



تبلیغ در اسلام

مقدمه:

تبلیغ و دعوت، ارشاد و هدایت مردم به ارزش های الهی از اصول رسالت پیامبران الهی بوده است، بنابر این تبلیغ کار بسیار ارزشمندی است که بعد از انبیاء بر دوش علمای ربانی گذارده شده است، لذا تبلیغ یک حرفه نیست، منبع درآمد نیست، بلکه یک وظیفه الهی و انسانی است.

«الَّذِينَ يَبْلُغُونَ رَسُولَاتِ اللَّهِ وَيُخْشَوْنَ اللَّهَ وَلَا يَخْشَوْنَ أَحَدًا إِلَّا اللَّهَ...»^۱ در شان پیامبران الهی و مبلغین راستین است. قرآن کریم این سیره را سنت پیامبران معرفی می کند و با تعبیر: «سَنَةِ اللَّهِ فِي الَّذِينَ خَلَوْا...» اشعار می دارد که روش پیامبر ﷺ نیز همین است.

افزون بر این، قرآن کریم، دعوت الی الله را بهترین گفتار،^۲ و داعیان الی الله را برترین امت و فلاح و رستگاری جامعه

اسلامی را مروهون تلاش داعیان الی الله و دعوت به خیر و امر به معروف و نهی از منکر دانسته است. و از هدایت انسان ها، به حیات بخشیدن و از گمراه کردن آنها به میراندن تعبیر کرده است. و در همین راستا است که: پیامبر اکرم ﷺ هدایت انسانی را برتر از آنچه خورشید بر آن طلوع و غروب می کند دانسته است. و علی علیه السلام در تجلیل از مبلغان به دیدار آنان اظهار اشتیاق می کند؛ و در مقایسه دعوت و ارشاد مردم با سایر ارزش ها آن را چون دریای پهناور در برابر آب دهان می داند.

در اسلام تبلیغ از قداست خاص و جایگاه ویژه ای برخوردار می باشد و به عنوان یک تکلیف شرعی و جهاد اجتماعی شمرده می شود و امروزه با پیچیده تر شدن دنیا و وسایل ارتباط جمعی، تبلیغات مهمترین نقش را در قریب یا هدایت ملت دارد.

واژه تبلیغ: تبلیغ در لغت به معنی رسانیدن و رساندن چیزی به منتهای مقصد خویش می باشد و در اصطلاح عبارت است از ترویج ایمان و انتقال اندیشه های روشن جهت تاثیر گذاری بر افکار و اعمال انسان ها.

اسلام و تبلیغ

اسلام به عنوان کامل ترین دین الهی از همان ابتدا توجه ویژه ای به گسترش دین از طریق روش های کارساز تبلیغاتی داشته است. به طوری که با عنایت به شرایط جامعه و روحیات و عواطف افراد اقدام به وضع احکام و فرامین خود کرده است که آرایه قرآن کریم از نشانه های آن است. چرا که قرآن کریم با توجه به شرایط فرهنگی جامعه در نهایت اعجاز لغوی، ادبی، موسیقایی و علمی به مردم ارائه شده است. در این کتاب شگرف بارها به پیامبر ﷺ توصیه شده است که در نهایت مهربانی و عطف با مخاطبان برخورد شود و با جذبه های حسی، عقلی و هنری پیام خداوند ارائه گردد.

از سویی دیگر، رفتار، گفتار و زندگی پیامبر اکرم ﷺ و ائمه اطهار علیهم السلام به عنوان کامل ترین تبلیغ اسلام عنوان شده است به طوری که در آیه ۲۱ سوره احزاب آمده است: لقد کان لکم فی رسول الله اسوه حسنه. پیامبر برای شما الگوی نیکویی است.



بچه شیر

به محض این که وارد مؤسسه جبل عامل می‌شد، بچه‌ها دوش را می‌گرفتند و از سر و کولش بالا می‌رفتند؛ مثل زنبورهای یک کندو. مصطفی پدرشان، دوست‌شان و هم‌بازی‌شان بوده چشم‌های مصطفی برق می‌زد و با شور و حرارت می‌گفت: «ببین این بچه‌ها چقدر زور دارند! این‌ها بچه شیرند».

با شادی‌شان شاد بود و با اشکشان بی‌طاقت.

اگر در کنار جاده بچه‌ای را می‌دید از ماشین پیاده می‌شد بچه را بغل می‌کرد، صورتش را با دستمال پاک می‌کرد و می‌بوسیدش.

اول فکر می‌کردم او را می‌شناسد ولی مصطفی می‌گفت: «نه، نمی‌شناسمش مهم این است که این بچه یک شیعه است، این بچه هزار و سیصد سال ظلم را به دوش می‌کشد و گریه‌اش نشانه ظلمی است که بر شیعه رفته».

همسر شهید مصطفی چمران

اهمیت تبلیغ و اشاعه فرهنگ دینی مورد توجه فراوان علمای بزرگ اسلام قرار گرفته است که در اینجا به برخی از آنها اشاره می‌شود:

مرحوم شهید مرتضی مطهری در مورد مقام تبلیغ در اسلام فرموده‌اند: «اگر بگویم مقام تبلیغ اسلام، رساندن اسلام به عموم مردم، معرفی و شناساندن اسلام به صورت یک مکتب از مرجعیت کمتر نیست، تعجب نکنید».

همچنین حضرت امام خمینی نیز در این باره می‌فرماید: «با این همه تبلیغات علیه ما، ما هم باید تبلیغات داشته باشیم. امروز تبلیغات یک ویژگی خاص دارد و بر همه لازم است که تبلیغات کنند، تبلیغات داخلی برای اینکه می‌آید خدای نخواستہ مردم تحت تأثیر تبلیغات سوء ابرقدرت‌ها واقع شوند و بالاتر از او تبلیغات در خارج باید باشد».

در جای دیگر ایشان فرموده‌اند: «تبلیغات از صدر اسلام تا ابد یکی از اموری است که اسلام بر آن پافشاری کرده است و در این زمان که ما هستیم یک اولویت خاصی دارد، تبلیغ برای آیت الله شهید سعیدی به قدری مهم بود که حتی از تهران برای زیارت امام رضا (ع) به مشهد آمد همین که در خیابان‌های مشهد به او گفته شد که یکی از روستاها نیاز به عالم دارد ایشان از زیارت امام رضا (ع) صرف نظر کرد و گفت ثواب تبلیغ در روستا کمتر از زیارت امام نیست و از همانجا به روستا رفت و مشغول تبلیغ شد».

اهمیت تبلیغ از نظر شخصیت‌های سیاسی

- وزیر تبلیغات هنتر می‌گوید: با گاز، صدها نفر مسموم می‌شوند ولی با شایعه می‌توان صدها میلیون نفر را مسموم کرد.

- تاپلئون می‌گوید: من از قلم روزنامه‌ها بیش از صدای گلوله‌ها می‌ترسم!

- کارتر رئیس‌جمهور اسبق آمریکا می‌گوید: یک دلار برای تبلیغات بهتر از ده دلار برای تسلیحات است.

به همین دلیل آمریکا در سالی که برای قدرت نظامی خود ۲۰۰ میلیارد دلار بودجه می‌گذارد، برای تبلیغات جهانی‌اش ۹۰ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری می‌کند و امروزه کلیسا با ترجمه انجیل به ۱۲۰۰ زبان و ترویج مسیحیت از رادیوهای دنیا صدای خود را در جهان پخش می‌کند با توجه به اهمیتی که دنیای استکبار به تبلیغ می‌دهد و این است بی‌برنامگی و بی‌بودجه‌گی و بی‌حالی ما...

امروز ما نشسته‌ایم و روحانیون مسیحی و حتی شخص پاپ به سراسر دنیا سفر کرده و تبلیغ می‌کنند. واتیکان و کلیسا جز چند سفارش اخلاقی چیزی ندارند و کتابشان تحریف شده است و رهبرانش همچون ابرقدرت‌ها و کاخ‌نشینان در برابر ظلم‌ها ساکت هستند، حدود ۵۰۰۰ نوع مجله و روزنامه در بیش از دو میلیارد تیراژ دارند که بعضی از نشریات آنها به بیش از هشتاد زبان دنیا ترجمه می‌شود و ۱۵۰/۰۰۰ روحانی مسیحی به سراسر دنیا می‌فرستند.

کشورهای مارکسیستی که پوچی مکتشان روشن شد و یکی پس از دیگری سقوط کردند، کتاب رهبرانشان را به ۱۰۱ زبان ترجمه و در دنیا پخش کردند. البته کلیسا راه‌های مثبت نیز دارد. مثلاً بیش از ۲۰۰۰ بیمارستان، ۲۶۶ درمانگاه و ایگان، ۶۹۸ جذام‌خانه و ۲۶۵۵ یتیم‌خانه در دنیا از طرف کلیسا اداره می‌شود و امروز در آفریقا حدود ۱۵۰/۰۰۰ مبلغ مسیحی در ۱۶۶۷۱ مدرسه عالی و ۵۰۰ مدرسه مذهبی و ۶۰۰ بیمارستان و ۱۲۰ اردوگاه آوارگان و ۵۱۱ درمانگاه مشغول به فعالیت هستند. در حالی که اکثر آوارگان و یتیم‌ها فرزندان مسلمان هستند. کلیسا در جهان ۳۶۴۵۰ مدرسه ابتدایی و ۱۱۱۵۴ مدرسه متوسطه و دبیرستان ساخته است و تنها در آفریقا پنج میلیون دانش‌آموز مسلمان در مدارس مسیحیت تحصیل می‌کنند.

اما ما که قرآنی داریم که «لا یاتیه الباطل» (هیچ باطلی در آن راه ندارد) و «لم یجعل له عوجاً» (هیچ انحرافی در آن نیست) و هم رهبرانی عادل و پارسا و زاهد، همراه با قوی‌ترین استدلال و برهان، به خاطر نداشتن تصمیم جدی کار چندانی نکرده‌ایم. سلام خداوند بر امام خمینی و شهدا، که با حرکت و خون خود بسیاری از این نارسایی‌ها را جبران و اسلام ناب محمدی را به دنیا نمایانند.

اصول تبلیغ دینی:

با نگاهی به شرایط روز جهان و ابزار تبلیغ در دست دشمنان، به نظر می‌رسد تبلیغ دینی باید از ویژگی‌هایی خاص برخوردار باشد که برخی از آنها به این ترتیب هستند:

۱. رهبری: هدایت و سامان دادن ملت؛ براساس این اصل، ماهیت تبلیغات، باید آنچنان باشد که مردم را برای رسیدن به اهداف دین رهبری نماید و نیروی آنها را در این راه هماهنگ سازد.

۲. خدا محوری:

مبلغ براساس این اصل باید هدفش جز رضای حضرت حق چیزی نباشد و همه انگیزه‌های غیر الهی را فراموش نماید تا تاثیر تبلیغ در سطح جامعه به خوبی نمایان گردد.

۳. داشتن قاطعیت:

هدف تبلیغ آنچنان درست و مثبت انتخاب شود که هیچ مانعی باعث تغییر اصول آن نگردد به طوری که در صدر اسلام، پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله در مقابل فشارهای مخالفان آنچنان مقاومتی از خود نشان داد که حقانیت تبلیغ خویش را بر همگان حتی مشرکان ثابت نمود.

۴. سازندگی فرد و جامعه:

محتوای تبلیغ باید طوری باشد که انسان و جامعه را به سوی تعالی فکر و عقیده سوق دهد و از ناهنجاری‌های اخلاقی آن‌ها جلوگیری نماید.

۵. پیوند با مردم:

تبلیغ دینی باید به گونه‌ای باشد که با روحانیت و لوازم بشری سازگار بوده و انسان را در برخورد با مسائل دچار تنگنا و فشار ننماید.

۶. بصیرت و تفکر:

تبلیغ به گونه‌ای باشد که انسان را به تفکر و تعمق در مسائل تحریک نماید و از القای یک خوراک خشک فکری بپرهیزد.

۷. بهره‌گیری از ابزار مناسب:

ابزار مناسب تبلیغ، همان‌گونه که حضرت امام علیه السلام نیز به صورت تلویحی در سخنان خویش به آن اشاره فرموده‌اند، می‌تواند تمام اهداف و شرایط شش‌گانه فوق را یک‌پارچه، منسجم و هدف‌دار به حرکت درآورد. آنچه بحمدالله در سال‌های اخیر در حوزه‌ها و مراکز ارزشی داخل کشور برای استفاده از اینترنت مشاهده می‌شود، یکی از این راه‌ها است که به نظر می‌رسد در حال پیشرفت و توسعه خود است.

وظایف مبلغ

۱. شناختن و شناساندن دین یکی از مهم‌ترین وظایف مبلغ دینی ابتدا شناخت دین و قرآن و سپس شناساندن آن کتاب ارزشمند به مخاطبان است، به طوری که جذابیت‌های قرآن را به اشکال مختلف پرور دهد.

۲. پرهیز از بدعت‌گذاری

در امور غیر دینی نظیر شعر، هنر، فلسفه و ... نوآوری بی‌اشکال و حتی در مواردی دارای جذابیت‌های مختلف است اما در امور دینی اعمال نوآوری کاملاً غلط است. زیرا که مبنای این امور از سوی منبع غیب و حضرت حق می‌باشد که حتی پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله نیز چنین رفتاری را روا و درست ندانسته‌اند.

۳. استفاده نکردن از جهالت مردم

حتی به قیمت القای اعتقادات به مردم نباید آنها را دچار جهالت و گمراهی نمود؛ چرا که شرافت دین و تعالیم آن آنقدر والاست که تاب هیچ‌گونه گمراهی مردم را نمی‌آورد. این آموزه، مخالف تعاریف غربی از تبلیغ، نظیر آنچه در فرهنگ بریتانیکا یا امریکانا آمده است، می‌باشد.

۴. شناختن مقتضیات و نیازهای زمان

مبلغ باید با شناخت شرایط زمان و موقعیت جهان نسبت به محافظت از تعالیم دینی و رساندن پیام آن به مردم به درستی انجام وظیفه نماید.

۵. پرهیز از مزاح‌گویی

جلب رضایت مردم به بهای خلاف دین عمل کردن و تبلیغ افسانه‌ها و خرافه‌های پسته شده بر واقعیت‌های دین را نمودن کاملاً اشتباه بوده و مذمت و نادرست شمرده شده است.

۶. آگاه کردن مردم از مسائل روز

مبلغ باید با آرایه اطلاعات درست و صحیح به مخاطبان، آنها را از رویدادهایی که در جهان می‌گذرد، آگاه نماید و از خطراتی که اسلام را تهدید می‌نماید، پرده بردارد و ذهن مردم را روشن و مطلع سازد.

۷. مبارزه با تحریفات

مبلغ باید با تبلیغ حقایق و واقعیت‌ها، پرده از تحریفات مخالفان دین بردارد و در مقابل ترویج اطلاعات و عقاید کذب به مقابله بپردازد.

در پایان ذکر این نکته ضروری است که پیش بردن امر تبلیغ و اطلاع رسانی، در عصر حاضر که عصر ارتباطات سریع نام گذاشته شده، بدون بهره‌بردن از توانایی‌های تکنولوژیک روز، امری دشوار و چه بسا غیر ممکن باشد. لذا ضروری است در امر تبلیغ دینی، مبلغین با افزایش سطح معلومات و دانسته‌های خود و با کسب، پالایش و بهره‌برداری از این توانایی‌ها که به صورت تاکتیک، به ویژه از سوی دشمنان مورد استفاده قرار می‌گیرد، به گیرا تر کردن هدف و تلاش خود همت بکارند.

پی‌نوشت‌ها:

۱. احزاب: ۳۹.

۲. فصلت: ۳۳.

۳. آل عمران: ۱۱۰.

۴. آل عمران: ۱۰۴.

۵. مانند: ۳۲. هرچند ظاهر آیه حیات و مرگ مادی است ولی در روایات متعددی تفسیر به حیات و مرگ معنوی، یعنی گمراهی ساختن و یا نجات فردی از گمراهی تفسیر شده است. نگاه شود به تفسیر نور الثقلین، ج ۱/ ۶۲۰.

۶. بحار الأنوار، ج ۱۹، ص ۱۶۷.

۷. اولئک خلق الله فی ارضه و الدعاة الی دینه شوقا الی رؤیتهم نهج البلاغه حکمت ۱۴۷، صبحی صالح، فیض الاسلام، حکمت ۱۳۹.

۸. نهج البلاغه، حکمت ۳۷۴، صبحی صالح، فیض الاسلام، حکمت ۳۳۶.

۹. مرتضی مطهری، اسناد مطهری، ج ۳، ص ۳۰.

۱۰. امام خمینی رحمته الله علیه، صحیفه نور، ج ۱۶، ص ۱۵۰.

۱۱. پژوهشی در تبلیغ.

۱۲. محسن قرائی، قرآن و تبلیغ.

۱۳. عبدالرحیم موگهی، تبلیغ و مبلغ در آثار شهید مطهری، ص ۸۱.