[پیام حوزه](http://www.hawzah.net/fa/magazine/numberlist/4210)، [پاییز 1378، شماره 23](http://www.hawzah.net/fa/magazine/magart/4210/4229/0)

**گزیده کتابشناسی توصیفی تبلیغ**

**عبدالله ناقد**

|  |
| --- |
| **شیوه های دعوت و تبلیغ از دیدگاه قرآن**  محمدحسین فضل الله ترجمه مرتضی دهقان طرزجانی تهران، انتشارات یاسر، چاپ اول 1359، 144 صفحه، رقعی،  این کتاب بر محور تبلیغ و قرآن در دو بخش با سرفصل های گوناگون سامان یافته است. برخی عناوین بخش اول عبارتند از: دعوت ودولت، ویژگی ذاتی دعوت اسلامی، هدف، شیوه، شیوه اسلام در راه بهبود روابط بشری همگام با ابراهیم(ع)، همگام با نوح... است.  در بخش دوم مباحث زیر آمده: خاورشناسان و شیوه قدرت و زور درقرآن، سیری در آیات قتال، همگام با جنگ ها و غزوات پیامبر(ص)،عدم اجبار در دین، اکراه در قرآن، ارتباط آیه با بینش آزادی عقیده، آیه و نظریه اختیار، شیوه های مسالمت جویانه در پایگاه قدرت.  از نویسنده این کتاب آثار دیگری نیز در باره تبلیغ منتشر شده است. اثر حاضر که برگردان از عربی است، و نام اصلی آن ذکرنشده است، محروم از نثر فارسی رسا و شیوا است به هر حال نمونه هایی در معرفی این کتاب از همین اثر تقدیم می شود.  فکر تالیف چنین کتابی، زاییده نیاز شدیدی است که نویسندگان اسلامی با آن روبرو شده اند. این کتاب می کوشد تا خطمشی اساسی دعوت گر را مطابق با رسالتش ترسیم کند و تجارب انقلابی پیامبر(ص) و ائمه(علیهم السلام) را عرضه دارد و بدین وسیله تحول عظیمی در مدار عملی تمامی مسلمان ها- چه پیشروان و چه پیروان - بیافریند و شیوه عملی را آنچنان که در اندیشه ما است پیاده سازد.  چه بسا، آنگاه که به بررسی دوران های درگیری فکری مسلمین بپردازیم، این نیاز بیشتر احساس شود. در چنین موقعیتی می توانیم اشتباهات عملی دعوتگران را در مسیر دعوتشان بیابیم،متاسفانه عدم کاربرد صحیح شیوه های تبلیغ، این اثر سو را داشت که نقطه مقابل این فکر تقویت شد و تا آنجا نفوذ یافت که این اندیشه شکل گرفت و شایع شد که:  «دین بحث عقیدتی را جایز نمی شمرد، به مباحثه ترغیب نمی کند وبرای افکار دیگران و مشکلات عقیدتی و شبهات و مبارزاتشان علیه دین، زمینه مناسب برای عرضه فراهم نمی آورد».  «قرآن مجید روی موضوع ترک تقلید عقیده ها و عادات نادرست پیشینیان شدیدا پافشاری کرده، «عقل » را در مقام معرفت حقیقی ارج نهاده و بر اقامه برهان و دلیل که اساس ایمان است،ایستادگی می کند، پس حقیقتی که روشنگر نداشته باشد و روشنگری که فاقد دلیل باشد وجود ندارد». (1)  **سیره تبلیغی پیامبر اکرم(ص)**  درآمدی بر سیاست تبلیغی اسلام در عصر ارتباطات اصغر افتخاری سازمان تبلیغات اسلامی، چاپ اول تابستان 1377، رقعی، 148 صفحه.  در مقدمه می خوانیم:کتاب حاضر که نتیجه تامل در آثاری چند، پیرامون «تبلیغات درسیره نبوی(ص) است، بااین هدف تهیه شده است که جوهر اصلی تبلیغ را با مراجعه به سنت نبوی برای خواننده مشخص سازد. (2)  این اثر در چهار فصل به ترتیب زیر سامان یافته است:  فصل اول: تبلیغات در عصر حاضر; فصل دوم: ویژگی ها و اصول تبلیغات اسلامی; فصل سوم: حامل پیام در تبلیغ اسلامی; فصل چهارم: آسیب شناسی تبلیغ اسلامی.  بخش نخست کتاب مقدمه ای علمی و جامع در باره «چیستی تبلیغ »است که از مقاله «پروپاگاندا» از دایره المعارف بریتانیکاانتخاب و تلخیص شده است. سایر بخش ها ترجمه و تلخیص و اصلاح کتاب اضواء علی الاعلام فی صدر الاسلام. خصائصه، دعائمه، وسائله،مناسباته و مراکزه » از محمد عجاج الخطیب است. این کتاب در شش فصل، از تبلیغات اسلامی به عنوان «علم » سخن رانده و نشان داده است که تبلیغ در اسلام دارای ساختار، الگو و اصولی می باشدکه به آن رنگ علمی بخشیده و شایسته است تا پیرامون آن تامل وتحقیق بشود.  در مقدمه آمده است:  چون دکتر خطیب در بررسی موشکافانه خود بعضی از نکات ظریف سیره تبلیغی حضرت رسول(ص) را ندیده و یا اگر متوجه شده به اجمال ازکنار آن ها عبور کرده است از این رو لازم بود تا با مراجعه به منابعی دیگر این بحث تکمیل و نقایص جبران شود. به همین منظورعمدتا از دو کتاب برای رفع نقص بهره گرفته شد و در هر مورد باآوردن پاورقی هایی حق صاحبان کتب ادا شد این دو کتاب عبارتنداز:  المدینه فی صدر الاسلام، الحیاه الاجتماعیه و السیاسیه والثقافیه، بیروت، موسسه علوم القرآن و مکتبه دارالتراث(للمدینه)، 104 ه (1984 م)  الدکتور محمد السید الوکیل، المدینه المنوره عاصمه الاسلام الاولی، جده، دارالمجتمع للنشر و التوزیع،1409 ه (1989 م) البته به تناسب از کتب دیگری هم بهره برده ایم که در متن به آن ها اشاره شده است. (3)  مولف می نویسد: کتاب محمد عجاج الخطیب را با اصلاحاتی چند، به طور مفصل و مبسوط آورده ایم... مولف در پاره ای از برداشت های تاریخی دچار اشتباه شده است، از این رو برای آنکه بتوانیم گوهره و جوهره واقعی سنت تبلیغی حضرت رسول(ص) را به نمایش بگذاریم، لاجرم به طرح استنتاجاتی تازه از دیدگاه شیعه پرداخته ایم. (4)  این اثر که خالی از فایده نیست اشکال هایی دارد مانند:  1) مشخص نیست که پیشنهادها و استنتاج ها از چه کسی است. بهتربود تهیه کننده این اثر در آغاز ترجمه هر اثری یا فصلی ازمنابع یادشده را آورده و سپس اصلاح و نقد می کرد. یا به گونه ای در متن حروفچینی می شد که مشخص باشد، هر نظریه از چه کسی است،کدام سخن از مترجم است و کدام از مولف.  2) اگر همین سیره نبوی(ص) در تبلیغ از نوشته های فارسی سیره نویسان شیعه -و یا به ضمیمه آثار دیگران- استخراج می شداثری بسیار پربها و جامع تر عرضه می شد.  3) برخی استنتاج ها قابل تامل است، گرچه اصل سخن شاید درست باشد مثلا در صفحه 58 بند دوم و صفحه 51 و صفحه 49، آیه تبلیغ.  **سخنوری و شخصیت در آداب سخن**  سیدمحمدعلی مقدسی قم، انتشارات دفتر تبلیغات اسلامی چاپ اول،1377، وزیری، شومیز، 208 صفحه.  در مقدمه این اثر می خوانیم:  کتاب حاضر حاوی قواعد و آداب سخنوری و در بردارنده دستوراتی برای تقویت جهاز تنفس و در نتیجه تقویت قوه ناطقه و عوامل رشدشخصیت و غلبه بر ترس و چیرگی بر حس حقارت و صدها موضوع و مطلب دیگر است که رعایت آن ها برای کسانی که قصد ورود به کرسی خطابه را دارند، ضروری است... کتاب حاضر، هم جنبه درسی و دانشگاهی وحوزوی دارد و هم در عین حال به تمام معنا کتابی خواندنی وشیرین است. معرفی کتاب را به خود کتاب وامی گذارم (5) و فقط متذکرمی شوم: مطالب کتاب با آخرین دستاوردهای علمی و تحقیقات جدیددر فن سخنوری هماهنگ است. (6)  اثر حاضر که از دیدگاه نویسندگی کاستی های فراوان دارد، بدون نظم دقیق منطقی حدود 200 عنوان را برای اهل منبر ردیف کرده است. از طرفی چون در مقام کتابسازی و فربه کردن نیست، نکات سودمندی را در حجم اندک، پیش روی خواننده قرار می دهد. برای آشنایی با نثر و محتوای این اثر، نمونه هایی را در زیرمی آوریم:  راه های رفع نگرانی و نترسیدن از کرسی خطابه:  1 - همیشه به خود تلقین کنید که به خوبی از عهده سخنرانی برمی آیید...  2 - باید دانست که سخنرانی در برابر جمع، همان سخن گفتن برای فرد است، چه تفاوت دارد. که انسان برای یک فرد حرف بزند یابرای جمع کثیری سخنرانی کند. پس چگونه است که از حرف زدن دربرابر فرد وحشتی به خود راه نمی دهید، اما از سخن گفتن دربرابر جمع وحشت دارید. این چیزی است که با تلقین باید به خودبقبولانید.  3 - نطق را نزد خود تمرین کنید تا ملکه شود اما به هیچ وجه نطقی را از بر نکنید، سخنران توانا صحبت می کند نه نطق، باشنوندگان حرف می زند، نه این که مطلبی را از بر بخواند.  4 - طرح سخنرانی را از پیش آماده کنید و مقدمه و متن و نتیجه را فهرست وار و به ترتیب منطقی در نظر بگیرید، اشکالی نداردیادداشت های مختصری از رؤوس مطالب در برگ های کوچک در دست نگاه دارید.  5 - صحبت در برابر آینه - برای مبتدیان - تا اندازه ای می تواندمعایب حرکت و آرایش دست و سر را بر طرف کند، فیلم و نوار نیزمؤثر است.  6 - برای تلفظ درست و دقیق نام ها، واژه ها و اسامی اماکن، بهتراست حتی با استفاده از کتب لغت ضبط دقیق آن ها را بدانیم و به خاطر بسپاریم.  7 - وسایل صوتی قبلا آزمایش شود، زیرا قطع و وصل صدا و...گوینده و شنونده را می آزارد در فضای کوچک هم نبودنش بهتر است.  8 - گوینده نباید در آغاز - و حتی در پایان - اظهار عجز وناتوانی و عذرخواهی کند بلکه باید با اولین جمله ها آتش شوق رادر دل شنوندگان بر افروزد. مثلا فهرست کوتاهی از مطالب را اعلام و شنوندگان را تشنه و تشویق کند. (7)  **جایگاه تبلیغات در جهان امروز**  احمد رزاقی سازمان تبلیغات اسلامی، چاپ اول، تابستان 1377، 164 صفحه، رقعی در مقدمه کتاب می خوانیم:  گرچه پیام نجات بخش اسلام در سراسر گیتی طنین انداخته است لیکن نباید از اهمیت حیاتی مطالعه و شناخت ابزار و عناصر و شیوه های مؤثر تبلیغی غافل بوده و رمز موفقیت مبلغان و معماران بزرگ جامعه بشری در تعمیق و گسترش فرهنگ اسلامی را مورد بی اعتنایی قرار دهیم.  با عنایت به این مهم و با توجه به رسالت سازمان تبلیغات اسلامی...، سعی نمودیم تا با الهام از معمار و مبلغ فقید وفرزانه انقلاب اسلامی حضرت امام خمینی(ره) ارکان اصلی تبلیغات دینی را به مناسبت سالگرد تاسیس سازمان تبلیغات اسلامی درمجموعه حاضر تدوین و تشریح و در اختیار علاقه مندان قرار دهیم. (8)  احیای سخنان حضرت امام راحل(ره) و ترویج عملی آن اندیشه ها،بسیار باارزش است. در این اثر نویسنده تلاش کرده تا به حضرت امام راحل به عنوان «مبلغ » نگاه کند و به اندازه ظرفیت وظرافت بینش خویش از سیما و سیره آن حضرت سوژه ها و خوشه هایی هماهنگ با «تبلیغات » فراهم کند.  نشر این اثر در حد انتشارات سازمان تبلیغات اسلامی نیست وظاهرا مخاطب مشخصی ندارد و در باره امور گوناگون مطالبی داردو از کلیاتی درباره تبلیغ و تعریف تبلیغ و جایگاه تبلیغ،گرفته تا رادیو و تلویزیون و اهداف صدا و سیما در جمهوری اسلامی و حج و تبلیغات خارجی و هنر و اتحاد طلاب و روحانیت انقلابی [کذا] شناسایی و طرد روحانی نمایان، پرهیز از تجملات وتشریفات در حوزه ها، مبارزه با تحجرگرایی، ایجاد تحول در سیستم درسی حوزه ها، تهذیب، نظم و انضباط در حوزه ها و تحکیم پیوندحوزه و دانشگاه و... را مطرح کرده است.  فصلی نیز به ویژگی های مبلغ اختصاص دارد، ولی به هفت صفت ازقبیل: معنویت، اخلاص، تواضع، زهد، شجاعت، معرفت سیاسی و تبلیغ عملی، قناعت کرده و از آوردن سایر ابواب که در کتاب های دیگرمانند محجه البیضا و جامع السعادات و قلب سلیم آمده، اجتناب شده است.  فصل های دیگر کتاب «رسالت مطبوعات »، «شیوه های تبلیغی اسلام وغرب »، «ابزار تبلیغات » است.  از بیش از هشتاد کتاب و مقاله حضرت امام(ره) به کمتر از هشت مورد عنایت شده و با نگاهی کوتاه از کتاب هایی که به قلم شریف حضرت امام نگارش یافته، تنها نام «ولایت فقیه » به چشم می خوردکه ظاهرا آن هم تنظیم درس های معظم له در نجف اشرف است.  **تبلیغات دینی، ابزارها و شیوه ها**  احمد رزاقی سازمان تبلیغات اسلامی چاپ اول، تابستان 1377، رقعی، 182 صفحه این اثر گزیده ای از سخنان رهبر معظم انقلاب اسلامی (دام ظله العالی) در باره تبلیغات است، در مقدمه می خوانیم:  بی تردید، مطالعه و بررسی نقطه نظرات و دیدگاههای صاحب نظران،اندیشمندان و مبلغان موفق و رهبران دینی، به ویژه آنان که درعرصه های علم و عمل قله های رفیع و بلند موفقیت و پیروزی را فتح کرده و در مکتب وحی شیوه های جنگ فرهنگی، تبلیغی با دشمنان وطریق ارشاد و تبلیغ و تعلیم را آموخته اند، بر همه مبلغان،مربیان، دست اندرکاران تبلیغات کشور لازم و واجب است.  در این راستا، معاونت آموزش و پژوهش سازمان تبلیغات اسلامی که بخش مهمی از رسالت فرهنگی و پژوهشی کشور را به عهده دارد، سعی نموده است با تدوین و تشریح بیانیه ها و خطبه ها و رهنمودهای رهبر معظم انقلاب حضرت آیه الله خامنه ای در باره شیوه های ابلاغ پیام و خصلت ها و رسالت های مبلغان دینی و راه های مقابله باتبلیغات گسترده استکبار جهانی، گامی در جهت استفاده ازگنجینه های گران بهای علمی و دینی اسلامی بر دارد. (9)  بررسی میزان توفیق نویسنده در جمع آوری همه رهنمودهای رهبرفرزانه(دام ظله العالی) و این که با تقطیع پاره ای از سخنان، چه آسیب هایی به قراین حالیه و مقالیه، امکان راه یابی دارد جای تامل است.  بخش هایی از این اثر را با هم می خوانیم:  «اگر تبلیغ، درست انجام نشود به ضد تبلیغ بدل خواهد شد وتاثیر منفی به جای خواهد گذاشت » (10)  «یکی از مصادیق بارز «ضد تبلیغ » افزایش حجم و کمیت تبلیغ(بدون توجه به کیفیت و محتوای آن) است، تعدد سخنرانی های کم محتوا با موضوعات و مطالب تکراری، کثرت مجلات، نشریات وروزنامه های مشابه، برگزاری سمینارها و کنفرانس ها و میزگردهای کم مایه و کم محتوا و... نمونه هایی از تبلیغات غلط و بی اثر وخنثی کننده تبلیغات صحیح و مطلوب است ». (11)  «اگر میزان تبلیغات ما در سطح جهان و جامعه خودمان بسیارزیاد ولی بدون کیفیت باشد، تاثیر لازم را نخواهد داشت... دربسیاری موارد از حرکت هایی که به منظور تبلیغ انجام می شود، اثرمعکوس برجا می ماند». (12)  نویسنده در باره موسیقی می نویسد:  موسیقی یکی از ارکان فرهنگ هر ملتی است. موسیقی به مفهوم واقعی آن یک عامل مهم تربیتی در ایجاد نظم و تفاهم بین افراداست، ویژگی های هنر یک ملت در واقع هویت ملی و مذهبی آن ملت رانشان می دهد. (13)  **پژوهشی در تبلیغ**  محمدتقی رهبرسازمان تبلیغات اسلامی چاپ اول، تابستان 1371، وزیری، 494 صفحه  کتاب حاضر، حاصل سال ها تلاش فکری و عملی دانشور متعهد وگرانمایه استاد محمدتقی رهبر، در تبلیغات اسلامی است و بخشی ازمطالب مورد نیاز را در بر دارد. این نوشتار در باره تبلیغات وتاریخچه تبلیغ و سیر تاریخی آن در اسلام و کلیات و عناصر تبلیغ و تبلیغات در دوره معاصر سخن می گوید و سرانجام خط مشی وراهبرد کلی تبلیغات را ترسیم می کند. (14)  مولف محترم در پایان مقدمه یادآور می شود:  متاسفانه در زمینه تبلیغات اسلامی سازمان یافته و پیشرفته،کاری چشمگیر انجام نشده و روند تبلیغات تاکنون خود جوش و بدون ضابطه و نظام بوده است.  به یقین اگر شیوه های رایج برای برهه ای از زمان کافی بوده،امروزه که دگرگونی جهان را فراگرفته است، این ها کافی به نظرنمی رسد.  به هر حال امروز که برای مسایلی کم اهمیت در دانشگاه ها ومحافل علمی رشته های تخصصی و علمی دایر شده و ابعاد مباحث آن مسایل به صورت گسترده بررسی می شود، چگونه می توان از جایگاه تبلیغ در علوم و فنون غفلت ورزید، حال آن که عالم به زمان بودن در روایات تحسین شده است.  از مصادیق مهم «العالم بزمانه »، شناخت مقتضیات زمان،خصوصیات مردم، محیط تبلیغ، جریان های فکری، مکتب ها، دوستان ودشمنان دین و شیوه و ابزار عرضه فرهنگ اسلام، همگام با روندتکاملی تفکر و بینش انسان است.  بر این اساس بر آن شدیم، تا مساله تبلیغ را در جهات مختلف بررسی کرده و با تکیه بر متون و سیره اسلامی و با توجه به تحقیقات علمی و فنی و هنری در این مساله به تحلیل مباحث آن بپردازیم برای این منظور طرحی را تهیه کرده و به مطالعه آن پرداختیم، حاصل آن ها، صدها صفحه کتاب شد، که مطالب و مباحث مربوط به تبلیغ را به شیوه علمی و آموزشی و با ارایه نمودارهای عینی و تاریخی و آماری، ارایه می کند.  بخش هایی از مباحث یاد شده در دروس واحدی دانشگاه امام صادق(ع)برای دانشجویان رشته تبلیغ، بحث و گفتگو شد. از طرف دانشجویان این رشته نیز هزاران صفحه کار تحقیقی به صورت جزوه یا رساله کارشناسی ارشد تهیه شد که منبع مطالعاتی ارزنده ای خواهد بود.  مطالب کتاب حاضر، حاصل مطالعات و تلاش های پیگیری است که طی چندسال در آن دانشگاه از سوی نگارنده انجام شد و ما آن را گام های نخستین پژوهش و تحقیق در این مبحث می دانیم که به همت کاوشگران و محققان، برگ های ارزنده تری بر آن افزوده خواهد شد. (15)  این اثر در بخش های دهگانه زیر تنظیم شده است:  1) تاریخچه تبلیغ 2) سیر تاریخی تبلیغ در اسلام 3) تبلیغات در دوره معاصر4) کلیات تبلیغ 5) ماهیت تبلیغ 6) عناصر تبلیغ 7) استراتژی تبلیغات 8) خط مشی در اسلام 9) ابزار تبلیغ 10) ابزار تبلیغ در اسلام  **تبلیغ اسلامی و دانش ارتباطات اجتماعی**  محسن خندان سازمان تبلیغات اسلامی چاپ اول، بهار 1374،306 صفحه  کتاب حاضر رساله فوق لیسانس نویسنده در رشته تاریخ و فرهنگ وتمدن ملل اسلامی است که طی دو سال تهیه شده است این اثر بر آن است روحانیون را به منظری جدید دعوت کند و زمینه ای برای اندیشیدن پیرامون ضرورت و چگونگی ایجاد دگرگونی در تبلیغ به آن ها معرفی کند.  بر آن است تا به مسوولان تبلیغات اسلامی، یادآور شود که در دیگرشاخه های علوم انسانی و در جهانی که متهم به بسیاری از ضدارزش ها است مسایلی وجود دارد که ما تاکنون از آن غافل بوده ایم و بهایی سنگین نیز برای این غفلت پرداخته ایم و اکنون می توانیم بی آنکه از روی جهل سخن از ضعف اسلام برای رویارویی با مسایل کنونی جهان بشریت، بر زبان آوریم، با شهامت و با تکیه بر قوت علمی خویش و در چهارچوب ارزش ها و بینش های اسلامی، ازدستاوردهای کلیه علوم جدید بشری در همه زمینه ها به ویژه جبران ضعف آشکار تبلیغ دینی و هم در مرحله تحقیقات و نظریات و هم درمرحله اجرای برنامه ها، بهره های فراوان بریم. (16)  این اثر که شش فصل دارد در آغاز آخرین فصل به جمع بندی فصول پیشین پرداخته که خلاصه آن در ادامه می آید.  در فصل اول، به واژه «تبلیغ » و مترادف های آن در زبان های عربی و انگلیسی پرداخته شده است، این تحقیق نشان می دهد که هیچ یک از واژه های مربوط به تبلیغ در این زبان ها برگردان خوبی برای تبلیغ با بار مفهومی خاصی که در زبان فارسی دارد، نیست.  در فصل دوم، ابتدا تعریف تبلیغ در متون جامعه شناسی ،روان شناسی، دایره المعارف ها و... بررسی شده، سپس در متون اسلام شناسی تعریف ها گردآوری و جمع بندی شده و... در ادامه ازرابطه تبلیغ با «دعوت »، «امر به معروف و نهی از منکر» و«آموزش » به اختصار بحث شده است.  در فصل سوم، با اشاره به تاریخچه تبلیغ در جهان و پیشرفت ابزارهای تبلیغ و گسترش مطالعات، پیچیدگی این پدیده اثبات شده، آنگاه با توجه به تبلیغی بودن اسلام و لزوم دیگرگونی راه ها و شیوه ها و... تاکید شده که دستگاه تبلیغ دینی مافاصله زیادی با آنچه که باید باشد، دارد... و ادعا شده که تنها راه، سامان علمی به مطالعات در باره تبلیغ و بررسی آن براساس «دانش ارتباطات » است.  در فصل چهارم،... با نگاهی به دگرگونی و رشد دانش ارتباطات به مساله «مدل ارتباطی » پرداخته شده و مدل منبع معنا، به عنوان کامل ترین مدل ارایه شده، با تفصیل بیشتری مطرح شده است.  در فصل پنجم، اجزا و عناصر «تبلیغ » به عنوان یک نوع ارتباطبا استفاده از «مدل معنا» و با بهره گیری از آیات، روایات ومتون اسلام شناسی مورد بررسی قرار گرفته شده است. (17)  **روش های تبلیغ و سخنرانی**  احمد صادقی اردستانی قم، مرکز انتشارات دفتر تبلیغات اسلامی چاپ دوم، تابستان 1374، رقعی، شومیز، 280 صفحه  در آغاز کتاب چند توضیح و پیش گفتار در بیست و هشت صفحه آمده ومتن کتاب در دوازده فصل تنظیم شده است. بسیاری از مباحث کتاب در سال های پیش، عنوان درس یا مقاله و... بوده است. عناوین این دوازده فصل به ترتیب زیر است:  نقش عمل مبلغ در کارآیی تبلیغ، برترین گفتار در بیان قرآن کریم; زیان تبلیغ بدون علم; قاعده تدریج در قلمرو تبلیغ;رعایت استعدادها و زمینه های روانی; شرایط زمانی و مکانی تبلیغ; در مقابل فرهنگ های منحط و خرافی; تواضع آموزنده وسازنده; ویژگی های دهگانه ابلاغ رسالت; آثار اخلاص در جهت تبلیغ;تحمل مشقت در راه تبلیغ; شیوه ها و هنرهای سخنرانی.  این اثر، نه جامع افراد است و نه مانع اغیار، بدیهی است برخی مباحث به تنهایی روش تبلیغ نیست مثل: اخلاص یا تحمل مشقت گرچه هر عملی مخلصانه و شاق باشد ارزشمندتر است، از طرفی حاشیه روی نیز دارد مثلا: در مبحث قاعده تدریج، به بحث اولویت ها - که بحث درستی و به جایی هم است - می پردازد، آنگاه به تدریج به مباحث تفسیری و لغوی خمر و میسر و آیاتش و زیان های خمر و میسر، واردمی شود، و به تناسب آیه ای، متذکر ارزش ذکر می شود و کم کم به شعرباباطاهر می رسد.  خوشا آنان که الله یارشان بی که حمد و قل هوالله کارشان بی خوشا آنان که دایم در نمازند بهشت جاودان ماوایشان بی  نمونه دیگری از حاشیه پردازی  نویسنده به تناسب فرهنگ های منحط و تخیلی که نظیرش در انطاکیه بود و در آیات شریفه چهاردهم تا نوزدهم سوره یس بیان شده است به تطیر می پردازد و به مناسبت این که در روز قیامت، در صحرای محشر نامه عمل را به گردن افراد می اندازند به آیه شانزدهم سوره شورا و وجوه شباهت نامه عمل با پرنده - که هر دو را طایرگویند- می پردازد. ولی مبحث مهم سعد و نحس که موضوع آن فصل است گنگ و مبهم می ماند، یعنی به ذکر یک روایت به عنوان «علی(ع) وستاره شناسی » اکتفا می شود. گرچه جا داشت از مباحث آماده وبسیار ارزنده و راهگشای تفاسیری چون المیزان و نمونه استفاده می شد و تکلیف خواننده روشن می شد که اگر اینها خرافات است، چرادر قرآن و روایات آمده، اگر نیست چرا این جا زیر مجموعه «فرهنگ های منحط و تخیلی » قرار گرفته است.  برخی نکات آموزنده که در این اثر به وفور یافت می شود:  1 - موقعی که خسته هستید نطق نکنید، بلکه استراحت کرده ونیروی خود را ذخیره نمایید;2 - کاری نکنید که انرژی شما کاسته شود، زیرا انرژی، قوه مغناطیسی دارد، و مردم در اطراف مرد با انرژی جمع می شوند، قبل از نطق، مقداری غذا بخورید;3 - آراسته و مناسب لباس بپوشید، تا جذاب واقع شوید;4 - تبسم کنید، تا شنوندگان احساس کنند، از دیدن آن هاخوشحالید;5 - شنوندگان را در یک نقطه جمع کنید، زیرا هیچ گروهی را درموقعی که پراکنده اند، نمی توان به آسانی تحت تاثیر قرار داد.  **روش تبلیغ**  دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم بی تا، بی نا، پالتویی، 104 ص.  این اثر با پیش گفتاری در هفت صفحه در ارزش تبلیغ و خطر تبلیغ سو، یازده موضوع را به عنوان پیش نیاز مبلغ و دانستنی های لازم مطرح کرده و در باره آن توضیح داده است.  در مقدمه می خوانیم:  دفتر تبلیغات اسلامی، طی نامه ای از اساتید حوزه علمیه درخواست کرد که راهنمایی ها و نقطه نظرهای خود را در مسایل تبلیغی دراختیار قرار دهند، به دنبال این درخواست، از طرف فضلا و اساتیدپاسخ هایی به دفتر رسید، مجموع آن ها، تذکرات ارزنده ای بود که در دسترس برادران و خواهران مبلغ قرار می گیرد....  این رساله صرفنظر از این که تذکرات اساتید و فضلای حوزه علمیه قم است، چون مستند به منابع صحیح مذهبی و سخنان معصومان(علیهم السلام) است در حقیقت، راهنمایی امامان و برگزیدگان خدا، وپیشتازان امر ارشاد و هدایت است. این رساله چهار بخش دارد:  1) دانستنیهایی که یک مبلغ باید بداند;2) تذکراتی در باره برخی صفات و نکته های اخلاقی 3) شیوه برخوردهای اجتماعی، رعایت مسایل لازم در رفتار بااشخاص ارگان ها، مسوولان و... .4) روش های بهتر و رساتر برای تبلیغ. (18)  این اثر به رغم حجم کوچک، محتوایی غنی دارد و مطالعه اش برای تمامی روحانیان- گرچه به تبلیغ هم نپردازند - مفید است.  به بخش های کوتاه از این اثر اشاره می شود:  الف: در باره شیوه های نشر فکر آمده است: «انتخاب زبان و روشی در گفتار و نوشتار; نه عربی بافی و نه به کار بردن بیش ازاندازه لغات خارجی، از هر لغت و اصطلاح به مقدار لازم می توان استفاده کرد. به کار بردن واژه های سنگینی که خواننده و شنونده را گیج کند، خلاف شیوه درست تبلیغی است.  انتخاب مسایل در خور فهم مخاطب برخی مسایل عالی و مشکل را نباید برای توده مردم بیان کرد، وبرخی اعتقادات را که دانستن آن ضرورتی ندارد، نباید در خیلی موارد بر زبان آورد. پیامبر اکرم(ص) می فرماید:  «انا امرنا معاشر الانبیاء ان نکلم الناس بقدر عقولهم...» (19) ما پیامبران ماموریم در سطح درک و فهم مردم سخن گوییم.  امام علی(ع) می فرماید:  «اتحبون ان یکذب الله و رسوله؟ حدثوا الناس بما یعرفون وامسکوا عما ینکرون » (20)  آیا می خواهید که خدا و پیامبر را تکذیب کنند؟ پس از آنچه می توانند، بشناسند سخن بگویید و از آنچه باور ندارند دم فروبندید.  اهم و مهم شایسته است اهم و مهم را در مسایل درنظر بگیریم، باید به ضرورتها، چون فوریت های پزشکی نگریسته و در اولویت تبلیغی قراردهیم، برخی مسایل همواره اهم است و حکم اساس و زیربنا را داردمثل ایمان به خدا، معاد، توجه به حضرت ولی عصر (عج) حکومت ورهبری و... .  **تجارب و نکات تبلیغی**  مهدی چراغی دفتر نشر برگزیده قم، چاپ اول،96 صفحه، رقعی.  این اثر شامل بیش از صد قضیه عبرت آموز و سیزده نکته تبلیغی است. نویسنده در مقدمه آورده است:  دیگران از آخرین روش های علمی و تجربه های روانشناسی، مردم شناسی و جامعه شناسی و. ..  استفاده سو می کنند ولی ما از روش های جدید استفاده نمی کنیم واز کوله بار عظیم «تجارب » تلخ و شیرین و موفق و ناموفق که گنجی سر به مهر است نیز استخراجی نکرده ایم; ما در زمینه «تبلیغ » آموزش جدی نمی بینیم و مثل شناگری می مانیم که یک دست لباس شنا به او داده می شود و او یا غرق می شود یا نجات می یابد.  این اثر در فصل های زیر سخن می گوید:  1) تجارب تبلیغی برای کودکان و نوجوانان; مناطق [اهل] تسنن;خانوادگی، شوونات روحانیت، معاشرت ها، عاطفی، روانشناسی،محیطهای نظامی و حقوقی، فن خطابه و مناظره، ارشادی، فن کلاس داری، اخلاقی تربیتی عبادی.  2) نکات تبلیغی. این اثر حاکی از صفا و صداقت و خلوص وافرنویسنده است، وی در فکر حفظ شوون روحانیت و زی طلبگی و سامان بخشیدن به امر خطیر تبلیغ و دعوت اسلامی است. وفور چنین عشق وعلاقه و صفا و صمیمیت طلاب جوان به تبلیغ قرآن و عترت و خدمت به طلاب و حوزه ها در خور ستایش است. بیشتر این تجارب ویژه محیطهای روستایی و مراکز نظامی و انتظامی است، خواندن این اثر به علماو مراجع معظم و به ویژه اساتید سطوح عالیه توصیه می شود تا اولااز دسته گلهایی که به آب انداخته می شود بهتر آگاه شوند و ثانیابرای نوسفران و برخی پیرهای مغان درس اخلاق و اسرار سفر بیان کنند. این کتاب که- البته حقایق و نکات آموزنده ای هم دارد عملا چند منظوره است و مثلا برای مطایبه در محافل جشن و سرور واعیاد و موالید معصومین(علیهم السلام) مایه ادخال سرور است،همچنین باری را از دوش برخی بداندیشان برداشته، همانهایی که برای استهزای روحانیت رنج خود می دهند و زحمت ما می دارند.  **راهنمای تبلیغ در ماه محرم الحرام**  اداره امور دفاتر و روحانیون - نمایندگی ولی فقیه در سپاه قم ناشر: ستاد احیای امر به معروف و نهی از منکرچاپ اول، خرداد1373، رقعی،246 صفحه  این اثر ره توشه ای برای نوسفران تبلیغ در ایام محرم الحرام است و برای کسانی که دوران آغازین تبلیغ و منبر را می گذرانند،بسیار سودمند است. در مقدمه آمده است:  ... بر آن شدیم که این جزوه را به صفت راهنما و به عنوان سوژه سخن در تبلیغ ماه محرم تقدیم سربازان نهضت فکری مکتب امام حسین(ع) نماییم. امید که موجبات خرسندی آن عزیزان فراهم شود.  صد و ده صفحه; بخش اصلی این اثر در باره امر به معروف و نهی از منکر است. این بخش که در عین ایجاز بسیار مفید و پرمایه است به ضروری ترین مسایل مورد ابتلای جامعه و اهمیت و ثواب وشرایط امر به معروف و نهی از منکر پرداخته است و انصافامطالبی آموزنده دارد که مبلغ می تواند آن ها را موضوع منبر خویش سازد.  بخش دوم شامل ضمایم است، در این بخش نیز گوی سبقت و فضیلت رادر میدان از آثاری که به همین منظور تهیه شده، ربوده است.  ضمایم چهار بخش است و مفیدترین و گسترده ترین اش ذکر مصیبت های حماسه کربلا است که از مقدمه چینی، تکه های عربی، اشعار و نکات ظریف فراهم آمده است.  دومین فصل ضمایم، روز شمار محرم و بخش سوم، احکام امر به معروف و نهی از منکر از کتب فقهی و در پایان واژه نامه است.  امید آن که خادمان امام حسین(ع) بر حسن سلیقه و فداکاری خویش بیفزایند و چشم ما را به آثاری تازه تر و کامل تر روشن کنند.  **راهنمای تبلیغ در ماه رمضان**  تهیه کننده و ناشر: معاونت امور دفاتر وروحانیون - نمایندگی ولی فقیه در سپاه چاپ اول، شعبان 1412 ق، رقعی،183 صفحه  این اثر به مناسبت فرا رسیدن ماه مبارک رمضان سال 1412 در سی بخش و دو پیوست برای مبلغان سپاه تهیه شده است.  این کتاب یک دوره آزمایشی ره توشه است. هر بخشی از کتاب برای روز خاصی از ماه مبارک تهیه شده و مطالب آن بخش در سه فصل:  احکام، معارف یا پیام رمضان - که به تناسب هر روز به مباحث اخلاقی مانند توبه و ترک گناه و تقوا و شکر می پردازد - و آخرین بخش کتاب مناسبت های تاریخی است.  این اثر متناسب با نیاز سربازان و پاسداران و احیانا مردم محل تبلیغ تهیه شده و مناسبت ها نیز مذهبی و انقلابی هستند نظیر:  روز دوم; آغاز مبارزه مردم فلسطین در سال 1347، روز سوم;شهادت سید جمال الدین اسدآبادی در سال 1275، روز چهارم;عملیات بدر1363.  پراکندگی مطالب این کتاب، سبب شده تا اثری تقویم گونه باشد. درپایان کتاب پیوستی شامل چهل حدیث، در باره روزه دارد.  **تجاربی مع المنبر**  الدکتور الشیخ احمد الوائلی بیروت، دارالزهرا، بی تا،وزیری، 240 صفحه  نویسنده که خود خطیب موفقی است، می نویسد:  بسیاری از برادران علاقه مند به تبلیغ و خطابه از من درخواست کردند، تجارب ام در این زمینه و دیدگاه ام را در باره منبر مفیدو امروزی بنویسم...  اینک دو نوع مطلب در این سطور گرد آمده است.  نوع اول: عبارت است از امور امروزی و طرح های حاضر،نوع دوم: باقی مانده خرمن خاطراتی است که در مخزن حافظه ثبت شده بود که برخی از آن ها مربوط به بیش از پنجاه سال قبل است وبه طبع، گوشه هایی از آن ها فراموش شده است.  در پایان مقدمه از تمام کسانی که به شکلی می توانند، پایه های فن خطابه و منبر را مستحکم کنند و این رشته را ارتقا دهند،درخواست شده که دست به قلم شوند و هر چه می توانند بنویسند، تاتجارب پراکنده یک جا فراهم شود و اثر ارزشمندی عرضه شود. این اثر پیرامون منبر عزای سیدالشهدا(ع) و اوضاع فرهنگی کشورهای عربی است.  گرچه ممکن است آن شرایط هم اکنون در ایران نباشد، ولی به هرحال حاکی از ابتکارها و ذوق و سلیقه خوب نویسنده است و اگر هرخطیبی موضوع تبلیغی عزاداری سیدالشهدا(ع) را تا این اندازه ترقی دهد، نتایج فراوانی از محرم و صفر می توان گرفت.  نمایی از فهرست مطالب در زیر می آید:  «دیدگاه نوع مردم پیرامون منبر»، «اخلاقیات منبر»،«اشاراتی در باره خطیب و خطابه »، «چگونه منبر امام حسین(ع)را ترقی دهیم »، «وسایل ایجاد خطابه برتر»، «موسساتی که شایستگی برپایی روضه دارند»، «مهمترین اهداف منبر»،«احترام منبری »، «چگونگی تنظیم سخنرانی » و... .  **نکاتی از تجارب نگارنده**  تجارب من بر چند نوع است: برخی نکاتی است که نمی دانستم و ازاین رو به کار نبستم مانند:  1) جا دارد که به دوره های درسی معمولی اکتفا نشود، من پشیمانم که دوره های درسی وابسته به علوم اسلامی نظیر فقه و اصول وفلسفه را به شکلی پربار نگذراندم، علومی که پایه اساسی منبراست باید در چنگ واعظ باشد. برهه جوانی بهترین هنگام تحصیل این علوم است. در این دوران، فراغت و فرصت فراوان است و اگرمنبری تنها بخشی از این علوم را بداند مثل آن است که هیچ نمی داند، زیرا «ناقص کالعدم » است.  2) پشیمانم که دوره های گذشته عمرم را ثبت نکردم، تا از شکست هادرس پیروزی بگیرم و نقاط مثبت را الگو و نقاط منفی را مایه عبرت قرار دهم. زیرا الان گاهی به خاطرم می آید و ثمره ای جز حزن و اندوه در پی ندارد، ولی اگر نوشته شده بود برای دیگران آینه عبرت می شد.  3) از اموری که بی نهایت بر آن پشیمانم و حسرت می خورم، اتلاف وقت و تضییع عمر در پاره ای از اوقات به ویژه در عهد شباب ونوجوانی است که می شد از آن اوقات بهره وری کرد تا موجب تضییع وخسران نشود... .  **صفات الداعیه**  محمدبن ناصربن عبدالرحمن العمارریاض، مرکز الدراسات و الاعلام،چاپ اول،1417 ق - وزیری، شومیز،136 صفحه.  نویسنده دکتر محمد عضو هیات علمی دانشگاه اسلامی محمدبن سعودریاض است و وهابی مذهب است او می گوید:  کوشش درست در راه دعوت و تبلیغ; مبلغانی دامن همت به کمربسته، متوکل علی الله، پیرو سیره پیشگامان می خواهد به شرط این که دو نکته را رعایت کنند.  اول) شیوه درست تبلیغ دوم) وسیله و اسلوب خوب من در این کتاب بحث را بر صفات مبلغ متمرکز کردم، اعم از صفات اساسی و ویژگی های لازم، باشد که این ابزازی در موفقیت مبلغان باشد تا با نور و بصیرت مردم را به راه خدا بخوانند.  گرچه حق روشن و تاثیرگذار است ولی نیازمند مبلغانی کارکشته ومخلص است که کار و بار آنان تبلیغ باشد و بس، تا خدا برکاتش را بر این امت نازل کند و بهترین امتی باشد که پیدا شده است.  این کتاب پس از کلیاتی در باب «دعوت » و نیاز به مبلغ، صفات مبلغ را در دو بخش تنظیم کرده و در ابتدا از صفات اساسی مثل ایمان، اخلاص، توکل، حلم، فداکاری، آسانگیری، صبر سخن رانده است.  فصل دوم به صفات لازم مثل برنامه و طرح دعوت; ابتکار و نوآوری در اسلوب; روش های گوناگون; قصه; گفتگو; مناظره; تدریس وتعلیم; ضرب المثلها; بهره وری از فرصت ها و مباحث فنون تبلیغ;فصاحت; رعایت اولویت ها و... را آورده است. در پایان هم ازارزش مبلغان در هفت فصل بحث کرده است.  در این کتاب از برخی صحابه نظیر ابوموسی اشعری و ابوهریره فراوان نقل می کند و در هر سخنی حتما به آیه یا روایتی تمسک می کند.(اهل سنت کلمات صحابه را هم روایت می دانند).  این کتاب بدآموزهایی نیز دارد که در مکتب اسلام توجیه پذیر نیست مثلا در صفحات 113 و 114 تحت عنوان: «انزال الناس منازلهم الاهتمام بسید القوم و القیام له - اشباع حب الفخر - فیمن یتطلع الیه » درس چاپلوسی; ذلت پذیری; باج دادن به مترفین ومستکبرین می دهد تا مبلغ موفق شود; و در این باره می نویسد:  پیامبر اکرم(ص) در فتح مکه ابوسفیان را احترام کرد پس ما بایدهر که عاشق فخر است حب فخر او را اشباع کنیم؟!!  ابوموسی روایت می کند: «ان من اجلال الله:... و اکرام ذی السلطان المقسط »; پیامبر(ص) هنگامی که سعدبن معاذ، بزرگ اوس نزدیک مسجد شد به انصار فرمود: «قوموا الی سیدکم » یا عایشه به یک فقیر که لباس کهنه ای داشت نان خشکی داد و شخص دیگری که سر و وضع مناسبی داشت را بر سفره نشانید، گفتند: چرا؟ گفت:  پیامبر(ص) می فرماید: «انزلوا الناس منازلهم ».  بدیهی است این استدلال ها مخدوش و سوء استفاده از روایت است.  **الدعوه الاسلامیه، الوسائل والاسالیب**  محمد خیر یوسف ریاض دار طریق للنشر و التوزیع، چاپ دوم 1414 ق  این اثر دو بخش دارد: اول) وسایل تبلیغ اسلام، دوم) اسلوب وشیوه های تبلیغ. در بخش اول، ابتدا در باره ارتباط مستقیم است و به مطالب زیر پرداخته است: داعیه، مسجد، اذان و اقامه، موسم حج، جهاد، بازارها، مراکز اجتماعات، نمایش و تئاتر. در موضوع ارتباطهای غیرمستقیم به عناوین زیر پرداخته است:  رساله ها و مقاله ها، کتابها، دفترها، رسوم و کاریکاتور،روزنامه نگاری، سینما، رادیو، نوارها، تلویزیون، ویدئو و مراکزآموزشی اسلامی و جمعیتها.  در مبحث دوم موضوعات زیر بررسی شده است:  عدل، امر به معروف و نهی از منکر، قصه، شعر، ترغیب و ترهیب،تربیت و تعلیم، خدمات اجتماعی، مال، وعظ و خطابه، تدریس،الگوسازی، سخنرانی، مباحثه، مناظره، کنگره ها و اجتماعات،محفل های جشن و...  بیشتر مطالب کتاب حاضر از کتاب های نویسندگان مصری اقتباس وچندان عمیق به نظر نمی رسد. ولی به نکات جدیدی توجه می دهد.  وی در باب اسوه بودن می نویسد:  تبلیغ از راه اسوه و سرمشق، موفقترین راه است پیامبر اکرم(ص)هم از نظر علم و عمل و... به صفات حسنه متخلق بلکه اسلام مجسم بود.  در سیره و سلوک او آینه معانی قرآن در رفتارهای فردی،خانوادگی، اجتماعی بود و همین است معنی سخن عایشه وقتی از اوخواستند رفتار پیامبر(ص) را وصف کند، گفت:  «کان خلقه القرآن » یکی از صفاتش که ضرب المثل برای مسلمانان شد، تحمل و صبر او در برابر آزار و اذیت مشرکان و منافقان بودقرآن کریم می فرماید:  (لقد کان لکم فی رسول الله اسوه حسنه لمن کان یرجوالله والیوم الاخر و ذکرالله کثیرا). (21)  گفته اند: افرادی که پیامبر(ص) با اخلاق نیکویش به راه آورد،بیش از افرادی بودند که با زبان آنان را هدایت کرد.  هیچ چیز همانند الگوی نیکو تاثیرگذار نیست.  **الدعوه الاسلامیه مفهومها و حاجه المجتمعات الیها**  محمدخیر یوسف ریاض، دار طریق للنشر و التوزیع چاپ دوم، 1414 وزیری، شومیز، 155 صفحه.  این اثر در چهار فصل سامان یافته;الف: مفهوم دعوت اسلامی و اصول و اساس تبلیغات اسلامی ب: تاریخ دعوت.ج: صفات مبلغ د: نیاز جامعه به تبلیغات اسلامی.  این اثر در کشور سعودی منتشر شده و بیشترش اقتباس است اما درعین حال نکات سودمند فراوانی دارد. نویسنده در مقدمه می نویسد:  از هنگامی که رهبران و مبلغان مخلص، هشیار و فداکار نایاب شدند، تبلیغات اسلامی هم نیرو و قوت و تاثیر خود را از داست داد، برای جبران چنین کمبود خطرناکی چاره ای جز فراگیری اصول دعوت اسلامی از مصادر اولیه اش و رجوع به سیره انبیا(علیهم السلام) و اقتدا به علمای عامل نیست. حال که تهاجم فرهنگی وفشار سنگین غرب نقش بزرگی در شبهه افکنی در عقاید مسلمین داردو وسایل گوناگون و روش های مختلفی را به کار گرفته، برای نجات جوامع اسلامی دست به کار شدن، هم جبهه شدن و همیاری گسترده وشدید ضرورت دارد، زیرا خطر جدی و نزدیک است.  و این ممکن نخواهد شد مگر با برنامه ریزی و تمرکز همه نیروهای مادی و معنوی و تشکل مسلمانان. همچنین یادگیری همه شرایط واوضاع و روحیات و احساسات همه ملتها و گرایش های هر قوم ومنطقه ای لازم است.  چقدر زجر می کشم وقتی می بینم هر کشوری تنها در محدوده خودش تبلیغ می کند و نمی دانم مبلغان بزرگ و رهبران، چه وقت به اهمیت وحدت کلمه و ارزش جماعت پی خواهند برد تا این فرقه های ساختگی را نابود کنند و همگی تحت پرچم ایمان و احساس مسوولیت متحدشوند تا در برابر توطئه های جهانی دهشتناک اعم از احزاب ومذاهب مخفی و آشکار که قصد نابودی اسلام را دارند، ایستادگی کنند.  آیا نمی دانند که قدرت و قوت در وحدت و جماعت است، و ضعف درنزاع و تفرقه؟... برادر مبلغم! آتش از هر سو، مسلمانان رااحاطه کرده و آتش نشانان کم اند و جز دستان مهربان تو دستی نیست که مرهمی بر آسیب دیدگان بنهد همان دستی که هزاران بلکه میلیونها دل در انتظارش به سر می برد.  **المصفی، من صفات الدعاه**  عبدالحمید البلالی،کویت ، دارالدعوه للنشر و التوزیع،چاپ سوم 1410 قمری، رقعی، شومیز 181 صفحه.  این کتاب در دو فصل «الحرکه الدائبه » و «الثقه بالنصر»بابیش از 90 عنوان فرعی تنظیم شده، کتاب دارای قلمی سلیس، روان،بسیار شیرین و آموزنده است و از آیات شریفه و قصه های مبلغان وبزرگان صدر اسلام و عصر حاضر و ضرب المثل ها و اشعار و... خیلی جالب سود جسته است.  نویسنده و نوشته، در مقدمه معرفی نشده و از افکار مولف و حال و هوای عصر او بی خبریم، نویسنده شالوده این تالیف را برحرکت نهاده و در فصل اول از حرکت پیوسته و خستگی ناپذیر; انواع حرکت ها; اقدام های نابجا و اقدام های درست; طریق; موانع; عوامل تحرک بخش و سرعت افزا; حرکت سالم و... سخن می گوید:  بخش دوم در باره پیروزی و آینده; امیدها; رفع یاس; اعتماد برخدا و... مطالبی آورده که همه آرمانی و امیدبخش است.  نویسنده از انقلابیون اخوان المسلمین مثل حسن البناء و سید قطب فراوان نقل و ستایش می کند، از سلف صالح و صدر اسلام نیز شواهدفراوان می آورد. او از احادیث نبوی سود جسته ولی نه به اندازه آیات شریفه، از غیر پیامبر(ص) کمتر نقل می کند. نویسنده متاثراز حرکتهای اسلامی و خواهان ایجاد نظام خلافت در جهان اسلام است،گویا این اثر را در جوی انقلابی نظیر پیش از پیروزی انقلاب اسلامی در ایران یعنی دهه چهل و پنجاه نوشته باشد.  نویسنده در بخش اول کتاب واژه های: کدح; سیر; مشی; مسابقه;حیات و کلمات مرتبط و مترادف و آن ها را از قرآن استخراج و بامباحث متناسب دیگر به گونه ای تنظیم کرده که به کار انقلاب آید.  چنین نگارش هایی از نوعی تفسیر به رای در امان نخواهد ماند.  مثلا می گوید: باید از خواب غفلت بیدار شد و همیشه خواب سبک وخفیف النوم باشیم، در بالای صفحه آیه شریفه (لا تاخذه سنه ولانوم) را ذکر می کند.  از سرودهای انقلابی و خاطرات مبلغان انقلابی هم بهره جسته و درمجموع سودمند است.  **الخطابه فی موکب الدعوه**  عنوان فرعی:کیف نصبح خطیبامحمود محمد عماره بیروت، دارالخیر،1413 قمری، چاپ اول، وزیری، 262 صفحه  این از چکیده تجربه زنده استادی است که عمرش را سپری در وعظ وخطابه کرده و با زبابی زنده از همه شرایط و احوال و مناسبت هابهره برده تا اهداف و افکارش را منتشر سازد.  کتاب حاضر تنها بحثی نظری در باره خطابه نیست بلکه شیوه نامه جامع و کاملی برای هر گوینده ای است که می خواهد فن خطابه راغنا و استحکام بخشد و خود خطیبی مشهور شود که جمعیت ها را تحت تاثیر قرار داده و نهضتی انسان ساز به پا سازد. (22)  نویسنده این کتاب آقای دکتر محمد محمود عماره، استاد دانشکده «اصول الدعوه والدین » دانشگاه الازهر است. او شیفته خطابه وخود، خطیبی موفق است. این اثر گرچه به دلیل محرومیت از سرچشمه زلال سخنان و ولایت اهل بیت(علیهم السلام) و ندیدن یا نادیده انگاشتن مراسم عزاداری سالار شهیدان و هنرهای خادم اهل بیت(علیهم السلام) کاستی هایی دارد و با یک چشم به خطابه نگریسته و محور کارش سخنرانی های رسمی و خطبه های جمعه است، ولی در عین حال کتابی است که با اسلوب درست و اصول منظم تالیف شده است.  این اثر بر چهار پایه استوار است:  باب اول; در ماهیت خطابه و انواع و اجزای آن که شامل مباحث گوناگونی در این زمینه است نظیر; الخطابه و الحضاره، الطریق الی اجاده البیان، اهمیه الکلمه، عبقریه الهدم، نعمه البیان سلاح من اسلحه الدعوه، زاد الخطیب، استعداد، الخطیب و الثقافه الادبیه، الرسول(ص) و الشعر، الذوق المصری و الذوق الانگلیزی،رای علم النفس، الخطیب المطبوع.  باب دوم; در ثقافه الخطیب، القرآن الکریم، احداث التاریخ،المشاهدات الکونیه و توجیه الخطاب و... است.  باب سوم; اعداد الخطبه، اختیار الموضوع، من هدی الرسول و... .  باب چهارم;اهمیه دراسه النصوص، نماذج من خطبه من جوامع کلمه،فی صحبه الامام علی کرم الله وجهه (ص)، من الخطب القضائیه و...  است.  **کیف ندعو الناس**  عبدالبدیع صقرقاهره، دارالاعتصام بی تا، وزیری 150 صفحه  این اثر با اینکه حجم کمی دارد، ولی پرمحتوا و سودمند است.  چاپ اول آن در سال یکهزار و نهصد و چهل میلادی و چاپ اخیر آن در سال یکهزار و نهصد و هشتاد و سه میلادی است.  حسن البنا، رهبر اخوان المسلمین در باره این کتاب گفته است:  بنا داشتم یادداشت هایی که برای برادران مبلغ فراهم کرده بودم،تکمیل و منتشر کنم ولی این رساله را که خواندم، دیدم پرمایه وکافی است، بسیار مسرور شدم و برای نویسنده دعا کردم، اینک به دوستان سفارش می کنم این راهنمایی ها را که به نور ایمان منوراست، به دقت بخوانند و در پرتوش به پیش روند. (23)  کتاب حاضر برای آموزش مبلغان مفید است و دارای مطالب زیر است:  سرآغاز، کلیات، توصیه ها و کلمات قصار در اهمیت تبلیغ برای ایجاد اشتیاق بیشتر در مبلغان و همچنین راهکارهایی در باره انواع شیوه های تبلیغ مانند: دعوت فردی و انواع سخنرانی ها وآداب دعوت شامل، انتخاب احسن، بیداری، کاربرد به جا و نیکو،درس ها، محاوره و مناقشه و نمونه هایی از مناظرها و تبلیغ قلمی و نامه ها و امثال و نوارها، توان و هنر تبلیغ - رفتار بادیگران. فصل هایی نیز به آمادگی برای فداکاری، ارتباط با افرادصالح و صفات شخصی مبلغ، تربیت دینی، توجه به لغت و زمان،اهمیت کار دسته جمعی، پرسش و پاسخ، نمونه هایی از پاسخ به سوالات شرعی و اجتماعی و سیاسی مردم، مشکلاتی که متاثر از فرهنگ غرب است، مبلغ و مجالس جشن ها، عزا و جنازه ها، مشکلات مبلغ و...اختصاص یافته است.  **اصول الدعوه الاسلامیه**  دکتر علی جریشه طنطا، دارالبشیر، للثقافه والعلوم الاسلامیه چاپ سوم، 1411، وزیری، 70 صفحه.  این کتاب حاصل درس های مولف در مرکز تربیت مبلغ مکه است و درپنج فصل سامان یافته است.  محتوای کتاب بیشتر از قرآن کریم الهام گرفته است. فصل اول سه مبحث دارد، معالم دعوت موضوع اولین مبحث است و دارای این عناوین است:  کلمه طیبه، عقیده عملی، عقیده ساده، بین افراط و تفریط و....  مبحث دوم در باره حکم و تشریع است و مبحث سوم از عبادت وارکان و مجال و انواع آن بحث می کند.  فصل دوم در باره مصادر و ریشه های تبلیغ و دعوت است و مایه های دعوت را، وحی، قرآن، سنت، سیره، تجربه و آگاهی می داند.  فصل سوم در اهداف امت نظیر: الامه المسلمه، الدوله المسلمه،الشهاده علی العالمین است.  فصل چهارم به چشم اندازهای تبلیغ در بخش های: دعوه ربانیه، دعوت شامله، دعوت طبق برنامه، پرداخته است و بالاخره فصل پنجم درصفات مبلغ است.  چون بنای این اثر پیروی از پیشینیان است، در ویژگی های رسول اکرم(ص) به عنوان صفات مبلغ بحث کرده و آن ها را در پنج نکته مهم شرح داده:  1 - (انک لعلی خلق عظیم) (24)  2 - (شاهدا و مبشرا و نذیرا) (25)  3 - (من انفسکم عزیز علیه ما عنتم، حریص علیکم بالمؤمنین رووف رحیم). (26)  **رسائل فتیان الدعوه**  به کوشش لجنه فرهنگی در موسسه کلمه اللجنه الثقافیه فی موسسه الکلمه)با اشراف جاسم بن محمد و احمدبن عبدالعزیزناشر; موسسه الکلمه للنشر و التوزیع 1414 ق، 448 ص.  این مجموعه چند رساله است که برای مبلغان جوان تهیه شده و ازنظر محتوایی غنی و باارزش است، عناوین کلی این هشت رساله که تهیه کنندگان آن ها، نامبرده نشده اند، چنین است.  1) الدعوه و الدعاه فی منهج القرآن; این مقاله از وجوب تبلیغ،معانی عقیده و شبهه افکنی و توشه راه، مطابق منهج انبیا(ع)مثل حضرت نوح(ع) در قرآن کریم بحث کرده و چگونگی تبلیغ انبیا(ص) را موشکافانه تجزیه و تحلیل کرده است.  2) اولویات فی تربیه الناشئه، این رساله در باره عبادت است واز حقیقت عبادت، مراتب عبادت، مردم و عبادت، فلسفه عبادات بحث می کند.  3) الثقه بالله تعالی و اثرها فی العمل الاسلامی، در این رساله از اسبابی که باعث تقویت وثوق و اطمینان و توکل به خدا می شود(میادین ثقه) و از مواقف وثوق به پیامبر اکرم(ص) و نتایج وثوق به خدا سخن می گوید.  4) الاخلاق الاسلامیه و ضروره التخلق بهااین مقاله از ضرورت تخلق به اخلاق اسلامی و معنی و مفهوم واهمیت اخلاق در زندگی فرد و اجتماع و نیاز بشر به اخلاق وارتباطهای انسان و خدا در اخلاق و... بحث می کند.  5) واجبات الداعیه المسلم الیوم این رساله از وظایف مبلغ دردوران کنونی وظایف مبلغ در مقابل خودش در ابعاد عقلی و بدنی ومالی; وظایف خانوادگی; وظایف مبلغ در برخورد با عموم مردم; دربرابر برادران مبلغ، وظایفش در برابر موسسه دعوت و سازمان تبلیغات، بحث می کند.  6) معاییر منهجیه فی الدعوه الاسلامیه این مقاله از مباحث،تقیید امر به معروف به مصلحت; پیروی از نسبیت در تصمیم گیری وبه کارگماری اصلح به طور نسبی; هر چه پیامبر(ص) انجام نداده بی اعتبار است، دوری از شبهه ها سخن می گوید.  7) متطلبات الدعوه الاسلامیه و مستلزماتها; در این بخش طولانی مباحثی مانند: از کار شخص چیزهایی ساخته است که از کارهای سازمانی ساخته نیست; فرقه هایی که کارهای فردی دارد و دوگانگی کارهای فردی و کارهای جمعی; خیرخواهی; حدیث صحیح و.. بحث می کند  8) المراحل الانتقالیه فی الدعوه الفردیه; درباره مفهوم همکاری با مردم; وظایف مبلغان از قرآن کریم و حدیث شریف، کناره گیری نکردن، از اهل فسوق، روحانیت اجتماعی و اعتزالی، فرو رفتن دردرون جامعه، روحانی با زبان و همه با زبان حال، راه و روش تبلیغ، ارتباط فردی، درد و دوا، فضاهای تربیتی.  9) کیف یکون الداعیه شخصیه محبوبه- درباره انواع محبت، راههای نفوذ و محبوب شدن، اخلاقیات جذب کننده، موانع محبت، چگونه دوستی مردم را به دست آوریم و... بحث می کند.  10) المجاهده، درباره انواع جهاد، و بیشتر جهاد نفس، مراتب ووسایل جهاد نظیر جهاد مالی، تعلیمی، قتالی، تبلیغی، سیاسی، وجهاد در انجام خیرات بحث می کند.  **لولو و مرجان**  در شرط پله اول و دوم منبر روضه خوانان میرزاحسین نوری، تحقیق و ویراش حسین استاد ولی انتشارات دارالکتب الاسلامیه 1ج، چ 1،226 ص، رقعی، تهران، 1375  مرتضی اخوان  حماسه حسینی، حماسه ای است جاوید که بر زنده داشتن آن، پافشاری فراوانی شده است; زیرا، حیات اسلام، از آن حماسه بزرگ است.  متاسفانه، این حماسه بزرگ، از ناحیه دشمنان آگاه و دوستان نادان، مورد هجوم قرار گرفته و تحریف شده است.  برای زدودن تحریف ها از دامان این حماسه، علمای زیادی، به نگارش کتاب ها یا رساله هایی پرداخته اند.  یکی از این کتاب ها، نوشته حاضر است.  مرحوم حاجی نوری(ره)، به خواست یکی از علمای هندوستان - یعنی مولوی سیدمحمدمرتضی جونپوری هندی - کتاب حاضر را در یک مقدمه و دو فصل و یک خاتمه، به گونه ای زیبا و کم نظیر نوشته است.  ایشان پس از بحث ارزشمندی گریستن و گریاندن بر سیدالشهداء(ع)و اصحابش،(علیهم السلام) می فرماید:  و لکن رسیدن به این رتبه جلیله... مشروط است به شروطی که عمده آن ها دو شرط است که با نبودن هر یک از آن ها، زحمت ها، بی فایده[می شود] و رنج ها، بی ثمر [می گردد] و مشقت ها، بی نتیجه خواهدبود... بلکه اسامی ایشان، با نداشتن آن دو شرط، العیاذبالله،یا در دفتر کسبه و تجار یا در دیوان کاذبین و غادرین و خاسرین و مشرکین، درج خواهد شد.  و بدین سان ارزش «اخلاص » و «صدق » را در روضه خوانی و منبررفتن گوشزد و اذعان می کند و در دو فصل نیکو، به زیبایی، از«صدق » و «اخلاص » سخن می گوید تا شاید خفته ای، بیدار وبیداری، هوشیار شود.  در خاتمه نیز گوش دادن به دروغ را مذمت کرده و تکلیف شنوندگان را در این گونه مجالس تعزیه، بر می شمارد.  در این تالیف، مباحثی مانند «خطرهای ریا در روضه خوانی » و«حرمت دروغ و افسانه در روضه خوانی » و «اقسام دروغ و حکم آن ها» و «علل تحریف دروغ سازی در وقایع عاشورا» و مباحث گرانسنگ دیگری بیان شده است.  چاپ حاضر، تصحیحی است که جناب فاضل محترم آقای حسین استادولی به آن اقدام کرده است.  از این کتاب، دو تحقیق دیگر در دست انتشار است که یکی از آن هااز روی نسخه ای مصحح که دارای حواش ای از مولف و مرحوم جونپوری است، می باشد.  **سخن و سخنوری**  محمدتقی فلسفی انتشارات الحدیث یک جلد، چاپ نخست،359 صفحه، وزیری، تهران، 1368 .  یکی از نعمت های بزرگ الهی به انسان، قدرت سخن گفتن است.  سخن گفتن، اگر به دور از آفت های زمان مانند دروغ و... باشد،اثر فراوانی بر افراد جامعه دارد و می تواند در هدایت و رشد وسعادت مادی و معنوی آنان مؤثر باشد، از این رو، هیچ پیامبری وامامی مامور به سکوت نبوده است، بلکه ماموریت داشته اند که با سخن و عمل فرمان الهی را به انسان ها برسانند. با توجه به اهمیت سخن و سخنوری، لازم است فنون و رموز آن آموخته شود تا به بهترین شکل از آن بهره برداری شود.  کتاب حاضر - که تنظیم جلسات درس سخنوری خطیب توانا، مرحوم حجه الاسلام والمسلمین جناب آقای فلسفی(ره)، است در شناخت فنون سخنوری، بسیار کارآمد است.  در این کتاب، مولف محترم از مباحثی مانند «نفوذ کلام و عوامل مؤثر در آن » و «سخنوری و بصیرت » و «تقوا و خلوص سخنور» و«سخنور و حدشناسی » و «سخنوری و زاویه منحرف » و «سخنور وفصاحت » و «بلاغت سخنور» و... بحث کرده ست با ذکر مثال های متنوع، سعی کرده است آن ها را روشن کند.  این کتاب، علاوه بر این که فنون سخنوری را می آموزد، مشتمل بربحث و بررسی تعداد زیادی از موضوعات اجتماعی و اخلاقی و...  مانند احتکار و تحسین و ثناگویی و جاودانگی اسلام و... است که در جای خود، برای خطیبان مفید است.  این کتاب، با همه ارزشی که دارد، متاسفانه، خوب تالیف نشده است و تکرار در آن، فراوان به چشم می خورد. این اشکال، از آن رواست که کتاب حاضر، حاصل جلسات درس آن استاد عزیز است. و درهنگام تدریس، در هر جلسه، معمولا، خلاصه جلسه قبل مطرح می شود،ولی به هنگام تالیف، این امر، ضرورتی ندارد، بلکه گاهی مضراست.  **قرآن و تبلیغ**  محسن قرائتی سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی 1 ج، چ 1،276 ص، رقعی، تهران، 1372  حیات علم و دانش و آگاهی، بستگی تمام به تبلیغ دارد. اگردانشمندان و آگاهان جامعه، آنچه را می دانند، برای خود نگه دارند و دیگران را محروم سازند، هم مرگ علم و دانش را رقم زده اند و هم مرگ انسان ها را.  از انسان، پس از آگاهی اش است که می توان انتظار حرکت و جنبش وعمل را داشت.  از این رو، هر صاحب پیامی، به دنبال تبلیغ است و در این راه،به دنبال استفاده از بهترین روش ها و... است.  ما، به عنوان پیروان دینی که جاوید است و پیام همیشه زنده ای برای سعادت بشر دارد، خصوص در این زمان که شبیخون فرهنگی شدت یافته است، باید به موضوع «تبلیغ » بیش از گذشته توجه داشته باشیم.  در باره تبلیغ و موضوعات وابسته به آن، تاکنون کتاب هایی نوشته شده که در جای خود، مناسب است، اما تاکنون به موضوع «تبلیغ در قرآن » به طور گسترده، کسی نپرداخته است.  کتاب حاضر -که به قلم حجه الاسلام والمسلمین آقای محسن قرائتی است - تلاشی برای جبران این کوتاهی است.  ایشان، پس از دو دهه تبلیغ، به قصد بررسی و تحقیق در باره «تبلیغ در قرآن » به کاوش در این کتاب آسمانی پرداخته و بااستفاده از صدها آیه، کتاب نیکویی را به مبلغان گرامی تقدیم کرده است.  عناوین کلی این کتاب، به این شرح است:  تبلیغ چیست؟  ضرورت تبلیغ عنصر مکان در تبلیغ عنصر زمان در تبلیغ صفات مبلغ شیوه های تبلیغ وظایف مبلغ هشدارهایی به مبلغان  **گام هائی در تبلیغ**  محمدحسین فضل الله ترجمه احمد بهشتی،[تهران]: مرکز چاپ و نشر سازمان تبلیغات اسلامی 1367، چاپ اول،357 صفحه.  هادی ربانی  نام اصلی این کتاب خطوات علی طریق الاسلام است که به فارسی بازگردانده شده است و علاوه بر مقدمه، هفت فصل دارد.  برخی از عناوین فصل اول عبارتند از: در راه عمل، تبلیغ تدریجی به عنوان دستورالعمل، مفهوم اصیل و فراگیر تبلیغات دینی،فعالیت های تبلیغی سؤال برانگیز، عمل در فاصله میان هدف ووسیله.  فصل دوم به رابطه علم و تبلیغ پرداخته و مباحث زیر را آورده است: علم باید در خدمت تبلیغ باشد، عالم باید علمش را موردبهره برداری قرار دهد، مسوولیت تبلیغی متوجه همگان است، مبلغ باید به هر علمی که در کار تبلیغ مورد نیاز است آراسته شود.  در فصل سوم به عناوین و محورهای زیر پرداخته است:  مبلغ روحیه اش روحیه رسالت است، نه روحیه حرفه و شغل. مبلغ باید جامعه خود را بشناسد و از وضع سیاسی و اجتماعی خود مطلع باشد. مبلغ باید روحیه ای قوی داشته باشد و در برابر موانع راه، سست و دلسرد نشود و... .  در فصل چهارم روش های علمی تبلیغ بررسی شده است و به مباحث زیرپرداخته است: روش تبلیغی قرآن و فلسفه، روش ما میان انحراف قدیم و انحراف جدید، روش تبلیغ در برابر فشارهای عمومی ورابطه آن با تقیه.  فصل پنجم در باره روش تربیتی تبلیغ سخن می گوید. در این فصل ازاین عناوین بحث می شود: اسلوب موعظه و ارزش عملی آن، تعادل میان خوف و رجاء در روش تبلیغ، فلسفه ثواب و عقاب در روش عملی، اسلوب نادرست در نقد تمدن جدید و... .  در فصل ششم از قضایا و موقف ها بحث و به این موضوع پرداخته است که مساله ای پیش ما واضح است، دلیل آن نیست که در نزد دیگران نیز واضح باشد. ما باید حقایق را با بیانی برای مردم مطرح کنیم که برای آن ها قابل درک و فهم باشد و.... فصل پایانی وهفتم کتاب از روش ها و درس های نبوت می گوید و به چگونگی بهره وری از تجارب پیامبر(ص) می پردازد.  **مبانی تبلیغ**  محمد حسن زورق تهران: سروش، 1368، چاپ اول، 334 صفحه.  در این کتاب سعی شده قوانین و قواعد تبلیغات جهانی همچنین راه کارهای تبلیغات اسلامی شناسانده شود.  مطالب عرضه شده کتاب در نه فصل تنظیم شده است. در فصل اول به عنوان مقدمه، رسالت و اهمیت تبلیغات اسلامی در دنیای امروزبررسی شده است. در آغاز این فصل چنین آمده است:  ما در این فصل به بررسی و شناسایی عمومی و اجمالی جهان امروزمی پردازیم. این شناسایی و بررسی را مقدمه ای لازم و ضروری برای کسی می دانیم که می خواهد به عنوان یک مبلغ، رزمنده تیزهوش وتندگام میدان گسترده و جبهه پرجنبش تبلیغات در دنیای امروزباشد.  در فصل دوم از تعریف و اصول کار تبلیغ سخن گفته و موضوعات زیرآورده شده است:  نظام تبلیغ، رابطه متقابل تبلیغ و جامعه، میل و نیاز اجتماعی،اصول کار تبلیغ، آموزش مداوم عناصر تبلیغی.  فصل سوم مساله القا را بررسی می کند. برخی از عناوین این فصل عبارتند از: القا در تبلیغات جهانی، ترتیب در تبلیغات القایی،شناخت نقش محورهای متضاد در تبلیغات القایی.  در فصل چهارم از روانشناسی تبلیغات بحث و از موضوعاتی از این قبیل سخن گفته می شود:  منظور از روانشناسی تبلیغات چیست؟ نسبیت کمیت تبلیغ، روندبازتاب پذیرش، روش های تبلیغاتی و فرضیه های یادگیری، عرصه های کاربرد روش های تبلیغاتی، تبلیغات غرب و شرق و انسان شناسی.  فصل پنجم به رسانه شناسی اختصاص دارد. نخست از خبرگزاری ها بحث به میان می آید و در ادامه قدرت رادیو و تلویزیون و شبکه های رادیو تلویزیونی بررسی می شود و در ادامه به مطبوعات مهم جهان و کاربرد انتشارات اشاره می شود.  در فصل ششم از امپریالیسم خبری و کارکردهای آن ها بحث می شود.  فصل هفتم فصل های آموزشی تبلیغ را بررسی می کند. موضوعاتی مانند: هدف تبلیغ، روش های ابلاغ، تبلیغ گروهی و... در این فصل مورد کنکاش قرار می گیرد.  فصل هشتم به بررسی مساله افشا و قلمروهای آن در تبلیغ اختصاص دارد.  بخش نهم و پایانی کتاب از موضوع اسلام و تبلیغات سخن می گوید.  اصول تبلیغات اسلامی و فرهنگ سازی تبلیغات و ضرورت رجعت به فرهنگ اسلامی از موضوعاتی است که در این فصل بررسی می شود.  **تبلیغ و مبلغ در آثار شهید مطهری(ره)**  عبدالرحیم موگهی قم: مرکز انتشارات دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم 1377، چاپ اول، 368 صفحه.  در این کتاب موضوعات مربوط به تبلیغ و مبلغ از آثار استادشهید مرتضی مطهری(ره) گردآوری و به صورت موضوعی دسته بندی شده است. مطالب گردآوری شده نخست به سه بخش: تبلیغ، مبلغ، نکته هاو هشدارهای تبلیغی تقسیم شده و سپس هر بخش به موضوعات خردتری تقسیم شده است.  در بخش تبلیغ در یازده فصل، از این موضوعات بحث شده است:  تعریف تبلیغ، ارزش و اخمیت تبلیغ، اهداف تبلیغ، استراتژی تبلیغ، اقسام تبلیغ، مخاطبان در تبلیغ، اصول تبلیغ، مبانی ومشخصات تبلیغ اسلامی، شرایط موفقت پیام ها در تبلیغ و روش تبلیغ.  بخش مبلغ با سه فصل شامل این موضوعات است:  وظایف مبلغ، شرایط مبلغ و اخلاق مبلغ.  بخش سوم و پایانی نیز در دو فصل،نکته ها و هشدارهای تبلیغی بررسی شده است.  آگاهی از چند نکته در چگونگی تدوین این کتاب از میان آثاراستاد شهید مرتضی مطهری(ره) مفید است:  1) تمام آثار استاد که تا اوایل سال هفتادو شش به چاپ رسیده وبیش از پنجاه اثر می شود، دیده شده است.  2) هیچ گونه دخل و تصرفی در متن آثار استاد نشده است و تنها درویرایش صوری مطالب که به وسیله ناشر انجام گرفته، تغییراتی داده شده است. همچنین در برخی موارد آیات، احادیث واعراب گذاری ها تصحیح و یا تکمیل شده است.  3) برخی عنوان گذاری های سرفصل ها بر گرفته از آثار استاد و برخی از تدوین کننده کتاب است.  4) مطالب نقل شده از آثار استاد فقط مستند به چاپ های انتشارات صدرا است که زیر نظر شورای نظارت بر نشر آثار استاد منتشرمی شود.  **شرایط موفقیت در تبلیغ**  محمدرضا، ناجی[تهران]: مرکز چاپ و نشر سازمان تبلیغات اسلامی چاپ اول، 1370، 160 صفحه  این اثر به دنبال آن است که نشان دهد چه شرایطی در موفقیت تبلیغ نقش دارد، تا با به کار بستن آن ها نتایج بهتری به دست آید. مطالب ارایه شده در این اثر از یک مقدمه و دو بخش تشکیل شده است.  در مقدمه نخست واژه ها تعریف شده است و در ادامه به انواع عوامل تاثیرگذار در تبلیغ پیام دینی اشاره می شود.  این عوامل، شرایط درونی و شرایط برونی است که هر بخش کتاب درباره یکی از آن ها بحث می کند.  بخش نخست که اختصاص به شرایط درونی دارد، از سه فصل تشکیل می شود: فصل اول در باره پیام و فصل دوم در باره پیام گیر(مخاطب) و فصل سوم در باره پیام گر در (مبلغ) بحث می کند.  بخش دوم که از عوامل و شرایط برونی و خارجی تبلیغ بحث می کند،شامل سه فصل است: فصل اول در باره راه و فصل دوم در باره روش و فصل سوم به وسایل می پردازد. هر یک از فصل های دو بخشی کتاب شامل عناوین ریزتری است.  در قسمتی از کتاب که در باره راه تبلیغ بحث می کند آمده است:  «آنچه در تعیین راه و مسیر تبلیغ نقش اساسی دارد، ارزیابی درستی است که ما از روحیه مخاطب به دست می آوریم. طبعا منظورما از راه تبلیغ در این مقوله، نوع تبلیغی است که به فراخورروحیه پیام گرا ارائه می شود. همچنین تبلیغ منحصر در نوع معینی نیست; زیرا:  اولا) تبلیغ به معنای شناساندن و رساندن است و این یک معنای کلی است که می تواند از راه های مختلفی عملی شود.  ثانیا) روحیه ها از تنوع و گوناگونی برخوردار است. برخی ازافراد دارای روحیه ای منطقی و استدلالی، بعضی سرکش، برخی مقاوم و بعضی دیگر روحیه ای خفته دارند. بدیهی است که تبلیغ نمی توانددر یک شکل و قالب معین برای تمام افراد ارایه شود; زیراتبلیغ، مسوولیت «نتیجه » است، نه مسوولیت «شکل و قالب »; ازاین رو صحیح به نظر نمی رسد که تبلیغ را منحصرا مترادف باخطابه یا موعظه و... تفسیر کنیم.»  **اصول و مبادی سخنوری**  محمدباقر شریعتی سبزواری قم، مرکز انتشارات دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم چاپ دوم، پاییز1376، 400 صفحه.  در انگیزه اصلی نگارش این اثر در مقدمه آمده است:  حضرت امام راحل(ره) در یک سخنرانی در جمع علما و فضلای قم فرمودند:  علمای حوزه های علمیه خطیب تربیت کنند.  پیرو این فرمان دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم بر آن شد که آموزش فن خطابه را در حوزه رایج سازد... دفتر تصمیم گرفت به کمک جمعی از سخنوران فاضل جزوه های آموزش سخنوری تدوین کند که در نهایت توفیق نصیب این بنده شد و متجاوز از سی جزوه تهیه وتدریس شد. اینک پس از تهذیب و تنظیم به محضر فاضلان و سخنوران آزاده تقدیم می شود. امید است گامی کوچک در راستای روش تبلیغ باشد.  این کتاب منعکس کننده تجارب ممتد سخنوران سلف و استادان فن خطابه از هر امت و ملت است. در این مجموعه از راه و رسم سخنوری در قرآن و کلمات معصومان(علیهم السلام) نیز سخن به میان آمده است. نمونه هایی از خطبه های امیر سخن و بیان امیرمومنان(ع) و فرزندان گرانقدر و اصحاب با وفایش به عنوان شواهدعینی آورده شده است، در هر بخشی سعی شده است پس از تشریح موازین خطابه نمونه های عینی و عملی آن خاطرنشان شود. (27)  این اثر که نسبتا از غنای محتوایی و تنوع موضوعی برخوردار است از آیین درست نویسی و نثر شیوا - که از چنین آثاری انتظارش به جا است - محروم مانده و نیازمند اصلاح و ویرایش است و بهتر است فهرست های فنی کارآمد برایش تنظیم شود.  **راه و رسم تبلیغ**  کانون نویسندگان فضلای قمی حوزه علمیه قم 1378، رقعی، 320 صفحه.  آنچه در این مجموعه گرد آمده، گزیده مقالاتی جداگانه در باره آیین تبلیغ است. این مقالات عهده دار تبیین راه و رسم تبلیغ است و هر یک به قلم یکی از دانشوران نوشته شده است. گردآورنده مجموعه با این هدف این مقالات پراکنده را گرد آورده است که مبلغان دین را با آیین تبلیغ آشنا کند. در مجموع، شانزده گفتار در این مجموعه گرد آمده است. عناوین و نویسندگان مقالات عبارتند از:  1) اخلاق مبلغ از شهید مرتضی مطهری 2) سخنوری و بصیرت از محمد تقی فلسفی 3) دو شرط اهل منبر از حاج میرزا حسین نوری 4) در تکلیف اهل منبر از شیخ عباس قمی 5) راه و رسم تبلیغ از محمدابراهیم آیتی 6) آداب تبلیغ از علی مشکینی 7) ویژگیهای تبلیغ از دیدگاه قرآن از ناصر مکارم شیرازی 8) اصول تبلیغ از جعفر سبحانی 9) بایدها و نبایدهای تبلیغ از محمدتقی مصباح یزدی 10) ابلاغ در قرآن از محمدهادی معرفت 11) راه و رسم تبلیغ از محمدباقر شریعتی سبزواری 12) وظایف مبلغ از محسن قرائتی 13) تبلیغ، علم و عمل از احمد صادقی اردستانی 14) روش خطابه در اسلام از جواد محدثی 15) روش مرثیه خوانی از عبدالرحیم موگهی 16) فقیهان سخنور در فهرست منتجب الدین از ناصر باقری بیدهندی  پی نوشت ها:  1. پیشگفتار، ص 9-7.  2. همین اثر، ص 6.  3. همین اثر، مقدمه، ص 14.  4. همین اثر، مقدمه، ص 15-13.  5. یعنی «عطر آن است که ببوید نه آن که عطار بگوید».  6. رک: مقدمه، ص 12 و13.  7. ص 78-76، با اختصار.  8. مقدمه، ص 5.  9. مقدمه، ص 12.  10. همین اثر، ص 128-127.  11. همین اثر، ص 128-127.  12. همین اثر، ص 128-127.  13. همین اثر، ص 71.  14. از مقدمه ناشر، ص 10-9.  15. از مقدمه، با اختصار.  16. برگرفته از مقدمه کتاب.  17. ر.ک، ص 255-254.  18. ص 10-9، با اندکی اختصار.  19. الحیات، ج 1، ص 46.  20. الحیات، ج 1، ص 147.  21. احزاب (33): 21.  22. از سخن ناشر.  23. همین اثر، تصدیر، ص 7.  24. قلم (68): 4.  25. احزاب (33): 45.  26. توبه (9): 138.  27. همین اثر، مقدمه، ص 9-8، با اندکی اختصار. |

[صفحه اصلی](http://www.hawzah.net/fa/default) | [تماس با ما](http://www.hawzah.net/fa/contactus) | [درباره ما](http://www.hawzah.net/fa/about) | [پایگاه های ما](http://www.hawzah.net/fa/oursites) | [پایگا](http://www.hawzah.net/fa/otherlinks)