی مخاطب؛ و از ویژگی‌های گفتاری یک مبلغ، بیان مستدل و معقول و استفاده از الگوهای دینی است.

کلید واژه‌ها: مبلغان قرآنی، تبلیغ، رفتار مبلغ قرآنی، گفتار مبلغ قرآنی، مقام معظم رهبری، بیانیه گام دوم انقلاب.

* تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۶/۲۶ و تاریخ تأیید: ۱۴۰۰/۸/۱۲.

۱ - استادیار دانشگاه علوم و معارف قرآن کریم (نویسنده مسئول): shoaei11@gmail.com

۲ - استادیار دانشگاه علوم و معارف قرآن، Esmaeili62@gmail.com



مقدمه

از وظایف مهم مبلغان قرآنی، تبلیغ آموزه‌های قرآن کریم است که ادامه‌دهنده راه انبیا و امامان علیهم‌السلام است. در طول قرن‌ها پس از ائمه علیهم‌السلام، مشعل فروزان تبلیغ دین و قرآن خاموش نگشته است. مبلغان از عقاید و اخلاق مردم حراست و پاسداری می‌نمایند و با هر فساد و منکری که مانع اجرا و گسترش ارزش‌های دینی است، مبارزه می‌کنند. با مثالی ساده از قرآن این مطلب برای ما روشن می‌شود که تبلیغ همانند جهاد واجب است. قرآن می‌فرماید: ﴿وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنْفِرُوا كَافَّةً فَلَوْلَا نَفَرَ مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِنْهُمْ طَائِفَةٌ لِيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ﴾ (توبه/ ۱۲۲)؛ «شایسته نیست، مؤمنان همگی (به‌سوی میدان جهاد) کوچ کنند؛ چرا از هر گروهی از آنان طایفه‌ای کوچ نمی‌کند (و طایفه‌ای در مدینه بماند) تا در دین (و معارف و احکام اسلام) آگاهی یابند و به هنگام بازگشت به‌سوی قوم خود، آن‌ها را بیم دهند؟! شاید (از مخالفت فرمان پروردگار) بترسند و خودداری کنند.»

در اهمیت تبلیغ همین بس که امام علی علیه‌السلام پنددهی را بهترین هدیه دانسته است (تمیمی آمدی، غررالحکم و درر الکلم، ۱۳۶۶: ح ۹۸۸۴)؛ و پیامبر خدا صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم بهترین امتش را کسی دانسته است که دیگران به‌سوی خداوند متعال فراخواند و بندگان را با او دوست سازد (متقی هندی، کنز العمال فی سنن الأفعال و الأفعال، ۱۴۰۱: ح ۲۸۷۷۹)؛ و نیز فرمودند: خدا را برای مردم محبوب سازید تا خداوند، شما را دوست داشته باشد (طبرانی، المعجم الکبیر، ۱۴۱۵: ۸ / ۹۱، ح ۷۴۶۱).

نمونه‌ای از مبلغ واقعی وجود مقدس پیامبر گرامی اسلام صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم است که به فرموده امام علی علیه‌السلام: «[او] طبیعی بود که با طبابتش در گردش بود. مرهم‌های خود را استوار می‌داشت و داغ‌های خود را به‌جا می‌نهاد و هر جا که نیاز بود (از قلب‌های نابینا تا گوش‌های ناشنوا و زبان‌های گنگ) به‌کارش می‌بست. با داروهایش جایگاه‌های غفلت و موارد سرگردانی [مردم] را می‌جست.» (شریف رضی، نهج البلاغه، ۱۴۱۴: خطبه ۱۰۸).

بعد از پیروزی انقلاب اسلامی، عالمان دینی مخصوصاً حضرت امام (ره) و حضرت آیت‌الله خامنه‌ای، توجه ویژه‌ای به امر تبلیغ قرآنی داشتند. رهبر معظم انقلاب تبلیغ را یک سنت هزار ساله در میان حوزه‌های علمیه و جامعه روحانیت شیعه می‌داند. بزرگان علمی شیعه، همواره به سنت تبلیغ توجه

ویژه داشته‌اند. بزرگانی مانند سید مرتضی (ره) و شیخ طوسی (ره) برای تبلیغ و بیان احکام، به مکان‌های مختلفی که زمینه تبلیغ وجود داشت می‌رفتند. آنان فقط به رفتن خود اکتفا نمی‌کردند، بلکه شاگردانشان را هم اعزام می‌کردند و این فعالیت‌ها آثار و برکات فراوانی داشته است (بیانات مقام معظم رهبری، ۱۳۹۶/۶/۲۷).

آیت‌الله خامنه‌ای اولین وظیفه عالم دینی را تبلیغ دانسته و معتقدند: علم دین برای تبلیغ است. اگرچه عده اندکی هم در حوزه به‌عنوان اساتید حوزه باید بمانند تا طلاب را تربیت کنند؛ اما سایرین باید به امر تبلیغ پردازند (بیانات ۱۳۹۶/۶/۲۷). مبلغان شیعه در طول تاریخ سختی‌های زیادی را متحمل شده‌اند و از طرف حکام جور تحت تعقیب و فشار بوده‌اند، با همه این مشکلات امر تبلیغ تعطیل نگردید.

مقام معظم رهبری در جای دیگری فرموده‌اند: امروز که دوران حاکمیت اسلام است، اگر یک جای کارمان لنگ باشد، هیچ عذری از ما پذیرفته نیست. در زمان طاغوت و حاکمیت کفر می‌گفتیم، وسایل و ابزار در اختیار ما نیست؛ ولی امروز علمای دین و روحانیون، نمی‌توانند این حرف را بزنند. امروز، اگر جامعه علمی و دینی - یعنی همین جامعه روحانیت و علمای دین - به آنچه نیاز زمان و کشور و جامعه و جهان اسلام است، کما هو حَقّه عمل نکنند، عذری پیش خدای متعال و تاریخ ندارند. در ذهن آیندگان، سؤال جدی خواهد بود. به همین خاطر به این چیزها باید توجه کنیم و اقدام لازم را انجام دهیم. البته شاید هر فردی از افراد، قادر بر اقدام نباشد؛ اما وقتی مجموعه و همه آحاد بخواهند، می‌شود اقدام کرد و ممکن نیست انجام نگیرد (بیانات مقام معظم رهبری، ۱۳۷۴/۱۰/۲۷).

ایشان در ابتدای بیانیه گام دوم از همه جوانان که شامل مبلغان قرآنی نیز می‌شود، خواسته‌اند که با تمام توان و پرانگیزه از انقلاب حراست کنند، زیرا به برکت این انقلاب است که زمینه فعالیت‌های دینی و قرآنی فراهم شده است. رهبر معظم انقلاب شعارهای اصلی انقلاب اسلامی ایران را در بیانیه گام دوم به‌صورت برجسته بیان نموده است که مبلغان قرآنی باید آن را مدنظر قرار دهند، شعارهایی مانند توجه به عدالت و برابری، توجه به مسائل سیاسی و بین‌المللی، ایستادگی در مقابل استکبار که بیان داشته‌اند، با آمدن انقلاب اسلامی نماد پر ابهت و باشکوه و افتخارآمیز ایستادگی در برابر قلدران و زورگویان و مستکبران جهان و در رأس آنان آمریکای جهان‌خوار و جنایت‌کار، روزه‌روز برجسته‌تر شد. در این تحقیق ویژگی‌های مبلغ قرآنی در اندیشه‌های مقام معظم رهبری با تأکید بر بیانیه گام دوم مورد بررسی قرار می‌گیرد.



۱. مفهوم‌شناسی

یکم. مبلغ و تبلیغ

واژه «مبَلِّغ» اسم فاعل به معنای «رساننده» از مصدر «بَلَّغَ و بَلَغَ» به معنای رسیدن به انتهای مقصد است، خواه مقصد زمانی، مکانی و یا امری از اموری که ممکن است (راغب اصفهانی، مفردات الفاظ القرآن، ۱۴۱۶: ۱۴۴) «تبلیغ» به معنای «کفایت کردن» نیز آمده است (فراهیدی، العین، ۱۴۰۸: ۴/۴۲۱). این دو معنای لغوی تبلیغ را می‌توان جمع کرد و بینشان ارتباط برقرار کرد: رساندن امر دینی به مردم به اندازه‌ای که برای سعادت‌مندی آنان کفایت کند.

واژه تبلیغ، نخست در حیطه امور دینی به کار می‌رفت و بعدها به حوزه‌های دیگر، تعمیم یافت؛ گرچه در حوزه‌هایی غیر از حوزه دین، غالباً از صورت جمع آن (تبلیغات) استفاده می‌شود (خندان، تبلیغ اسلامی و دانش ارتباطات اجتماعی، ۱۳۷۴: ۶۲-۶۹). تبلیغ کوشش کم‌وبیش عمدی و سنجیده‌ای است که هدف نهایی آن نفوذ بر عقاید یا رفتار افراد برای تأمین مقاصد از پیش تعیین شده است. بدین‌سان، تبلیغ ابزاری برای تغییر اعتقادات پنداشته می‌شود، ولی باید دانست که آن را برای حفظ وضع موجود و تقویت اعتقادات موجود با استفاده از مکانیزم‌های دفاعی-روانی نیز به کار می‌برند (شیرازی، جنگ روانی و تبلیغات، مفاهیم و کارکردها، ۱۳۷۶: ۱۱۸). تبلیغ یک فعالیت آموزشی است که به‌منظور نشر دانش و آگاهی‌های سیاسی، اجتماعی و فرهنگی و نشر ارزش و سجایای اخلاقی صورت می‌گیرد (زورق، مبانی تبلیغ، ۱۳۹۰: ۱۸).

تبلیغ اسلامی مشتمل بر خصوصیات است که آن را از تبلیغ عام جدا می‌کند. در تعریف تبلیغ اسلامی آورده‌اند: دانشی است که به‌وسیله آن تمامی تلاش‌های هنری در جهت ابلاغ اسلام به مردم از نظر عقیده، مذهب و اخلاق صورت می‌پذیرد (رهبر، پژوهشی در تبلیغ، ۱۳۹۳: ۸۰).

واژه «تبلیغ» در قرآن به کار نرفته است، ولی مشتقات آن در قرآن کریم آمده است، مانند «بَلَّغْتَ»، «أُبَلِّغُكُمْ»، «يُبَلِّغُونَ»، «بَلِّغْ»، «يُبَلِّغْنَ» در معنای لغوی به کار رفته‌اند و مفهوم اصطلاحی متعارف و امروزی آن را ندارند.

مقام معظم رهبری در تعریف واژه «تبلیغ» گفته‌اند: «تبلیغ در اصطلاح ما، همان تبلیغ قرآن است؛ یعنی رساندن واقعیت به ذهن‌های مردم و آن‌ها را از بی‌خبری خارج کردن...؛ اما در عرف دنیا، تبلیغات عبارت است از جلب کردن نظرها به یک چیز است. این، مفهوم تبلیغات در دنیای امروز است؛ یعنی چیزی را که نیست، هست جلوه دهند؛ چیزی را که هست، صدها و یا هزاران برابر بزرگ کنند و آب و



رنگ و لعاب و شکل بزک کرده به آن بدهند؛ اما ماهیت کار ما غیر از این است؛ ما حقیقت درخشنده‌ای به نام توحید و اسلام داریم که در زیر ابرهای جهالت‌ها و عنادها و دشمنی‌ها و خصومت‌ها پنهان است. تبلیغ؛ یعنی ما آن حقیقت را به ذهن و مغز انسان‌ها برسانیم.» (بیانات مقام معظم رهبری، ۱۳۶۰/۱۰/۳).

از این رو مراد از «مبلغ» در این تحقیق؛ یعنی کسی که حقایق شرع و قرآن را به مردم می‌رساند که در آیات متعدد این کار از وظایف اصلی پیامبران دانسته شده است.

دوم. مبلغ قرآنی

منظور از مبلغ قرآنی فردی است که زمینه تبلیغی او فعالیت‌های مرتبط با قرآن اعم از قرائت، حفظ، تفسیر و تعلیم قرآن است.

سوم. بیانیه گام دوم

بیانیه گام دوم انقلاب، از سوی مقام معظم رهبری به مناسبت چهلمین سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی ایران در تاریخ ۲۲ بهمن ۱۳۹۷ صادر گردیده است و بر استمرار راه انقلاب اسلامی و دستاوردهای آن تأکید دارد. در این بیانیه رهبر معظم انقلاب به اқشار مختلف ملت ایران توصیه‌هایی نموده‌اند و چشم‌انداز و آرمانه‌ای انقلاب را در ۷ فصل بیان کرده‌اند که عبارت‌اند از:

۱. ثبات، امنیت و حفظ تمامیت ارضی ایران؛
۲. موتور پیشران کشور در عرصه علم و فناوری و ایجاد زیرساخت‌های حیاتی و اقتصادی و عمرانی؛
۳. به اوج رسانیدن مشارکت مردمی و مسابقه خدمت‌رسانی؛
۴. ارتقاء شگفت‌آور بینش سیاسی آحاد مردم؛
۵. سنگین کردن کفه عدالت در تقسیم امکانات عمومی کشور؛
۶. افزایش چشمگیر معنویت و اخلاق در فضای عمومی جامعه؛
۷. ایستادگی روزافزون در برابر قلدران و زورگویان و مستکبران جهان.

محتوای بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی برگرفته از تعالیم قرآن کریم است و دارای مستندات قرآنی است که برای بندبند آن می‌توان مستندات قرآنی ارائه داد، از این رو این بیانیه برای جامعه قرآنی به عنوانی



چراغی روشنگر است.

۱. بایسته‌های مبلغان قرآنی در اندیشه‌های رهبر معظم انقلاب اسلامی

در این پژوهش به ۴ دسته از رهنمودهای مقام معظم رهبری اشاره می‌شود که عمل به این رهنمودها برای همگان به‌ویژه برای مبلغان و جامعه قرآنی ضرورت بیشتر دارد. نخست، استفاده از امکانات و مهارت‌ها؛ دوم، بایسته‌های رفتاری؛ سوم، بایسته‌های گفتاری؛ چهارم، بایسته‌های اعتقادی و اخلاقی.

یکم. استفاده از امکانات و مهارت‌ها

آگاهی از ظرفیت‌ها و امکانات موجود برای به‌کارگیری آن‌ها برای مبلغ قرآنی امری ضروری است. قرآن کریم یکی از ظرفیت‌ها را همدلی و تعاملات خوب اجتماعی دانسته است: ﴿وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ...﴾ (توبه/۷۱)؛ «و مردان و زنان با ایمان، ولی (و یار و یاور) یکدیگرند؛ امر به معروف و نهی از منکر می‌کنند.» ﴿وَسَخَّرَ لَكُمُ اللَّيْلَ وَالنَّهَارَ وَالشَّمْسَ وَالْقَمَرَ...﴾ (نحل/۱۲) «او شب و روز و خورشید و ماه را مسخر شما ساخت.»

از نگاه رهبر معظم انقلاب، مبلغ قرآنی باید از امکانات موجود به‌خوبی استفاده کند و لازمه این کار، داشتن مهارت‌های لازم است، مانند مهارت‌آموزی تبلیغ، دانستن روانشناسی، آشنایی با فضای مجازی، آشنایی با زبان و داشتن نشریه.

ایشان می‌فرماید: عصر ما، عصر ارتباطات است که نتیجه آن سهل بودن دست‌یابی به اندیشه‌های به‌ظاهر منطقی غرب است. پیشرفت سریع تکنولوژی در جوامع گوناگون اتفاق افتاد؛ اما جامعه اسلامی از قطار پیشرفت و تکنولوژی بازماند؛ که علت آن چیزی جز فقر فرهنگی کشورهای اسلامی نیست. دست‌های پلید استعمار به‌صورت پیدا و پنهان، با کمک عوامل خیانت‌کار داخلی باعث استعمار غرب و استثمار جوامع اسلامی شد. دور شدن از تعالیم سازنده اسلام یک نتیجه بیشتر نداشت و آن تهاجم فرهنگی بود. کشورهای اسلامی به اسم جهان سوم و در حال توسعه شناخته شدند (بیانات مقام معظم رهبری، ۱۶/۶/۸۹).

از آیات قرآن کریم می‌توان مهارت‌های مختلفی در مورد تبلیغ برداشت کرد، مانند مهارت خودآگاهی که مبلغ قرآنی از نقاط ضعف و قوت خویش آگاهی پیدا کند و بر اساس آن برنامه‌های خود را پایه‌ریزی کند. قرآن کریم می‌فرماید: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا عَلَيْكُمْ أَنْفُسِكُمْ لَا يَصُرُّكُمْ مَن ضَلَّ إِذَا اهْتَدَيْتُمْ﴾ (مائده/۱۰۵)؛ «ای کسانی که ایمان آورده‌اید، به خود پردازید، اگر شما هدایت یافته‌اید، آنان

که گمراه مانده‌اند، به شما زیبایی نرسانند.»

خودآگاهی در قرآن به معنای بازیابی حقیقت خویش به واسطه پرورش و زنده کردن استعدادهاى فطرى و درونى است که در وجود او نهاده شده و سپس درک قلبى حقایق هستى و اسما و صفات الاهی. پس ذات و جوهره ذاتى انسان، بازیابى و خودآگاهى اوست (مطهرى، مجموعه آثار، ۱۳۷۹: ۳۰۴/۲ و ۳۰۸).

مهارت برقرارى رابطه با ديگران و احترام به آنان: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَدْخُلُوا بُيُوتًا غَيْرَ بُيُوتِكُمْ حَتَّى تَسْتَأْذِنُوا وَتُسَلِّمُوا عَلَىٰ أَهْلِهَا...﴾ (نور/۲۷)؛ «ای کسانی که ایمان آورده‌اید! در خانه‌هایی غیر از خانه خود وارد نشوید تا اجازه بگیرید و بر اهل آن خانه سلام کنید.» يعنى برای ديگران احترام قائل شود و اين خود موجب نوعى احساس امنيت از طرف مخاطب است (ر.ک: طيب، اطيب البيان، ۱۳۷۸: ۱۳/۵۱۷).

بر همين اساس است که تبليغ‌هاى دينى بايد با استفاده از مهارت‌هاى ارتباطى و نيز استفاده از امکانات و ابزارهاى روز صورت گيرد. امروزه امکانات ارتباطى مانند اينترنت و ماهواره به‌عنوان خطرى نابودکننده، فرهنگ و مبانى دينى ما را مورد حمله قرار داده‌اند. تبليغات ما بايد علاوه بر تعليم مفاهيم و تعاليم مذهبى و دينى در پى خنثى کردن آثار شوم اين پديده فرهنگ برانداز باشند.

متناسب بودن تعاليم دينى و مفاهيم آن با مسائل روز و جوابگويى به نيازهاى بشرى از سوى آموزه‌هاى آسمانى در هر زمان و مکان از ويژگى‌هاى ادیان ابراهيمى است؛ که اين ويژگى در دين اسلام در حد کمال است؛ و اين مسئله با قرآن و سنت که مفسر و مبين قرآن کریم است صورت می‌گیرد. لذا ضرورى است که يک مبلغ دينى با بهره‌مندى از امکانات و ابزارهاى شايسته و مفيد در زمان‌هاى گوناگون به‌ويژه در زمان پيشرفت علم و دانش و تکنولوژى اين مهم را به جهانيان نشان دهد.

الف. مهارت آموزى تبليغ

قرآن کریم مهارت و تخصص را در مسؤوليت‌ها به‌عنوان يک اصل مى‌داند. در داستان يوسف عليه السلام، ايشان درخواست نمود که او را به وزارت خزانه‌دارى منصوب کنند؛ زيرا وی داراى تعهد و تخصص است (طباطبايى، الميزان فى تفسير القرآن، ۱۴۰۲: ۱۱/۲۰۱). ﴿قَالَ اجْعَلْنِي عَلَىٰ خَزَائِنِ الْأَرْضِ إِنِّي حَفِيظٌ عَلِيمٌ﴾ (يوسف/۵۵)؛ (يوسف) گفت: «مرا سرپرست خزائن سرزمين (مصر) قرار ده که نگهدارنده و آگاهم!»



رهبر انقلاب متذکر شده‌اند که تبلیغ یک فن است و به تعلیم و فراگیری احتیاج دارد. همچنین نیاز دارد که نوبه نو و روزبه‌روز، ضرورت‌ها و لوازم آن به مبلغان ارائه شود. این‌ها چیزهایی است که لازم است. جامعه تبلیغی باید بتواند کار خود را درست انجام دهد. باید فن تبلیغ را آموخت. باید کسانی این فن را یاد بگیرند و تعلیم دهند و تکمیل کنند. علاوه بر این نیازهای روزبه‌روز تبلیغ و مبلغ، باید در اختیار آن‌ها قرار گیرد (بیانات مقام معظم رهبری، ۱۳۹۶/۶/۲۷). از نظر ایشان بعضی از مسائل دینی، عمومی است و باید در سطح عموم به همه گفته شود؛ مانند اخلاقیات و معارف دینی و سیاسی که همه به آن احتیاج دارند؛ ولی بعضی از موضوعات متعلق به بعضی از جاهاست؛ به‌عنوان مثال در محیط روشنفکران و جوانان و دانشجویان، چیزهایی موردنیاز است که شاید در جای دیگر موردنیاز نباشد؛ بنابراین اولاً، مراکز برای آموزش تبلیغ لازم و واجب است که حوزه‌ها در اولویت هستند. ثانیاً، موضوعات عمومی برای همه جا تدوین شود و جمعی از فضلا و بزرگان و علما و افراد برجسته و صاحب‌نظر موضوعات مهم را تعیین و تدوین کنند تا هر مبلغی حداقل بدانند آنچه باید در اختیار مخاطبین بگذارد، چه چیزهایی است (همان).

ایشان بر این نکته تأکید دارند که باید حرف‌های مهم و جدید را جستجو و بیان کرد. البته تکرار آنچه مخاطبان می‌دانند، در مواردی لازم است؛ زیرا چیزهایی وجود دارد که باید تکرار شود، ولی چیزهایی هم هست که تکرارش مُمل است. پس باید مجموعه‌هایی باشد که سطح لازم برای معارف را به مبلغ نشان دهد (همان).

رهبر انقلاب به‌درستی دریافته‌اند که اگر بخواهیم با انسان امروز برخورد کنیم، باید جنبه‌های مختلف روحش را بشناسیم. بهترین راه این است که با هنر، خوب آشنا شویم. هنر خوب حرف زدن، هنر خوب نوشتن و... در کنار همه این‌ها هنر درست رفتار کردن را هم باید بیاموزیم.

ب. دانستن روان‌شناسی

مبلغ با هنر روان‌شناسی می‌تواند عکس‌العمل‌های مخاطب نسبت به سخنان و ایده‌هایش را تشخیص دهد. با شناخت ارزش‌ها، نیازها، نگرش‌ها و اعتقادات مخاطبان بهتر می‌تواند با آنان ارتباط برقرار کند و پیام‌های دینی را به آنان منتقل کند. مقام معظم رهبری در این باره فرموده‌اند: «... مثلاً می‌رود تبلیغ کند، ولی روان‌شناسی تبلیغی ندارد و با مردم، حرفی را می‌زند که حرف‌های آن‌ها نیست، حرفی که باید در دانشگاه زد، در روستا می‌زند و حرفی که باید در روستا زده شود در کارخانه می‌زند؛ بنابراین تعلیم و روش یابی علمی و فراهم کردن مقدمات علمی برای تبلیغ - مثل روان‌شناسی اجتماعی

- در حوزه نیست» (بیانات مقام معظم رهبری، ۱۳۹۶/۳/۱).

ایشان در جایی دیگر توجه به مخاطب‌شناسی و مهارت برخورد با افراد مختلف را امری ضروری در تبلیغ می‌داند:

تبلیغ و رساندن حقایق دین سطوح مختلفی دارد: یک سطح، سطح عامه مردم است. سطح دیگر مربوط به کسانی است که تا حدودی از معرفت و آگاهی برخوردارند. یک سطح هم مربوط به زیدگان جامعه است؛ افرادی که اگرچه در علم دین آگاهی و معرفتی ندارند؛ ولی در رشته‌های علوم دیگر یا فنون مختلف زندگی، اشخاص برجسته‌ای محسوب می‌شوند و داری ذهن و وقاد و هوش سرشار و تجربه و آگاهی و معرفت‌اند. این‌ها هم جزو مخاطبان مبلغان دین به شمار می‌آیند. این‌ها هم احتیاج دارند که برایشان دین بیان شود. پس در یک نگاه کلی، مبلغ دین با قشرهای مختلفی مواجه است و فقط با طبقه عامی محض روبه‌رو نیست؛ بلکه با افرادی که تا حدود زیادی از معرفت و علم و دانش و تجربه برخوردار هستند نیز مواجه می‌شود. این مطلب قابل توجهی است که اساس و ملاک تصمیم‌گیری می‌شود (بیانات مقام معظم رهبری، ۱۳۹۶/۶/۲۷).

بسیاری از آموزه‌های قرآن کریم تأثیر بسزایی در بهداشت روانی فردی و اجتماعی دارند، مانند اعتقاد داشتن به توحید، یاد خدا در آرامش دل و رفع اضطراب، دستور به ازدواج و تشکیل خانواده، صلح‌رحم، ممنوعیت سوءظن، تجسس، تهمت، غیبت و تأکید بر محبت به پدر و مادر و تأثیر آن در سلامت روانی خانواده (رضایی، پژوهشی در اعجاز علمی قرآن، ۱۳۸۰: ۲ / ۴۰۲)؛ آگاهی از این امور کمک بسیار زیادی به مبلغ قرآنی می‌نماید.

در حقیقت مبلغ بناست با روح انسان ارتباط برقرار کند و به نیازهای روحی او پاسخ بدهد. اگر گفته شود، بعضی‌های دیگر هم البته به نیازهای روحی پاسخ می‌دهند. در جواب باید گفت: یک روان‌پزشک، یک روان‌شناس، جامعه‌شناس در ابعادی، انسان‌شناس تا اندازه‌ای؛ اما وظیفه‌ی مبلغ این است که در دستگاه دین به این مسائل روحی انسان پاسخ بدهد.

ج. آشنایی با فضای مجازی

از نکاتی که قرآن کریم به آن توجه نموده استفاده، از امکانات مختلف برای مقابله با دشمنان است: ﴿وَأَعِدُوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ﴾ (انفال/۶۰)؛ «و برای (آمادگی مقابله با) دشمنان، هر چه می‌توانید از نیرو و امکانات فراهم کنید.



این آیه دستور آماده‌باش همه‌جانبه‌ی مسلمانان در برابر دشمنان و تهیه هر نوع سلاح، امکانات، وسایل و شیوه‌های تبلیغی حتی شعار و سرود را می‌دهد که رعایت این دستورات، سبب هراس کفار از نیروی رزمی مسلمانان می‌شود (قرآنی، تفسیر نور، ۱۳۸۳: ۳ / ۳۴۵).

در اندیشه مقام معظم رهبری استفاده از امکانات موجود توسط مبلغان دینی ضروری به نظر می‌رسد؛ چراکه اگر دقت کنیم در منابع دینی به این نکته می‌رسیم که ظهور انبیاء علیهم‌السلام در هر زمان با ابزار و وسایل آن زمان اتفاق افتاده است. حضرت موسی علیه‌السلام با معجزاتی از قبیل ید بیضا و عصایی که تبدیل به اژدها و معجزات دیگری از همین قبیل، حضرت عیسی علیه‌السلام با درمان بیماران لاعلاج و حضرت خاتم صلوات‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم نیز با قرآن معجزه جاوید خود ظهور کرد. همه این‌ها نشان از آن دارد که هر زمان و مکانی وسایل موردنیاز خود برای تبلیغ دین دارد.

آشنایی با فضای مجازی یکی از هزاران وسایلی است که باید در این زمان خود را به آن مجهز کرد. رهبر انقلاب، این فضا را فضای حقیقی دانسته‌اند (بیانات در دیدار طلاب حوزه‌های علمیه استان تهران، ۱۳۹۶/۶/۶). ایشان قائل‌اند که این فضا تحولات بزرگی را در ابعاد فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، امنیتی و دفاعی در عرصه ملّی و بین‌المللی در جهان ایجاد کرده است (بیانات مقام معظم رهبری، ۱۳۹۴/۶/۱۴).

رهبر انقلاب به مبلغان گوشزد می‌نماید که مبلغان علاوه بر شیوه سنتی تبلیغ باید به فضای مجازی توجه داشته باشند؛ زیرا مخاطبان بسیاری دارد و از سویی برای دفاع از ارزش‌های دینی و انقلابی لازم است از شبهه‌هایی که در فضای مجازی بر علیه مقدسات دینی ما انجام می‌شود اطلاع پیدا کنیم و به آن‌ها پاسخ دهیم (بیانات مقام معظم رهبری، ۱۳۹۶/۳/۱).

د. استفاده از نشریات

نشریات از دیگر امکاناتی است که می‌توان در امر تبلیغ از آن بهره گرفت. مقام معظم رهبری با دقت و روشن‌بینی خاصی که دارند به این موضوع نیز توجه نموده‌اند که یکی از ابزارها و امکانات برای تبلیغ نشریه است که باید به‌وسیله افراد صاحب‌نظر و از روی احساس مسئولیت و معرفت و دانش (نه به‌عنوان از سر باز کردن) منتشر شود و فرموده‌اند: اگر این کارها شد، حقیقت درخشنده‌ای که در اختیار شماست، به‌طور طبیعی حداقل فضای جهان اسلام را روشن خواهد کرد. دشمن هم هیچ کار نمی‌تواند بکند. وقتی خلأ نبود و پاسخ فکری به‌طور مناسب داده شد و معضلات ذهن مخاطبان به شکل حکیمانه‌ای حل گردید و گره‌ها باز شد، دشمن هیچ اقدامی نمی‌تواند انجام دهد (بیانات مقام معظم



رهبری، ۱۳۹۶/۶/۲۷). ایشان بر این باورند که غیر از مطالبی که به طور معمول همیشه در این مجامع گفته می‌شود؛ جامعه تبلیغی ما باید به تبلیغ به صورت یک کار اصلی و حقیقی و لازمه قطعی علم دین نگاه کند. تبلیغ، یک وظیفه درجه دوم مخصوص عده‌ای خاص از مبلغان نیست. شرایط و لوازم و نیازها و تلاش‌هایی احتیاج دارد. کسانی که اهل این کارند، باید دامن همت به کمر بزنند و آستین‌ها را بالا کنند و این حرکت را انجام دهند (بیانات مقام معظم رهبری، ۱۳۹۶/۶/۲۷).

هـ. آشنایی با زبان‌های خارجی

زبان ابزاری است که می‌شود به بهترین وجه از آن استفاده کرد. در آیه شریفه‌ی سوره روم هم به این نکته اشاره شده است: ﴿وَمِنْ آيَاتِهِ خَلْقُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاخْتِلَافُ أَلْسِنَتِكُمْ وَاللُّوَانِكُمْ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّلْعَالَمِينَ﴾ (روم/۲۲)؛ «و از آیات او آفرینش آسمان‌ها و زمین و تفاوت زبان‌ها و رنگ‌های شماس؛ در این، نشانه‌هایی است برای عالمان!»

زبان از نعمت‌های بزرگ الهی است: ﴿خَلَقَ الْإِنْسَانَ عَلَّمَهُ الْبَيَانَ﴾ (الرحمن/۳-۴)؛ «انسان را آفرید و به او بیان آموخت.»

با توجه به فراوانی زبان‌های مختلف در دنیا، همان‌طور که قرآن اشاره کرده است، نیاز است برای رساندن پیام دین زبان‌های گوناگون را یاد گرفت. توجه به اینکه اسلام محدود به زمان و مکان خاصی نیست و برای تبلیغ آن باید از یک زبان بین‌المللی استفاده کرد؛ بنابراین صحبت کردن به زبان انگلیسی و سایر زبان‌هایی که مخاطبان زیادی دارد، در دنیای امروز یکی از مهارت‌هایی است که ضرورت دارد مبلغان قرآنی با آن آشنایی داشته باشند.

مقام معظم رهبری فرموده‌اند: «باید برای این کار (تبلیغات خارج کشور) ... روان‌شناسی خارج را بدانند، ملت‌ها را بشناسند و زبان تکلمی آن‌ها را بدانند تا بتوانند با آن‌ها حرف بزنند و تفاهم بکنند.» (بیانات مقام معظم رهبری، ۱۳۹۶/۳/۱).

دوم. ویژگی‌های رفتاری مبلغ قرآنی

در کنار استفاده از امکانات مختلف برای تبلیغ دین، رفتار و کردار یک مبلغ قرآنی اهمیت ویژه‌ای دارد و از آن مهم‌تر تطبیق گفتار و عمل یک مبلغ است. رفتار مبلغ قرآنی باید مطابق با تعالیم قرآن کریم باشد. مقام معظم رهبری در سخنانش برخی از رفتارهای قرآنی را تذکر داده‌اند، مانند ادب و مهربانی با مردم، استقامت و پایداری، تأیید گفتار مبلغ قرآنی با اعمالش.



الف. داشتن ادب و مهربانی با مردم

یکی از صفات مبلغ قرآنی مهربانی با مردم است که بنا بر فرمایش پیامبر ﷺ نیمی از دین است (مجلسی، بحار الانوار، ۱۴۰۳: ۷۴ / ۳۹۲، ح ۱۱)؛ و از دیگر صفات مبلغ داشتن ادب است که طبق فرمایش امام علی علیه السلام برترین شرافت است (همان: ۷۲ / ۶۷).

قرآن به پیامبر اعظم صلی الله علیه و آله و سلم سفارش می‌کند که اصول اخلاقی و ادب را با مخاطبان حتی با جاهلان مراعات کند: ﴿خُذِ الْعَفْوَ وَأْمُرْ بِالْعُرْفِ وَأَعْرِضْ عَنِ الْجَاهِلِينَ...﴾ (اعراف/۱۹۹)؛ «به هر حال با آن‌ها مدارا کن و عذرشان را بپذیر و به نیکی‌ها دعوت نما و از جاهلان روی بگردان (و با آنان ستیزه مکن!)» از این آیه شریفه فهمیده می‌شود که در برخورد با دیگران باید آسان‌گیری را ملاک قرار داد و از سخت‌گیری پرهیز کرد (حسینی شاه‌عبدالعظیمی، تفسیر اثنی عشری، ۱۳۶۳: ۴ / ۲۷۴).

قرآن کریم رمز موفقیت پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله و سلم را مهربانی ایشان دانسته است: «فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَ لَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ...» (آل عمران/۱۵۹) «به (برکت) رحمت الهی، در برابر آنان [= مردم] نرم (و مهربان) شدی! و اگر خشن و سنگدل بودی، از اطراف تو، پراکنده می‌شدند.»

مقام معظم رهبری در مورد ادب و مهربانی مبلغ با مردم فرموده‌اند: «در آموزش‌ها، اخلاق و ادب و مهربانی و عطوفت، دائماً در مدنظرتان باشد... خدای متعال به پیامبرش می‌فرماید: اگر بد اخلاق بودی از اطرافت متفرق می‌شدند.» (خامنه‌ای، حوزه و روحانیت در آینده رهنمودهای مقام معظم رهبری، ۱۳۷۵: ۲ / ۱۱۸).

ب. استقامت و پایداری

مبلغ قرآنی به تاسی از پیامبر صلی الله علیه و آله و سلم باید در کارش استقامت داشته باشد، همان‌طور که قرآن کریم به پیامبر دستور می‌دهد که در رسالت استقامت و پایداری داشته باش: ﴿فَاسْتَقِمَّ كَمَا أُمِرْتَ وَمَنْ تَابَ مَعَكَ وَلَا تَطْغَوْا إِنَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ﴾ (هود/۱۱۲)؛ «پس همان‌گونه که فرمان یافته‌ای، استقامت کن؛ و همچنین کسانی که با تو به سوی خدا آمده‌اند (باید استقامت کنند) و طغیان نکنید که خداوند آنچه را انجام می‌دهید می‌بیند.»

مقام معظم رهبری به مبلغان توصیه می‌کند: «اول اینکه در پی محتوای عالی باشید. دوم انتخاب و استفاده از ابزارهای مناسب است و سوم همت و ایمان و اراده‌ای که پشت سر این‌ها باشد؛ یعنی خسته نشدن.» (همان: ۲ / ۱۲۱).



در بیانیه گام دوم وضعیت کنونی ما «تقابل دوگانه جدید اسلام و استکبار» دانسته شده که پدیده‌ی برجسته جهان معاصر و کانون توجه جهانیان است. از سویی نگاه امیدوارانه‌ی ملت‌های زیر ستم و جریان‌های آزادی‌خواه جهان و برخی دولت‌های مایل به استقلال و از سویی نگاه کینه‌ورزانه و بدخواهانه رژیم‌های زورگو و قلد‌رهای باج‌طلب عالم بدان دوخته شده است: «بدین گونه مسیر جهان تغییر یافت و زلزله انقلاب، فرعون‌های در بستر راحت آرمیده را بیدار کرد، دشمنی‌ها به همه‌ی شدت آغاز شده است؛ بنابراین با تمام توان و استوار باید در مقابل استکبار جهانی بایستیم» (بیانیه گام دوم، ۱۳۹۷/۱۱/۲۲).

ج. تأیید گفتار مبلغ با اعمالش

بهترین شیوه تبلیغ، تبلیغ عملی است. از امام صادق علیه السلام روایت شده است: «إِنَّ الْعَالِمَ إِذَا لَمْ يَعْمَلْ بِعِلْمِهِ زَلَّتْ مَوْعِظَتُهُ عَنِ الْقُلُوبِ كَمَا يَزُلُّ الْمَطَرُ عَنِ الصَّفَا» (کلینی، الکافی، ۱۳۶۲: ۱/ ۴۴)؛ «وقتی عالم به علمش عمل نکند، موعظه‌اش از دل‌ها می‌لغزد، چنانکه باران بر سنگ صاف می‌لغزد.»
قرآن کریم عمل صالح را موجب سعادت و نجات انسان می‌داند: «مَنْ عَمِلَ سَيِّئَةً فَلَا يُجْزَى إِلَّا مِثْلَهَا وَمَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِنْ ذَكَرٍ أَوْ أَنْثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَأُولَٰئِكَ يَدْخُلُونَ الْجَنَّةَ يُرْزَقُونَ فِيهَا بِغَيْرِ حِسَابٍ» (مؤمن/۴۰)؛ «هر کس بدی کند، جز بمانند آن کیفر داده نمی‌شود؛ ولی هر کس کار شایسته‌ای انجام دهد - خواه مرد یا زن - درحالی که مؤمن باشد آن‌ها وارد بهشت می‌شوند و در آن روزی بی حسابی به آن‌ها داده خواهد شد.»

در روایت دیگری، آن حضرت می‌فرماید: «تَعَلَّمُوا مَا شِئْتُمْ أَنْ تَعَلَّمُوا، فَلَنْ يَنْفَعَكُمْ اللَّهُ بِالْعِلْمِ حَتَّىٰ تَعْمَلُوا بِهِ لِأَنَّ الْعُلَمَاءَ هَمَّتْهُمُ الرَّعَايَةُ وَالسُّفَهَاءُ هَمَّتْهُمُ الرَّوَايَةُ» (مجلسی، بحارالانوار، ۱۴۰۳: ۲/ ۳۷)؛ «هراندازه که دلتان می‌خواهد، بیاموزید؛ اما (بدانید که) تا به علم خود عمل نکنید، خداوند هرگز از آن (علم) به شما سودی نمی‌رساند؛ زیرا علما به عمل کردن اهتمام می‌ورزند و نادانان به روایت کردن.»

امام سجاد علیه السلام می‌فرماید: «إِنَّ الْعِلْمَ إِذَا لَمْ يَعْمَلْ بِهِ لَمْ يَزِدْ صَاحِبَهُ إِلَّا كُفْرًا وَلَمْ يَزِدْ مِنَ اللَّهِ إِلَّا بُعْدًا» (کلینی، الکافی، ۱۳۶۲: ۱/ ۴۴)؛ «اگر به علم عمل نشود، برای صاحب آن جز کفران نعمت و دوری از خدا چیزی ندارد.»

قرآن مجید، عمل چنین افرادی را موجب خشم و نفرت نزد خود معرفی کرده، می‌فرماید: ﴿يَا أَيُّهَا



الَّذِينَ آمَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ كَبِرَ مَقْتًا عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ ﴿ص/۲﴾؛ «ای کسانی که ایمان آورده‌اید! چرا چیزی می‌گویید که انجام نمی‌دهید؟ نزد خدا سخت و ناپسند است که چیزی را بگویید و انجام ندهید.»

رهبر معظم انقلاب می‌فرماید: «مبلغ دین و مبین معارف دینی، باید به زبان اکتفا نکند؛ بلکه عمل او هم باید ایمان و اخلاص و صفایش را در بیان این حقیقت برای مخاطب ثابت کند و نشان دهد. اخلاص مبلغان گذشته و بزرگان، سرمایه ارزشمندی محسوب می‌شود و باید این را حفظ کنیم (بیانات مقام معظم رهبری، ۱۳۹۶/۶/۲۷)».

همچنین می‌فرماید: مردم، راه خدا را پیدا می‌کنند. این، برای کسی که بتواند مردم را به راه خدا بکشاند، چقدر اجر و ثواب دارد! متوقف به عمل و صدق در گفتار است. صدق یک ملت و یک امت نیز می‌تواند آن‌ها را در میدان‌های گوناگون پیروز کند. امام بزرگوار ما در راه خود صادق بودند که توانستند ایمان مردم را جلب کنند و مردم نیز صادق بودند که توانستند نهضت را به اینجا برسانند و الا اگر آن صدق و صفا و ایمان نمی‌بود، این نهضت محکوم به شکست می‌شد. امیر مؤمنان فرمود: «فَلَمَّا رَأَى اللَّهُ صِدْقَنَا أَنْزَلَ بَعْدُونَا الْكُتُبَ، وَأَنْزَلَ عَلَيْنَا النَّصْرَ.» (شریف رضی، نهج البلاغه، ۱۴۱۴: خطبه ۵۶).

چون خداوند صدق ما را دید بر دشمنان ما خواری و بر ما نصرت را نازل فرمود. [در صدر اسلام نیز این‌طور بوده است. صدق لازم است؛ صدق یعنی این‌که گفتار انسان به وسیله عمل و کردارش تأیید شود. اگر ما مردم را به بی‌رغبتی به زخارف دنیا دعوت می‌کنیم، باید این معنا در عمل خود ما هم دیده شود. اگر ما مردم را به تلاش بی‌مزد و منت - در آنجایی که نظام احتیاج دارد - دعوت می‌کنیم، خود ما هم آنجایی که احساس می‌کنیم نظام و کشور اسلامی به تلاش ما نیازمند است، بدون دغدغه آن نیاز را برطرف کنیم و منتی بر کسی نگذاریم. این‌ها مواردی است که تبلیغ را موثر می‌کند (بیانات مقام معظم رهبری، ۱۳۹۶/۶/۲۷)».

در حقیقت یکی از بهترین روش‌های تبلیغی، تبلیغ عملی است. اگر مردم دستورالعمل‌های دینی را در رفتار و عمل مبلغ ببینند، به تبت خیرخواهی او واقف شده و حرفش را با جان و دل خواهند پذیرفت؛ اما چنانچه مردم مبلغ را بدون عمل ببینند، علاوه بر اینکه گفته‌هایش اثربخش نخواهد بود بلکه موجب بدبینی مردم نسبت به دین و مبلغان دینی نیز خواهد شد.

در آیات و روایات، نسبت به عالمان و مبلغان بی‌عمل، مذمت زیادی ذکر شده و اثرات سوء رفتار



آن‌ها بر دین و مردم تبیین شده است. مبلغ واقعی، ایمان خود را با عمل خویش ثابت می‌کند. او فقط مرد گفتار نیست؛ بلکه هر مطلبی که می‌گوید، ابتدا خود به آن عمل می‌کند.

«عِلْمُ الْمُنَافِقِ فِي لِسَانِهِ وَ عِلْمُ الْمُؤْمِنِ فِي عَمَلِهِ؛ (تمیمی آمدی، غررالحکم و درر الکلم، ۱۳۶۶: ۴۹۸/۲)؛ علم منافق در زبانش و علم مؤمن در عملش است.» پس مؤثرترین راه تبلیغ آن است که مبلغ با عمل خویش پیام دین را معرفی کرده و رفتارش نشانگر اعتقادات قلبی او نسبت به گفته‌هایش باشد. در چنین حالتی است که مردم سخنانش را با جان و دل گوش خواهند داد و او را دلسوز و منجی خویش خواهند دانست.

امام صادق علیه السلام در وصف چنین افرادی می‌فرماید: «رَحِمَ اللَّهُ قَوْمًا كَانُوا سِرَاجًا وَ مَنَارًا كَانُوا دُعَاةً إِلَيْنَا بِأَعْمَالِهِمْ وَ مَجْهُودَ طَاعَتِهِمْ» (حرانی، تحف العقول، ۱۴۰۴ / ۳۰۱)؛ «خدا رحمت کند کسانی را که چراغ فروزان و مشعل سوزان هستند (راه را برای دیگران روشن می‌سازند) و با رفتار خویش، مردم را به راه ما فراخوانده و با تمام قدرت، حق را معرفی کردند.»

امربه معروف و نهی از منکر زمانی سودمند است و اجر اخروی دارد که مبلغ خود را فراموش نکند و آنچه مردم را به آن امر و نهی می‌کند، قبلاً خودش عامل به گفته‌هایش باشد. غفلت از خویشتن، منهی دین و قرآن است: «أَتَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْبِرِّ وَ تَنْسَوْنَ أَنْفُسَكُمْ وَ أَنْتُمْ تَتْلُونَ الْكِتَابَ أَفَلَا تَعْقِلُونَ» (بقره/۴۴)؛ «آیا مردم را به نیکی فرمان می‌دهید و خود را فراموش می‌کنید با اینکه شما کتاب [خدا] را می‌خوانید، آیا [هیچ] نمی‌اندیشید.»

خطاب آیه در ظاهر متوجه بنی اسرائیل است؛ اما درواقع مفهوم آیه عمومیت دارد. این آیه «أَتَأْمُرُونَ النَّاسَ...» پس از آن اوامر و نواهی، سرکوفت بر علماء یهود است که دارای چنین عمل و روحیه تجزیه شده‌ای اند، گویا دو موجودند یکی عقل خیراندیش ایمانی، دیگر نفس پیرو هوا، با آن دیگران را به نیکی و خیر می‌خوانند و با طغیان هواها نفس خود را فراموش کرده‌اند. باآنکه تربیت دین برای همین است که هواهای نفس را محکوم و فرمان بر عقل ایمانی گرداند، آنگاه دیگران را بخوانند به آنچه خود را خوانده و از مردم بخواهند آنچه خود بر آن اند (طالقانی، پرتوی از قرآن، ۱۳۶۲: ۱ / ۱۴۴).

سوم. ویژگی‌های گفتاری مبلغ قرآنی

قرآن کریم برای گفتار، معیارهایی بیان داشته، مانند خردمندانه بودن گفتار، از روی علم و آگاهی



باشد، حق و استوار باشد و... که شایسته است مبلغان نیز به این معیارها توجه داشته باشند، برخی از این معیارها در سخنان رهبر معظم انقلاب نیز تذکر داده شده است، مانند بیان مستدل و معقول، استفاده از الگوهای دینی.

الف. بیان مستدل و معقول

سخنان مبلغ قرآنی باید مستدل، محکم و استوار باشد. قرآن کریم می‌فرماید: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا﴾ (احزاب/۷۰)؛ «ای کسانی که ایمان آورده‌اید! تقوای الهی پیشه کنید و سخن حق بگویید.»

رهبر انقلاب نیز در همین راستا فرموده‌اند: «مبلغ باید با اندیشه ناب اسلامی از بهترینش، مستدل‌ترینش و قوی‌ترینش مجهز باشد. ما این‌طور اندیشه‌ها و حرف‌ها، بسیار داریم. یک نفر مثل شهید مطهری (رضوان‌الله)، یک جامعه دانشگاهی را در مقابل خود، به قبول و اذعان و تسلیم وامی‌داشت. در همان دانشکده‌ای که آن بزرگوار تدریس می‌کرد، کسانی بودند که به‌طور صریح، ضد دین تبلیغات می‌کردند و درس می‌گفتند. آن بزرگوار نرفت با آن‌ها دعوا کند و دست به یقه شود. حرف زد، فکر داد، حقایق را گفت، از ذهنیت صحیح استفاده نمود و فضا را قبضه کرد.» (بیانات مقام معظم رهبری، ۱۳۷۲/۳/۲۶)

مقام معظم رهبری فرموده‌اند که مبلغ باید رفتارش معقول باشد: «این طلبه شما که به آنجا (تبلیغ) می‌رود، مظهر «قم» است. او علاوه بر اخلاق خوب، باید عقل و تدبیر داشته باشد. اگر کسی رفت و عالم و متدین هم بود؛ اما عاقل نبود و در آنجا واقعاً سفاهت به خرج داد، مشکلات زیادی به وجود می‌آورد.» (خامنه‌ای، حوزه و روحانیت در آینه رهنمودهای مقام معظم رهبری، ۱۳۷۵: ۲ / ۱۱۸).

ب. استفاده از الگوهای دینی در سخنان

از جمله نکاتی که مبلغان قرآنی باید به آن توجه نمایند معرفی شخصیت‌های الگو در زندگی است. یکی از برجسته‌ترین این الگوها وجود مقدس امام حسین علیه السلام است. با توجه به توصیه‌ای که از معصومان علیهم السلام در حفظ سنت عزاداری محرم به ما رسیده و عشق و شوری که خداوند در دل مردم درباره سیدالشهدا علیه السلام قرار داده است. استفاده از مفاهیم عاشورایی راه را برای تبلیغ هموارتر می‌کند. رهبر انقلاب فرموده‌اند: «از این فرصت (عاشورا و دهه محرم)، استفاده شود، همان‌طور که خود حسین بن علی علیه السلام به برکت جهادش، اسلام را زنده کرد.» (بیانات مقام معظم رهبری، ۱۳۷۲/۳/۲۶).

مقام عظامی ولایت در جایی دیگر می‌فرمایند: «ما مبلغان، زیر نام حسین بن علی علیه السلام تبلیغ



می‌کنیم. این فرصت بزرگ [تبلیغ] را این بزرگوار به مبلغان دین بخشیده است که بتوانند تبلیغ دین را در سطوح مختلف انجام بدهند. هر یک از آن سه عنصر تشکیل دهنده حرکت عاشورایی حسین بن علی علیه السلام منطوق و عقل، عنصر حماسه و عزت و عنصر عاطفه، باید در تبلیغ ما نقش داشته باشد. صرف پرداختن به عاطفه و فراموش کردن جنبه منطوق و عقل که در ماجرای حسین بن علی علیه السلام نهفته است، کوچک کردن حادثه است و همچنین فراموش کردن جنبه حماسه و عزت، ناقص کردن این حادثه عظیم و شکستن یک جواهر گران بهاست. این مسئله را باید همه مبلغان مراقب باشیم.» (بیانات مقام معظم رهبری، ۱۳۸۴/۱۱/۵).

ج. دمیدن روح امید در مردم

رهبر انقلاب در بیانیه گام دوم اشاره نموده‌اند که انقلاب به یک انحطاط تاریخی طولانی پایان داد و کشور که در دوران پهلوی و قاجار به شدت تحقیر شده و به شدت عقب مانده بود، در مسیر پیشرفت سریع قرار گرفت؛ در گام نخست، رژیم ننگین سلطنت استبدادی را به حکومت مردمی و مردم‌سالاری تبدیل کرد و عنصر اراده‌ی ملی را که جان‌مایه‌ی پیشرفت همه‌جانبه و حقیقی است در کانون مدیریت کشور وارد کرد؛ آنگاه جوانان را میدان‌دار اصلی حوادث و وارد عرصه‌ی مدیریت کرد؛ روحیه و باور «ما می‌توانیم» را به همگان منتقل کرد؛ به برکت تحریم دشمنان، اتکا به توانایی داخلی را به همه آموخت و این منشأ برکات بزرگ شد (بیانیه گام دوم، ۱۳۹۷/۱۱/۲۲)

بنابراین یکی از وظایف مبلغان قرآنی این است که این حقایق را برای مردم بازگو کنند تا روح امید در مردم زنده بماند.

چهارم. بایسته‌های اعتقادی و اخلاقی مبلغ قرآنی

در نگاه رهبری مبلغان باید به مباحث و موضوعات اعتقادی و اخلاقی توجه ویژه داشته باشد و به موضوعاتی پردازند که عقاید دینی مردم را مستحکم و راسخ کند، به‌گونه‌ای که اسلام و قرآن را وارد در متن زندگی مردم کند (بیانات مقام معظم رهبری، ۱۳۹۳/۱۲/۲۱).

الف. بینش و آگاهی

یکی از ویژگی‌های مبلغان قرآنی داشتن بینش و آگاهی است مقام معظم رهبری می‌فرماید: مبلغ می‌خواهد سطح فکر مردم را در مسائل دینی بالاتر ببرد، پس باید آگاهی و بینش دینی وسیع و متنوع داشته باشد، با قرآن مأنوس باشد، در احادیث غور کند، با افکار نو مربوط به مذهب و دین آشنا باشد،



اهل تحقیق درباره مسائل دینی و افکار دینی باشد. البته نه فقط آشنایی با دین به تنهایی، بلکه در کنار مسائل دینی، پاره‌ای افکار فلسفی و بینش‌های اجتماعی هست که از آن‌ها هم باید آگاهی داشته باشد (خامنه‌ای، حوزه و روحانیت در آینه رهنمودهای مقام معظم رهبری، ۱۳۷۵: ۲ / ۱۱۵).

ب. ترویج فضایل اخلاقی و معنویت

در بیانیه گام دوم یکی از برکات انقلاب، ترویج فضایل و معنویات دانسته شده است. از این‌رو وظیفه مبلغان قرآنی است که این فضایل را در جامعه ترویج دهند. رهبری فرموده‌اند: «عیار معنویت و اخلاق را در فضای عمومی جامعه باید به‌گونه‌ای چشمگیر افزایش داد. این پدیده مبارک را رفتار و منش حضرت امام خمینی در طول دوران مبارزه و پس از پیروزی انقلاب، بیش از هر چیز رواج داد. آن انسان معنوی و عارف و وارسته از پیرایه‌های مادی، در رأس کشوری قرار گرفت که مایه‌های ایمان مردمش بسی ریشه‌دار و عمیق بود.»، همچنین ایشان در بیانیه گام دوم در مورد اهمیت معنویت در جامعه فرموده‌اند: «معنویت به معنی برجسته کردن ارزش‌های معنوی از قبیل اخلاص، ایثار، توکل، ایمان در خود و در جامعه است و اخلاق به معنی رعایت فضیلت‌هایی چون خیرخواهی، گذشت، کمک به نیازمند، راست‌گویی، شجاعت، تواضع، اعتماد به نفس و دیگر خلقیات نیکو است. معنویت و اخلاق، جهت‌دهنده همه حرکت‌ها و فعالیت‌های فردی و اجتماعی و نیاز اصلی جامعه است. بودن آن‌ها، محیط زندگی را حتی با کمبودهای مادی، بهشت می‌سازد و نبودن آن حتی با برخورداری مادی، جهنم می‌آفریند.»

آیت‌الله خامنه‌ای یکی از ضروریات امروز جامعه را اخلاق و معنویت می‌دانند و فرموده‌اند: «ما امروز به اخلاقیات احتیاج داریم، به معارف احتیاج داریم. امروز احتیاج داریم که نسل موجود ما، نسل جوان ما، با امید، بانشاط، با خوش‌بینی به آینده، با ایمان به خدا، با پیوستگی قلبی به اهل بیت علیهم‌السلام بار بیاید.» (بیانات مقام معظم رهبری، ۱۳۸۹/۳/۱۳).

اخلاق و معنویت در نگاه رهبری آن‌چنان پراهمیت است که نه یک‌بار بلکه در موارد متعدد به این نکته اشاره فرموده‌اند: «مردم را هدایت کنید؛ ذهن مردم را روشن کنید؛ مردم را به فراگرفتن دین تشویق کنید؛ دین صحیح و پیراسته را به آن‌ها تعلیم دهید؛ آن‌ها را به فضیلت و اخلاق اسلامی آشنا کنید؛ با عمل و زبان، فضیلت اخلاقی را در آن‌ها به وجود آورید.» (بیانات مقام معظم رهبری، ۱۳۷۸/۱/۲۲).

ج. اخلاص

قرآن کریم داشتن انگیزه الهی و اخلاص را رمز موفقیت در همه امور دانسته است و چه زیبا



می‌فرماید: ﴿الَّذِينَ آمَنُوا وَ هَاجَرُوا وَ جَاهَدُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ بِأَمْوَالِهِمْ وَأَنْفُسِهِمْ أَعْظَمَ دَرَجَةً عِنْدَ اللَّهِ وَ أُولَئِكَ هُمُ الْفَائِزُونَ﴾ (توبه/۲۰)؛ «آن‌ها که ایمان آوردند و هجرت کردند و با اموال و جان‌هایشان در راه خدا جهاد نمودند، مقامشان نزد خدا برتر است و آن‌ها پیروز و رستگارند!»

در روایات اسلامی از اخلاص به‌عنوان سرّ الهی (فیض کاشانی، المحجة البيضاء فی تهذیب الاحیاء، ۱۴۱۷: ۸ / ۱۲۵)؛ آخرین مرحله یقین (تمیمی آمدی، غررالحکم و درر الکلم، ۱۳۶۶: ۴۶۸، ح ۲)؛ سبب نجات انسان (مجلسی، بحارالانوار، ۱۴۰۲: ۱۷۰ / ۱۷۵).

تبلیغ دین از مصادیق جهاد در راه خداست. با داشتن انگیزه الهی و احساس تکلیف به نتیجه می‌رسد. موجب پیروزی و سعادت است. رهبر انقلاب نیز بر این نکته تأکید دارد که شرط اصلی تبلیغ اخلاص است و کلامی که برای خدا نباشد به دل نمی‌نشیند. اگر مبلغ اهل اخلاص و تقرب به خدا و توجه به منافع معنوی تبلیغ باشد، مسیر برای او هموار می‌شود و هیچ چیز نمی‌تواند مانع کار او شود (بیانات مقام معظم رهبری، ۱۳۹۶/۶/۲۷)

ایشان می‌فرماید: هر کاری انسان می‌خواهد بکند، به این فکر باشد که آیا این کار موافق رضای الهی است یا نیست؛ اگر احراز نکرد که مخالف رضای الهی است اشکالی ندارد، ولی مواظب باشد که مخالف رضای الهی نباشد، این ذکر الهی است. ذکر فقط به زبان نیست؛ توجه به این معنا، ذکر الهی است.) (بیانات مقام معظم رهبری، ۱۳۹۸/۱/۲۶). رهبر انقلاب معتقد است: «بدون اخلاص هم که هیچ کار پا نمی‌گیرد... آن چیزی که مردم را این‌طور مثل آهنربا می‌کشاند، چیزی جز اخلاص امام رحمة‌الله نبود، بدون اخلاص، واقعاً نمی‌شود کاری انجام داد.» (خامنه‌ای، حوزه و روحانیت در آینه رهنمودهای مقام معظم رهبری، ۱۳۷۵: ۲ / ۱۱۲)

امام خمینی (ره) مراتبی را برای اخلاص ذکر می‌کند که هفتمین مرتبه را پاک‌سازی عمل است از اینکه به خاطر بهشت لقاء الهی عمل کند و این مرتبه از مهم‌ترین اهداف اهل معرفت و سالکان کوی دوست است؛ و در ذیل آن نوشته‌اند که: نوع مردم از دستیابی به آن ناتوان‌اند و کمتر کسی از اهل معرفت به این سعادت می‌رسند (امام خمینی (ره)، صحیفه نور، ۱۳۷۸: ۱۶۴-۱۶۶)

د. ساده‌زیستی

ساده‌زیستی یکی از ارزشمندترین فضایل اخلاقی است که اهمیت آن در آموزه‌های اسلامی به‌روشنی مشهود است. در اهمیت این مقوله ارزشمند همین بس که همه پیامبران الهی از آدم تا خاتم،



به آن متّصف بوده‌اند.

بنیان‌گذار انقلاب اسلامی امام خمینی (ره) در مورد ساده‌زیستی مبلغان فرموده‌اند: «من متواضعانه و به‌عنوان یک پدر پیر از همه فرزندان و عزیزان روحانی خود می‌خواهم ... از زی طلبگی خارج نشوند و از گرایش به تجملات و زرق و برق دنیا که دون شأن روحانیت و اعتبار نظام جمهوری اسلامی ایران است پرهیز کنند و بر حذر باشند که هیچ آفت و خطری برای روحانیت و برای دنیا و آخرت آنان بالاتر از توجه به رفاه و حرکت در مسیر دنیا نیست.» (همان: ۱۷ / ۲۱۶). مقام معظم رهبری نیز به این نکته توجه ویژه دارند: «مبلغان ما که به اطراف کشور اعزام می‌کنیم، مبلغانی باشند که به شکل مردم باشند... در حد وضع مردم باشند؛ یعنی اگر مبلغ اعزام می‌کنیم، مثلاً ناگهان با هلیکوپتر وارد فلان شهر کوچک نشود که بخواهد سخنرانی بکند! این فایده ندارد (خامنه‌ای، حوزه و روحانیت در آینده رهنمودهای مقام معظم رهبری، ۱۳۷۵: ۲ / ۱۵۲).

«مایک والاس»، گزارشگر تلویزیونی آمریکا بعد از ملاقات و مصاحبه با امام خمینی (ره) چنین اظهار می‌دارد: «باید بگویم زندگی بسیار ساده که رهبر انقلاب اسلامی برای خود فراهم کرده بود، او را از همه رهبران دیگر دنیا متمایز می‌کرد.» (میرشکاری و بصیرت‌منش، آئینه حسن، ۱۳۹۲: ۱۳۱).

هـ. بالا بردن معرفت مخاطب

مبّلغان قرآنی باید به مسائل دینی اشراف داشته باشند تا بتوانند مخاطبان را رشد دهند. آیت‌الله خامنه‌ای یکی از وظایف مبلغان را توجه به رشد و ترقی مخاطب دانسته‌اند و می‌فرمایند: «کسانی که می‌خواهد تبلیغ دین کنند، باید از علم دین (در حدّی که موردنیاز آن‌هاست) برخوردار باشند. معنای این حرف، این است که مبلّغ دین باید در هر سطحی که مخاطبان خود را مشاهده می‌کند، برای بالا بردن آن‌ها از آن سطح، همت بگمارد و باقی ماندن مخاطبان خود را در یک نقطه، تحمل نکند. اساس کار تبلیغ، بر پیشبردن مخاطب است. باید آن‌ها را آگاه کرد و ترقی و رشد فکری داد و در جهت آگاهی دینی و تقرّب به پروردگار و کمالات نفسانی پیش برد؛ مثل شاگردی که انسان او را روزه‌روز تربیت می‌کند و پیش می‌برد (بیانات مقام معظم رهبری، ۱۳۹۶/۶/۲۷).

در جای دیگری نیز به مبلغان فرموده‌اند که برای بالا بردن معرفت مردم تلاش کنید: «... معرفت مردم را بالا ببرید، گفتمان‌های انقلابی در مردم به وجود بیاورید؛ و البته وجود دارد، تقویت کنید.» (بیانات مقام معظم رهبری، ۱۳۹۸/۲/۱۸).

رهبر انقلاب خود، در بیانیه گام دوم برای بالا بردن معرفت مخاطب، حقایق رژیم پهلوی را



بر می‌شمارد که «علاوه بر وابستگی و فساد و استبداد و کودتایی بودن، اولین رژیم سلطنتی در ایران بود که به دست بیگانه (و نه به‌زور شمشیر خود) بر سر کار آمده بود و چه دولت آمریکا و برخی دیگر از دولت‌های غربی و چه وضع به شدت نابسامان داخلی و عقب‌افتادگی شرم‌آور در علم و فناوری و سیاست و معنویت و هر فضیلت دیگر» امام خمینی، موسی گونه به سراغ آن طاغوت رفت: ﴿اِذْهَبْ إِلَىٰ فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَىٰ﴾ (طه/ ۲۴) پادشاهی مستبد که شعار فرعون می‌داد و می‌گفت: ﴿مَا أُرِيكُمْ إِلَّا مَا أَرَىٰ﴾ (غافر/ ۲۹؛ بیانیه گام دوم ۱۳۹۷/۱۱/۲۲).

رهبر معظم انقلاب در معرفت افزایی فوق از بیان مقایسه استفاده کرده است، با مقایسه، مسائل بهتر روشن می‌شود، در قرآن ده‌ها آیه برای بصیرت افزایی از راه مقایسه آمده است؛ مثلاً می‌فرماید: ﴿أَفَمَنْ كَانَ مُؤْمِنًا كَمَنْ كَانَ فَاسِقًا لَّا يَسْتَوُونَ﴾ (سجده/ ۱۸) و در آیه دیگر می‌فرماید: ﴿هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ﴾ (زمر/ ۹؛ قرآنی، مبانی قرآنی بیانیه گام دوم، ۱۳۹۸: ۳-۴).

نتیجه

از تحقیق به‌عمل آمده نتایج ذیل حاصل می‌شود:

- ۱- تبلیغ قرآنی از جایگاه مهمی در آموزه‌های دینی برخوردار است؛ چراکه مبلغان از عقاید و اخلاق مردم حراست و پاسداری می‌نمایند و با هر فساد و منکری که مانع اجرا و گسترش ارزش‌های دینی است، مبارزه می‌کنند.
- ۲- از نگاه رهبر معظم انقلاب مبلغ قرآنی باید از امکانات موجود به‌خوبی استفاده کند و لازمه این کار داشتن مهارت‌های لازم است، مانند مهارت‌آموزی تبلیغ، دانستن روانشناسی برای ایجاد ارتباط بهتر با مردم، آشنایی با فضای مجازی و استفاده از قابلیت‌های آن، آشنایی با زبان‌های خارجی برای ارتباط با افراد مختلف از ملیت‌های دیگر خصوصاً در فضای مجازی و نیز داشتن نشریات و ویژه برای رساندن پیام‌های دینی و قرآنی به مخاطبان.
- ۳- رفتار مبلغ قرآنی باید مطابق با تعالیم قرآن کریم باشد. مقام معظم رهبری در سخنانش برخی از رفتارهای قرآنی را تذکر داده‌اند، مانند ادب و مهربانی با مردم، استقامت و پایداری در مسیر تبلیغ دین و قرآن، تأیید گفتار مبلغ قرآنی با اعمالش.



- ۴- قرآن کریم برای گفتار ارزنده معیارهایی بیان داشته که شایسته است مبلغان نیز به این معیارها توجه داشته باشند، برخی از این معیارها در سخنان رهبر معظم انقلاب نیز تذکر داده شده است، مانند بیان مستدل و معقول، استفاده از الگوهای دینی.
- ۵- در نگاه رهبری مبلغان باید به مباحث و موضوعات اعتقادی و اخلاقی توجه ویژه داشته باشد و به موضوعاتی پردازند که عقاید دینی مردم را مستحکم و راسخ کند، به گونه‌ای که اسلام و قرآن را وارد در متن زندگی مردم نمایند.



منابع

۱. قرآن، ترجمه محمدعلی رضایی اصفهانی و جمعی از اساتید جامعه المصطفی، انتشارات المصطفی، قم: چاپ دوم، ۱۳۸۸.
۲. شریف رضی، محمد بن حسین، نهج البلاغة، تصحیح: صبحی صالح، هجرت، قم: ۱۴۱۴ق.
۳. تمیمی آمدی، عبدالواحد بن محمد، غررالحکم و درر الکلم، دفتر تبلیغات اسلامی، قم: ۱۳۶۶.
۴. حرانی، حسن بن علی بن شعبه، تحف العقول عن اخبار آل الرسول (علیهم السلام)، انتشارات جامعه مدرسین، قم: ۱۴۰۴.
۵. حسینی شاه عبدالعظیمی، حسین، تفسیر اثنی عشری، انتشارات میقات، تهران: ۱۳۶۳.
۶. خامنه‌ای، سید علی، حوزه و روحانیت در آئینه رهنمودهای مقام معظم رهبری، سازمان تبلیغات اسلامی، تهران: ۱۳۷۵.
۷. خندان، محسن، تبلیغ اسلامی و دانش ارتباطات اجتماعی، سازمان تبلیغات اسلامی، تهران: ۱۳۷۴.
۸. راغب اصفهانی، حسین، مفردات الفاظ القرآن، دار القلم، دمشق: ۱۴۱۶.
۹. رضایی، محمدعلی، پژوهشی در اعجاز علمی قرآن، کتاب مبین، رشت: ۱۳۸۰.
۱۰. رهبر، محمدتقی، پژوهشی در تبلیغ، بوستان کتاب، قم: ۱۳۹۳.
۱۱. زورق، محمدحسن، مبانی تبلیغ، سروش، تهران: ۱۳۹۰.
۱۲. شیرازی، محمد، جنگ روانی و تبلیغات، مفاهیم و کارکردها، دبیرخانه نخستین همایش علمی بررسی نقش تبلیغات در جنگ، تهران: ۱۳۷۶.
۱۳. طالقانی، محمود، پرتوی از قرآن، شرکت سهامی انتشار، تهران: ۱۳۶۲.
۱۴. طباطبایی، سید محمدحسین، المیزان فی تفسیر القرآن، موسسه الاعلمی للمطبوعات، لبنان: ۱۴۰۲.
۱۵. طبرانی، سلیمان بن احمد، المعجم الکبیر، دار النشرة، قاهره: ۱۴۱۵.



۱۶. طیب، سید عبدالحسین، اطیب البیان فی تفسیر القرآن، انتشارات اسلام، تهران: ۱۳۷۸.
۱۷. فراهیدی، خلیل بن احمد، العین، موسسه الاعلمی للمطبوعات، بیروت: ۱۴۰۸.
۱۸. فیض کاشانی، ملامحسن، المحجّة البیضاء فی تهذیب الاحیاء، محقق/مصحح، غفاری، علی اکبر، موسسه انتشارات اسلامی جامعه مدرسین، قم: چاپ ۴، ۱۴۱۷.
۱۹. قرائتی، محسن، تفسیر نور، مرکز فرهنگی درس‌هایی از قرآن، تهران: ۱۳۸۳.
۲۰. قرائتی، محسن، مبانی قرآنی بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی، ستاد اقامه نماز، قم: ۱۳۹۸.
۲۱. کلینی، محمد بن یعقوب، الکافی، دارالکتب الاسلامیه، تهران: ۱۳۶۲.
۲۲. متقی هندی، علی بن حسام‌الدین، کنز العمال فی سنن الأقوال و الأفعال، محقق: بکری حیانی، صفوة السقا، مؤسسة الرسالة، بیروت: چاپ پنجم، ۱۴۰۱.
۲۳. مجلسی، محمدباقر، بحارالانوار، داراحیاء التراث العربی، بیروت: ۱۴۰۳.
۲۴. مطهری، مرتضی، مجموعه آثار، انتشارات صدرا، تهران: ۱۳۸۹.
۲۵. میرشکاری، اصغر؛ بصیرت‌منش، حمید، آئینه حسن، موسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (ره)، قم: ۱۳۹۲.
۲۶. بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی، ابلاغ توسط مقام معظم رهبری در ۱۳۹۷/۱۱/۲۲.
۲۷. پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت‌الله خامنه‌ای، تاریخ دسترسی:

https://farsi.khamenei.ir: ۱۴۰۰/۶/۱۵ نشانی:

References

۱. The Holy Quran, Translated by Muhammad Ali Rezaei Isfahani and A Group of Professors of Al-Mustafa University, Al-Mustafa International Publications, Qom: ۲nd Edition, ۲۰۰۹.
۲. Declaration of the Second Step of the Islamic Revolution, Announced by the Supreme Leader on ۱۱/۲۲/۱۳۹۷ AH (Solar).
۳. Farahidi, Khalil bin Ahmad, Al-Ayn, Muassasah Al-A'lami lil Matbua'at, Beirut: ۱۴۰۸.
۴. Fayz Kashani, Mullah Muhsin, Al-Mahajjah al-Baydha fi Tahdhib al-Ihya, Researched and Edited by Ghaffari, Ali Akbar, Muassasah Intisharat Islami Affiliated to Jamiah Mudarrisin, Qom: ۴th Edition, ۱۴۱۷.
۵. Harrani, Hassan bin Ali bin Shu'bah, Tuhaf al-Uqul an Akhbar Al al-Rasool (A.S), Jamiah Mudarrisin Publications, Qom: ۱۴۰۴.
۶. Hosseini Shah Abdulazimi, Hossein, The Twelver Exegesis, Miqat Publications, Tehran: ۱۹۸۴.
۷. Information Center of the Office for the Preservation and Publication of the Works of Ayatullah Khamenei, Access Date: ۶/۱۵/۱۴۰۰ AH (Solar) Address: <https://farsi.khamenei.ir>
۸. Khamenei, Seyyed Ali, The Seminary and the Clergy in the Mirror of the Guidelines of the Supreme Leader, Islamic P Organization, Tehran: ۱۹۹۶.
۹. Khandan, Mohsen, Islamic Propaganda and Knowledge of Social Communication, Daftar Tablighat Islami, Tehran: ۱۹۹۵.
۱۰. Kulayni, Muhammad Ibn Ya'qub, Al-Kafi, Dar al-Kutub al-Islamiyyah, Tehran: ۱۹۸۳.
۱۱. Majlisi, Muhammad Baqir, Bihar al-Anwar (The Oceans of Lights), Dar Ihya al-Turath al-Arabi, Beirut: ۱۴۰۳.
۱۲. Mirshakari, Asghar; Basiratmanesh, Hamid, Aineh Husn (The Mirror of Beauty), Institute for Organizing and Publishing the Works of Imam Khomeini, Qom: ۲۰۱۳.



۱۳. Motahhari, Morteza, Collection of Works, Sadra Publications, Tehran: ۲۰۱۰.
۱۴. Mottaqi Hindi, Ali bin Hussam al-Din, Kanz al-Ummal fi Sunan al-Aqwal wa al-Afa'al (Treasures of the Doers of Good Speaks and Deeds), Researched by Bakri Hayani, Safwah al-Saqa, Muassasah al-Risalah, Beirut: ۵th Edition, ۱۴۰۱ AH.
۱۵. Qara'ati, Mohsen, Quranic Principles of the Declaration of the Second Step of the Islamic Revolution, Prayer Headquarters, Qom: ۲۰۱۹.
۱۶. Qara'ati, Mohsen, Tafsir Noor, Cultural Center of Lessons from the Quran, Tehran: ۲۰۰۴.
۱۷. Raghieb Isfahani, Hossein, Mufradat Alfaz al-Quran (Vocabulary of Quranic Words), Dar al-Qalam, Damascus: ۱۴۱۶.
۱۸. Rahbar, Muhammad Taqi, A Research on Preaching, Bustan e Ketab, Qom: ۲۰۱۴.
۱۹. Rezaei, Muhammad Ali, A Research on the Scientific Miracle of the Quran, Mobin Book, Rasht: ۲۰۰۱.
۲۰. Sharif Razi, Muhammad bin Hossein, Nahj al-Balaghah, Edited by Subhi Salih, Hijrat, Qom: ۱۴۱۴ AH.
۲۱. Shirazi, Muhammad, A Psychological Warfare and Preaching: Concepts and Functions, Secretariat of the First Scientific Conference on the Role of Preaching in War, Tehran: ۱۹۹۷.
۲۲. Tabarani, Suleiman bin Ahmad, Al-Mu'jam al-Kabir, Dar al-Nashrah, Cairo: ۱۴۱۵.
۲۳. Tabatabai, Seyyed Muhammad Hossein, Al-Mizan fi Tafsir al-Quran, Muassasah Al-A'lami lil Matbua'at, Lebanon: ۱۴۰۲.
۲۴. Taliqani, Mahmoud, A Ray of the Quran, Intiahar Co., Tehran: ۱۹۸۳.
۲۵. Tamimi Amodi, Abdul Wahid bin Muhammad, Ghurar al-Hikam wa Durar al-Kalim, Daftar Tablighat Islami, Qom: ۱۹۸۷.
۲۶. Tayyib, Seyyed Abdul Hossein, Atyb al-Bayan fi Tafsir al-Quran (The Best Expression in Quranic Exegesis), Islam Publications, Tehran: ۱۹۹۹.
۲۷. Zawraq, Muhammad Hassan, The Principles of Preaching, Soroush, Tehran: