

## بایسته‌های تبلیغ و مبلغ با تأکید بر بیانات رهبر معظم انقلاب اسلامی

نقیسه قنبری\*

### چکیده

جاودانگی و جهان‌شمولی دین مبین اسلام، بیانگر همگانی بودن دعوت انسان‌هاست که این مهم، ضرورت تبلیغ دین اسلام را ایجاب می‌کند. تبلیغ دین، از اساسی‌ترین وظایف انبیای الهی است که در آیه «الَّذِينَ يُبَلِّغُونَ رِسَالَاتِ اللَّهِ وَ يُخَشَوْنَهُ وَ لَا يُخَشَوْنَ أَحَدًا إِلَّا اللَّهَ وَ كَفَى بِاللَّهِ حَسِيبًا» (احزاب، آیه ۳۹)، به اهمیت این امر خطیر تصریح شده است. بر عالمان دینی، ضروری است جهت حفظ و احیای ارزش‌های اسلامی، امر تبلیغ را سرلوحه وظیفه خویش قرار دهند. از این رو، شناخت بایسته‌های تبلیغ، بر هر مبلغی ضروری است. این پژوهش، درصدد بیان بایسته‌های تبلیغ از منظر رهبر معظم انقلاب است؛ تا بتوان گام مؤثری در ارتقای کیفیت تبلیغ ارائه نمود. لازمه تبلیغ دین، طبق بیانات مقام معظم رهبری، خودسازی و اخلاص مبلغ است؛ به نحوی که عمل مبلغ، منطبق با گفتار وی باشد تا موجب افزایش بازدهی و تأثیرگذاری شود. بینش، بصیرت و بهره‌گیری از فنون و ابزار تبلیغ نیز از دیگر بایسته‌های تبلیغ است که نقش مؤثری در پیشبرد اهداف دین خواهد داشت.

### کلیدواژه‌گان

آیت‌الله خامنه‌ای، تبلیغ، خودسازی، ارکان تبلیغ، ابزار و فنون تبلیغ.



تبلیغ، یکی از اصلی‌ترین و مهم‌ترین ابزارهای دین مبین اسلام است که از دیرباز در پیش‌برد و نشر معارف اسلامی مورد توجه بوده است. این امر خطیر، از رسالت‌های اساسی پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله و ائمه معصومین علیهم السلام به شمار می‌رود که تا عصر حاضر نیز جریان داشته است. از این رو، آشنایی مبلمان دین با بایسته‌های تبلیغ، امری ضروری می‌نماید. آگاهی از ابزارهای تبلیغ و جدیدترین شیوه‌ها، به مبلمان این امکان را خواهد داد که افزون بر هدایت جامعه اسلامی به سوی سعادت دینی، از ورود اندیشه‌های دین‌گریزانه و یا دین‌ستیزانه جلوگیری نمایند. مقام معظم رهبری در دیدار با روحانیون، یکی از اصلی‌ترین وظایف آنان را تبلیغ دین اسلام دانسته‌اند و همواره بر آن تأکید نموده‌اند. از نظر ایشان تبلیغ، از مسائل اساسی در حیات اجتماعی است که مخصوص یک دوره نیست (پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار رهبری، ۱۳۷۷/۲/۲). پژوهش حاضر، در صدد پاسخ به این پرسش است که چگونه می‌توان در امر تبلیغ موفق بود؟ و نکات قابل توجه موفقیت روزافزون در امر تبلیغ و هدایت انسان‌ها طبق بیانات رهبر معظم انقلاب اسلامی چیست؟ این پژوهش، به روش توصیفی - تحلیلی با گردآوری اطلاعات از طریق منابع کتابخانه‌ای تدوین شده است. از آنجایی که تبلیغ، عامل اساسی در شناخت انسان‌ها به حقیقت دین مبین اسلام و عامل سعادت و هدایت افراد است، باید اذعان داشت که توجه به بایسته‌های تبلیغ، از روش‌های کارآمد در نهادهای سازی دین اسلام به شمار می‌آید.

### مفهوم تبلیغ

تبلیغ، از ریشه «بلغ» به معنای رساندن پیام از طریق نوشتن و امثال آن است (فراهیدی، ۱۴۰۹ق، ج ۴، ص ۴۲۱؛ جوهری، ۱۳۷۶ق، ج ۴، ص ۱۳۱۶) و نیز به معنای رسیدن به انتهای هدف و مقصد و یا انجام دادن کاری در زمان و مکانی معین است که در این معنا، با کلمه «بلاغ» به کار می‌رود (راغب اصفهانی، ۱۴۱۲ق، ص ۱۴۴؛ ابن اثیر، ۱۳۶۷ش، ج ۱، ص ۱۵۳). تبلیغ، در آیات قرآن، گاهی در معنای بلاغ به کار رفته است: «وَإِنْ تَوَلَّوْا فَإِنَّمَا عَلَيْكُمُ الْبَلَاغُ» (آل عمران، آیه ۲۰). رهبر معظم انقلاب، در بیان معنای تبلیغ می‌فرماید: «تبلیغ را که از آن در قرآن به «بلاغ»، «بیان» و «تبیین» تعبیر شده، از وظایف مقدس انبیا، علما، متفکران، دانایان و مصلحان دانسته شده و تبلیغ، یعنی رساندن آن حقایق، به اذهان و دل‌های مخاطبان که بدون آن، دچار خسارت خواهند شد. این

است که ارزش تبلیغ را بالا می‌برد» (پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار رهبری، ۱۳۷۷/۲/۲).

## اهمیت و جایگاه تبلیغ

در آموزه‌های دینی، تبلیغ دین، به عنوان یک امر ضروری یاد شده و مراد از «تفقه» در آیه «وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنْفِرُوا كَافَّةً فَلَوْ لَا نَفَرَ مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِنْهُمْ طَائِفَةٌ لِيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَ لِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ» (توبه، آیه ۱۲۲)، فراگیری همه معارف و احکام اسلام، اعم از اصول و فروع است؛ زیرا در مفهوم تفقه، همه این امور جمع است. بنابراین، آیه فوق، دلیل روشنی است بر اینکه همواره گروهی از مسلمانان باید (واجب کفایی) به تحصیل علم و دانش در زمینه تمام مسائل اسلامی بپردازند و پس از فراغت از تحصیل، برای تبلیغ احکام اسلام به نقاط مختلف، به خصوص به سوی قوم و جمعیت خود باز گردند و آنها را به مسائل اسلامی آشنا سازند (مکارم شیرازی، ۱۳۷۴ ش، ج ۸، ص ۱۹۳). مقام معظم رهبری، تبلیغ را دارای نقش عظیم برای حفظ اسلام دانسته‌اند و فرموده‌اند:

مبادا کسی این طور تصور کند که با بودن رادیو و تلویزیون و ویدئو و این وسایل امروزی، دیگر منبر چه نقشی دارد؟ تبلیغ دین چه نقشی دارد؟ نه؛ آن تأثیری که گفتار یک انسان در یک مجلس، در ذهن مخاطبین می‌گذارد، به کلی با هر نوع تبلیغ دیگر، متفاوت است. این نوع تبلیغ است که برکات الهی با آن هست؛ آثار مواجهه انسانی در آن هست؛ بسیار مهم است (پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار رهبری، ۱۳۷۷/۲/۲).

ایشان تبلیغ دین را جزء وظایف علمای دین دانسته‌اند 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 از نظر ایشان، بر پیش بردن مخاطب و آگاه نمودن او در جهت ترقی و رشد فکری اوست تا به تقرب پروردگار و کمالات نفسانی پیش رود (همان، ۱۳۷۴/۱۰/۲۷).

خداوند متعال در آیه «ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ» (نحل، آیه ۱۲۵)، خطاب به رسول اکرم صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ برای ارشاد و هدایت جامعه بشر به سوی دین اسلام و دعوت به اصل توحید توصیه نموده است تا برنامه مکتب عالی قرآن را به مردم بیاموزد (حسینی همدانی، ۱۴۰۴ ق، ج ۹، ص ۵۷۱) و طبق آیه «إِنَّكَ عَلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ» (زخرف، آیه ۴۳)، کسی که در صراط مستقیم سیر کند، زودتر به مقصد می‌رسد (طیب، ۱۳۷۸ ش، ج ۱۲، ص ۳۳). بنابراین، هدف باید «صراط مستقیم» باشد. مقام



معظم رهبری هدف تمام پیامبران را هدایت مردم به صراط مستقیم دانسته‌اند و آن را به عبودیت معنا نموده‌اند (پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار رهبری، ۱۳۷۶/۱۰/۳). آیه «وَأَنْ اَعْبُدُونِي هَذَا صِرَاطٌ مُسْتَقِيمٌ» (یس، آیه ۶۱)، پرستش آفریدگار یگانه را طریقه مستقیم دانسته و توصیف ذاتی صراط به استقامت، از آن جهت است که طریقه پرستش، بر وفق فطرت و بر طبق عبودیتِ تکوینی است (داورپناه، ۱۳۷۵، ش ۱، ج ۱، ص ۸۳). رهبر معظم انقلاب، ضمن توصیه به حرکت در صراط مستقیم جهت هدایت انسان، چنین فرمودند: «باید مردم را به عبودیت الهی که همان صراط مستقیم است، سوق دهید؛ البته این عبودیت، در زمینه اخلاق، در زمینه عمل فردی و در زمینه عمل اجتماعی کاربرد دارد» (پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار رهبری، ۱۳۷۶/۱۰/۳).

این مهم، طبق بیانات ایشان، اولین وظیفه عالم دینی است:

«امروز علمایی که مشغول تحصیل علم دین و حقایق دینی هستند و نیز فضیله‌های حوزه‌ها و علمای شهرستان‌ها، توجه کنند که اولین وظیفه عالم دینی، تبلیغ است و علم دین، برای تبلیغ است» (همان، ۱۳۷۴/۱۰/۲۷).

## شرایط مبلغ دین

### ۱. همراهی ایمان و عمل

«ایمان» در قرآن، به معنای تصدیق به یگانگی خدا و رسالت پیامبران و نیز تصدیق روز جزاست که با پیروی عملی همراه است. به همین جهت، در قرآن هرجایی که از صفات نیک مؤمنان یا پاداش جمیل آنان یاد شده، کنار آن، به عمل صالح نیز تصریح گردیده است (رعد، آیه ۲۹)؛ از جمله می‌فرماید: «مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِنْ ذَكَرٍ أَوْ اُنْثَىٰ وَ هُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيَاةً طَيِّبَةً» (نحل، آیه ۹۷). گفتنی است که ایمان، کامل نیست؛ مگر آنکه به لوازم آن چیزی که بدان معتقد شده‌ایم نیز پایبند باشیم؛ زیرا ایمان، علم توأم با سکون و اطمینان به آن است (طباطبایی، ۱۳۱۷ق، ج ۱۵، ص ۶). از دیدگاه مقام معظم رهبری، ایمان بر دو گونه است: ایمان ثابت و ایمان عاریه‌ای. ایمان ثابت، ایمان قلبی متکی به استدلال و بینش عمیق است که با عمل صالح پشتیبانی می‌شود؛ اما ایمان عاریه‌ای، بر پایه احساسات و بدون منطق و علم است (پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار رهبری، ۱۳۸۳/۱/۲۰). از نظر ایشان، اگر مبلغ بخواهد مردم را موعظه نماید، لازمه آن در درجه نخست، تأثیرپذیری خود اوست. برای کسی که قصد بیانگری احکام و معارف دین است،



تهذیب نفس، یک امر الزامی است؛ به بیان دیگر، کردار او باید شاهدی بر صدق گفتارش باشد و آن را تقویت کند (پایگاه خبرگزاری دانشجویان ایران (ایسنا)، ۱۳۷۰/۴/۲۰).

آیه «وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَ عَمِلَ صَالِحًا وَ قَالَ إِنِّي مِنَ الْمُسْلِمِينَ» (فصلت، آیه ۳۳)، در مقام تعریف و ستایش اشخاصی است که دارای سه عمل باشند: اول، مردم را به سوی خدا دعوت و ارشاد نمایند و طریق سعادت و هدایت را به آنان بیاموزند و ایشان را از کج روی، به طریق مستقیم شریعت رهبری کنند. چنین کسی، از «داعیانِ اِلی الله» به شمار می‌رود و کلام او، از بهترین سخنان است و عملش، از بهترین اعمال خواهد بود (بانوی اصفهانی، ۱۳۶۱ش، ج ۱۱، ص ۳۳۱-۳۳۲). شایان ذکر است که لفظ آیه، عمومیت دارد و شامل همه کسانی می‌شود که به سوی خدا دعوت می‌کنند؛ اما باید توجه داشت در بین این داعیان به سوی خدا، ممکن است کسی یافت شود که نیتی فاسد داشته باشد. معلوم است که چنین دعوتی، «احسن القول» نیست. به همین جهت، دنبال جمله نامبرده، فرموده: «وَ عَمِلَ صَالِحًا»؛ یعنی به شرطی که خودش هم عمل صالح داشته باشد. اساساً عمل صالح، بیانگر این است که صاحبش، نیتی صالح دارد (طباطبایی، ۱۴۱۷ق، ج ۱۷، ص ۳۹۱).

در حدیثی از امام صادق علیه السلام آمده است: «لَا يَقْبَلُ اللَّهُ عَمَلًا إِلَّا بِمَعْرِفَةٍ وَ لَا مَعْرِفَةً إِلَّا بِعَمَلٍ فَمَنْ عَرَفَ دَلَّتْهُ الْمَعْرِفَةُ عَلَى الْعَمَلِ وَ مَنْ لَمْ يَعْمَلْ فَلَا مَعْرِفَةَ لَهُ» (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۱، ص ۴۴). طبق این روایت، خداوند متعال عملی را جز با معرفت نپذیرد و ایمان و معرفت نیز توأم با عمل، اثربخش است. از نظر مقام معظم رهبری، مبلغ دین و مبین معارف دینی، باید به زبان اکتفا نکند؛ بلکه عمل او هم باید گویای ایمان و اخلاص و صفایش باشد. ایشان پیشگام بودن علمای دین در هرکاری را به جهت عمل نیکان و اخلاص علمای گذشته دانسته‌اند که توانسته‌اند با ایمان خود، مردم را به سوی حق جلب نمایند (پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار رهبری، ۱۳۷۴/۱۰/۲۷). از نظر ایشان، چگونه عمل کردن مبلغ نیز بسیار مهم و قابل توجه است. رفتار، نشست و برخاست، معاشرت، نگاه و عبادت مبلغ، دلبستگی یا دل‌بسته نبودن وی به تنعمات دنیایی، رساترین تبلیغ یا ضد تبلیغ است؛ اگر اینها درست باشد، تبلیغ است و چنانچه نادرست باشد، ضد تبلیغ است (همان، ۱۳۸۴/۱۱/۵).

## ۲. برخورداری از علم و بینش دینی

تبلیغ، یکی از عوامل ترویج دین است که باید از روی تفقه و آگاهی عمیق باشد. در آیات و



روایات، بر اهتمام به علم‌اندوزی و اهمیت تعلیم و تعلم، تأکید بسیاری شده است. اولین آیاتی که پس از بعثت و در غار حرا بر قلب مبارک پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله نازل شد، در خصوص تعلیم و تعلم بود: «الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ، عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ» (علق، آیه ۴-۵). امام علی علیه السلام کمال دین را در طلب علم و عمل دانسته و در این باره فرموده: «إِنَّ كَمَالَ الدِّينِ طَلَبُ الْعِلْمِ وَالْعَمَلُ بِهِ» (ابن شعبه حرانی، ۱۴۰۴ق، ص ۱۹۹). فراگیری علوم دینی، در سه بخش: «اعتقادات»، «اخلاق» و «احکام»، از لوازم امر تبلیغ است که مبلغ باید به آن آگاهی داشته باشد؛ چنان‌که قرآن کریم در آیه ۱۲۲ توبه نیز به اهمیت و لزوم کوچ برای فراگرفتن علم دین اشاره نموده است و در پایان، قید می‌کند که این تفقه و فراگرفتن علم، برای آن است که مردم را انداز کنند و از مخالفت امر الهی بر حذر دارند (قرشی، ۱۳۱۷۱ش، ج ۵، ص ۱۹۹). در حقیقت، این آیه، امر به سفر کردن برای تحصیل علم و فقه، از راه وسایل و اسباب ظاهری است؛ نه از راه تفصّل الهی (کمالی دزفولی، ۱۳۷۰ش، ص ۴۹۵). همچنین، مقصود از تفقه در دین، فهمیدن همه معارف دینی از اصول و فروع آن است؛ نه خصوص احکام عملی که امروزه در لسان علمای دین، کلمه «فقه» صرفاً اصطلاحی برای بیان احکام عملی شده است (طباطبایی، ۱۴۱۷ق، ج ۹، ص ۴۰۴).

خداوند متعال در آیه «وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ قَبْلِكَ إِلَّا رِجَالًا نُوحِي إِلَيْهِمْ فَسَمِعُوا أَهْلَ الذِّكْرِ إِنْ كُنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ» (نحل، آیه ۴۳)، در مقام بیان یکی از اصول عقلایی است که عبارت از وجوب رجوع جاهل در هر فنی به عالم در آن فن است. علامه طباطبایی، ذیل این آیه قائل است که این دستور، دستور تعبدی و امر مولوی نبوده که بخواهد بدون ملاک عقلی به جاهل دستور دهد که به عالم مراجعه کن؛ نه به غیر او (طباطبایی، ۱۴۱۷ق، ج ۱۲، ص ۲۵۹). در حقیقت، «اهل الذکر»، علمای هر علم هستند؛ به عنوان مثال، در علم فقه، مراد استفتا از ناحیه عوام در احکام فقهی است و در سیر و سلوک عرفانی، مراجعه به عارف، منظور است (قشیری، ۲۰۰۰م، ج ۲، ص ۲۹۹). پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله ذیل این آیه فرمودند: روا نیست که عالم بر علمش سکوت کند و جاهل نیز بر جهلش ساکت باشد؛ بلکه باید سؤال نماید (سیوطی، ۱۴۰۴ق، ج ۴، ص ۱۱۹؛ مبینی، ۱۳۷۱ش، ج ۱۰، ص ۲۰).

مقام معظم رهبری، اصل مسئله تبلیغ را ناظر به عمل، همراه با بصیرت و یقین دانسته‌اند و یقین را ایمان قلبی متعهدانه دانسته‌اند که بر پایه بصیرت و یقین، حرکت انجام می‌گیرد. از نظر ایشان، اگر بصیرت و یقین باشد، اما کاری انجام نگیرد، این، مطلوب نیست و تبلیغی واقع نشده است.



از سوی دیگر، اگر چیزی تبلیغ شود، اما بدون بصیرت و یقین باشد، باز هم پایه تبلیغ دینی خراب است و مطلوب به دست نخواهد آمد؛ بلکه ایمان باید با بصیرت همراه باشد (پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار رهبری، ۱۳۸۸/۹/۲۲). از نظر ایشان، چون مبلغ قصد دارد سطح فکر مردم را در مسائل اسلامی بالا ببرد، باید آگاهی و بینش دینی وسیع و متنوعی داشته باشد؛ یعنی با قرآن مأنوس باشد، در احادیث غور نماید، با تازه‌های مربوط به مذهب و دین آشنا باشد، اهل تحقیق درباره مسائل دینی باشد و افزون بر این، از اندیشه‌های فلسفی و بینش‌های اجتماعی نیز اطلاع داشته باشد (همان، ۱۳۷۰/۴/۲۰). بنابراین، ارشاد مردم و تبلیغ دین در جامعه، در گرو داشتن آگاهی عمیق به مبانی دینی است.

### ۳. تقویت معنویت و اخلاص

تبلیغ دین و تبیین حقایق اسلام، وظیفه علما و مبلغان است که اساس آن، بر اخلاق و اخلاص مبلغ استوار است. اخلاص مبلغ، امر مهمی در فرآیند تبلیغ است و تأثیر بسزایی در نفوذ کلام او دارد. در این صورت است که حکمت، از قلب بر زبانش جاری خواهد شد و موجب تحول دیگران می‌شود. پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله در اهمیت اخلاص چنین فرمودند: «مَا أَخْلَصَ عَبْدٌ لِلَّهِ عَزَّ وَجَلَّ أَوْ بَعِيْنَ صَبَاحًا إِلَّا جَزَتْ يَتَابِعُ الْحِكْمَةَ مِنْ قَلْبِهِ عَلَى لِسَانِهِ» (ابن بابویه، ۱۳۷۸ق، ج ۲، ص ۶۹). مبلغ دین، باید قبل از اقدام به امر تبلیغ، درون خویش را جلا دهد و از رذایل اخلاقی به دور و به فضایل معنوی آراسته باشد. امام صادق علیه السلام در حدیثی در این باره فرمودند: «أَحْسَنُ الْمَوَاعِظِ مَا لَا يُجَاوِزُ الْقَوْلَ حَدَّ الصِّدْقِ وَ الْفِعْلُ حَدَّ الْإِخْلَاصِ» (نوری، ۱۴۰۸ق، ج ۱۲، ص ۲۰۳). طبق این کلام نورانی، بالاترین اندرزها آن است که سخن از مرز راستگویی، و عمل از مرز اخلاص فراتر نرود. مقام معظم رهبری، مهم‌ترین نکته در امر تبلیغ جهت اصلاح دیگران را تأدیب نفس و اصلاح درون دانسته‌اند و مراد از اصلاح نفس را اصلاح مردم از لحاظ اخلاقی و روحی و تدارک اخلاص و قصد قربت و اجتناب از گناه بیان نموده‌اند (پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار رهبری، ۱۳۶۹/۱/۴).

معظم‌له، اساس کار تبلیغ را اخلاق معرفی نموده؛ تا انسان‌ها در این فضا تربیت شوند، اخلاق آنها تعالی پیدا کند، به خدا نزدیک‌تر شوند و قصد قربت کنند (همان، ۱۳۷۷/۲/۲). عمل مخلصانه، بر شکل‌گیری و تکامل جان انسان تأثیری حقیقی می‌گذارد؛ نه قراردادی و اعتباری (نراقی، ۱۳۸۳ق، ج ۲، ص ۴۰۵). قرآن کریم در آیه «فَادْعُوا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ» (غافر، آیه ۱۴)،



دستور داده که خداوند را بخوانید و به پرستش او قیام نمایید؛ درحالی که طاعت خویش را برای او خالص کننده باشید (حسینی شاه عبدالعظیمی، ۱۳۶۳ش، ج ۱، ص ۲۸۸-۲۸۹). رهبر معظم انقلاب، در باره اهمیت اخلاص برای مبلّغ چنین فرمودند:

در عین حال، جوهر کار در میان ما روحانیت شیعه، یک جوهر ویژه است. احساس تکلیف الهی، بیشتر موجب می شود که کسی اقدام به تبلیغ کند. اگر اهل اخلاص و تقرب به خدا و توجه به منافع معنوی تبلیغ باشد، جلو او میدان کار باز می شود. این، فرصت قابل توجهی است که در اختیار ماست (پایگاه اطلاع رسانی دفتر حفظ و نشر آثار رهبری، ۱۳۷۴/۱۰/۲۷).

از نظر ایشان، آنچه برای طلبه ها همیشه شوق آفرین می باشد، احساس انجام وظیفه است (همان، ۱۳۷۰/۱۲/۵). خداوند متعال در آیه «الَّذِينَ يُبَلِّغُونَ رِسَالَاتِ اللَّهِ وَ يَحْشَوْنَهُ وَ لَا يَحْشَوْنَ أَحَدًا إِلَّا اللَّهَ» (احزاب، آیه ۳۹)، فرموده که انسان در تبلیغ رسالت های پروردگار نباید از کسی کمترین وحشتی داشته باشد (مکارم شیرازی، ۱۳۷۱ش، ج ۱۷، ص ۳۳۰). خشیت، حالتی است که از پی بردن به عظمت آفریدگار و جلال او به انسان با معرفت دست می دهد (رکنی، ۱۳۷۹، ص ۱۴۰). «خشیت از پروردگار»، مقامی است که حتی در فرض عدم حسابگری روز قیامت، عالم را به بندگی و رعایت شئون آن می کشاند؛ معنایی که بیشتر مردم، فاقد آن می باشند (نقی پورفر، ۱۳۸۱، ص ۲۳۳). رهبر معظم انقلاب، خشیت الهی را لازمه امر تبلیغ دانسته اند که باید برای خدا و در راه خدا و برخاسته از تعلیم الهی باشد که در غیر این صورت، به گمراهی می انجامد (پایگاه اطلاع رسانی دفتر حفظ و نشر آثار رهبری، ۱۳۸۸/۹/۲۲). در حقیقت، مبلّغ باید در تمامی رفتارهای خود در امر تبلیغ، رضای خداوند را در نظر بگیرد و نیت و عملش، رنگ خدایی داشته باشد.

### روش های تبلیغ دینی

مبلّغ در مسیر تبلیغ دینی، با افراد مختلفی از اقصای جامعه مواجه می شود که در میزان تحصیلات، فرهنگ، سن، شغل و دیگر امور، متفاوت از یکدیگر هستند و دیدگاه های گوناگونی به مسائل دارند. در این راستا، مبلّغ باید با توجه به مخاطبانی که با آنان روبه روست، به انتخاب راه ابلاغ پیام خود بپردازد. آگاهی به روش ها و فنون تبلیغ، متناسب با نیاز مخاطبان، از بایسته های تبلیغ دینی است که گام مؤثری در پیش برد اهداف تبلیغی ایفا می کند.



## ۱. موعظه

موعظه، یکی از روش‌های عام و مؤثر در تربیت اسلامی است که به شهادت آیات قرآن، پیامبران الهی به فرمان خداوند در تبلیغ و هدایت مردم از آن فراوان بهره برده‌اند. قرآن کریم، یکی از روش‌های مؤثر در تربیت روحی انسان‌ها را «موعظه و اندرز» می‌داند و در بسیاری از آیات به آن سفارش نموده است؛ هرچند خود قرآن، کتاب موعظه و اندرز است که از طرف پروردگار برای شفای بیماری‌های درونی انسان و کسب فضایل اخلاقی نازل شده است؛ چنان‌که قرآن کریم می‌فرماید: «يَا أَيُّهَا النَّاسُ قَدْ جَاءَكُمْ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّكُمْ وَ شِفَاءٌ لِمَا فِي الصُّدُورِ وَ هُدًى وَ رَحْمَةٌ لِّلْمُؤْمِنِينَ» (یونس، آیه ۵۷). مراد از موعظه در این آیه، بیان آن چیزهایی است که حذر کردن از آنها لازم و یا رغبت به آنها واجب است (طبرسی، ۱۳۷۲، ج ۵، ص ۱۷۷).

مقام معظم رهبری، یکی از اشرف فنون را فن تبلیغ دین و گویندگی معارف دینی و اسلامی بیان نموده‌اند و هدف از حرفه تبلیغ و گویندگی دینی را موعظه برای ترکیه مردم و تبیین معارف دینی برای بالا رفتن سطح آگاهی دینی مردم دانسته‌اند. از نظر ایشان، منبر رفتن و سخن گفتن در امر دین، جزء شریف‌ترین کارهاست (پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار رهبری، ۱۳۷۰/۴/۲۰).

خداوند متعال، آیه «إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَ الْإِحْسَانِ وَ إِتْيَاءِ ذِي الْقُرْبَى وَ يَنْهَى عَنِ الْفَحْشَاءِ وَ الْمُنْكَرِ وَ الْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ» (نحل، آیه ۹۰) را با جمله «يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ» ختم نمود؛ یعنی هدف از موعظه الهی، این است که متذکر شوید و بدانید آنچه خدا شما را بدان می‌خواند، مایه حیات و سعادت شماست (طباطبایی، ۱۴۱۷ق، ج ۱۲، ص ۳۳۳). در حقیقت، طبق این آیه، موعظه خداوند برای متذکر شدن انسان‌هاست تا به راه سعادت و کمال هدایت شوند. پیامبر اکرم صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَ آَلِهِ وَسَلَّمَ اهمیت موعظه را چنین بیان فرمودند: «إِنَّ أَعْظَمَ النَّاسِ مَثْرَلَةً عِنْدَ اللَّهِ يَوْمَ الْقِيَامَةِ أَفْشَاهُمْ فِي أَرْضِهِ بِالنَّصِيحَةِ لِخَلْقِهِ» (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۲، ص ۲۰۸). طبق این روایت، بلندمرتبه‌ترین مردم نزد خداوند در روز قیامت، کسی است که در روی زمین بیشتر در نصیحت و ارشاد مردم قدم بردارد.

## ۲. ارائه الگو

ارائه الگوهای دینی، از دیگر فنون تبلیغ است که نقش مؤثری در الگوپذیری صحیح انسان‌ها ایفا می‌کند. مقام معظم رهبری، بیان مصائب حضرت ابی‌عبدالله عَلَيْهِ السَّلَام، یعنی ارائه الگویی به مردم برای کیفیت بخشیدن به حرکت در راه هدف‌های بزرگ را از فنون تبلیغ دین اسلام شمرده‌اند که



جزء شریف‌ترین هدف‌هاست (پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار رهبری، ۱۳۷۰/۴/۲۰). ایشان در مورد الگوپذیری از قیام امام حسین علیه السلام چنین فرمودند:

ماجرای حسین بن علی علیه السلام، حقیقتاً موتور حرکت قرون اسلامی در جهت تفکرات صحیح اسلامی بوده است. هر آزادی‌خواه و هر مجاهد فی سبیل‌الله و هر کس که می‌خواسته است در میدان خطر وارد بشود، از آن ماجرا مایه گرفته و آن را پشتوانه روحی و معنوی خود قرار داده است (همان).

از نظر ایشان، مبلّغان، زیر نام حسین بن علی علیه السلام تبلیغ می‌کنند و از این رهگذر، می‌توانند در سطوح مختلف به تبلیغ دینی همت بگمارند. رهبر معظم انقلاب، راه نفوذ در امر تبلیغ را تمام چیزهایی دانسته‌اند که در اسلام به عنوان ارزش، مورد تأکید و توصیه حضرت ابی‌عبدالله علیه السلام قرار گرفت؛ چنان‌که تمامی پیغمبران و اولیای الهی دیگر و وجود مقدس رسول‌الله صلی الله علیه و آله نیز همین‌طور عمل کردند و البته حسین بن علی علیه السلام را باید مظهر یک قیام کامل الهی دانست. ایشان، هدف تبلیغ را بیان ارزش‌ها و اخلاق دینی و همه اموری دانسته‌اند که در بنای یک شخصیت انسانی بر مبنای دین اسلام نقش ایفا می‌کند (همان، ۱۳۸۴/۱۱/۵).

خداوند متعال در آیه «لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ» (احزاب، آیه ۲۱)، به بهره‌گیری مثبت از غرایز نفسانی دعوت نموده است؛ به عنوان مثال، غریزه تقلید و شباهت‌گرایی در انسان که قرآن آن را تحت عنوان پیروی از نمونه‌ها و سنبل‌های شایسته یاد نموده و در واقع، از الگوهای ناشایست، مانند جاهلان و فاسقان بر حذر داشته و آدمی را به مقام امن، یعنی پیروی از نمونه‌های پاک و تأسی به پیامبران و صدیقین و شهیدان و صالحان که هم‌نشینان و یاران نیکویی هستند، هدایت می‌کند (زرقانی، بی‌تا، ج ۲، ص ۲۵۹). یکی از احکام رسالت رسول‌الله صلی الله علیه و آله و ایمان آوردن به او، این است که باید به گفتار و رفتار آن حضرت تأسی جست (طباطبایی، ۱۴۱۷ق، ج ۱۶، ص ۲۸۸). از شئون الگوگرفتن از اولیا، انبیا و امامان معصوم علیهم السلام، اطاعت‌پذیری و پذیرش ولایت آن بزرگواران است؛ چنان‌که مقام معظم رهبری نیز به این مهم تصریح نموده‌اند و پیوند، ارتباط و معرفت را زیرمجموعه ولایت برشمرده‌اند (پایگاه حوزه، ۱۳۸۸/۹/۲۲). ایشان همچنین، مودت به اهل بیت علیهم السلام را پشتوانه ولایت دانسته‌اند که اگر مودت نباشد، به تدریج اطاعت و ولایت هم کنار گذاشته خواهد شد. با توجه به اهمیت بحث مودت، بیان ماجرای مصیبت‌های اهل بیت علیهم السلام، نوعی ایجاد ارتباط عاطفی است که از اهمیت بسزایی برخوردار است (همان).

### ۳. بیان خوف ورجا

امام سجاده علیه السلام، در یکی از دعاهاى صحیفه سجادیه عرضه داشت: «يَا إِلَهِي بِمَنْ خَوْفُهُ مِنْكَ أَكْثَرُ مِنْ طَمَعِهِ فِيكَ، وَبِمَنْ يَأْسُهُ مِنَ النَّجَاةِ أَوْ كَدِّ مِنْ رَجَائِهِ لِلْخَلَاصِ، لَا أَنْ يَكُونَ يَأْسُهُ قُتُوطًا» (صحیفه سجادیه، دعای ۳۹). ایشان در این دعا، به خوف ورجای خویش اشاره نموده و بیان کرده که خوف ایشان، بیشتر از طمع ورجاست. البته باید توجه داشت که نومیذی امام، از باب یأس از رحمت الهی نیست. مقام معظم رهبری نیز به خوف همراه با رجا در امر تبلیغ اشاره نموده و فرموده‌اند:

خوف را همراه رجا، حتماً به دل‌ها بدمید و خوف را بیشتر. اینکه ما آیات رحمت الهی را بخوانیم و یک عده‌ای را غافل کنیم و نتیجه‌اش این بشود که خیال کنند غرق در معنویت‌اند و از واجبات و ضروریات دین در عمل غافل بمانند، درست نیست. در قرآن، بشارت، مخصوص مؤمنین است؛ اما انذار، برای همه است؛ مؤمن و کافر، مورد انذارند. پیغمبر خدا گریه می‌کند. شخصی عرض می‌کند: یا رسول‌الله! خداوند فرمود: «لِيَغْفِرَ لَكَ اللَّهُ مَا تَقَدَّمَ مِنْ ذَنْبِكَ وَ مَا تَأَخَّرَ». این گریه، برای چیست؟ عرض می‌کند: «أَوْ لَا أَكُونُ عَبْدًا شَاكِرًا»؛ یعنی اگر شکر آن مغفرت را نکنم، پایه آن مغفرت، سُست خواهد شد. در همه حال، انذار باید بر دل ما و مستمعان ما حاکم باشد. راه، راه دشواری است. بشر بایست خود را برای پیمودن این راه، و رسیدن به آن سرمنزل، آماده کند (پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار رهبری، ۱۳۸۴/۱۱/۵).

بنابراین، توجه به انذار و تبشیر در کنار هم، یک اصل اساسی در امر تبلیغ است که نباید مورد غفلت قرار گیرد؛ زیرا بی‌توجهی به این مسئله، موجب جسارت بر گناه و امید بیش از حد به رحمت خداوندی و یا یأس بیش از حد از مغفرت الهی می‌شود. خداوند متعال در آیه «رُسُلًا مُبَشِّرِينَ وَ مُنذِرِينَ لِنَاسٍ لِيَكُونَ لِلنَّاسِ عَلَى اللَّهِ حُجَّةٌ بَعْدَ الرُّسُلِ» (نساء، آیه ۱۶۵) می‌فرماید: پیامبران را بشارت‌دهنده و انذارکننده قرار دادیم تا به رحمت و پاداش الهی، مردم را امیدوار سازند و از کفرهای او بیم دهند و از این رهگذر، بر مردمان اتمام حجت شود و آنان هیچ بهانه‌ای نداشته باشند (بابایی، ۱۳۸۲ش، ج ۱، ص ۴۷۷).

مقام معظم رهبری همچنین، وظیفه مبلّغ دین و پیام‌آور حقیقت را در ایجاد نگاه امیدوارانه مردم به آینده و از بین بردن ناامیدی از آنها دانسته‌اند (پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار رهبری، ۱۳۷۶/۱۰/۳).

#### ۴. توجه به ابزارهای متنوع و مناسب

با توجه به اینکه برای هر حرفه و فنی، ابزار مناسب با آن وجود دارد و بدون آن ابزار، رسیدن به مقصود و ایجاد تحول و حرکت میسر نخواهد بود، آگاهی از ابزار مورد نیاز تبلیغ نیز امری قابل توجه در موفقیت ابلاغ پیام الهی است. آگاهی از ابزارهای تبلیغ و جدیدترین شیوه‌ها و روش‌ها، به مبلغان این امکان را خواهد داد که افزون بر هدایت جامعه اسلامی به سوی سعادت و سلامت معنوی، از ورود افکار و اندیشه‌هایی که بر مبنای دین‌گریزی یا دین‌ستیزی است، ممانعت نمایند. مقام معظم رهبری، تبلیغ را دارای انواع و اقسامی دانسته‌اند که در هر شرایطی، نحوه رساندن به گونه‌ای است که از طریق ابتکار و ذوق و سلیقه و فهم و سرعت انتقال انسان قابل فهم است (همان، ۱۳۷۰/۱۲/۵). از نظر ایشان، تبلیغ دارای سطوح مختلفی است: یک سطح، برای عامه مردم است. سطح دیگر، مربوط به کسانی که تا حدودی از معرفت و آگاهی برخوردارند و یک سطح نیز مربوط به کسانی است که اگرچه در علم دین آگاهی و معرفتی ندارند، ولی در رشته‌های علوم دیگر یا فنون مختلف زندگی، اشخاص برجسته‌ای محسوب می‌شوند. از منظر رهبر معظم انقلاب، مبلغ دین با قشرهای مختلفی مواجه است و فقط با مردم عامی روبه‌رو نیست؛ بلکه با افرادی که از معرفت و دانش و تجربه خوبی برخوردارند نیز مواجه می‌شود (همان، ۱۳۷۴/۱۰/۲۷)؛ همچنان‌که قرآن کریم نیز دارای سطوح مختلفی است. امام صادق علیه السلام در این باره فرموده است: «إِنَّ كِتَابَ اللَّهِ عَلَى أَرْبَعَةِ أَشْيَاءَ: عَلَى الْعِبَارَةِ وَالْإِشَارَةِ وَاللِّطَائِفِ وَالْحَقَائِقِ. فَالْعِبَارَةُ لِلْعَوَامِّ وَالْإِشَارَةُ لِلْخَوَاصِّ وَاللِّطَائِفِ لِلْأَوْلِيَاءِ وَالْحَقَائِقِ لِلْأَنْبِيَاءِ» (دبلمی، ۱۴۰۸ق، ص ۳۰۳).

طبق این روایت، محتوای قرآن، بر چهار قسم است: «عبارت» که برای عوام قابل فهم است. «اشارت» که برای خواص قابل درک است. «لطایف» که مختص اولیای خداست و «حقایق» که از آن انبیای الهی است. داستان موسی و خضر نبی علیه السلام، از داستان‌های مورد توجه قرآن کریم است که بیانگر سطوح مختلف انسان‌ها در درک و فهم امور است. بنابراین، تبلیغ از نظر مقام معظم رهبری، یک فن است که به تعلیم و فراگیری جهت به‌روز شدن نیازمند است؛ یعنی باید فن تبلیغ را آموخت و تکمیل نمود (پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار رهبری، ۱۳۷۴/۱۰/۲۷). در همین راستا، یکی از ابزارهای مورد توجه رهبر انقلاب، ابزار هنری است که باید با محتوای عالی توأم باشد. ابزارهای مناسب، باید همراه ذوق و سلیقه، ابتکار، خلاقیت، فهم موقعیت و بیان

همسو با مقتضای حال باشد (همان، ۱۳۷۰/۱۲/۵). مقام معظم رهبری، بعضی از مسائل دینی چون: اخلاقیات، معارف دینی و امور سیاسی را مورد نیاز عموم افراد دانسته‌اند که به قشر خاص و محلّ معینی اختصاص ندارد؛ اما بعضی از موضوعات را متعلق به بعضی از مخاطبان، از قبیل روشنفکران، جوانان و دانشجویان می‌دانند و یک مبلغ آگاه، باید به این نکات کلیدی توجه داشته باشد (همان، ۱۳۷۴/۱۰/۲۷).

### نتیجه

دین اسلام، به عنوان آخرین شریعت الهی و کامل‌ترین آنها، همواره پاسخگوی نیاز بشر بوده و هست و تبلیغ دین، به معنای رساندن پیام‌های خداوند به بندگان، در مرحله نخست، بر عهده پیامبران و اوصیای آنان، و در مراحل بعد، بر عهده عالمان و مبلغان دین است. بر این اساس، بهره‌گیری از بسترهای نوین در زمینه‌های مختلف جهت ارتقای سطح کیفی محتوای تبلیغ، امری بایسته است. افزون بر قرآن، در روایات اهل بیت علیهم‌السلام نیز بر جایگاه تبلیغ دین و نقش آن در هدایت و تربیت مردم تأکید شده است و امروزه نیز رهبر معظم انقلاب، به عنوان پیشوای جامعه کنونی، بایسته‌های تبلیغ را عاملی جهت کارآمدی بیشتر در احیای ارزش‌های دینی دانسته‌اند. آموزش تعالیم دینی، موعظه و تذکر اخلاقی و تقویت احساسات و عواطف دینی، مهم‌ترین کارکردهای تبلیغ دینی است که در موفقیت مبلغ دین و مواجهه صحیح با مخاطبان، از اهمیت وافر برخوردارند. همان‌طور که روش و محتوای درست تبلیغ دین، حیات‌بخش است، انحراف از آن نیز خسارت‌بار خواهد بود. جامعه امروز، همواره نیازمند آن است که مبلغ دینی، روش‌های تبلیغی خویش را به‌روز و کارآمد نماید.



## منابع

۱. قرآن کریم.
۲. نهج البلاغه.
۳. صحیفه سجادیه.
۴. ابن اثیر، مبارک بن محمد، ۱۳۶۷ش، النهایة فی غریب الحدیث والأثر، چاپ چهارم، قم، مؤسسه مطبوعاتی اسماعیلیان.
۵. ابن بابویه، محمد بن علی، ۱۳۷۸ق، عیون أخبار الرضا علیه السلام، چاپ اول، تهران، نشر جهان.
۶. ابن شعبه حرانی، حسن بن علی، ۱۴۰۴ق، تحف العقول عن آل الرسول صلی الله علیه و آله، چاپ دوم، قم، جامعه مدرسین.
۷. ابن عجبیه، احمد بن محمد، ۱۴۱۹ق، البحر المدید فی تفسیر القرآن المجید، چاپ اول، قاهره، دکتر حسن عباس زکی.
۸. امین اصفهانی، سیده نصرت، ۱۳۶۱ش، مخزن العرفان در تفسیر قرآن، چاپ اول، تهران، نهضت زنان مسلمان.
۹. بابایی، احمدعلی، ۱۳۸۲، برگزیده تفسیر نمونه، چاپ سیزدهم، تهران، دار الکتب الاسلامیه.
۱۰. جوهری، اسماعیل بن حماد، ۱۳۷۶ق، الصحاح: تاج اللغة وصحاح العربیة، چاپ اول، بیروت، دار العلم للملایین.
۱۱. حسینی شاه عبدالعظیمی، حسین بن احمد، ۱۳۶۳ش، تفسیر اثنا عشری، چاپ اول، تهران، انتشارات میقات.
۱۲. حسینی همدانی، سید محمدحسین، ۱۴۰۴ق، انوار درخشان، چاپ اول، تهران، کتاب فروشی لطفی.
۱۳. حقی بروسوی، اسماعیل، بی تا، تفسیر روح البیان، چاپ اول، بیروت، دار الفکر.
۱۴. داورپناه، ابوالفضل، ۱۳۷۵ش، انوار العرفان فی تفسیر القرآن، چاپ اول، تهران، انتشارات صدر.
۱۵. دیلمی، حسن بن محمد، ۱۴۰۸ق، أعلام الدین فی صفات المؤمنین، چاپ اول، قم، مؤسسه آل البيت علیهم السلام.

۱۶. راغب اصفهانی، حسین بن محمد، ۱۴۱۲ق، المفردات فی غریب القرآن، چاپ اول، دمشق، دار العلم الشامیة.
۱۷. رکنی، محمد مهدی، ۱۳۷۹، آشنایی با علوم قرآنی، چاپ اول، تهران، سمت.
۱۸. زرقانی، محمد عبدالعظیم، بی تا، مناهل العرفان، چاپ اول، بیروت، دار احیاء التراث العربی.
۱۹. سیوطی، جلال الدین، ۱۴۰۴ق، الدر المنثور فی التفسیر المأثور، چاپ اول، قم، کتابخانه آیت الله مرعشی نجفی.
۲۰. طباطبایی، سید محمدحسین، ۱۴۱۷ق، المیزان فی تفسیر القرآن، چاپ پنجم، قم، دفتر انتشارات اسلامی وابسته به جامعه مدرسین.
۲۱. \_\_\_\_\_، ۱۳۵۳، قرآن در اسلام، تهران، دار الکتب الاسلامیة.
۲۲. طبرسی، فضل بن حسن، ۱۳۷۲ش، مجمع البیان فی تفسیر القرآن، چاپ سوم، تهران، ناصر خسرو.
۲۳. طیب، سید عبدالحسین، ۱۳۷۸ش، أظیب البیان فی تفسیر القرآن، چاپ دوم، تهران، انتشارات اسلام.
۲۴. فراهیدی، خلیل بن احمد، ۱۴۰۹ق، العین، چاپ دوم، قم، انتشارات هجرت.
۲۵. قاسمی، محمد جمال الدین، ۱۴۱۸ق، محاسن التأویل، چاپ اول، بیروت، دار الکتب العلمیة.
۲۶. قرشی، علی اکبر، ۱۳۷۲ش، قاموس قرآن، چاپ ششم، تهران، دار الکتب الاسلامی.
۲۷. کلینی، محمد بن یعقوب بن اسحاق، ۱۴۰۷ق، الکافی، چاپ چهارم، تهران، دار الکتب الإسلامیة.
۲۸. کمالی دزفولی، علی، ۱۳۷۰ش، شناخت قرآن، چاپ اول، تهران، اسوه.
۲۹. مراغی، احمد بن مصطفی، بی تا، تفسیر المراغی، چاپ اول، بیروت، دار احیاء التراث العربی.
۳۰. معرفت، محمدهادی، ۱۴۱۸ق، التفسیر والمفسرون فی ثوبه القشیب، مشهد، الجامعة الرضویة فی علوم الإسلامیة.
۳۱. مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ش، تفسیر نمونه، چاپ دهم، تهران، دار الکتب الاسلامیة.
۳۲. میبدی، رشیدالدین احمد بن سعد، ۱۳۷۱ش، کشف الأسرار وعدة الأبرار، چاپ پنجم،



تهران، انتشارات امیر کبیر.

۳۳. نراقی، مهدی بن ابی ذر، ۱۳۸۳ق، جامع السعادات، قم، اسماعیلیان.

۳۴. نقی پورفر، ولی الله، ۱۳۸۱، پژوهشی پیرامون تدبیر در قرآن، چاپ اول، تهران، اسوه.

۳۵. نوری، حسین بن محمد تقی، ۱۴۰۸ق، مستدرک الوسائل ومستنبط المسائل، چاپ اول،

قم، مؤسسه آل البيت علیهم السلام.

### پایگاه‌های اینترنتی

۱. پایگاه اطلاع‌رسانی حوزه، نشانی: [www.hawzah.net](http://www.hawzah.net)

۲. پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت‌الله العظمی سید علی خامنه‌ای،

نشانی: [www.farsi.khamenei.ir](http://www.farsi.khamenei.ir)

۳. پایگاه خبرگزاری دانشجویان ایران (ایسنا)، نشانی: [www.isna.ir](http://www.isna.ir)





## Requirements of Propagation and Preachers

### With Emphasis on the Statements of the Supreme Leader of the Islamic Revolution of Iran

Nafiseh Ghanbari\*

#### Abstract

The immortality and universality of Islam shows the universality of the invitation of human beings to this religion, which necessitates the need to propagate the religion of Islam. Propagation of the religion is one of the most basic duties of the divine prophets, and the importance of this serious matter has been specified in the verse "those who preach the Messages of Allah, and fear Him, and fear none but Allah. And enough is Allah to call (men) to account." (Sura al-Ahzab, verse 39). It is necessary for religious scholars to make propagation their top priority in order to preserve and revive Islamic values. Therefore, knowing the requirements of propagation is essential for any Preacher. This study seeks to explain the requirements of propagation from the perspective of the Supreme Leader of the Revolution, the leading model for the preachers, in order to be able to provide an effective step in improving the quality of propagation. According to the Supreme Leader, the prerequisite for propagating religion is self-improvement and sincerity of the preacher. In such a way that the preacher's action is consistent with his words in order to increase efficiency and effectiveness. Insight, wisdom, and the use of propagation techniques and tools are other requirements of propagation that will play an effective role in advancing the goals of religion.

#### Keywords

Ayatollah Khamenei, propagation, self-improvement, elements of propagation, tools and techniques of propagation.

---

\* Master of Philosophy and Theology: N.Ghanbari2021@Gmail.com.