

بایدها و نبایدهای تبلیغ دینی در جوامع چندفرهنگی با تأکید بر سیره پیامبر اکرم ﷺ

ناصر رفیعی محمدی^۱

چکیده

رساندن پیام دین در گذشته به دلیل سادگی زندگی بشر از پیچیدگی و صعوبت برخوردار نبود و به علت گسترش ارتباطات و فقدان وسایل ارتباط جمعی، شبهات هر منطقه محدود به همان فضا و مکان بود. سرعت انتقال و فراگیری کند بود و تبلیغات به صورت منطقه‌ای و گاه کاملاً فارغ از منطقه مجاور انجام می‌گرفت. اما اکنون و در عصر جدید، تبلیغ به دلیل سهولت سفر، مهاجرت، گسترش فضای مجازی و سرعت انتقال اطلاعات از پیچیدگی خاصی برخوردار شده و جوامع را از یکدستی خارج و چندفرهنگی کرده است. تنوع نژاد، فرهنگ، مذهب، رنگ، زبان و ده‌ها عامل دیگر، این مسیر را هموار کرده به گونه‌ای که کوچک‌ترین لغزش و بی‌احتیاطی به بحرانی جبران‌ناپذیر تبدیل خواهد شد. ضبط سریع مطالب و سرعت انتقال، امکان انکار، توجیه و جبران را از مبلغان دینی سلب می‌کند. در چنین جوامعی، رساندن پیام دین از ظرافت خاصی برخوردار است و رعایت مبانی و اصولی را می‌طلبد تا تبلیغ در بستری مسالمت‌آمیز و آرام صورت گیرد. پژوهش پیش رو، نگاهی به مهم‌ترین بایدها و نبایدها در چنین جامعه‌ای دارد، اموری که رعایت آن تأثیر تبلیغ را ماندگار می‌کند، از آنجاکه نخستین مبلغ اسلام یعنی رسول خدا ﷺ در جامعه‌ای با گرایش‌های مختلف مبعوث شد، سیره آن حضرت در زمینه تبلیغ و جذب مخاطبان در این نوشتار مورد تأکید قرار گرفته است. این نوشتار با روش تتبع و واکاوی آثار کهن حدیثی، تاریخی و استخراج عناوین مرتبط با بحث و تبیین آن، شکل گرفته، و شناخت ویژگی جوامع چندفرهنگی و مراعات بایدها و نبایدهایی که روند تبلیغ در چنین جوامعی را تسهیل کرده و موجب جذب افراد با سلاقی و گرایش‌های مختلف می‌شود، از مهم‌ترین نتایج به دست آمده این نوشتار است.

واژگان کلیدی

تبلیغ دینی، جوامع چندفرهنگی، سیره پیامبر اکرم ﷺ، تبلیغ.

۱. دانشیار و عضو هیئت علمی جامعه المصطفیٰ ﷺ، n.rafeii1@yahoo.com

۱. مقدمه

اصلی‌ترین وظیفه پیامبر اکرم ﷺ، هدایت و ارشاد مردم از طریق رساندن پیام وحی است: **وَمَا عَلَيَّ الرَّسُولُ إِلَّا الْبَلَاغُ** (نور، ۵۴). از آنجاکه اسلام، دین جاودان و رسالت پیامبر، جهانی و همگانی است و وظیفه تبلیغ تا قیامت پابرجاست، از سویی تبلیغ، تأثیرگذارترین ابزار رساندن پیام دین و تغییر باورها و رفتارهای مردم است، و همچنین مبلغان دینی با توجه به گسترش ارتباطات و سهولت پیام‌رسانی از طریق فضای مجازی و وسایل ارتباط جمعی با آگاهی کامل از تأثیر این جهاد کبیر (فرقان، ۵۲) و پرهیز از تنش، ضروریست به این امر خطیر بپردازند. رسول خدا ﷺ در کمتر از ربع قرن توانست تحولی فراگیر و ژرف در جامعه ایجاد کرده و به تربیت افرادی کارآمد با سلیق و ملیت‌های مختلف بپردازد. واکاوی سیره آن حضرت، به ما این امکان را می‌دهد تا در شرایط کنونی بتوانیم از ابزار تبلیغ دینی بیشترین بهره را ببریم. با توجه به گستردگی مصادیق تبلیغ، در این پژوهش مراد ما صرفاً تبلیغ زبانی و رساندن پیام دین از طریق رسانه معتبر است و بنابراین پرسش اصلی پژوهش آن است که با توجه به تنوع فرهنگی جوامع، مهم‌ترین اموری که رعایت یا پرهیز از آن ضرورت دارد تا تبلیغ زبانی اثرگذار باشد، با توجه به سیره پیامبر اکرم ﷺ چیست؟ در پاسخ به این پرسش، گام نخست بررسی سیره پیامبر ﷺ از نگاشته‌های دیرین تاریخی، حدیثی و سیره‌نگاری است. آن‌گاه این داده‌ها تنظیم شده و محورهای اصلی با عنوان بایدها و نبایدها از آن استخراج می‌گردد. شیوه استخراج، مراجعه به متون تاریخی، حدیثی و کتب سیره‌نگاری است. در متون حدیثی توصیه‌های قابل توجهی در مورد جامعه مخاطب مانند زنان، کودکان، مخالفان و گروه‌های مختلف وجود دارد حتی در برخی نقل‌ها، یک پرسش از سوی امام با توجه به ظرفیت مخاطب با دو پاسخ متفاوت مواجه می‌شود.

۱۹۲

در مورد پیشینه موضوع این پژوهش نیز باید گفت آثار فراوانی در زمینه تبلیغ به رشته تحریر درآمده که برخی از آنها در ذیل معرفی می‌کنیم:

۱. تحلیل سیره پیامبر اعظم ﷺ در قرآن، تألیف نگارنده همین مقاله و چاپ جامعه المصطفی ﷺ؛
۲. انسان‌شناسی فرهنگی با رویکرد تبلیغ بین‌الملل از محمد رضایی و چاپ جامعه المصطفی ﷺ؛
۳. تبلیغ بر پایه قرآن و حدیث، محمد محمدی ری‌شهری و نشر دارالحدیث؛
۴. تبلیغ چهره به چهره از روح‌الله عباس‌زاده و چاپ پژوهشگاه باقرالعلوم ﷺ؛

۵. تبلیغ در عرصه بین‌المللی، فرصت‌ها و چالش‌ها به قلم رسول خضولو و انتشارات دانشگاه ادیان؛

۶. سیره تبلیغی پیامبر ﷺ از حسن عالمی؛

۷. و ...

نکته شایسته توجه آن است که هیچ‌یک از این نوشته‌ها به‌رغم تلاش درخور تقدیر، نگاه مستقیم به موضوع جوامع چندفرهنگی ندارد. پژوهش پیش رو، افزون‌بر نیم‌نگاهی به جوامع چندفرهنگی، توفیق آمیختن این مهم را با سیره رسول خدا ﷺ داشته است.

۲. مفهوم‌شناسی واژه‌ها

۱-۲. تبلیغ

واژه بلاغ، ابلاغ و تبلیغ در لغت به‌معنای پیام‌رسانی و رساندن به مقصد است. ابن‌فارس، واژه بلغ را به‌معنای (الوصول الی الشی) رساندن به چیزی معنا کرده است (ابن‌فارس، ۱۴۰۴ق، ج ۱: ۳۰۱).

ابن‌منظور، بلاغ را به‌معنای چیزی دانسته که به‌وسیله آن می‌توان به شیء مطلوب رسید (ابن‌منظور، ۱۴۱۴ق، ج ۸: ۳۱۹).

زبیدی، بلاغ را اسم از ابلاغ و تبلیغ دانسته است و به‌معنای ایصال و رساندن (زبیدی، ۱۴۱۴ق، ج ۱۲: ۷).

راغب اصفهانی، بلوغ و ابلاغ را به‌معنای رسیدن به انتهای مقصد دانسته اعم از اینکه مقصد مکان باشد یا زمان یا امری معین (راغب اصفهانی، ۱۴۱۲: ذیل واژه بلغ).

برای پیام‌رسانی، واژه‌های گوناگونی در فرهنگ‌های مختلف به‌کار می‌رود مانند دعایه، اعلام، دعوت، آوازه‌گری و پروپاگاندا.

واژه دعوت بیش از کلمه تبلیغ در آیات قرآن و نامه‌های پیامبر اکرم ﷺ به‌کار رفته و در واژه دعوت بیشتر بر محتوای تبلیغ تأکید شده تا اصل پیام‌رسانی، یکی از اوصاف رسول خدا ﷺ نیز داعیاً إِلَى اللَّهِ بِإِذْنِهِ (احزاب: ۴۶) است.

در اصطلاح نیز تعاریف مختلفی از تبلیغ ارائه شده (رهبر، ۱۳۷۱: ۸۱) یکی از این تعاریف عبارت‌اند از:

تبلیغ، فعالیتی آموزشی است که برای نشر دانش و آگاهی‌های سیاسی، اجتماعی و فرهنگی و نشر ارزش‌ها و سجایای اخلاقی صورت می‌گیرد (زورق، ۱۳۶۸: ۱۸).
در این تعریف، تنها به جنبه مثبت تبلیغ توجه شده در صورتی که پیام‌رسانی، فراتر از آن است. شاید بتوان در تعریف بهتری چنین گفت: «تبلیغ عبارت است از انتشار و انتقال اطلاعات، عقاید و دیدگاه‌های گوناگون به‌منظور تأثیر و نفوذ بر باورها و رفتارهای افراد و ایجاد دگرگونی در روحيات و افکار آنان».

۲-۲. تبلیغ دینی

مراد از تبلیغ دینی در این پژوهش، تلاش نظام‌مند برای رساندن پیام دین به مخاطبان، با استفاده از ابزارهای تعریف‌شده است.

۳-۲. جوامع چندفرهنگی

مراد از جامعه، مجموعه‌ای از افراد و انسان‌هاست که با نظام‌ها، سنن و آداب خاص به‌صورت دسته‌جمعی با یکدیگر زندگی می‌کنند.
چندفرهنگی یعنی برخورداری از تنوع فرهنگ و ازاین‌رو، جامعه چندفرهنگی یعنی جامعه برخورداری از فرهنگ‌های مختلف که در کنار هم زندگی می‌کنند، مانند جامعه هندوستان که تنوع ادیان، نژاد، زبان، عقاید و سایر خصوصیات دارند.

۴-۲. سیره

سیره مصدر نوعی از سیر به‌معنای حرکت، سیر کردن در زمین، عبور و گذشتن است (ابن‌منظور، ۱۴۱۴ق، ج ۶: ۴۵۳).

سیره، بر حالت و چگونگی حرکت دلالت دارد و به‌معنای شیوه، روش، هیئت، حالت و طریقه است (دهخدا، بی‌تا، ج ۲۶: ۲۳۱).

سیره پیامبر ﷺ یعنی سبک و روش زندگی آن حضرت که شهید مطهری^{۱۰} در این زمینه می‌نویسد: سیره از ماده سیر یعنی حرکت، رفتن و رفتار، سیره یعنی نوع و سبک رفتار، سیره پیامبر یعنی روشی که پیامبر ﷺ در عمل و رفتار برای مقاصد خویش به‌کار برد. بحث در سبک پیغمبر است در روشی که پیامبر در هدف و مقصد خویش به‌کار برد (مطهری، ۱۳۷۴: ۵۲).

۳. بایدهای تبلیغ در جوامع چندفرهنگی

بسیاری از جوامع تبلیغی از تنوع فرهنگی برخوردارند. صرف نظر از عوامل شکل‌گیری پدیده چندفرهنگی و بررسی عواملی مانند مهاجرت، جهانی‌شدن و سهولت ارتباطات، آنچه مهم است تنوع عقاید، سلیق و گرایش‌ها به دنبال تعدد فرهنگ‌هاست، جامعه چندفرهنگی، انسان‌های چندفرهنگی تولید می‌کند. در چنین جامعه‌ای باورها و عقاید بسیاری از مردم، شکل ترکیبی می‌گیرد. عقلانیت اقتضا می‌کند در این فضا از درگیری، بی‌نظمی، نابسامانی پرهیز شود، تنوع فرهنگی نباید باعث برهم‌ریختن قالب‌ها و مرزها شود. هر عقیده‌ای برای پیروانش محترم است. کسی نمی‌تواند باورهای خود را بر دیگران تحمیل کند، البته هر کسی باید با رعایت مقررات بتواند از عقاید خود دفاع کند و به تبیین آن بپردازد، تبلیغ در چنین جوامعی نباید باعث تنش، نزاع و ناسازگاری شود، خطای کوچکی در تبلیغ، می‌تواند به بحرانی عظیم تبدیل شود، مبلغان اسلامی بایستی در جامعه چندفرهنگی براساس عقلانیت و خردورزی به دفاع از آموزه‌های اسلامی و دینی بپردازند.

۱۹۵

در این نوشتار، ابتدا به مهم‌ترین بایسته‌های تبلیغ دینی در جوامع مزبور می‌پردازیم. قابل توجه است انتخاب عناوین براساس شرایط و ظرفیت موجود در جوامع چندفرهنگی انتخاب شده و تنوع ملیت، نژاد و فرهنگ هر جامعه این نوع از تعامل را می‌طلبد.

رسول گرامی اسلام^ص به معاذبن جبل وقتی ۱۸ سال داشت و عازم یمن بود، فرمودند: «ای معاذ! کتاب خدا را به آنان بیاموز و آنان را با راهنمایی به اخلاق و خوی پسندیده و نیکو ادب کن، مردم را در مقام خودشان قرار بده، چه نیک باشند و چه شر، امر خدا را بین آنان اجرا کن، در این زمینه مراعات کسی را مکن و برای رعایت مردم فرمان خدا و مال مردم را ضایع مکن؛ زیرا ولایت و بیت‌المال از تو نیست، امانت آنان را کم یا زیاد به آنان برگردان، بر تو باد به نرمش و گذشت در غیر مورد ترک حق که نادان بگوید حق خدا را ترک نمودی» (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۷۴: ۱۳۹).

۳-۱. تکریم شخصیت مخاطبان

تنوع مخاطب در جوامع چندفرهنگی از نظر نژاد، آیین، فرهنگ، رنگ و... ضرورت دارد نخست مبلغ دینی با این تنوع آشنا بوده و سپس مراعات همه جوانب را بکند تا کسی آزرده نشود. خدای متعال بر نوع بشر، منت گذارد و به او تاج کرامت بخشید و او را برتری و

تفضیل داد (اسراء، ۷). همچنین خود را معلم اکرم معرفی کرد؛ چراکه تکریم محور اصلی تعلیم و تربیت است. چنانچه رسول خدا ﷺ می فرماید: اکرمو اولادکم واحسنوا اداہم؛ فرزندانتان را تکریم کرده و آداب نیکو به آنان بیاموزید (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۴۴: ۹۵). تکریم، پشتوانه سلامت روان و عامل رشد و پذیرش مخاطب است. نگاه امیرالمؤمنین ﷺ به مخاطبان چنین است: فأنهم اما اخ لك في الدين او نظير لك في الخلق؛ یا برادر دینی تو هستی یا همانند تو هستی در آفرینش (صبحی صالح، ۱۴۱۴ق: ۴۲۷).

تکریم شخصیت در حوزه تبلیغ عامل اعتماد به نفس و پی بردن مخاطب به ارزش وجودی خود است. افزون بر این، انگیزه حرکت و عمل، و عامل تشویق به دین است. خطاب های قرآنی اغلب با یا أَيُّهَا الْإِنْسَانُ، یا بَنِي آدَمَ و یا عِبَادِي است که شامل عموم مردم می شود. بریده بن الحصیب الاسلمی همراه هفتاد سوار برای دستگیری رسول خدا ﷺ از مکه در ایام هجرت ایشان بیرون آمد. هنگامی که به آن حضرت رسید، رسول خدا ﷺ پرسید: نامت چیست؟ گفت: بریده. فرمود: ابر؛ کار بر ما صلاح شد، سپس پرسید: از کدام قبیله ای؟ گفت: اسلم. حضرت فرمودند: سلمنا؛ سلامت یافتیم. در پایان حضرت پرسید: از کدام تیره ای؟ گفت: سهم. پیامبر فرمود: خرج سهمک؛ تیر تو بیرون آمد. این تکریم و رفتار نیکو باعث شد او و همراهانش مسلمان شوند و در سفر مدینه رسول خدا ﷺ را همراهی کنند (قرطبی، ۱۴۱۵ق، ج ۱: ۶۹).

۲-۳. تکیه بر امور مشترک

قرآن کریم خطاب به اهل کتاب می فرماید: تَعَالُوا إِلَى كَلِمَةٍ سَوَاءٍ بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمْ؛ بیایید به سوی سخنی که بین ما و شما مشترک است [یعنی توحید] (آل عمران، ۶۴). به رغم اختلاف دیدگاه مسلمانان و اهل کتاب، وجه مشترکی بین آنان وجود دارد که به عنوان باور به خدا در این آیه بر آن تأکید شده است. تبلیغ در محیطی که ادیان و مذاهب با گرایش های مختلفی وجود دارد باید بر وجه مشترک باشد، تکیه بر امور مشترک می تواند مبنای تأثیر و پیشبرد امر تبلیغ باشد. نامه های رسول خدا ﷺ به سران کشورها و قبایل نیز شاهد بر این امر است. در همه آنها دعوت به اصل توحید و اسلام مورد تأکید قرار گرفته که برای نمونه در نامه به خسرو پرویز آمده است: «من تو را به خدا دعوت می کنم، همانا من فرستاده خدا به سوی مردم هستم، اسلام بیاور تا سالم بمانی» (حمیدالله، ۱۳۷۴: ۴۳).

پرداختن به امور اختلافی و توهین به مقدسات در هر فرقه‌ای نه‌تنها زمینه جذب را فراهم نمی‌کند بلکه عامل لجاجت و درگیری است، برای طرح مباحث اختلافی باید کرسی‌های آزاداندیشی و جلسات خصوصی تشکیل شود. البته تضاد توحید و شرک، امری مستمر است اما در همین عرصه نیز رسول خدا ﷺ در مکه از شیوه گفت‌وگو و احتجاج استفاده کرده و سیزده سال مشرکان را به توحید دعوت کرد. حتی قرآن کریم، مسلمانان را از بت‌پرستی نیز باز داشت؛ همین شیوه با یهودیان مدینه اتخاذ شد که رسول خدا ﷺ با آنان قرارداد بست اما خیانت یهودیان باعث برخورد با آنان و کوچ کردنشان از مدینه شد.

خطبه‌های پیامبر اکرم ﷺ و امیرالمؤمنین ﷺ در بین مردمانی با سلیق مختلف، شاهد بر این امر است، در توصیف خطابه‌های رسول خدا ﷺ آورده‌اند: **یتکلم بجوامع الکلام فصلا لافضول فيه و لا تقصیر؛** به کلمات جامع با شمردگی می‌پرداخت نه اضافه داشت، نه نقصان و کوتاهی (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۱۶: ۲۳۵).

جوامع الکلام دینی، سخنان جامع، موجز و پرمعنی جوامع را به قرآن تفسیر کرده‌اند (همان: ۳۲۴). همچنین سخنان موجز و پرمغز رسول خدا ﷺ، از مصادیق جوامع الکلام است. پرهیز از کلام اضافی و به‌کارگیری سخنانی با واژه‌های اندک، پرمعنی و بدون ابهام موجب جذب بیشتر مخاطب می‌شود. تبلیغ مشترکات مورد اتفاق فرهنگ‌ها، یکی از مصادیق کلام جامع است.

نخستین خطبه جمعه رسول خدا ﷺ در مدینه، گواه بر این جامعیت و رعایت اصول مشترک است، با فرض اینکه مردم مدینه، اختلاف سلیقه فراوانی داشتند. این سخنرانی کوتاه دربردارنده امور مهم و کلیدی است. مانند ۱. دعوت به تقوا به‌عنوان برترین وصیت؛ ۲. دعوت به اصلاح رابطه با خدا؛ ۳. آمادگی و تلاش برای بعد از مرگ؛ ۴. توصیه به فراوانی یاد خدا؛ ۵. احسان و نیکی به مردم (همان، ج ۱۹: ۱۲۶).

۳-۳. مدارا و سهل‌گیری (اکتفا به حداقل)

روح حاکم بر دعوت دینی، مدارا و رفق است. رسول خدا ﷺ فرمود: **امرت بمداراه الناس كما امرت بتعليم الاسلام؛** من مأمور به مدارا با مردم شدم همان‌گونه که مأمور به آموزش اسلام گردیدم (همان، ج ۷۷: ۱۵۱).

مدارا نوعی سازگاری، شفقت و ملایمت در رفتار است. رفتار همراه با اغماض و گذشت (ابن‌منظور، ۱۴۱۴ق، ج ۱۴: ۲۵۵).

تفاوت اساسی بین مدارا و مدهانه و سازش وجود دارد، در واژه مدهانه، سازش و کوتاه آمدن نهفته است. غزالی در تفاوت این دو، می‌نویسد: اگر به هدف سالم ماندن دینت و اصلاح برادرت از خطای او چشم پوشیدی، این مدارا است اما اگر به هدف بهره‌برداری شخصی و رسیدن به خواسته‌های درونی و حفظ مقام و موقعیت، گذشت کردی این مدهانه است (غزالی، ۱۳۷۳، ج ۵: ۱۸۴).

گرچه دایره این اصل گسترده است اما در جوامع چندفرهنگی از اهمیت مضاعفی برخوردار است. مراعات ظرفیت و سطوح مخاطبان با فرهنگ‌های گوناگون نشانه عقلانیت و واقع‌گرایی است. امام صادق علیه السلام می‌فرماید: همانا مؤمنان در مراتب مختلفی قرار دارند، برخی مرتبه یکم، برخی دوم، برخی سوم تا هفتم هستند اگر به آن کسی که در مرتبه اول است به اندازه کسی که در مرتبه دوم است تحمیل کنی، تحمل نخواهد کرد (کلینی، ۱۴۲۱ق، ج ۳: ۱۱۲).

اکتفا به حداقل و پرداختن به ضروریات، یکی از مهم‌ترین جلوه‌های مداراست. امیرالمؤمنین علیه السلام به مالک اشتر نوشت: هنگامی که نماز جماعت می‌خوانی، با طولانی کردن نماز، مردم را پراکنده مکن، همچنین با سرعت زیاد آنرا تباہ مساز؛ زیرا در میان مردم، بیمار یا صاحب حاجتی وجود دارد (صبحی صالحی، ۱۴۱۴ق: نامه ۵۳).

سخن امام صادق علیه السلام درباره تلاش یک مسلمان در جذب همسایه نصرانی به اسلام و آشفتنگی و گریز او، گواه بر این سخن است. آن مرد مسیحی پس از مشاهده انبوه اعمال واجب و مستحب در یک شبانه‌روز، گفت: اطلب لهذا الدین من هو افرغ منی؛ برای این آیین، فردی بیکارتر و فارغ‌تر از من پیدا کن (کلینی، ۱۴۲۱ق، ج ۲: ۱۴۳).

انعطاف و ملایمت رسول خدا صلی الله علیه و آله و سلم، شیوه اثرگذاری بود که در بسیاری از موارد باعث هدایت مخالفان و معاندان شد. البته این انعطاف هرگز به معنای زیر پا گذاشتن اصول نبود و ایشان هنگام فرستادن مبلغان بر این اصل تأکید داشتند. آن حضرت هنگام فرستادن معاذ بن جبل به یمن چنین توصیه کرد: یا معاذ! بشر ولا تنفر، یسر ولا تعسر؛ به مردم نوید بده و مردم را بیزار مکن، آسان بگیر و سخت‌گیری مکن (ابن هشام، بی‌تا)، ج ۱۴: ۲۳۷).

۴-۳. پرداختن به همه مخاطبان و همراهی با آنان

تنوع مخاطب در جوامع چندفرهنگی باید مورد توجه مبلغ دینی باشد، توجه به یک

گروه و قشر خاص و غفلت از سایر اقشار موجب آزردهی می‌شود. رسول خدا ﷺ حتی نگاهش به مخاطبان مساوی بود: یقسم لحظاته بین اصحابه ينظر الی ذا و ينظر الی ذا بالسویه؛ لحظاته را بین اصحاب تقسیم می‌کرد گاهی به این و گاهی به آن به صورت مساوی نگاه می‌کرد (مجلسی، ۱۴۰۳ ق، ج ۱۶: ۲۸۰).

از تساوی نگاه پیامبر ﷺ به اصحاب، اولویت توجه به باورها و سلاقی آنان استفاده می‌شود و این فرانگری و شمول در آغاز دعوت رسول خدا ﷺ نیز مورد توجه بود. گواه بر این مطلب، حضور اصحاب با ملیت‌ها و سلاقی مختلف است، ایشان در دعوت نخستین گرچه به فرمان الهی از بستگان آغاز کرد اما هرگز به آنان اکتفا نکرد، اگر نگاه تبعیض‌آمیز موجب آزردهی است باید از آن پرهیز شود. به درجه اولی باید از گفتار تند و یک‌سویه که باورهای مخاطبان را خدشه‌دار می‌کند، دوری کرد همان‌طور که رسول خدا ﷺ به همه اصحاب که از قبایل مختلف و با سلاقی متفاوتی بودند، توجه داشت (همان).

۱۹۹

مجلس آن حضرت، مجلس بردباری، حیا، صداقت و امانت بود، حرمت افراد هتک نمی‌شد، بزرگان و سالخوردگان مورد تکریم و احترام قرار داشتند و به خردسالان شفقت و ترحم می‌شد (طباطبایی، ۱۳۹۰: ۱۷).

هرگز مخاطبان خود را تحقیر نمی‌کرد، به یارانش هم توصیه می‌کرد یکدیگر را تحقیر نکنید (کلینی، ۱۴۲۱ ق، ج ۲: ۱۷۳). همچنین فرمودند: لا تحقرن احدا من المسلمین فان صغیرهم عندالله کبیر (ورّام، ۱۴۱۰ ق، ج ۱: ۳۱).

یکسان‌نگری و نگاه مساوی به مخاطبان از نظر انسانیت، روح حاکم بر برخوردهای رسول خدا ﷺ بود. اگر کسی وارد مسجد می‌شد و ناآشنا بود و هرچند مسلمان نبود و برای تحقیق درباره اسلام آمده بود، ایشان را نمی‌شناخت؛ زیرا دایره‌وار بین اصحاب می‌نشست، می‌فرمود: الناس کاسنان المشط سواء؛ مردم مانند دندان‌های شانه مساوی هستند (صدوق، ۱۴۱۳ ق، ج ۴: ۳۷۹).

درک ظرفیت مخاطب و همراهی ابتدایی او مهم‌ترین ابزار جذب اوست، طبعاً هر شنونده‌ای با باور خاص یا پیش‌فرضی پای سخنی مبلغ دینی می‌نشیند، نمی‌توان از ابتدا باورهای او را هرچند نادرست، مورد هجمه قرار داد. گاهی لازم است با او همراه شده و از درون باورهایش به نقد و ابطال او پرداخت، کاری که حضرت ابراهیم ﷺ با ستاره‌پرستان انجام داد، افرادی که آیین رایج آنان پرستش اجرام آسمانی بود، او به‌ظاهر با آنان همراه شد

اما با استدلال منطقی مبنی بر افول ستارگان و ضرورت افول ناپذیری خدا، آنان را مجاب کرد (انعام، ۷۶).

۳-۵. تبلیغ گام به گام و تدریجی

اگرچه رعایت این مهم به طور حتم در جوامع یک‌دست و تک‌فرهنگی نیز لازم است اما رعایت آن در جوامع چندفرهنگی از اهمیت بیشتری برخوردار است؛ زیرا ضریب آسیب‌پذیری به دلیل تنوع مخاطب، بیشتر است. تبلیغ در جامعه یک‌دست و باورمند چندان مشکل نیست، افرادی که در شب قدر با باور به همه اصول و فروع دین آمده‌اند تا با دعا و تضرع به خدا نزدیک شوند، پذیرای هر سخن مذهبی هستند اما تبلیغ دینی در جوامع آمیخته با فرهنگ‌ها و آیین‌های متفاوت که باورهای برخاسته از عادت‌های نادرست دیرین دارند، ساده نیست، و نمی‌توان یک‌مرتب همه اصول و فروع دین را یکجا ارائه کرد. سیره رسول خدا ﷺ نشان می‌دهد ایشان در آغاز با دعوت پنهانی، سپس آشکار، فراگیر و به صورت گام به گام به هدایت مردم پرداختند، آیات نازل شده در مکه بیشتر مشتمل بر توحید و معاد است اما بیشتر احکام اسلامی در مدینه نازل شده، برخی محرمات مانند شراب نیز در چند مرحله ممنوع شده است. فرض کنیم مخاطبان ما از صاحبان ادیان یا مذاهب مختلف‌اند طبعاً اخلاق، رفتار و باورهای آنان یکسان نیست، هنر مبلغ دینی آن است که با جامع‌نگری و رعایت سطح و ظرفیت مخاطب، به تبیین معارف پرداخته و از انبوه‌سازی مطالب بپرهیزد.

رسول خدا ﷺ به معاذ سفارش کرد: اظهر امر الاسلام كله صغیره و کبیره ولكن همك الصلاة فانها رأس الاسلام بعد الاقرار بالدين وذكر الناس بالله وباليوم الآخر؛ امر اسلام را از خرد و کلان آن آشکار کن اما بیشتر همت خود را صرف نماز کن که پس از اقرار به دین، آغاز مسلمانی است، خدا و روز جزاء را برای مردم یادآوری کن (مجلسی، ۱۴۰۳، ج ۷۴: ۱۲۹). این نحوه انتخاب (سه محور مبدأ، معاد و نماز) از میان انبوه معارف اصلی و فرعی، گواه بر دعوت تدریجی است.

در سخن دیگری به امیرالمؤمنین علیه السلام فرمود: يا علي ان هذا الدين متين فاوغل فيه برفق وان المنبت لاظهار ابي و لا ارضا قطع.

مناظره‌ها و گفت‌وگوهای پیشوایان معصوم علیهم السلام از جمله امام رضا علیه السلام نیز تأکیدی بر رعایت بیان معارف دینی به شیوه تدریجی است.

۴. نبایدهای تبلیغ در جوامع چندفرهنگی

بی‌تردید مبلّغ دینی بایستی در رساندن پیام دین از شجاعت لازم برخوردار باشد، برای جذب مخاطب از مبانی، اصول و فروع دین نگاهد، قرآن کریم می‌فرماید: **الَّذِينَ يُبَلِّغُونَ رِسَالَاتِ اللَّهِ وَيَخْشَوْنَهُ وَلَا يَخْشَوْنَ أَحَدًا إِلَّا اللَّهَ وَكَفَىٰ بِاللَّهِ حَسِيبًا**؛ کسانی که پیام‌های خدا را ابلاغ می‌کنند و از او می‌ترسند و از هیچ کس جز خدا بیم ندارند و خدا برای حسابرسی کافی است (احزاب، ۳۹).

آموزه‌های الهی، جامع و عقلانی است، اصولاً در جذب آموزه‌های دین، نیازی به اکراه نیست؛ چراکه ماهیت معارف دینی به‌گونه‌ای است که اجبارپذیر نیست و مطابق فطرت و خرد بشر است.

پذیرش آموزه‌های دین بایستی از روی باور قلبی باشد. با توجه به این اصل، نکته مهم آن است که گاه روش‌های افراطی و سلیقه‌ای یک مبلّغ، کار پذیرش معارف فطری و عقلی را دشوار می‌کند. به‌کارگیری شیوه‌های نادرست در جوامع چندفرهنگی بیشتر رخ می‌دهد. یک اشتباه کافی است تا مخاطبان را از دین‌گریزان کند، در این قسمت از پژوهش به بیان برخی نبایدهای تبلیغ در جوامع چندفرهنگی می‌پردازیم، اموری که باید از آنها اجتناب شود.

۴-۱. توهین به مقدسات

از دیرباز میان همه مذاهب و ادیان حتی ادیان بشری، مقدساتی وجود داشته است اعم از مکان، اشخاص یا نمادها، گاه به‌حدی این مظاهر مقدس، اهمیت دارند که پیروانش حاضرند جان و مال خود را فدا کنند.

چه بسیار جنگ‌ها که بر اثر توهین به یکی از این مقدسات رخ داده است، جرم‌انگاری توهین به مقدسات، در نصوص بین‌المللی نیز مورد تأکید قرار گرفته است.^۱

قرآن کریم در ضابطه‌ای کلی می‌فرماید: **وَلَا تَسُبُّوا الَّذِينَ يَدْعُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ فَيَسُبُّوا اللَّهَ عَدْوًا بِغَيْرِ عِلْمٍ**؛ شما به آنان که غیر خدا را می‌خوانند دشنام ندهید تا مبدا آنها هم از روی ناآگاهی به خدا دشنام دهند. یکی از مصادیق توهین سب است (انعام، ۱۰۸).

علامه طباطبایی^ع می‌فرماید: این آیه یکی از ادب‌های دینی را خاطر نشان می‌سازد که با

۱. ماده ۱۸ اعلامیه حقوق بشر و ماده‌های ۱۸ و ۱۹ میثاق بین‌المللی حقوق مدنی و سیاسی سازمان ملل متحد تأکید بر آزادی بیان و عقیده و پرهیز از توهین به مقدسات دارد.

رعایت آن، احترام مقدسات جامعه دینی محفوظ مانده و دستخوش اهانت و ناسزا نمی‌شود؛ زیرا این معنا غریزه انسانی است که از حریم مقدسات خود دفاع کند و با کسانی که به حریم مقدساتش تجاوز می‌کنند به مقابله برخیزد (طباطبایی، ۱۴۰۲ق، ج ۷: ۳۱۴).

مقام معظم رهبری در زمینه ممنوعیت توهین به مقدسات اهل سنت، فتوای صریح دارند، ایشان در پاسخ استفتایی می‌فرماید: اهانت به نمادهای برادران اهل سنت از جمله اتهام‌زنی به همسر پیامبر اسلام (عایشه) که موجب خدشه‌دار شدن به شرافت او می‌شود، حرام است. این موضوع شامل زنان همه پیامبران و به‌ویژه سیدالانبیاء پیامبر اعظم حضرت محمد ﷺ می‌شود (روزنامه شرق، ۲۲ خرداد ۱۳۹۰).

با توجه به اینکه سخن از تبلیغ در جوامع چندفرهنگی است نه میدان جهاد و مبارزه که ادبیات نظامی خود را دارد، نقد باورهای مخالفان بایستی با برهان و استدلال باشد، جبهه‌گیری و ناسزاگویی، مخاطبان را طرد کرده و امکان شنیدن سخنان حق را نیز نمی‌دهد. برخورد حضرت ابراهیم ﷺ با ستاره‌پرستان گواه بر این مطلب است؛ داستان تخریب بت‌ها توسط حضرت ابراهیم ﷺ بعد از احتجاج و گفت‌وگو با بت‌پرستان است به‌علاوه هدف بیان عدم کارایی و تأثیر بت‌هاست (انعام، ۷۸).

امیرالمؤمنین ﷺ در صفین به یارانش فرمود: اني اكره لكم ان تكونوا سبّين ولكنكم لو وصفتهم اعمالهم وذكرتم حالهم كان اصبوب في القول و ابلغ في العذر؛ پسند من نیست که شما دشنام‌دهنده باشید ولی اگر در گفتارتان، کردار آنان را وصف کنید و حالشان را بیان کنید به گفتار صحیح نزدیک‌تر و در عذررسانی رساتر است (صبحی صالحی، ۱۴۱۴ق: ۲۰۶).

رسول خدا ﷺ در یک اصل کلی می‌فرماید: لا تسبوا الناس فتكسبوا العداوة بينهم؛ به مردم ناسزا نگوئید که با این کار در میان آنان دشمنی ایجاد می‌کنید (کلینی، ۴۲۱ق، ج ۳: ۳۶۰).

گرچه روایت بالا مربوط به حوزه درون فرهنگی است اما حوزه دعوت به دین را نیز شامل می‌شود.

قیح و زشتی دشنام‌گری به مقدسات نزد بسیاری از پیروان مذاهب از دشنام به شخص آنان بیشتر است، تعبیر ایجاد دشمنی از رسول خدا ﷺ به خوبی گویای اثر منفی این حرکت است. مبلغان دینی بایستی نخست پیش از ایراد سخنرانی، از فضای باورهای مردم منطقه و مخاطبان، آگاهی لازم را بدست آورند و این امر در جوامع چندفرهنگی یک ضرورت است.

۲-۴. ایجاد خصومت و دشمنی

آتش خصومت و دشمنی در جوامع چندفرهنگی زود برافروخته می‌شود، وظیفه مبلّغ دینی آن است که از مطرح کرده هر سوژه‌ای که منجر به شعله‌ور شدن کینه‌های قلبی و لجاجت می‌شود، پرهیز کند.

حضرت علیؓ می‌فرماید: ایاکم والمرء والخصومه فانها یمرضان القلوب علی الاخوان وینبت علیها النفاق؛ از مرء و خصومت بپرهیزید که دل را در برابر برادران می‌میراند و نفاق از آن می‌روید (صبحی صالحی، ۱۴۱۴ق: حکمت ۳۶۲).

دامن زدن به نزاع‌های دیرین، اختلاف‌های قومی و قبیله‌ای و یادآوری کینه‌های کهن توسط مبلّغ دینی، حاشیه‌ساز شده و مانع رسیدن به حق می‌شود، یکی از تلاش‌های عمده رسول خداﷺ، ایجاد الفت و فراموشاندن کینه‌ها و اختلاف‌های گذشته بود. قرآن کریم با یادآوری این نعمت مهم، می‌فرماید: **وَادْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ كُنْتُمْ أَعْدَاءً فَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِكُمْ فَأَصْبَحْتُمْ بِنِعْمَتِهِ إِخْوَانًا**؛ به یادآورید نعمت خدا را بر شما که با هم دشمن بودید، خدا بین دل‌های شما الفت و مهربانی انداخت و به لطف و نعمت خدا با هم برادر شدید (آل عمران، ۱۰۳).

با طلوع خورشید اسلام، اختلاف اوس و خزرج فروکش کرد، کینه‌های دیرینه کنار رفت اما گاهی برخی به این دشمنی‌ها دامن می‌زدند. پیرمرد یهودی به نام شاس بن قیس از کنار گروهی از اوس و خزرج می‌گذشت، وقتی صمیمیت و الفت آنان را دید، سخت خشمگین شد و به جوانی دستور داد تا در بین آنان بنشیند و با یادآوری نبردهای بعثت و اختلاف‌های کهن، آتش دشمنی و خصومت را شعله‌ور کند، جوان نیز چنین کرد، آنان با هم سر نزاع گرفتند و آماده جنگ شدند، خبر به پیامبر اکرم ﷺ رسید و به سرعت خود را به آنان رساند و مانع درگیری شد (ابن اثیر، ۱۹۶۵م، ج ۱: ۴۴۳).

۳-۴. به کارگیری سخنان تحریک‌آمیز و چندپهلوی

مبلغان دینی در جوامع چندفرهنگی بایستی آگاهی کاملی از ادبیات گفتاری مخاطبان خود داشته باشند، چه بسا واژه‌ای در فرهنگ ما، بار منفی نداشته باشد اما در میان برخی مخاطبان ایجاد حساسیت یا سوءاستفاده کند و این امر در زمینه‌های مذهبی و ملیتی بیشتر رخ می‌دهد. داستان سوءاستفاده یهود از کلمه (راعنا) نمونه‌ای از این دست است،

مسلمانان صدر اسلام هنگامی که رسول خدا ﷺ مشغول سخنرانی بود از آن حضرت می‌خواستند کمی با تائی سخن بگویند تا بتوانند مطالب را خوب درک کنند، آنان برای این درخواست کلمه (راعنا) از ماده الرعی به معنای مهلت دادن را به کار می‌بردند ولی یهودیان راعنا را از ماده الرعونه به معنای کودن و حماقت می‌گرفتند یعنی (ما را تحمیق کن) آنان با این دستاویز مسلمانان را مسخره می‌کردند، خدای متعال برای گرفتن این دستاویز از دست آنان به مسلمانان دستور داد به جای (راعنا) بگویند (انظرنا) (مکارم، ۱۳۷۴، ج ۱: ۳۸۳).

يا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَقُولُوا رَاعِنَا وَقُولُوا انظُرْنَا؛ ای مؤمنان نگویید راعنا بلکه بگویید انظرنا (بقره، ۱۰۴).

درگیری‌های زیادی در طول تاریخ به دلیل عدم مراعات این امر، اتفاق افتاده است. زبان، پرخطرترین عضو بدن انسان است. در روایات آمده: زبان هر روز به اعضای دیگر می‌گوید که چگونه‌اید؟ آنها می‌گویند ما خوب هستیم اگر تو ما را واگذاری، از خدا بترس و به ما کاری نداشته باش (مجلسی، ۱۴۰۳، ج ۶۸: ۲۷۸).

۲۰۴

در تفسیر آیه قُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا؛ با مردم نیکو سخن بگویید (بقره، ۸۳)، آمده است: قُولُوا لِلنَّاسِ كُلِّهِمْ حَسَنًا مَّوْمَنِهِمْ وَمُخَالَفَهُمْ أَمَّا الْمُؤْمِنُونَ فَيَسِطُ لَهُمْ وَجْهَهُ وَأَمَّا الْمُخَالَفُونَ فَيَكَلِّمُهُمُ الْمَدَارَاهُ لِاجْتِذَاهِمْ إِلَى الْإِيمَانِ فَانْ أَسْتَرِ مِنْ ذَلِكَ بَكْفٍ شَرُّهُمْ عَنِ نَفْسِهِ وَعَنِ اخْوَانِهِ الْمُؤْمِنِينَ (نوری، ۱۴۰۶، ج ۱۲: ۲۶۱).

با همه مردم، چه مؤمن و چه مخالف به زبان خوش سخن بگویید اما مؤمنان به هم‌کیشان روی خوش نشان می‌دهند و اما با مخالفان به مدارا سخن بگویید تا به ایمان جذب شوند و اگر نشدند با این رفتار شما از بدی آنان در حق خود و برادران مؤمن پیشگیری می‌شود.

سیره رسول خدا ﷺ در گفتار با مخالفان و اقوام گوناگون، گواه این امر است. در برخی نقل‌ها، سخن گفتن رسول خدا ﷺ چنین توصیف شده است: رسول خدا ﷺ هرگز در سخنانش کسی را سرزنش نمی‌کرد، در پی عیوب و لغزش‌های مردم نبود، سخن نمی‌گفت مگر در جایی که امید ثواب در آن وجود داشته باشد (مجلسی، ۱۴۰۳، ج ۱۶: ۱۵۲).

۴-۴. افراط و تفریط در دعوت

اعتدال و میانه‌روی در همه امور به‌ویژه دعوت به دین، ضروری است در مقابل افراط و

تفریط در امور به‌ویژه امر تبلیغ دین، زیانبار است، تندروی و کوتاهی در امر تبلیغ موجب زدگی یا گریز می‌شود. پرهیز از این دو آسیب در جوامع چندفرهنگی با مخالفان متنوع، از اهمیت بیشتری برخوردار است. امیرالمؤمنین علیه السلام می‌فرماید: فقیه و عالم کسی است که مردم را از رحمت الهی نومید نسازد و از لطف او مأیوس نکند و از مجازات‌های او ایمن ننماید (صبحی صالحی، ۱۴۱۴ق: حکمت ۹۰).

این کلام نورانی برگرفته از قرآن است آنجا که می‌فرماید: لَا تَقْنَطُوا مِنْ رَحْمَةِ اللَّهِ؛ از رحمت خدا مأیوس نشوید (زمر، ۵۳). از سوی دیگر می‌فرماید: أَفَأَمِنُوا مَكْرَ اللَّهِ فَلَا يَأْمَنُ مَكْرَ اللَّهِ إِلَّا الْقَوْمُ الْخَاسِرُونَ؛ تنها زیانکاران، خود را از مکر خدا ایمن می‌دانند (اعراف، ۹۹).
روش پیامبران و رسول خدا صلی الله علیه و آله نیز استفاده از ابزار بشارت و انذار بود. پرورش فضایل اخلاقی و از بین بردن رذایل، همواره نیازمند دو عامل برانگیزنده و بازدارنده است.
وَمَا تُرْسِلُ الْمُرْسَلِينَ إِلَّا مُبَشِّرِينَ وَمُنذِرِينَ؛ و ما پیامبران را جز به‌عنوان بشارت‌دهنده و بیم‌دهنده نمی‌فرستیم (بقره، ۲۱۳).

ایجاد تعادل بین این دو صفت، ضروری بوده و هریک بر دیگری پیشی بگیرد خطرآفرین است. افراط در ایجاد خوف، باعث ناامیدی و افراط در ایجاد امید، سبب جرئت و غفلت می‌شود. شهید مطهری علیه السلام می‌نویسد: «این هر دو برای بشر ضروری است یعنی تبشیر و انذار، هیچ‌کدام به‌تنهایی کافی نیست. تبشیر شرط لازم است ولی شرط کافی نیست، انذار هم شرط لازم است ولی شرط کافی نیست، در دعوت، این هر دو رکن باید توأم باشد، اشتباه است اگر داعی و مبلغ تنها تکیه‌اش روی بشیرها باشد و یا تنها تکیه‌اش روی انذارها باشد» (مطهری، ۱۳۷۴: ۱۴۹).

قرآن کریم بارها رسول خدا صلی الله علیه و آله را با این دو ویژگی - مبشر و منذر - معرفی کرده است. (احزاب، ۴۵).

همه انسان‌ها غریزه جلب نفع و دفع ضرر دارند، بشارت و انذار پاسخ به این دو نیاز غریزی بشر است. مبلغان در جوامع چندفرهنگی نباید به‌منظور جذب حداکثری، از اصول کوتاه بیایند و چوب حراج به مسلمات دین بزنند، از سوی دیگر، نباید سخت‌گیری و ترس کاذب ایجاد کنند. ایجاد امید کاذب و ترس واهی هر دو خطرناک است.

۴-۵. نادیده گرفتن عادات‌های مثبت مخاطبان

بی‌تردید هر ملت و قومی، سنت‌ها و روش‌های پسندیده و مطابق با عقل و فطرت نیز دارد، چنین نیست که همه رفتارهای یک گروه، ناپسند و نادرست باشد. در جوامع چندفرهنگی بایستی این رفتارها و عادات‌های مطلوب و مطابق با منطق، شناسایی و برجسته شود. این حرکت، مبلغ دینی را کمک می‌کند تا با سهولت به برخورد با عادات‌ها و رفتارهای ناپسند بپردازد. امیرالمؤمنین علیه السلام هنگام فرستادن مالک اشتر به مصر به او نوشتند: ولا تنقض سنه صالحه عمل بها صدور هذه الامه؛ روش‌های صحیحی که پیشوایان این امت بدان عمل کرده‌اند را طرد نکن (صبحی صالحی، ۱۴۱۴ق: نامه ۵۳).

آداب و رسوم گذشتگان، برخی هنجار و مقبول جامعه است، انبیای الهی با این آداب هیچ‌گاه مخالفت نمی‌کردند. به‌عنوان نمونه ماه‌های حرام مربوط به قبل از اسلام است اما اسلام آنرا تأیید کرد و به پیامبر صلی الله علیه و آله فرمود: به همان شکل سابق در اسلام هم چهار ماه حرام است (بقره، ۲۱۷)

فرهنگ، آداب و رسوم خاص هر قومی اگر در تضاد با روح اسلام و دین نباشد مورد تأیید است. رسول خدا صلی الله علیه و آله فرمود: عبدالمطلب در عصر جاهلیت پنج سنت را پایه‌گذاری کرد که در اسلام هم مورد تأیید قرار گرفته است.

مهمان‌نوازی، سخاوت و وفای به عهد و پیمان، برخی سنت‌های پسندیده عصر جاهلیت بود. از هنرهای مبلغ دینی در جوامع چندفرهنگی آن است که نخست آداب و رسوم مثبت و پسندیده مخاطبان را شناسایی کرده و سپس به ترویج آنها بپردازد.

۵. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

تبلیغ یکی از مهم‌ترین ابزار رساندن پیام دین است، قرآن کریم اصلی‌ترین هدف رسالت پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله را هدایت و ارشاد مردم از طریق رساندن پیام وحی می‌داند (نور، ۵۴). امر تبلیغ طی چهارده قرن پس از ظهور اسلام تاکنون دستخوش تحولات فراوانی شده است. یکی از این تحولات، عبور از جامعه تک‌فرهنگی (ساده) به جامعه چندفرهنگی (پیچیده و متنوع) است. تنوع فرهنگ‌ها و تکرر باورها و سلايق مخاطبان باید و نیاید‌هایی را در حوزه تبلیغ دینی می‌طلبد. در این پژوهش ده محور از این باید و نیاید‌ها که رعایت آن تأثیر تبلیغ را در چنین جوامعی مضاعف می‌کند، مورد بررسی قرار گرفت. امید آنکه پژوهش حاضر کارآمد باشد.

فهرست منابع

۱. ابن اثیر جزری، عزالدین (۱۹۶۵م)، **الکامل فی التاریخ**، بیروت، دارالکتب العلمیه.
۲. ابن فارس، احمد (۱۴۰۴ق)، **معجم مقائیس اللغه**، قم، مکتب الاعلام الاسلامی.
۳. ابن منظور، محمد بن مکرم (۱۴۱۴ق)، **لسان العرب**، بیروت، دارالصادر.
۴. ابن هشام (بی تا)، **السیره النبویه**، بیروت، دارالمعرفه.
۵. دهخدا، علی اکبر (بی تا)، **لغت نامه**، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
۶. حمیدالله، محمد (۱۳۷۴)، **نامه‌ها و پیمان‌های سیاسی حضرت محمد ﷺ**، ترجمه سید محمد حسینی، تهران، سروش، چاپ اول.
۷. راغب اصفهانی، حسین بن محمد (۱۴۱۲ق)، **المفردات فی غریب القرآن**، بیروت، دارالقلم، چاپ اول.
۸. رهبر، محمد تقی (۱۳۷۱)، **پژوهشی در تبلیغ**، تهران، دانشگاه امام صادق ﷺ، چاپ اول.
۹. زبیدی، محمد مرتضی (۱۴۱۴ق)، **تاج العروس من جواهر القاموس**، بیروت، دارالفکر.
۱۰. زورق، محمد حسین (۱۳۶۸)، **مبانی تبلیغ**، تهران، سروش.
۱۱. صبحی صالحی (۱۴۰۴ق)، **نهج البلاغه**، قم، هجرت.
۱۲. ابن بابویه قمی (شیخ صدوق)، محمد بن علی (۱۴۱۳ق)، **من لایحضره الفقیه**، قم، انتشارات اسلامی جامعه مدرسین.
۱۳. طباطبایی، سید محمد حسین (۱۳۹۰)، **سنن النبوی**، قم، دارالفکر، چاپ اول.
۱۴. _____ (۱۴۱۷ق)، **المیزان فی تفسیر القرآن**، قم، انتشارات اسلامی جامعه مدرسین.
۱۵. غزالی، محمد (۱۳۷۳)، **احیاء علوم الدین**، بیروت، دارالفکر، چاپ اول.
۱۶. قرطبی، یوسف بن عبدالبر (۱۴۱۵ق)، **الاستیعاب فی معرفه الاصحاب**، بیروت، دارالکتب العلمیه.
۱۷. کلینی، محمد بن یعقوب (۱۴۲۹ق)، **الکافی**، تهران، دارالکتب الاسلامیه، چاپ چهارم.
۱۸. مجلسی، محمد باقر (۱۴۰۳ق)، **بحار الانوار الجامعة لدرر اخبار الائمة الاطهار**، بیروت، مؤسسه الوفاء.
۱۹. مطهری، مرتضی (۱۳۷۴)، **تبلیغ و مبلغ در آثار شهید مطهری**، قم، انتشارات صدرا.
۲۰. مکارم شیرازی، ناصر (۱۳۷۴)، **تفسیر نمونه**، تهران، دارالکتب الاسلامیه.
۲۱. نوری، میرزا حسین (۱۴۰۸ق)، **مستدرک الوسائل**، قم، مؤسسه آل‌البتی ﷺ، چاپ اول.
۲۲. ورام (۱۴۱۰ق)، **تنبيه الخواطر و نزهه النواظر**، ج ۱، قم، مکتبه الفقیهیه.



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی