



دفتر بنیاد اسلامی حوزه علمیه
معاونت فرهنگی و تبلیغی

شیوه‌های تبلیغ در احادیث

دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی فرهنگی و تبلیغی

هدایت‌نیا، فرج الله

شیوه‌های تبلیغ در احادیث / تألیف فرج الله هدایت‌نیا؛ برنامه‌ریزی و نظارت گروه مطالعات فرهنگی و منطقه‌ای دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی فرهنگی و تبلیغی. قم: یاد اندیشه، ۱۳۸۹، ۱۳۲ ص.

ISBN ۹۷۸ - ۶۰۰ - ۵۴۶۷ - ۲۱ - ۵ : ۱۳/۰۰۰ ریال

فهرست‌نویسی براساس اطلاعات فیبا.

کتابنامه: [۱۲۷] - ۱۳۲؛ همچنین به صورت زیرنویس

۱. اسلام - تبلیغات - احادیث . ۲. تبلیغات - احادیث . الف. دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم. معاونت فرهنگی و تبلیغی. دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی فرهنگی و تبلیغی. گروه مطالعات فرهنگی و منطقه‌ای. ب. عنوان
۹۴ هـ / ۱۱/۶۲ BP ۲۹۷/۰۴۵

شیوه‌های تبلیغ در احادیث

تهیه و تدوین: معاونت فرهنگی و تبلیغی / دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی
گروه مطالعات فرهنگی و منطقه‌ای / اداره چاپ و نشر

تألیف: فرج الله هدایت‌نیا

ناشر: یاداندیشه

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: الهادی

نوبت و تاریخ چاپ: اول - ۱۳۸۹

تیراژ: ۲۰۰۰ جلد

قیمت: ۱۳۰۰ تومان

تلفن: ۰۲۵۱ - ۷۱۱۶۰ نمابر: ۰۲۵۱ - ۷۷۴۳۱۷۶

درگاه وب‌سایت‌های معاونت فرهنگی و تبلیغی: ww.balagh.ir

پست الکترونیک: info@balagh.ir

تمامی حقوق © محفوظ است.

Printed in the Islamic Republic of Iran

فهرست مطالب

پیشگفتار ۹

مقدمه ۱۳

گفتار اول: بایسته‌های تبلیغ در روایات

۱. توانایی علمی ۱۸

۲. آمادگی تبلیغ ۲۱

۳. شایستگی اخلاقی ۲۳

الف. بردباری و پایداری ۲۳

ب. قروتنی و همزیستی ۲۶

ج. خوش‌رویی ۲۹

د. خوش‌گویی ۳۰

هـ. عذرپذیری ۳۳

و. نظم‌پذیری ۳۵

۴. تحرک و پویایی (سیار و دوار) ۳۷

گفتار دوم: اولویت‌های تبلیغی در روایات

۱. موضوع‌های ویژه ۴۲

الف. مسائل عقیدتی ۴۲

ب. احکام شرعی ۴۳

ج. امور اخلاقی ۴۶

۱. اخلاق خانوادگی ۴۷

۲. اخلاق اجتماعی ۵۲

د. توجه به ریشه‌ها ۵۲

۲. مخاطبان ویژه ۵۶

۱. خویشان ۵۶

۲. جوانان ۵۷

گفتار سوم: روش‌شناسی تبلیغ در روایات

خطابه، مکاتبه، مناظره ۶۲

۱. خطابه ۶۲

۲. مکاتبه ۶۷

۳. مناظره ۶۹

۲. مجالسه و مرابطه ۷۳

۱. مجالسه (جلسه‌های پرسش و پاسخ) ۷۳

الف) پرسش از مخاطبان ۷۳

ب) پرسش مخاطبان ۷۵

۲. مرابطه (ارتباطات فردی) ۷۶

۳. مشوق‌ها و محرک‌ها ۸۰

۱. مشوق‌ها ۸۰

الف) ترغیب ۸۰

ب) تشویق ۸۲

۲. محرک‌ها ۸۷

۴. هنر ۹۲

۱. هنرهای نمایشی ۹۳

۲. شعر ۹۶

گفتار چهارم: آسیب‌شناسی تبلیغ در روایات

۱. خرافه‌گرایی و عوام‌زدگی ۱۰۴

۱. خرافه‌گرایی ۱۰۴

۲. عوام‌زدگی ۱۰۶

۲. بی‌توجهی به ظرفیت‌ها ۱۰۸

۱. ظرفیت فکری ۱۰۸

۲. ظرفیت جسمی و روحی ۱۰۹

۳. تحقیر و تنفیر ۱۱۳

۱. تحقیر مخاطب ۱۱۳

- پیشگفتار ۷
۲. تنفیر مخاطب ۱۱۷
- الف) رفتار تنفرآور ۱۱۸
- یکم - بی توجہی بہ شئون اجتماعی ۱۱۸
- دوم - بی توجہی بہ آراستگی ظاہر ۱۲۰
- سوم - بی توجہی بہ نظم ۱۲۱
- ب) گفتار تنفرآور ۱۲۱
۴. بی اعتنائی بہ اصل تقیہ ۱۲۱
- کتاب نامہ ۱۲۷

سُلمة

﴿ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ

وَجَادِلْهُمْ بَالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ﴾ (نحل: ۱۲۵)

تبلیغ یک هنر بزرگ است و مبلغ یک هنرمند بزرگ.

هنر تبلیغ، به کار گرفتن شیوه‌های مؤثر در انتقال پیام‌های تبلیغی است.

تبلیغ بزرگ‌ترین ابزاری است که در جهت تأمین مقاصد

مکاتب و احزاب در بین همه قشرها در مجامع مختلف

بین‌المللی مورد استفاده واقع شده است. پیام آوران الهی نیز از

این ابزار برای گسترش و نشر افکار آسمانی و آگاه ساختن

مردم نسبت به بایدها و نبایدها استفاده می‌کردند.

در دوران کنونی؛ با پیشرفت‌های سریع علوم در

عرصه‌های مختلف فرهنگی و تکنولوژی که به عصر انفجار

اطلاعات لقب یافته، از یک سو و با درخشش اسلام ناب

محمدی (ص) و اوج‌گیری تفکر فرهنگی انقلاب اسلامی در

سراسر جهان، و ایجاد عرصه‌های جدید برای تعمیم و بسط ندای تعالیم آسمانی، از سوی دیگر لزوم شناخت عمیق‌تر تبلیغ و توجه به اصول و راهکارها و شیوه‌های آن را مضاعف می‌سازد.

تبلیغ دین، عهده‌دار توسعه دین در لایه‌های مختلف جامعه است. مهندسی و سازماندهی و بسط آن علاوه بر آموزش عمیق و دقیق، نیازمند ارتقای مهارت‌ها و توانمندی‌های تبلیغی مبلغان را می‌طلبد که باید با شیوه‌های روشمند و علمی سامان یابد، تا با بکار گرفتن مهارت‌های نوین تبلیغ بتوانند در نشر و گسترش فرهنگ غنی و اصیل اسلامی و تحقق اهداف بلند تمدن اسلامی ولایی برگرفته از مکتب اهل بیت (ع) در کشور بر نفوذ و جذابیت آن در اذهان مردم و عرصه جهانی هر چه بیشتر موفق شوند.

حال با عنایت به اهمیت امر تبلیغ در پیشبرد اهداف دینی و تجهیز مبلغان دینی با شیوه‌های نوین تبلیغی و ارتقاء سطح آگاهی مهارت‌های تبلیغی آنان، و به منظور پاسخگویی به نیازها و خواسته‌های مخاطبان از طریق بهره‌گیری از روش‌ها و فناوری‌های روزآمد و مؤثر با تأکید بر بهینه‌سازی روش‌های سنتی و مناسب ساختن دانش مهارت‌های تبلیغی مبلغان و ایجاد انگیزه برای کسب مهارت‌های مورد نیاز تبلیغ در

زمینه‌های مختلف طرح تدوین کتابچه‌هایی با عنوان «مهارت‌های تبلیغی» تهیه و در اختیار مبلغان قرار دهد.

گروه مطالعات فرهنگی و منطقه‌ای با تنظیم طرح جامعی برای تدوین و تألیف کتابچه‌های مهارت‌های تبلیغی در موضوع‌های گوناگون، با لطف و عنایت خداوند و پی‌گیری‌های پیوسته توانست با موفقیت این طرح را به سامان رساند که «شیوه‌های تبلیغ در احادیث» نوشته پژوهش‌گر ارجمند، حجت‌الاسلام و المسلمین فرج‌الله هدایت‌نیا نمونه‌ای از آن است. با سپاس فراوان از ایشان و آرزوی توفیق روز افزون، امید است این پژوهش مورد استفاده مبلغان محترم قرار گیرد.

احمد زاده‌موش

معاون فرهنگی و تبلیغی