



# روش تبلیغ

حسین ملانوری



مرکز بین المللی  
ترجمه و نشر المصطفی ﷺ

## سخن ناشر

با پیروزی انقلاب شکوهمند اسلامی و در عصر جهانی شدن ارتباطات، پرسش‌ها و چالش‌های نوینی در حوزه علوم انسانی فراروی اندیشمندان مسلمان قرار گرفت که همه به نوعی برخاسته از مسئولیت دشوار حکومت در این عصر است؛ دورانی که پای‌بندی به دین و سنت در مدیریت همه‌جانبه کشورها بسیار چالش‌برانگیز می‌نماید. از این رو مطالعات و پژوهش‌های به‌روز، جامع، منسجم و کاربردی در حوزه دین، بر اساس معیارهای معتبر جهانی و عمق و اصالت اندیشه‌های ناب، بایسته و ضروری است و جلوگیری از انحرافات فکری و تربیتی پژوهندگان حوزه دین، مهم و مورد عنایت تمامی بنیان‌گذاران این شجره طیّبه، به‌ویژه معمار بزرگ انقلاب اسلامی، امام خمینی علیه السلام و مقام معظم رهبری (دام ظلّه العالی) می‌باشد. «جامعة المصطفیٰ علیه السلام العالمية» برای تحقق این رسالت خطیر و در مسیر نشر معارف ناب محمّدی علیه السلام «مرکز بین‌المللی ترجمه و نشر المصطفیٰ علیه السلام» را تأسیس کرده است. در پایان لازم می‌دانیم تلاش همه عزیزانی را که در نشر این کتاب سهمی داشته‌اند، سپاس‌گزارده، ارباب فضل و معرفت را به یاری بخوانیم تا ما را از دیدگاه‌های سازنده خویش بهره‌مند سازند.

مرکز بین‌المللی

ترجمه و نشر المصطفیٰ علیه السلام

## فهرست

مقدمه .....	۱۳
بخش اول: مفاهیم و کلیات	
درس اول: تعریف، ضرورت و اهمیت تبلیغ .....	۱۷
معنای لغوی تبلیغ .....	۱۷
تعریف تبلیغ دینی .....	۱۸
ضرورت تبلیغ .....	۱۹
اهمیت تبلیغ .....	۲۰
تبلیغ دین، رسالتی تاریخی .....	۲۲
درس دوم: اهداف، مبانی و اصول تبلیغ .....	۲۷
اهداف تبلیغی انبیای الهی .....	۲۷
۱. بندگی خدا و پرهیز از طاغوت .....	۲۸
۲. تزکیه و تعلیم .....	۲۸
۳. خروج از ظلمت به سوی نور .....	۲۹
۴. برقراری عدالت .....	۳۰
۵. رهایی از وابستگی‌ها و عادت‌های جاهلانه .....	۳۱
۶. برطرف شدن اختلافات .....	۳۲
مبانی و اصول تبلیغ .....	۳۲
۱. تعریف مبانی .....	۳۳
۲. تعریف اصول .....	۳۴
۳. ویژگی‌های اصل .....	۳۵

۳۷	درس سوم: مثال‌هایی از مبانی و اصول تبلیغ (۱)
۳۷	مبانی و اصول تبلیغ اسلامی
۳۷	مبنا: ضعف معرفتی انسان در مقابل معرفت و حیانی
۳۹	اصل: محوریت قرآن و سنت
۴۰	مبنا: محدودیت قدرت انسان
۴۰	اصول
۴۱	۱. اصل تدریج
۴۲	۲. اصل تقدیم اهم
۴۳	مبنا: عقلانی - احساسی بودن انسان
۴۴	اصول
۴۴	۱. اصل تحریک احساس
۴۶	۲. اصل مبتنی بودن احساس بر اندیشه
۵۱	درس چهارم: مثال‌هایی از مبانی و اصول تبلیغ (۲)
۵۱	مبنا: رفتار براساس بیم و امید
۵۲	اصل تعادل بین بیم و امید
۵۴	مبنا: جامعیت دین اسلام
۵۴	اصل جامعیت در تبلیغ
۵۵	مبنا: علاقه‌مندی انسان به تکریم و احترام
۵۶	اصل کرامت مخاطب
۵۸	مبنا: آسان بودن دین اسلام
۵۸	اصل سهولت
۶۰	مبانی و اصول تبلیغ غیر دینی
۶۰	مبنا: قدرت، اساس فضیلت
۶۱	اصول
۶۱	۱. اصل ترویج خشونت

## فهرست ۷

- ۶۱..... ۲. اصل دعوت به کسب اقتدار بیشتر
- ۶۲..... مینا: کامجویی و لذت
- ۶۳..... اصول
- ۶۳..... ۱. اصل ترویج لذت‌گرایی
- ۶۳..... ۲. اصل ترویج برهنگی
- ۶۳..... ۳. اصل ترویج تجمل‌گرایی
- ۶۳..... ۴. اصل ترویج مصرف‌انبوه

### بخش دوم: ارکان تبلیغ

- ۶۹..... درس پنجم: صفات و ویژگی‌های مبلغان دینی (۱)
- ۶۹..... ارکان تبلیغ
- ۷۰..... رکن اول: مبلغ
- ۷۰..... ویژگی‌های مبلغان دینی
- ۷۰..... ۱. ایمان به هدف
- ۷۱..... ۲. محبت و نرم‌خویی
- ۷۲..... ۳. خوش‌رویی
- ۷۳..... ۴. خیرخواهی
- ۷۳..... ۵. تواضع
- ۷۶..... ۶. عامل بودن به گفته‌ها
- ۷۷..... الف) عدم تأثیر موعظه در دل‌ها
- ۷۸..... ب) بی‌رغبتی مردم به علم
- ۷۸..... ج) پشیمانی هنگام مرگ
- ۷۸..... د) عذاب اخروی
- ۷۹..... ۷. اراده و پشتکار
- ۸۰..... ۸. عدم چشمداشت مادی
- ۸۰..... ۹. شرح صدر

۸۲.....	۱۰. صبر.....
۸۲.....	۱۱. علم و دانایی.....
۸۳.....	الف) مطالعه عمومی.....
۸۴.....	ب) مطالعه تخصصی.....
۸۵.....	۱۲. داشتن مهارت در تبلیغ.....
۸۹.....	درس ششم: صفات و ویژگی های مبلغان دینی (۲).....
۸۹.....	۱۳. ارتباط دائمی با خداوند و استمداد از او.....
۹۰.....	۱۴. اخلاص.....
۹۲.....	۱۵. نظافت و پاکیزگی.....
۹۳.....	۱۶. رعایت زیبایی و آراستگی ظاهری.....
۹۳.....	۱۷. تقدیم رضایت خدا بر رضایت مردم.....
۹۴.....	۱۸. نظم و انضباط.....
۹۵.....	۱۹. اعتدال در شوخی و مزاح.....
۹۷.....	۲۰. رعایت حرمت بزرگان.....
۹۷.....	۲۱. پرهیز از تحمیل فکر.....
۹۸.....	۲۲. میانه روی و رعایت تناسب در معیشت.....
۹۸.....	۲۳. فرصت شناسی و فرصت سازی.....
۱۰۵.....	درس هفتم: مخاطبان در تبلیغ (۱).....
۱۰۵.....	رکن دوم: مخاطب.....
۱۰۵.....	انواع مخاطبان.....
۱۰۶.....	۱. عموم مخاطبان.....
۱۱۱.....	۲. مخاطبان خاص.....
۱۱۱.....	۳. افراد وجیه و با اطلاع.....
۱۱۵.....	درس هشتم: مخاطبان در تبلیغ (۲).....
۱۱۵.....	مقدمه.....

۱۱۵	تحصیل‌کردگان
۱۱۷	نکات قابل توجه در برخورد با محصلین
۱۱۸	کودکان و نوجوانان
۱۲۰	جوانان
۱۲۱	اصول برخورد با جوانان
۱۲۲	راه‌های جذب و هدایت جوانان
۱۲۲	۱. بیان زیبایی‌های دین
۱۲۴	۲. یأس‌زدایی و امیدبخشی
۱۲۵	۳. آسان‌نشان دادن اطاعت و بندگی خدا
۱۲۶	۴. احترام به شخصیت و رعایت کرامت نفس
۱۲۷	۵. همدلی و همراهی
۱۲۷	۶. نگاه مثبت
۱۲۸	۷. پاسخ‌گویی به پرسش‌ها
۱۲۸	۸. انتخاب موضوع مناسب
۱۳۳	درس نهم: مخاطبان در تبلیغ (۳)
۱۳۳	بزهکاران
۱۳۵	کفار و مشرکین
۱۳۵	روش‌های برخورد با کفار و مشرکین
۱۳۵	۱. دعوت به مشترکات
۱۳۶	۲. دعوت به تفکر
۱۳۶	۳. نشان دادن امتیازات مکتب اسلام
۱۳۷	۴. نرمش و مدارا در عین صلابت و استواری
۱۳۸	پیروان مذاهب اسلامی
۱۳۸	روش‌های تعامل با پیروان مذاهب اسلامی
۱۳۸	۱. محبت و حفظ کرامت



۲. عیادت مریض‌ها و شرکت در تشییع جنازه ..... ۱۳۹
۳. پناه دادن به زنان و کودکان بی‌پناه ..... ۱۳۹
۴. مشارکت دادن در برنامه‌های آموزشی و فرهنگی ..... ۱۴۰
۵. معامله و داد و ستد ..... ۱۴۰
۶. شرکت در نماز جماعت ..... ۱۴۱
۷. تکیه بر مشترکات ..... ۱۴۱
۸. بیان سخن اهل بیت علیهم‌السلام ..... ۱۴۱
۹. استدلال به کتب مذاهب اسلامی ..... ۱۴۲
- درس دهم: ویژگی‌های مخاطبان و انواع پیام ..... ۱۴۵
- ویژگی‌های مخاطبان ..... ۱۴۵
۱. درجه ایمان و آگاهی مخاطب ..... ۱۴۶
۲. ظرفیت مخاطب ..... ۱۴۷
۳. پایگاه اجتماعی ..... ۱۴۷
۴. جایگاه مذهبی ..... ۱۴۷
۵. موقعیت روانی ..... ۱۴۸
- رکن سوم: پیام ..... ۱۴۸
۱. انواع پیام ..... ۱۴۸
- الف) تقسیم بر اساس موضوعات کلی ..... ۱۴۸
- ب) تقسیم بر اساس کیفیت انتقال ..... ۱۴۹
- ج) تقسیم بر اساس ارزش و اهمیت ..... ۱۴۹
۲. ویژگی‌های پیام ..... ۱۴۹
- الف) انطباق با نیازهای مخاطبان ..... ۱۴۹
- ب) قابل اثبات و استدلال بودن ..... ۱۵۱
- ج) هماهنگی با احساسات و عواطف مخاطبان ..... ۱۵۱
- د) قابل فهم بودن ..... ۱۵۲

۱۵۷	درس یازدهم: روش‌های اساسی تبلیغ
۱۵۷	رکن چهارم: روش‌ها، ابزارها و قالب‌های تبلیغ
۱۵۷	روش‌های اساسی تبلیغ
۱۵۷	۱. بشارت و انذار
۱۵۸	الف) بشارت به نعمت‌های دنیوی
۱۵۹	ب) بیم از نعمت‌های دنیوی
۱۶۰	ج) امید و بیم اخروی
۱۶۱	د) تذکر دو نکته
۱۶۳	۲. حجت و استدلال
۱۶۹	درس دوازدهم: ابزارهای تبلیغ
۱۶۹	تعریف ابزارهای تبلیغ
۱۷۰	اهمیت شناخت ابزارها
۱۷۲	انواع ابزارها
۱۷۲	۱. ابزارهای اصلی یا مستقیم
۱۷۳	۲. ابزارهای واسطه‌ای یا غیرمستقیم
۱۷۴	اهمیت ابزارهای مدرن تبلیغ
۱۷۵	نکات شایان توجه درباره ابزارهای مدرن
۱۷۵	۱. پرهیز از افراط و تفریط
۱۷۵	۲. جلوگیری از اتلاف امکانات و بودجه‌ها
۱۷۶	۳. حفظ آخرت
۱۷۶	۴. مشارکت فعال
۱۷۷	۵. استفاده از ویژگی‌های مثبت ابزارها
۱۷۷	۶. توجه به سیستمی بودن استفاده از بعضی ابزارها
۱۸۱	درس سیزدهم: قالب‌های تبلیغ
۱۸۱	قالب‌های تبلیغ

۱۸۱	۱. تعریف قالب های تبلیغ
۱۸۲	۲. انواع قالب ها
۱۸۲	الف) قالب های گفتاری
۱۸۲	ب) قالب های نوشتاری
۱۸۳	ج) قالب های دیداری
۱۸۴	د) قالب های ترکیبی
۱۸۴	نکات شایان توجه درباره قالب های تبلیغی
۱۸۴	۱. رعایت شرایط
۱۸۵	۲. رعایت اولویت ها
۱۸۵	۳. تنوع محتوا

### بخش سوم: آسیب شناسی تبلیغ

۱۹۷	درس چهاردهم: آسیب شناسی تبلیغ (۱)
۱۹۷	آسیب شناسی مبلغان
۱۹۸	۱. بعد معنوی و اعتقادی
۱۹۸	۲. بعد علمی
۱۹۹	۳. بعد مهارتی
۲۰۰	۴. بعد مادی
۲۰۱	۵. بعد اجتماعی
۲۰۲	۶. بعد سیاسی
۲۰۵	درس پانزدهم: آسیب شناسی تبلیغ (۲)
۲۰۵	آسیب شناسی مخاطبان
۲۰۶	آسیب شناسی محتوا
۲۰۷	آسیب شناسی شیوه ها
۲۰۸	آسیب شناسی ابزارها
۲۰۹	آسیب شناسی مدیریت تبلیغ و متولیان
۲۱۳	کتابنامه

## مقدمه

تبلیغ معارف الهی، رسالت سترگ پیامبران عظیم الشان و اوصیای آنان در طول تاریخ بوده است و پیروان آن بزرگان نیز به فراخور استعداد و توان در این امر کوشیده‌اند. در مکتب حیات بخش اسلام، تبلیغ اهمیت والایی دارد و اجر و مزد اخروی آن، از بسیاری فعالیت‌های دینی دیگر بالاتر است.

انجام تبلیغ افزون بر تخصص در مباحث دینی و ذوق و استعداد های فراوان، نیازمند روش و دانستن علم آن است و مباحث علمی آن در ابعاد مختلف باید از معارف قرآن و اهل بیت علیهم السلام استخراج شود و یا تجربه بشری آن را اثبات کرده باشد و در عین حال مخالف معارف الهی نباشد.

علم تبلیغ، متکفل بحث از مبانی، اصول، روش‌ها، قالب‌ها، ابزارها، محتوای تبلیغ و مبلغان و مخاطبان و... است و امروزه به صورت گسترده در فصول علمی مناسب تدریس می‌شود.

آنچه پیش رو دارید، بخشی از مباحث مرتبط با علم تبلیغ است که قرار است در دو واحد درسی برای دانشجویان عزیز تدریس شود تا آشنایی اجمالی با این علم پیدا کنند. آشنایی با مباحث این کتاب در کنار درس‌های حوزوی می‌تواند نقش بسزایی در ارتقاء سطح دانش و کیفیت تبلیغ مبلغان گرامی داشته باشد.

با توجه به منبع درسی بودن کتاب، مطالب در پانزده درس با یک سیر منطقی تنظیم شده و در آغاز هر درس، اهداف آن بیان شده و در پایان هر درس، خلاصه‌ای از

آن بیان گردیده و سپس پرسش‌هایی برای خودآزمایی ارائه شده است. مطالب کتاب در سه بخش کلی ارائه شده است: بخش اول به مفاهیم و کلیات اختصاص دارد و در آن معنا و تعریف، ضرورت و اهمیت، اهداف، مبانی و اصول تبلیغ تبیین شده است. بخش دوم درباره ارکان تبلیغ است و در آن ویژگی‌های مبلغان دینی، انواع مخاطبان و روش‌های تعامل و برخورد با آنان، انواع و ویژگی‌های پیام، روش‌های اساسی، ابزارها و قالب‌های تبلیغ مورد بحث قرار گرفته است. در بخش سوم، آسیب‌های تبلیغ در ابعاد مبلغان، مخاطبان، محتوا، شیوه‌ها، ابزارها و مدیریت تبلیغ و متولیان، به اختصار بیان شده است.

متعلمین عزیز باید پس از فراگیری هر درس در کلاس، آن را به دقت مطالعه کرده و به مطالب آن تسلط یابند. در مواردی که پرسش‌هایی برای تفکر بیشتر طراحی شده، لازم است با مطالعه متون مناسب و تفکر درباره سؤال، پاسخ‌های مناسبی داشته باشند.

از اساتید بزرگوار انتظار می‌رود مطالب هر درس را به خوبی تبیین نموده، در آغاز هر جلسه، سؤالات درس قبل را از متعلمین گرامی بپرسند و اگر درباره مطالب گذشته ابهاماتی وجود دارد، برطرف کنند. شایسته است متناسب با شرایط متعلمین، در پایان هر بحث، سؤالاتی برای مطالعه و تفکر بیشتر درباره موضوع درس مطرح کنند.

از همه اساتید و دانشجویان گرامی خواهشمندم نقص‌های احتمالی کتاب را تذکر دهند تا ان شاء الله در چاپ‌های بعدی جبران شود.

امید است این اثر ناچیز که به سفارش «جامعة المصطفیٰ ﷺ العالمیة» تدوین شده، مورد قبول درگاه خداوند بزرگ قرار گیرد.

حسین ملانوری

عید فطر سال ۱۴۳۵ هجری قمری