

# شاخصه های اخلاقی مبلغین در نشر آموزه های دینی

۱  
ندازدگر

## چکیده

پژوهش حاضر با عنوان شاخصه های اخلاقی مبلغین در نشر آموزه های دینی می باشد. تبلیغ به معنای رساندن مجموعه اطلاعاتی به مخاطب به منظور اقناع و برانگیختن احساسات او به سود یا ضرر یک موضوع است و در اعصار گذشته قبل از اسلام نیز تبلیغ شیوه های گوناگونی تجربه کرده است. گروه های مختلف هریک روش های گوناگونی داشتند، گاهی افراد بصورت انفرادی و گاهی بصورت دسته جمعی اعتقادات خود را در قالب تبلیغ دین در جامعه القا می کردند همچون اصحاب کهف. آنچه حائز اهمیت است نحوه برخورد مبلغ با مخاطب و تاثیر رفتار وی بر روی افراد جامعه و همچنین شناساندن هرچه بهتر مسائل اعتقادی می باشد. این پژوهش یک تحقیق کاربردی و با رویکرد توصیفی- تحلیلی به روش کتابخانه ای است.

واژگان کلیدی: تبلیغ، مبلغ، شاخصه مبلغین ، شاخصه اخلاقی

مسائل اخلاقی در هر دوره و زمانی از اهمیت خاصی برخوردار بوده است. در عصر کنونی نیز چه از لحاظ نظری و چه از لحاظ عملی و کاربردی، اخلاق کانون توجه است. در حیطه نظر، همواره فرهیختگانی بوده اند که به شناخت مقوله اخلاق، مبادی، مصادیق و حدود و ثغور آن علاقه مند بوده و به آن اهتمام ورزیده اند و در حیطه عمل و کاربرد نیز به اقتضای شرایط اجتماع و مشکلات مطرح در آن، اخلاق از دریچه ای خاص منظور نظر بودن است، همچنین از آنجا که هدف از بعثت انبیاء، رسانیدن پیام الهی به جامعه‌ی بشری و سوق دادن آنها به اوج کمالات والای اخلاقی و رسیدن به هدف اصلی آفرینش می‌باشد. انسان، در این جهان مادی همانطور که به رشد جسمی احتیاج دارد، بیش از آن محتاج دستورالعمل‌هایی برای کسب تعالی و کرامت انسانی است.

تبليغ از آغاز زندگی بشر تا زمان پیامبر اکرم صلی الله عليه وآلہ و پس از آن ادامه داشته و هم اکنون نیز ادامه دارد. از طرفی باید این نکته را یادآور شد که بسیاری از دشمنان اسلام هستند که با استفاده از تبلیغ و ابزارهای تبلیغی نادرست فرهنگ‌های غلط را جایگزین تعالیم اسلام می‌کنند تا از این راه مردم جامعه و به خصوص جوانان را از الگوهای اسلامی دور کنند با توجه به این نکته اگر تبلیغ با شیوه صحیح انجام نشود افراد جامعه از آموزه‌های دینی خود فاصله گرفته و باورهای غلط را برای خویش الگو قرار داده و دچار بحران بی‌هویتی و یا چند هویتی می‌شوند و در نهایت در گرداب ارزش‌های غیر اخلاقی به هلاکت میرسند. از آنجا که خداوند حکیم خلق را عبّث نیافریده بلکه برای غایتی بزرگ و ارزشمند یعنی معرفت و بندگی خویش خلق کرده، تحقق این هدف عظیم در گرو رهایی بندگان از ظلمت نادانی و روشن شدن دل و جان آنان به نور علم و هدایت الهی است چنان که در آیات و روایات متعدد بر این مطلب تصریح شده و از آنجا که عقیده را با زور و اجبار نمی‌توان به دلها و افکار تحمیل کرد و اندیشه بشری در هر دوره نسبت به گذشته توسعه یافته، بهترین و محکم ترین راه رسیدن به هدف برای

روشنگری و کشف و شناخت واقعیت ها تبلیغ است. بنابراین نقش اخلاق تبلیغ مبلغین در تبیین و نشر آموزه های دینی با توجه به آیات و روایات واصله از ائمه اطهار علیه السلام از اهداف مهم ارسال فرستادگان الهی در هدایت بشریت است. حال باید دید کدام یک از ویژگی های مبلغین می تواند بیشترین تاثیر را روی مخاطب می گذارد. از آنجا که تبلیغ باید با گفتاری نرم و دلنشیں و رفتاری تاثیرگذار باشد تا بتوان در جامعه رخنه کند و در وجود آنان دگرگونی ایجاد کند کدام یک از ویژگی های اخلاقی یک مبلغ مهم تر است اذا اخلاق تبلیغ از شاخصه های مهم اخلاق کاربردی که به ریز موضوعات اخلاق مبلغین و نحوه برخورد آنها با مخاطب می پردازد.

## ۱-مفهوم شناسی

در این قسمت معنای لغوی و اصطلاحی واژه های اخلاق و مبلغ مورد بررسی قرار می گیرد:

### ۱-۱- واژه اخلاق

واژه اخلاق در لغت جمع خلق بر وزن قفل و خلق بر وزن قفل به معنای سرشت و طبیعت است واژه خلق یا خلق برای صفا درونی به کلو می رود در مقابل خلق که برای صورت و صفات ظاهری به کار می رود<sup>۱</sup> همچنین به معنای سجایا و صفات درونی است که با چشم دل دیده می شود.<sup>۲</sup>

و در اصطلاح ملکه ای انسانی است که به مقتضای آن فعلی به سهولت و بدون نیاز به فکر کردن از انسان صادر می شود<sup>۳</sup>

۱. ابن منظور، لسان العرب، ج ۴، ص ۲۹۷

۲. زبیدی، تاج العروس، ج ۳، ص ۲۵۷

۳. راغب اصفهانی، مفردات فی غریب القرآن، ص ۲۹۷

ونیز گفته شده ارتباط میان معنای لغوی و اصطلاحی خلق را بدین نحو تبیین کرد که صورت باطنی انسان را کیفیات نفسانی می سازند. همان طور که صورت ظاهری وی، محصول کیفیات ظاهری جسمانی است. هر چند به نظر می رسد تفاوت چندانی بین معنای لغوی اخلاق و معنای اصطلاحی آن، آن طور که حکیمان مسلمان به کار برده اند، وجود ندارد. و نیز پاره ای قیود که در معنای اصطلاحی آمده از لوازم معنای لغوی است<sup>۱</sup>

## ۱\_ واژه تبلیغ

تبلیغ از ماده بلغ به معنای خبر دادن، اعلام، اطلاع، اخبار و ... آمده است و معنای غالب آن به معنای رساندن و نیز کفایت می دارد<sup>۲</sup>. تبلیغ از بلغ به معنای رسانیدن پیام یا خبر و یا مطلبی به آدمیان است.<sup>۳</sup>

و در اصطلاح از ریشه بلوغ و ابلاغ به معنای پیام، خبر، اندیشه و سخن به دیگری به کار می رود.<sup>۴</sup> همچنین از ریشه بلوغ به معنای رسیدن به دورترین و پایانی ترین نقطه مقصد است مکانی باشد یا زمانی و یا یکی از اموری که دارای نهایت و پایان است و گاه از آن برای نزدیک شدن به هدف نیز استفاده می شود، گرچه به آن نرسند.<sup>۵</sup>

## ۲- اقسام اخلاق

علماء اخلاق در یک تقسیم بندی اخلاق را به سه بخش نظری، تطبیقی و عملی تقسیم کرده‌اند.

## ۱- اخلاق نظری

<sup>۱</sup>. محسن جوادی مقاله اخلاق، ج ۲، ص ۳۸۵

<sup>۲</sup>. خلیل بن فراهیدی، العین، ج ۴، ص ۴۲۱

<sup>۳</sup>. معین، فرهنگ فارسی معین، ج ۱، ص ۴۵۵

<sup>۴</sup>. راغب اصفهانی، مفردات فی غریب القرآن، ص ۱۴۴

<sup>۵</sup>. همان، ص ۱۴۱

در این بخش از اخلاق از فلسفه اخلاق <sup>بعنی از مبانی و زی بنای اخلاق و معکوس خوبی‌ها و بدی‌ها بحث می‌شود.</sup> به عنوان نمونه آن مطلق از امور نسبی است <sup>آنچه؟</sup> آن زی بنای اخلاق، حسن و قبح ذاتی، مصالح و مفاسد است؟ و... از زی مجموعه‌های اخلاق نظری است پس اخلاق نظری از معرفت فلسفی نشات می‌گیرد.

## ۱۲-۲ اخلاق تطبیقی

در این بخش از اخلاق از مقایسه مکاتب و مقارنه دیگاه‌های گوناگون بحث می‌شود. به عنوان نمونه آن ذاتاً امکان دارد که بگوئیم اخلاق نظری وجود دارد <sup>آنچه؟</sup> آن مبنای نظری ارسطو و افلاطون با نظری فرویدو دکارت متفاوت است و <sup>آنچه؟</sup> نظری مسیحیت با اسلام متفاوت است و کدام یک صحیح است؟ و <sup>آنچه؟</sup> نظام احسن کدام است در این بخش مورد بررسی قرار می‌گیرد. در واقع این بخش متكفل بررسی مباری نظریت اخلاقی و مقایسه آن‌ها با یکدیگر است.

## ۱۲-۳ اخلاق عملی

مفهوم از اخلاق عملی، آداب و دستورهای خاص است که در مسیر تزکیه و تهذیب التزام به آنها ضرورت دارد و از طریق عمل، فرد را به اهداف نزدیک می‌کند. البته منظور از عمل در اینجا اعم از اعمال قلبی‌مانند: نیت، حب، بعض، سوء ظن، حسد و... و اعمال بدنی‌همچون، سخاوت، عبادات، دفاع است.<sup>۱</sup> که اخلاق تبلیغ از جمله قسم سوم می‌باشد.

## ۱۳-۱ اهمیت و جایگاه اخلاق در اسلام

قرآن کریم در موارد متعدد، مسئله تزکیه و تربیت اخلاقی انسان‌ها را در زمرة مهم ترین

<sup>۱</sup>. مهدوی کری، نقطه‌های آغاز در اخلاق عملی، ص ۱۵-۱۷.

کریم تا علاوه بر اهل علم بودن، اهل عمل ن نب باشیم. حضرت علی(علیہ السلام) فرمود: اعملوا

الْخَيْرَ تَكُونُوا مِنْ أَهْلِهِ<sup>۱</sup>؛ نیکی کریم تا اهل آن باشیم.

## ۷\_۲\_۵ دارای سعه صدر باشد

حضرتمو سیعیلیه‌السلام به عنوان یک مبلغ، هنگام مرفت به سوی فرعون، برای هدایت اتاوآ گاه نمودن مردم، از پرورد

گار شفر اخی‌سینه‌هو قدر تتحمل سختی‌هار در خواستن مودت زیرا وجود این صفت برای مبلغ ضروری است.

قالَ رَبِّ اشْرَحْ لِي صَدْرِي<sup>۲</sup> عرض کرد: پروردگارا، دلم را برای پذیش این مسئوای‌تلماده کن.

مبلغ باید بداند که مخاطبان او یکسان نیستند و بعضی به زبان ایمان می‌آورندند اما در قلب ایمانی ندارند و در مسیر کفر بر یکدیگر سبقت می‌گیرند.<sup>۳</sup>

## ۸\_۲\_۵ قاطع و با شهامت باشد

یکی دیگر از صفات مبلغ واقعی این است که با قاطعیت تمام در مقابل کج روی‌ها بایستد و بجز خدا از کسی نترسد، و بداند که گمراهی دیگران به وی زیانی نمی‌رساند.

یا أَئُهَا الَّذِينَ آمَنُوا عَلَيْكُمْ أَنفُسَكُمْ لَا يَضُرُّكُمْ مَنْ ضَلَّ إِذَا اهْتَدَيْتُمْ إِلَى اللَّهِ مَرْجِعُكُمْ جَمِيعًا فَيَنْبَئُكُمْ

بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ<sup>۴</sup>

ای مسلمانان، مراقب خود باشید. اگر هدایت شوی، کسی که گمراه شده، به شما زلفی نخواهد رساند. بازگشت همه‌ی شما، به پیشگاه خداست و او شما را از کارهایتان آگاه می‌کند.

<sup>۱</sup>. کلینی، اصول کافی، ج ۲، ص ۲۲۵.

<sup>۲</sup>. طه، ۲۵.

<sup>۳</sup>. قرائی، قرآن و تبلیغ، ص ۱۰۹.

<sup>۴</sup>. مائدہ، ۱۰۵.

وظیفه‌ی مبلغ است که بدون ترس جلوی بدعت‌ها را بگیرد و این عهدی است که خدتوند از  
وی گرفته است. اذا ظهرت البدع في امتى فليظهر العالٰم علمه فمن لم يفعل فعليه لعنه  
الله<sup>۱</sup> هنگامی که بدعت‌ها بر امت من ظاهر شوند بر عالم است که علم خویش را ظاهر سازد  
وکسی که این عمل را انجام ندهد لعنت خدا برآوست.<sup>۲</sup>

## ۹\_۲\_۵ عادل و با صداقت

مبلغ در سخنان، کردار، موضع گیری‌ها و برخوردهایش با دیگران باید عدالت را رعایت کند و  
ظوابط را فدای روابط و دوستی‌ها نکند و هیچگونه امتیازی برای غیر مستحق گرچه از  
خویشان و نزدیکانش باشد قائل نشود، البته رعایت عدالت تنها در سخن نیست بلکه در همه‌ی  
اعمال حتی در نگاه کردن به دیگران نیز باید وجود داشته باشد<sup>۳</sup>

---

<sup>۱</sup>. کلینی، ص ۵۴.

<sup>۲</sup>. آقرائی، قرآن و تبلیغ، ص ۱۱۷.

<sup>۳</sup>. همان، ص ۱۳۹.

## منابع و مأخذ

### \*قرآن

- ١-بن منظور،محمدبن مکرم،لسان العرب،بیروت:دارالصادر،١٤١٤هـ\_ق
- ٢-الهامی نیا،علی اصغر،تبليغ در قرآن،تهران:پژوهشکده تحقیقات اسلامی نمایندگی سپاه،بی  
تا
- ٣-پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله و سلم، نهج الفصاحه ،ترجمه:ابوالقاسم پاینده،تهران:نشر  
دنیای دانش،بی تا
- ٤-تمیمی آمدی،عبدالواحد،غیرالحکم و درر الكلم ،قم:دفترنشر تبلیغات اسلامی حوزه  
علمیه،چاپ اول،١٣٦٦هـ\_ش
- ٥-جوادی،محسن،((مقاله اخلاق))،دائره المعارف قرآن،پژوهشگاه علوم اسلامی،١٣٨٣هـ\_ش
- ٦-خمینی،روح الله، صحیفه‌ی نور ،تهران:موسسه‌ی تنظیم و نشرآثار امام خمینی  
ر،١٣٦٨هـ\_ش
- ٧-دهقانی اشکذری،عباس، روش‌های تبلیغی پیامبر ص ،قم:نشر بقیعه العتره،چاپ  
اول،١٣٨٧هـ\_ش
- ٨-دیلمی همدانی،ابوشجاع،الفردوس،بیروت:دارالكتب العلمیه،١٤٠٦هـ\_ش
- ٩-راغب اصفهانی،حسین بن محمد، مفردات فی غریب القرآن ،دمشق:دارالعلم،چاپ  
اول،١٤١٢هـ\_ق
- ١٠-رهبر،محمدتقی،پژوهشی در تبلیغ،تهران:مرکز چاپ و نشر سازمان تبلیغات اسلامی،چاپ  
اول،١٣٧١هـ\_ش

- ۱۱-زبیدی،مرتضی،تاج العروس،بیروت:دارالفکر،۱۴۱۴\_ق ۱۹۹۴
- ۱۲-سیدین طاووس،علی بن موسی، اقبال الاعمال ،قم:قلم سماء،محقق:محمد روحی،چاپ اول،۱۳۸۳\_ش
- ۱۳-شیخ صدوق،محمد بن علی بن بابویه،من لا يحضر الفقيه،قم:انتشارات جامعه مدرسین،چاپ سوم،۱۴۱۳
- ۱۴-شیخ طوسی،امالی،قم:انتشارات دارالثقافة،چاپ اول،۱۴۱۴\_ق
- ۱۵-صفار،سالم،سیره اکرم ص در رهبری و انسان سازی ،تهران:چاپ و نشر بین الملل،ترجمه:غلامحسین انصاری،۱۳۸۳\_ش
- ۱۶-طباطبایی،سید محمد حسین،المیزان،قم:انتشارات جامعه مدرسین،چاپ چهارم،بی تا
- ۱۷-طربیجی،شیخ فخرالدین ،مجمع البحرين،تهران:مرتضوی،۱۳۷۵\_ش،
- ۱۸-عبدالحمدی،حسین،درآمدی بر سیره تبلیغی معصومان علیه السلام ،قم:نشر مهر امیرالمؤمنین،چاپ اول،۱۳۸۷\_ش
- ۱۹-الفراهیدی،ابو عبدالرحمن،العين،قم:دارو مکتبه الهلال،۱۴۰۹\_ق
- ۲۰-قرائتی،محسن،قرآن و تبلیغ ،تهران:سازمان نشر و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی،۱۳۷۲\_ش
- ۲۱-کلینی،محمدبن یعقوب ،اصول کافی ،تهران:دارالکتباسلامیه،مصحح:علی اکبر غفاری،۱۴۰۷\_ق
- ۲۲-کمالی،حسن،اخلاق صنفی و نظام اداری کشور،تهران:نشر مدبیر،۱۳۸۸\_ش

- 23- مجلسی، محمد باقر، بحار الانوار، تهران: دارالکتب اسلامیه، بی تا
- 24- محمدیری شهری، محمد، تبلیغ در قرآن و حدیث، ترجمه: علی نصیری، قم: نشر دارالحدیث، ۱۳۹۳\_ش
- 25- مصباح، مجتبی، بنیاد اخلاق، قم: انتشارات موسسه‌ی آموزشی و پژوهشی امام خمینی
- 26- مطهری، مرتضی، تبلیغ و مبلغ، تهران: انتشارات صدرا، چاپ پنجم، ۱۳۷۸\_ش
- 27- معین، محمد، فرهنگ فارسی، تهران: انتشارات امیرکبیر، ۱۳۹۲\_ش
- 28- مهدوی کنی، محمدرضا، نقطه‌های آغاز در اخلاق عملی، بی‌جا، دفتر نشر فرهنگ اسلامی، ۱۳۹۵\_ش
- 29- نبوی، محمد حسن، موقیت در تبلیغ، تهران: نشرذکری، چاپ اول، ۱۳۹۲\_ش
- 30- نوری، میرزا حسین، مستدرک الوسائل و مستنبط المسائل، بیروت: موسسه‌ی آل البيت الاحیاء التراث، ۱۴۰۸\_ق