

## شیوه‌های تبلیغی پیامبر اعظم (ص)

هاشم محمدی<sup>۱</sup>

### چکیده

مهمترین عامل پایداری قدرت‌های خودکامه در طول تاریخ، تبلیغات شیطنی و مخرب بوده، ولی اساس تبلیغ انبیاء عظام<sup>(ع)</sup> در جهت سازندگی انسان قرار داشته است. اما تبلیغ نیز بدون داشتن شیوه‌های مناسب و کارآمد، امکان پذیر نیست. برای اطمینان از کاربرد شیوه‌های تبلیغی با توجه به ظرافت و حساسیت هنر تبلیغ، باید به عنصر وحی تمسک جست. دستیابی به روش‌های تبلیغاتی پیامبر اعظم (ص) مظهر و ناطق وحی، هدف اساسی این مقاله به شمار می‌رود.

از آیات قرآن کریم استفاده می‌شود که تبلیغ به معنی رساندن و بیان کردن احکام و معارف الهی است که جنبه‌ی بشارتی و هدایتی دارد تا انسان بتواند با اراده و اختیار خویش مسیر حق را بپیماید؛ این وظیفه به عهده پیامبران و اولیاء الهی نهاده شده که بر دو پایه آزادی و برهان استوار است. بر این اساس، تمام اعمال، رفتار و کردار پیامبر اکرم (ص) در هر زمینه‌ای که باشد، به عنوان یک روش تبلیغی در جهت هدف محسوب می‌شود.

برقراری نظام تبلیغاتی مستلزم چهار عنصر حامل پیام، پیام، دریافت کننده پیام و روش ارسال آن است. پیامبر خاتم (ص) به عنوان حامل پیام، قرآن پیام وی و مردم عرب

---

۱- دانش آموخته کارشناسی ارشد فلسفه و کلام اسلامی.

جاهلی، دریافت کننده‌ی پیام و روش ارسال پیام، همان رفتار و کردار آن حضرت در جهت هدف رسالت تبلیغی بوده است. رسول خاتم<sup>(ص)</sup> در نحوه‌ی برخورد با مخاطبین در جهت ابلاغ رسالت خویش از شیوه‌های مختلف تبلیغی بهره برد که به لحاظ نحوه‌ی ارائه پیام و چگونگی جذب افراد و گروه‌ها و گسترش قلمرو رسالت تبلیغی به شیوه‌های انفرادی، گروهی، منطقه‌ای و جهانی قابل دسته‌بندی است. همان گونه که به جهات دیگر می‌توان روش‌های تبلیغی آن حضرت را به شیوه‌های اخلاقی، هنری، رعایت اصول، تربیتی (در بر دارنده‌ی تشویق و تنبیه)، امنیتی، با وصف آینده‌نگری و غیره نیز دسته‌بندی و تجزیه و تحلیل نمود.

**کلید واژگان:** سیره‌ی تبلیغی پیامبر اعظم<sup>(ص)</sup>، شیوه‌های تبلیغ پیامبر اعظم<sup>(ص)</sup>، ابلاغ رسالت پیامبر اعظم<sup>(ص)</sup>.

### مقدمه

قدرت‌های خودکامه همواره در طول تاریخ بر سه پایه‌ی تبلیغات، تسلیحات و اطلاعات استوار مانده‌اند که در بین آنها تبلیغات اهمیت بیشتری داشته و نقش مهم‌تری ایفا کرده است. البته تبلیغات مورد علاقه‌ی آنها عموماً تبلیغات شیطانی بوده و تلاش کرده‌اند تا به واسطه‌ی آن فکر و اندیشه و احساس توده‌ها را در اختیار گیرند و با استفاده‌ی ابزاری از دل و فکر، هرم قدرت جامعه را به نفع خود شکل دهند. رشد حیرت‌انگیز این شیوه در دنیای کنونی سبب نابودی ارزش‌ها، اخلاق و تضعیف اراده و افکار انسانی شده است به گونه‌ای که انسان امروزی در سایه‌ی این تبلیغات شیطانی هویت اصیل خویش را از دست داده و ابزار دست قدرتمندان گردیده است.

دلیل تقدّم و اهمیت تبلیغات نسبت به تسلیحات و اطلاعات، کاملاً روشن است. زیرا تسلیحات بدون اراده‌ای که آنها را به کار گیرد ارزشی ندارد و اطلاعات هم بدون اندیشه‌ای که آن را تجزیه و تحلیل کند، فاقد کاربرد سیاسی است و اراده و اندیشه و اعتقاد نیز باید به وسیله‌ی تبلیغات شکل گیرد و رشد کند و حفاظت شود.

در نقطه‌ی مقابل، طرفداران حقیقت و آزادی و عدالت گرچه از نظر جمعیت معمولاً نیرومند بوده‌اند ولی همواره از نظر تبلیغات و همچنین تسلیحات و اطلاعات ضعیف بوده و در نتیجه، شکست خورده و صحنه‌ی قدرت را ترک کرده و یا هرگز در کسب قدرت،



توفیق بدست نیاورده‌اند. این ضعف تبلیغاتی بدون تردید از نوعی روانشناسی خاص در نوع نگرش، تأثیر پذیرفته است. ریشه‌ی این روانشناسی از خوش‌بینی و صداقتی است که گاهی نیز از ساده‌اندیشی ناشی شده است. چون طرفداران حق در ضمیر خویش چیزی جز خلوص و پاکی و زیبایی را نمی‌دیده‌اند و لذا نمی‌توانسته‌اند تصور کنند که تیرگی نهفته در دل طرفداران کفر تا چه حد می‌تواند در شکار قلب‌های ساده و بی‌آلایش پیشرفت داشته باشد و آنها را به سقوط بکشاند.

نکته قابل توجه در روانشناسی طرفداران حق، عدم اعتقاد به ضرورت تسلط بر اراده‌ی توده‌هاست بلکه برعکس، آنها به آزادی، و نه اسارت اراده‌ی مردم معتقدند. به همین دلیل ضرورتاً کمتر به شناخت فنون و ترفندهای تبلیغات شیطانی روی آورده‌اند. علاوه بر آن، در تبلیغ باید همواره به یک اصل کلی توجه داشت و آن این که اساساً تبلیغ نیروهای مؤمن در جهت سازندگی و تبلیغات شیطانی در جهت تخریب انسان شکل می‌گیرد؛ بدیهی است که تخریب، آسانتر از سازندگی است. چرا که سازندگی، پر هزینه و سال‌ها طول می‌کشد تا نتیجه دهد؛ در حالی که تخریب، با هزینه‌ی کمتر و بسیار زودتر به نتیجه می‌رسد.

اگر طرفداران حق بخواهند سرنوشت خویش را خود تعیین نموده و بر ستمگران پیروز شوند و جامعه‌ای به دور از شرک و کفر و ستم پایه‌گذاری کنند و دشمنان را منفعّل، مأیوس و ناکام سازند باید:

اولاً؛ واقع بین باشند و بتوانند درک کنند که انسان یک موجود دو بعدی است که در یک طرف آن تاریکی قرار گرفته و در سوی دیگر آن روشنایی؛ و انسان‌ها در این مسیر می‌توانند تا ظلمات مطلق سقوط کنند، همان‌گونه که توانایی صعود به قله‌های مرتفع کمال را نیز دارند «... وَ نَفْسٍ وَ مَا سَوَّيْهَا فَأَلْهَمَهَا فُجُورَهَا وَ تَقْوَاهَا...» (قرآن، شمس، ۷۸). بنابراین باید بکوشند واقع‌بینانه با دنیای خود برخورد کنند تا اشتباهات گذشته تکرار نشود. ثانیاً؛ توجه داشته باشند مبارزه با کسانی که تبلیغات شیطانی آنها، اراده‌ها را به کمند ترفندهای ضد انسانی می‌کشند، گاهی در جهت آزادی اراده‌هاست. نباید افراد را به حال خود رها کرد به این تصور که مسؤولیت اعمال هر فرد به خود او بر می‌گردد، در حالی که وظیفه و وجدان بشری حکم می‌کند وقتی که فرد یا افراد انسانی در پرتگاه گمراهی قرار گرفته‌اند باید به کمکشان شتافت:

چو می‌بینی که نابینا و چاه است اگر خاموش بنشیننی گناه است  
 برای نجات انسان، راهی جز تبلیغ و ارشاد نیست. استفاده از تبلیغ نیز بدون داشتن شیوه‌های تبلیغی مناسب، به خصوص در عصر حاضر که قدرت‌های الحادی و سکولار با روش‌ها و تکنیک‌های پیشرفته و جذّاب در صدد اغوا و فریب انسان‌ها می‌کوشند، امکان‌پذیر نیست؛ می‌دانیم که تبلیغ، امری بسیار ظریف و حساس است؛ برای اطمینان از شیوه‌های تبلیغی صحیح، باید به عنصر وحی تمسک جست تا به بیراهه نرویم. مظهر و ناطق وحی هم پیامبر اعظم<sup>(ص)</sup> و ائمه معصومین<sup>(ع)</sup> هستند. بنابر این ضرورتاً باید با استفاده از سنت و سیره‌ی آنها، روش‌های تبلیغاتی صحیح را به دست آورد و به وسیله‌ی نیروهای مؤمن و متخصص در قالب‌های هنری پیاده کرد و بر اساس آن عمل نمود.  
 این مقاله می‌کوشد با مطالعه‌ی گذرا پیرامون زندگی بزرگترین شخصیت عالم انسانی، شیوه‌های آن حضرت را در زمینه‌ی تبلیغ رسالت استنتاج و معرفی کند. از این رو روش تحقیق در این نوشتار روش تحلیل تاریخی است. یعنی آنچه در گذشته وجود داشته و اتفاق افتاده، مورد توصیف و بررسی قرار می‌گیرد. چرا که اساس این روش بر جمع‌آوری مسایل تاریخی و تجزیه و تحلیل آن قرار دارد.

### تعریف مفاهیم

فرهنگ فارسی معین، واژه‌ی «شیوه» را به «راه و روش»، «قاعده»، «قانون» و «طریقه» معنا کرده و سپس آن که دارای روش و طریقه است را «شیوه‌گر» نامیده، چنان که کلمه‌ی «روش» نیز به معنی «عمل‌رفتن»، «خرامش»، «معبّر» و «راهرو» و خیابان تعریف شده است (همان). اصطلاح «شیوه» در این نوشتار نیز به معنای «راه و روش»، «قانون» و «طریقه» به کار رفته و «شیوه‌گر» هم کسی است که دارای روش و طریقه‌ی خاصی باشد و در این راه گام بردارد.

«ابلاغ» در لغت به معنی «رساندن» و «تبلیغ» از نظر لغوی «رسانندگی» است. در اصطلاح، «تبلیغ» یعنی رساندن مطلبی است به دیگران، که شامل هر گونه پیامی می‌شود (زورق، ۳۹) و مبلّغ، «رساننده‌ی» پیام‌ها و آموزه‌های ویژه تبلیغی است. پیام و آموزه‌های مبلّغ با توجه به محتوای آن، ماهیت تبلیغ را تعیین می‌کند.



تبلیغ با تعلیم، تفاوت‌هایی دارد از جمله این که اگر تبلیغ به معنی رساندن پیام به گیرنده پیام باشد؛ این می‌بَیغ است که به سراغ جامعه‌ی پیام گیرنده می‌رود و وظیفه دارد پیام خویش را به هر شکل ممکن به گوش آن جامعه برساند و از این رو، کار می‌بَیغ شباهتی تام و تمام با کار انبیاء دارد. در حالی که معلم و مدرس چنین وظیفه‌ای برای خود قائل نیستند بلکه بر عکس این فراگیر است که به سراغ استاد می‌رود و از او می‌آموزد. علاوه بر آن، اگر چه «پیام» و «دهنده‌ی پیام» و «گیرنده‌ی پیام» سه عنصر اساسی در هر ارتباطی اعم از تعلیم و تبلیغ است؛ ولی در تبلیغات عنصر اساسی دیگری به نام انگیزش اجتماعی به وسیله گسترش پیام، در بستر یک حرکت تبلیغی وجود دارد که در تعلیمات چنین عنصری کمتر یافت می‌شود (همان، ۴۰).

مراد از تبلیغ در اسلام، آشنا نمودن مردم با فطرت پاک انسانی و احکام اسلامی و معارف الهی و بشارت دادن مؤمنان به بهشت و نعمت‌های خداوند و انذار و هشدار به مخالفان است. اسلام می‌خواهد با استفاده از ابزار تبلیغ، بشریت را به گونه‌ای تربیت کند که با اراده و اختیار خویش، بتواند خود را بشناسد و به این نکته پی ببرد که: از کجا آمده است و سرانجام، به کجا خواهد رفت و وظیفه و مسؤولیتش در این مسیر چیست؟ اما تبلیغ در فرهنگ غرب، عبارت است از ایجاد تغییرات مطلوب در افکار عمومی به منظور رسیدن به اهداف مشخص. این تغییرات به هر وسیله‌ای که صورت پذیرد، یک اقدام تبلیغی به شمار می‌آید. در حالی که اسلام برای ابزار و روش تبلیغ، چارچوب و محدودیت‌هایی قایل است.

ماده‌ی «بَیغ» در قرآن کریم حدود ۷۷ مورد با صیغه‌های مختلف و به معانی رسیدن، رشد کردن، رساندن، بیان کردن، ابلاغ کردن، رسانیدن، نافذ بودن امر، حجت بالغه، حکمت بالغه، تبلیغ و رسانیدن پیغام الهی و احکام خدا، پایان و منتها، سخن مؤثر و دلنشین و .... استعمال شده است؛ چنان که مفاهیمی از قبیل «انذار»، «تبشیر» (اسراء، ۱۰۵ و ....)، «بلاغ» (احزاب، ۳۹)، «تخویف» (اسراء، ۵۹)، «هدایت» و «ارشاد» (جن، ۲)، «دعوت» (نوح، ۵)، و «امر به معروف و نهی از منکر» (توبه، ۷۱) نیز برای تبلیغ آمده است که هر یک به بُعدی از ابعاد تبلیغ اشاره دارد. بنابر این از مجموع آیات قرآن که در زمینه‌ی تبلیغ و ابلاغ و مفاهیم نزدیک به آنها آمده، می‌توان نتیجه گرفت که «تبلیغ»، یعنی همان رساندن و بیان کردن احکام و معارف الهی که جنبه‌ی بشارت و هدایت دارد تا انسان با اراده و اختیار

خویش مسیر حق را بییماید. این‌ها همان وظایفی است که در درجه اول به عهده پیامبر الهی و در مرحله بعد، به عهده‌ی جانشینان او ست. اساس تبلیغ در اسلام و عناصر تبلیغ، دو اصل ضروری است که قبل از بحث به آن می‌پردازیم.

### اساس تبلیغ در اسلام

با نگاهی به آیات قرآن کریم می‌توان دریافت که اساس تبلیغ اسلامی بر دو چیز استوار است:

۱- تبلیغ براساس آزادی. چرا که قرآن در آیات متعددی می‌فرماید: ای پیامبر تو بر مردم سیطره و حق اجبار و اکراه نداری و جز ابلاغ؛ مسؤولیت دیگری بر تو نیست. هر کس خواست پیروی کند و هر کس خواست پیروی نکند. بندگان خوب من کسانی هستند که حرف را بشنوند و بهترین آن را پیروی نمایند (زمر، ۱۷ و ۱۸). حق انتخاب و تدبیر و تعقل و بصیرت و آگاهی، یکی از امتیازات دین مبین اسلام است.

۲- تبلیغ از راه برهان. دعوت اسلام از طریق برهان و استدلال و موعظه است؛ چنان که بسیاری از آیات قرآنی بدان اشاره دارد. اما دعوت اغواگران بر اساس رشوه و باج دادن، تغییر قانون و نفوذ بر مسؤولین، تحقیر رقیب، ارباب و تهمت و شکنجه و زور، استفاده از زرق و برق مادی جهت تحکیم موقعیت خود، وعده‌های دروغ به مردم و... استوار است (قرآنی، قرآن و تبلیغ، ۲۱ و ۲۰).

### عناصر تبلیغ

برای برقراری یک نظام کامل ارتباطی، چهار عامل ضروری است که به آنها عناصر ارتباطی گویند. تبلیغ هم که یک نظام کامل ارتباطی است ناگزیر باید دارای این عناصر باشد که عبارتند از:

الف) دهنده‌ی پیام یا اطلاعات (ب) پیام

ج) گیرنده‌ی پیام (مخاطب) (د) روش ارسال پیام

**الف) دهنده‌ی پیام یا اطلاعات:** مقصود از این عنصر در نظام تبلیغ، همان مبلغ است که اسلام شرایط و صفاتی را برای آن در نظر گرفته و پیامبرگرمی اسلام به عنوان رهبر و اولین مبلغ اسلامی، این شرایط و صفات را به نحو احسن و اکمل دارا بوده است که اهم



آنها داشتن ایمان قلبی (آل عمران ۱۰۰)، اخلاق نیک (احزاب، ۲)، رشد فکری و عقلی، واقف به احکام الهی (نحل، ۱۱۶)، عامل به علم (صف، ۳)، ترس از خدا (احزاب، ۳۹)، بی‌نیازی (شعراء، ۱۰۹، ۱۲۷، ۱۴۵، ۱۶۴، ۱۸۰)، صبر و شکیبایی و تحمل رنج و مشقت (سجده، ۳۴)، محبت و گذشت (آل عمران، ۱۵۹)، متانت و نرمی (طه، ۴۴)، شرح صدر (طه، ۲۵) و انشراح،<sup>(ص)</sup> پرهیز از تکلف (ص، ۸۶)، شجاعت (نهج البلاغه، ۲۱۴، ۲)، نُصح یا خلوص سخن و خیرخواهی و بلاغ مبین از امتیازات ویژه‌ی آن حضرت محسوب می‌شود.

**ب) پیام:** عنصر پیام در نظام تبلیغاتی پیامبر خاتم<sup>(ص)</sup> قرآن کریم است که با توجه به حقانیت و غنای محتوا و نیز اعجاز آن، فطرت‌های پاک انسان‌ها را تحت تأثیر قرار داده است.

**ج) گیرنده پیام:** (مخاطب)، این که پیام گیرنده چه کسی باشد و یا در چه سن و سطح آگاهی یا طبقات جامعه قرار گرفته باشد، در روند بازتاب پذیرش یک پیام تبلیغی تأثیر به‌سزایی دارد. مخاطب پیامبر اعظم<sup>(ص)</sup> در وهله اول عرب جاهلی بوده است که گاه در مقابل دعوت حق، مثل سنگ سخت مقاومت کرده و جنگ‌ها و مزاحمت‌ها به راه انداخته است. مهم‌ترین مشکل رسول خاتم<sup>(ص)</sup> در مهار کردن این عنصر ارتباطی بوده است که توانست از طریق عنصر چهارم (روش ارسال پیام) و با ابتکارات و شیوه‌های خاص منبعث از وحی، بر آنها فایق آید.

**د) روش ارسال پیام:** شیوه‌هایی که در تبلیغات مورد استفاده قرار می‌گیرد بسیار متنوع و مختلف است، به گونه‌ای که به سادگی نمی‌توان آنها را از هم تشخیص داد. ولی می‌توان همه‌ی آنها را با توجه به جهت‌های مختلف آن به چند گروه کلی تقسیم بندی کرد:

- ۱- روش‌های تبلیغی بر حسب یادگیری که شامل روش نفی و اثبات، روش شرطی، روش طرح ناگهانی و روش استدلالی است.
- ۲- روش ابلاغ بر حسب نحوه‌ی ارائه پیام که به صورت روش‌های انفرادی، گروهی، طریقه‌ای، نتیجه‌ای و انبوهی پیام ارائه می‌شود.
- ۳- روش‌های تبلیغی بر اسای نحوه‌ی برخورد با مخاطب که به روش مستقیم مانند سخنرانی، خطابه، گفتگو، تماس حضوری و ... و غیر مستقیم که معمولاً در قالب‌های هنری به صورت قصه و داستان، خط، اجرای نمایش و ... قابل ارائه است.

پیامبرگرامی اسلام<sup>(ص)</sup> از همه‌ی اقسام و انواع روش‌های مذکور در وظیفه تبلیغی خود به نحو احسن استفاده کرد و علاوه بر آنها از شیوه‌های خاص دیگر که از تعالیم قرآنی نشأت می‌گیرد، نیز بهره گرفت. البته روش‌های تبلیغاتی دیگری نیز در جهان امروز وجود دارد که در نظام تبلیغاتی اسلام نه تنها جایگاهی ندارد، بلکه استفاده از آنها نهی شده است؛ مانند روش‌های جاذبه‌ی جنسی، پشتیبانی از دشمن، بدگویی، خالی کردن اذهان، استحاله کردن، بر چسب زدن، جوسازی، شایعات دروغین و... .

علاوه بر آنها عناصر دیگری نیز در میزان تأثیر تبلیغ دخالت دارند که شامل عنصر مکان، زمان و برنامه‌ریزی در تبلیغ است. توجه به عنصر مکان در تبلیغ بسیار اهمیت دارد؛ چرا که تبلیغ مسائل دینی و رساندن دستورات الهی به بندگان، در مکان‌های مناسب تأثیر بیشتری خواهد داشت. از این رو، پیامبر گرامی اسلام<sup>(ص)</sup> در کنار خانه‌ی کعبه پیام خدا و دعوت اسلامی خویش را به مردم می‌رساند و یا در کنار حجر اسماعیل می‌نشستند و آیات قرآن را تلاوت و تبلیغ می‌کردند. امام حسین<sup>(ع)</sup> قبل از حرکت به کربلا، چند ماه در مکه ماند تا حاجیان بیایند و در محیط مکه رسالت خود و اوضاع سیاسی یزید را برای آنها بیان کند تا هریک از آنان پیام امام را به مردم منطقه‌ی خود برسانند و پس از آن به سوی کوفه و کربلا حرکت فرمود. امام صادق<sup>(ع)</sup> به یکی از شاگردانش به نام ابان بن تغلب می‌فرماید: «اجلس فی المسجد و ائت للناس» (منتهی‌الآمال، ۱۶۶:۲) البته تبلیغ مسایل دینی گرچه در این مکان‌ها تأثیر به‌سزایی دارد ولی منحصر به این مکان‌ها نیست، بلکه مبلغ باید از هر مکانی که زمینه برای شنیدن سخنان خدا در آن وجود داشته باشد، برای رسیدن به هدف الهی خویش سود جوید.

انتخاب زمان مناسب برای تبلیغ نیز یکی از عوامل مؤثر در موفقیت مبلغ است. با دقت در آیات شریف قرآن و سیره‌ی معصومین<sup>(ع)</sup>، می‌توان به اهمیت نقش زمان، در کارها و به ویژه در برخوردهای تبلیغی پی برد:

- خداوند متعال قرآن را در بهترین شب (قدر) و در بهترین زمان یعنی ماه مبارک رمضان نازل کرد (قدر، ۱).

- سه سال پس از برانگیخته شدن رسول اکرم<sup>(ص)</sup>، آیه‌ی مبارکه‌ی «فَاصْدَعْ بِمَا تُؤْمَرُ وَ أَعْرِضْ عَنِ الْمُشْرِكِينَ» (حجر، ۹۴)، نازل شد. این حرکت نشان می‌دهد که قبل از آن، زمینه و شرایط برای اعلام دین خدا مساعد نبوده است.





- رسول خدا<sup>(ص)</sup> در زمانی که کفار قریش از تبلیغ رسالت او جلوگیری می‌کردند، از ماه‌های حرام و ایام حج برای امر تبلیغ استفاده می‌نمود.

- پیامبر عظیم‌الشان اسلام، مسأله‌ی رهبری و ولایت علی بن ابی طالب<sup>(ع)</sup> را در بهترین زمان (بازگشت تمام حجاج از حج) و بهترین مکان (محل غدیرخم که تمام جمعیت حجاج دنیای اسلام در آنجا از هم جدا می‌شدند)، برای مردم مطرح کرد (مآئده، ۷).

- حضرت ابراهیم<sup>(ع)</sup> برای اثبات وجود خدای یگانه از زمان‌های مختلفی استفاده کرد (انعام، ۸-۷۶).

- حضرت موسی<sup>(ع)</sup> برای حقانیت ادعای خویش و نشان دادن معجزه‌ی الهی به فرعونیان، روز «زینت» یعنی روز عید قبطیان را انتخاب کرد (طه، ۹).

همچنین برنامه‌ریزی در تبلیغ از عناصر اساسی است. چون هر کاری برای توفیق یافتن در رسیدن به هدف، نیازمند به برنامه‌ریزی صحیح و سالم است و امر تبلیغ، به عنوان یک نظام هدفمند از این عنصر مستثنی نیست تا بتوان با برنامه‌ریزی مناسب از منابع مادی (غیر انسانی) و معنوی (انسانی) در جهت رسیدن به هدف، به نحو مطلوب استفاده کرد.

مباحث بعد نشان خواهد داد که پیامبر عظیم‌الشان اسلام<sup>(ص)</sup> چگونه توانستند با برنامه‌ریزی مناسب و استفاده از عنصر مکان و زمان در کنار سایر ابزار و روش‌های تبلیغ، وظیفه خطیر الهی را به نحو احسن و اکمل به انجام رسانند و مدال افتخار «خاتمیت» را از پیشگاه خداوند متعال دریافت دارند.

### قلمرو و مراحل تبلیغ پیامبر اعظم<sup>(ص)</sup>

قلمرو و دایره‌ی تبلیغ بسیار گسترده و وسیع است؛ ولی با استفاده از آیات قرآن کریم، می‌توان پنج مرحله برای تبلیغ پیامبر اسلام<sup>(ص)</sup> در نظر گرفت: اولین مرحله‌ی تبلیغ، مربوط به خود رسول خداست؛ «قُمْ فَأَنْذِرْ وَ رَبِّكَ فَكَبِيرٌ وَ ثِيَابُكَ فَطَهَّرْ وَ الرَّجْزَ فَاهْجُرْ» (مدثر، ۲). در مرحله‌ی دوم، نوبت به انذار خانواده می‌رسد؛ «قُلْ لَأَزْوَاجِكُمْ وَ بَنَاتِكُمْ وَ نِسَاءَ الْمُؤْمِنِينَ» (احزاب، ۹). در مرحله‌ی سوم، انذار خویشاوندان مورد توجه قرار می‌گیرد؛ «وَ أَنْذِرْ عَشِيرَتَكَ الْأَقْرَبِينَ» (شعرا، ۱۴). در مرحله‌ی چهارم، مأموریت تبلیغی پیامبر<sup>(ص)</sup> به سوی اهل منطقه

است: «لَتُنذِرَ أُمَّ الْقُرَىٰ وَمَنْ حَوْلَهَا» (انعام، ۹۲). مرحله‌ی پنجم و در خاتمه، تمام مردم دنیا طرف تبلیغ قرار می‌گیرند: «نَذِيرًا لِلْبَشَرِ» (مدثر، ۳۶).

از این مراحل پنج گانه و آیات مربوط می‌توان این نتیجه را گرفت که مبلغ می‌باید: اولاً؛ کمالاتی در خود به وجود آورده باشد. ثانیاً؛ فرزند، همسر و بستگان خود را اصلاح کرده باشد. ثالثاً؛ به منطقه‌ی خود و تمام مردم دنیا اولویت دهد. چنان که رسول خاتم<sup>(ص)</sup> توانست با این کار به وظیفه تبلیغی خود به نحو مطلوب عمل نماید.

با در نظر گرفتن روش‌های معمول ارسال پیام که در سطور پیشین بدان اشاره شد و نیز دقت در تاریخ زندگی و رفتار نبی مکرم اسلام<sup>(ص)</sup>، می‌توان دریافت که آن حضرت در نحوه‌ی برخورد با مخاطبین در جهت ابلاغ رسالت خویش از شیوه‌های مختلف تبلیغی استفاده کرده است که به لحاظ نحوه‌ی ارائه پیام و چگونگی جذب افراد و گروه‌ها و گسترش قلمرو رسالت تبلیغی به شیوه‌های انفرادی، گروهی، منطقه‌ای و جهانی قابل دسته‌بندی است؛ روشن است که پیامبر در هر دسته از این شیوه‌ها، از رفتارها و روش‌های خاصی بهره گرفته است.

البته روش‌های تبلیغی رسول خاتم<sup>(ص)</sup> از جهات دیگر مانند شیوه‌های مبتنی بر اخلاق، هنر، رعایت اصول، تشویق و تنبیه، امنیت، آینده‌نگری و غیره نیز قابل دسته‌بندی و تجزیه و تحلیل است که این تقسیم‌بندی و توضیح آن فرصت دیگری می‌طلبد. به این نکته‌ی مهم نیز باید توجه داشت که روش تبلیغی آن حضرت به روش‌های معمول محدود نمی‌شود؛ بلکه او با بهره‌گیری از وحی و شخصیت بی‌نظیر خود توانست از ابتکارات ویژه‌ای در انجام وظایف تبلیغی استفاده کند. اینک شیوه‌های چهارگانه مذکور، مورد بررسی قرار می‌گیرد.

### ۱- شیوه‌های انفرادی تبلیغ

۱-۱- شروع تبلیغ به صورت یک کار کوچک: خردمندان و رهبران اجتماعی که همواره در راه تعقیب هدف‌های خود گام برمی‌دارند، در آغاز با یک برنامه‌ی صحیح و وسیعی وارد کار می‌شوند، برنامه‌ای که در آن تمام خصوصیات و مقدمات لازم پیش‌بینی شده است. ولی آنان هیچ‌گاه بر این باور نیستند که هدف خود را یک جا و یک دفعه جامه‌ی عمل ببوشانند. جالب‌تر آن که کارهای خود را در مقیاس کوچک آغاز کرده و

هرگاه موفقیتی حاصل گردید، بلافاصله در گسترش آن می‌کوشند و به موازات موفقیت، دایره فعالیت را توسعه داده و در تکامل آن گام بر می‌دارند.

پیامبر بزرگ اسلام<sup>(ص)</sup> نیز از این اصل مسلم استفاده کرده و سه سال تمام بدون شتابزدگی دعوت خود را در یک اجتماع کوچک و به صورت فرد به فرد و به شکلی آغاز می‌کند که بیشتر می‌توان آن را سرّی خواند تا علنی. به همین جهت، دعوت وی در آغاز به راحتی پیش رفت و هیچ‌گونه دشمنی و مخالفتی در افراد دیگر در پی نداشت. چرا که او می‌خواست رسالت خود را به گونه‌ای مطرح نماید که در آغاز، آزادی حرکت و فعالیت داشته باشد و پایه‌ها را در شرایطی عادی استوار گرداند و در حقیقت زمینه را برای مأموریت گسترده‌ی خویش آماده کند.

**۲-۱- فرد سازی در تبلیغ:** پیامبر<sup>(ص)</sup> در سه سال دعوت سرّی خود به جای توجه به عموم مردم که هدف اصلی دولت جهانی او بود، به «فرد سازی» عنایت نمود. در تماس‌های خصوصی به هر کسی را که از نظر فکر و اندیشه و استعداد، شایسته و آماده می‌دید، آیین خود را عرضه می‌داشت. تاریخ نام این شخصیت‌ها را که در این مقطع حساس از رسالت به آیین او گرویده‌اند، یادآور شده است که از جمله آنها: حضرت خدیجه<sup>(س)</sup>، حضرت علی<sup>(ع)</sup>، زید بن حارثه، زبیر بن عوام، عبدالرحمن بن عوف، سعد بن ابی وقاص، طلحه بن عبیدالله، ابو عبیده جراح، ابو سلمه، ارقم بن ابی الارقم، قدامه بن مظعون، عبدالله بن مظعون، عبیده بن الحارث، سعید بن زید، خباب بن ارت و ... (سیره ابن هشام، ۱، ۲۶۲-۲۴۵) را می‌توان نام برد که هسته اولیه یاران او را تشکیل دادند.

**۳-۱- جذب سران معروف قبائل:** بر اساس فرهنگ پذیرفته شده‌ی عصر جاهلیت قبل از اسلام، عموم مردم تابع رؤسا و سردمداران معروف قبیله‌ی خود بودند و ناگزیر از تصمیمات آنها تبعیت می‌کردند. گاهی اوقات نبی مکرم اسلام<sup>(ص)</sup> برای جلب توجه عموم مردم قبیله، از این سنت پذیرفته شده‌ی اجتماعی بهره می‌گرفت و با مسلمان کردن یکی از سران معروف آنها، سایرین را یا مسلمان می‌کرد یا لااقل مغلوب می‌نمود. به تسلیم و اداری کردن و ایمان آوردن عبدالله بن سلام از سران معروف یهودیان در راستای این روش تبلیغی صورت گرفته است.

**۴-۱- امتیاز دادن به سلحشوران:** مالک بن عوف جوان سلحشور و انسانی سرسخت از قبیله‌ی «نصر» و آتش افروز نبرد «حنین» بود که به طائف پناه برده و با



قبیله‌ی «ثقیف» همکاری می‌کرد. رسول خدا<sup>(ص)</sup> به او پیام فرستاد که اگر اسلام بیاورد و به ما بپیوندد کسان او را آزاد و یک صد شتر نیز به او می‌بخشم. او که وضع ثقیف را متزلزل می‌دید و از قدرت روز افزون اسلام نیز آگاه بود هر چه سریع‌تر به خدمت پیامبر<sup>(ص)</sup> رسید و اسلام آورد. پیامبر نیز به وعده‌ی خود وفا کرد و سپس وی را سر پرست مسلمانان قبیله‌های «نصر»، «ثماله» و «سلمه» قرار داد. او که خود را شرمنده‌ی الطاف پیامبر می‌دید، اشعاری در ساحت بی‌نظیر و بلند نظری آن حضرت سرود که آغاز آن چنین است: «من هرگز در میان تمام مردم جهان، مانند محمد را نه دیده‌ام و نه شنیده‌ام» (سبحانی، ۲، ۳۶۷).

**۵-۱- رعایت حقوق افراد حتی در جنگ:** منادی عدالت باید در همه‌ی زمینه‌ها حقوق فردی را رعایت کند و اساساً رسالت اسلام، رعایت حقوق افراد است. در جنگ بدر که عده‌ی زیادی از قریش علیه مسلمانان شرکت کرده بودند پیامبر رحمت دستور مؤکد داد که از ریختن خون دو دسته از افراد جلوگیری به عمل آید: دسته‌ای که در مکه به مسلمانان نیکی کرده و آنها را حمایت نموده بودند مانند ابی‌البختری که در شکستن محاصره اقتصادی کمک به سزایی به مسلمانان کرده بود و دسته‌ی دیگر کسانی که به اجبار از مکه بیرون آمده بودند و از صمیم قلب خواهان اسلام و پیامبر<sup>(ص)</sup> بودند، مانند اکثر بنی‌هاشم و از جمله عباس عموی پیامبر (همان، ۱، ۵۱۰). چرا که پایه‌های اسلام باید بر اساس رعایت حدود الهی مستحکم شود و حتی در زمان جنگ با دشمن نیز نباید هدف را فدای احساسات و انتقام‌گیری‌ها و ... نمود.

**۶-۱- جرأت دادن به اظهارنظر جوانان مصر به گناه:** جوانی، توأم با غرور و عصیان و خام فکری است و با مخالفت و عصیان در برابر پدر، مادر، معلم و مبلغ و رهبران مذهبی می‌خواهد شخصیت خود را ظاهر و آشکار سازد. مبلغ دانا باید بداند که جوان در این دوران یک حالت استثنایی دارد و باید با روشی عاقلانه همراه با احترام به شخصیت و غرور جوان، آنها را تبلیغ و ارشاد کرد. از این رو وقتی جوانی از خدمت پیامبر مصطفی<sup>(ص)</sup> اجازه انجام عمل زشت زنا را خواست، علی‌رغم اعتراض شدید اصحاب از این بی‌ادبی و جسارت جوان، پیغمبر خاتم<sup>(ص)</sup> با خونسردی و ملایمت وی را طلبید و در کنار خود نشاند و آهسته از او پرسید که آیا حاضری دیگران همین رفتار را با نزدیکان تو انجام دهند؟ جوان عرضه داشت: نه فدایت شوم. آن حضرت نیز فرمودند دیگران نیز از انجام این عمل با



ناموشان راضی نیستند و ناراحت می‌شوند (بی‌آزار شیرازی، ۶۰-۵۸). این روش حکیمانه که با لطف و مهربانی و خونسردی پیامبر<sup>(ص)</sup> همراه بود، جوان را متحوّل ساخت به گونه ای که از آن پس، زنده ترین کار نزد آن جوان، عمل شنیع زنا بود.

**۷-۱- تألیف قلوب سران کفر که مسلمان می‌شدند:** تسخیر قلب‌های سخت کفار یکی از راههای رسیدن به هدف است که در فقه اسلامی به «مؤلفه القلوب» معروف است که به نصّ صریح قرآن (توبه، ۶۰)، یکی از موارد مصرف زکات محسوب می‌شود. بر اساس همین اصل، پیامبراعظم<sup>(ص)</sup> بعد از غزوه‌ی حنین ضمن تقسیم همه غنایم بین مسلمانان، خمس آن را که مخصوص خود او بود، میان سران قریش که تازه اسلام آورده بودند، قسمت نمود و به ابوسفیان و پسر او معاویه، حکیم بن حزام، حارث بن حارث، حارث بن هشام، سهیل بن عمرو، حویطب بن عبدالعزی و علاء بن جاریه که همگی از سران شرک و کفر و از دشمنان سرسخت او بودند و تازگی مسلمان شده بودند، صد شتر داد. همچنین به گروهی که موقعیت آنها نسبت به این‌ها کمتر بود پنجاه شتر داد (ابن هشام، ۳، ۴۹۳). آنان از این طریق، تحت تأثیر عواطف و محبت‌های پیامبر قرار گرفته و جذب اسلام شدند.

**۸-۱ - نشان دادن مکارم اخلاقی و اظهار تواضع:** گاهی مبلغ باید نحوه زندگی شخصی خود را به گونه‌ای به مردم نشان دهد تا حقیقت برای آنها آشکار شود و بدانند که مبلغ به آنچه می‌گوید و برای آن دیگران را دعوت می‌کند، ملتزم است و خود بیش از دیگران به آن عمل می‌کند. او همچنین می‌بایست در برابر مردم متواضع باشد تا مانند پادشاهان ستمگر و ظالم، متمایز از دیگران جلوه نکند.

وقتی عدی بن حاتم در مسجد مدینه خدمت پیامبر<sup>(ص)</sup> رسید، آن حضرت از جای برخاست، دست وی را گرفت و به خانه‌ی خود برد. زندگی ساده‌ی پیامبر<sup>(ص)</sup> توجه عدی را جلب کرد. تُشکی از لیف خرما را که در منزل داشت، در اختیار وی گذاشت تا روی آن بنشیند و خود به روی حصیر یا زمین نشست. عدی از فروتنی آن حضرت غرق در حیرت شد و از اخلاق پسندیده و ملکات فاضله و احترام فوق‌العاده که او نسبت به تمام افراد بشر قائل است، دریافت که وی فرد عادی و فرمانروایی معمولی نیست؛ از این رو، عدی بعدها در ردیف مسلمانان مبارز و مجاهد درآمد (سبحانی، ۲، ۳۸۲).

**۹-۱- شیفته کردن دل‌های آماده و بهره برداری از آن:** در تبلیغ باید به سراغ دل‌های آماده رفت؛ چرا که آنها در برابر حق سرسختی نشان نمی‌دهند و به سهولت آن را می‌پذیرند. رسول خدا<sup>(ص)</sup> در جریان بازگشت از سفر تبلیغی به طائف که با اذیت و آزار آنها روبرو شده بود، خود را به باغی در خارج از طائف که متعلق به «عتبه» و «شیبه»، دو نفر از ثروتمندان قریش، بود رسانید و در سایه شاخه‌های انگور نشست تا مقداری استراحت کرده و به راز و نیاز پروردگارش بپردازد. این دو نفر در عین این که از شکست رسول خدا<sup>(ص)</sup> در این جریان خوشحال بودند ولی به ملاحظه‌ی قرابت و حس خویشاوندی، به غلام خود «عداس» دستور دادند تا طبقی از انگور برای پیامبر ببرد و سریع برگردد. عداس انگورها را جلوی پیامبر گذاشت که برگردد ولی پیامبر اکرم<sup>(ص)</sup> فرصت را مناسب دید و هنگامی که دست دراز کرد تا دانه‌ی انگوری را تناول کند، با ذکر «بسم الله» این کار را شروع کرد. عداس که تا آن زمان چنین کلمه‌ای به گوش او نخورده بود، شیفته شد و پس از مقداری گفتگو با آن حضرت و درک حقایق او، به دست و پای پیامبر افتاد و بوسه زد و مسلمان شد (ابن هشام، ۱، ۴۲۱-۴۱۹).

**۱۰-۱- شیوه ایجاد شوق و انتظار:** شخصی با اصرار بسیار از پیامبر گرامی اسلام<sup>(ص)</sup> یک جمله به عنوان اندرز خواست. رسول اکرم<sup>(ص)</sup> بعد از این که سه بار از او اعتراف گرفت که اگر اندرز را برایش بگوید، آن را به کار خواهد بست و جواب مثبت شنید، او را متوجه مطلبی کرده و فرمود: «هرگاه تصمیم به کاری گرفتی، اول در نتیجه و عاقبت آن کار فکر کن و ببندیش؛ اگر دیدی نتیجه و عاقبتش صحیح است، آن را دنبال کن و اگر عاقبتش گمراهی و تباهی است، از تصمیم خود صرف نظر کن» (مطهری، ۲، ۲۳۶). از این منظر، اول باید در فرد شوق ایجاد کرد و آن را منتظر گذاشت و بعد از آن، مطلب را به او گفت تا در ذهنش جای گیرد. معلوم است چنین پندی تا مدت‌ها در دل او اثر خواهد گذاشت؛ ولی اگر مطلب مهمی، بدون قید و شرط بیان شود، اثر نخواهد کرد. مولوی می‌گوید:

آب کم جو تشنگی‌آور بدست      تا بجوشد آبت از بالا و پست

قرآن کریم از این روش در بسیاری از موارد استفاده کرده است؛ از جمله این که در سوره‌ی تکویر، بعد از دوازده شرط، جواب شرط را بیان می‌کند. از این گونه موارد پیداست که این روش یکی از بهترین روش‌ها در تعلیم و تربیت و تبلیغ است.



**۱۱-۱- شیوه اعتراف گرفتن و تحقیر متکبران:** مبلّغ باید از تکذیب کنندگان در مورد نعمت‌ها، امتیازها و واقعیات غیر قابل انکار خدادادی، اعتراف بگیرد و سپس آنها را به اطاعت از صاحب این نعمت‌ها فرا خواند؛ چنان که خداوند از پیامبرش می‌خواهد که بدین صورت عمل کند:

(ای رسول ما) به مشرکان بگو: چه کسی از آسمان و زمین به شما روزی می‌دهد؟ و چه کسی مالک (و خالق) گوش و چشم‌هاست و چه کسی زنده را از مرده و مرده را از زنده خارج می‌سازد و چه کسی امور (جهان) را اداره می‌کند؟ به زودی (اعتراف می‌کنند) و می‌گویند خدا. پس بگو چرا تقوا پیشه نمی‌کنید (و از خدا نمی‌ترسید) (یونس، ۳۱).

و چنانچه به این امور غیر قابل انکار، اعتراف نکنند و با کبر و غرور در مقابل حکم خدا گردنکشی کنند، باید آنها را تحقیر نمود تا به بی‌مقداری خود پی ببرند و بفهمند که توان ایستادگی در مقابل رسولان الهی را ندارند «بِرَاءةٍ مِنَ اللَّهِ وَ رَسُولِهِ إِلَى الَّذِينَ عَاهَدْتُمْ مِنَ الْمُشْرِكِينَ» (توبه، ۱) و «أُولَئِكَ كَالْأَنْعَامِ بَلْ هُمْ أَضَلُّ أُولَئِكَ هُمُ الْغَافِلُونَ» (اعراف، ۱۷۹).

**۱۲-۱- شیوه‌ی بیدار کردن وجدان:** چون انسان به طور فطری و طبیعی مسایلی را بدون تلقین و تبلیغ در خود می‌یابد، مبلّغ باید از این وجدان و یافته‌های درونی و باورهای طبیعی مردم استفاده کند. بسیاری از آیات قرآن ما را به استفاده از این روش تبلیغی رهنمون می‌سازد. تمام آیات ذکر و تذکر، دلیل بر این مدعاست. پیامبر اعظم (ص) نیز در برخورد با آن جوانی که از پیامبر درخواست مشروعیت بخشیدن به زنا را داشت، از این روش برای بیدار کردن وجدان و باورهای طبیعی او استفاده کرد.

## ۲- شیوه‌های گروهی تبلیغ

**۱-۲- دعوت از خویشاوندان:** هر چند رسول خدا (ص) دارای بیانی رسا و گفتاری گیرا و جذاب بود تا آنجا که قرآن و کتاب او از حد کلام عادی گذشته و به صورت اعجاز در آمده بود، ولی روزی که از جانب خداوند مأمور شد تا گامی فراتر بگذارد و عموم جهانیان را به آیین خود بخواند، فاقد نیروی دفاعی مناسب بود که در مواقع حساس بتواند در برابر تهاجم مخالفان خط دفاعی تشکیل دهد. مسلم بود که جذب تعداد اندکی در دوران سه سال دعوت سَرّی (قریب به چهل نفر مسلمان) نیز نمی‌توانست این نقیصه را جبران کند.

چرا که این گروه کم، توانایی دفاع از خود را نداشتند تا چه رسد که در مواقع حساس از شخصیت آن حضرت دفاع کنند.

پیامبر اسلام<sup>(ص)</sup> برای به دست آوردن یک ثقل مرکزی، به طرز جالبی خویشاوندان خود را پیش از دعوت عمومی، به آیین خود فرا خواند و این امر را با نزول آیه‌ی انذار (شعراء، ۲۱۴) عملی نمود و بدین وسیله حضرت توانست این نقص را برطرف کرده و پایگاه محکمی در برابر هر گونه مخاطرات احتمالی تشکیل دهد. کمترین فایده‌ی این دعوت، استفاده از احساسات و تعصبات خویشاوندی و قومی در برابر تهاجمات بود. این دعوت همچنین در گروه زیادی از آنها مؤثر واقع شد و مواردی از اصلاحات داخلی را نیز همراه داشت.

**۲-۲- ایجاد اخوت بین مسلمانان:** یکی از مهمترین علل از هم پاشیدگی قبایل و ملت‌ها، ایجاد اختلاف و نفاق بین افراد قبیله است و این امر در ابتدای ورود پیامبر<sup>(ص)</sup> به مدینه، یکی از مشکلات اساسی بر سر راه تبلیغ اسلام به شمار می‌رفت. زیرا مهاجرین و انصار از آنجا که پرورش یافته‌ی دو محیط مختلف بودند، در طرز تفکر و معاشرت با هم، فاصله‌ی زیادی داشتند. وانگهی انصار متشکل از اوس و خزرج نیز دشمنی دیرینه یکصد و بیست ساله با هم داشتند و لذا با این خطرات و اختلافات، ادامه حیات دینی و سیاسی امکان‌پذیر نبود. ولی پیامبر اکرم<sup>(ص)</sup> با طرح ایجاد اخوت و برادری بین مسلمانان، این مشکل را به نحو خردمندانه‌ای حل کرد تا بتواند در فعالیت‌های تبلیغی خود موفق شود. از این‌رو، در یک انجمن عمومی به هواداران خود فرمود: «دو به دو، با یکدیگر برادر دینی شوید» (ابن هشام، ۲، ۵۰۱) و از این طریق سیصد نفر از مهاجرین و انصار را با یکدیگر برادر نمود و بدین وسیله وحدت واقعی را بین همه‌ی آنها به وجود آورد.

**۲-۳- مناظره و استماع سخنان مخالفین:** اساس کار همه‌ی پیامبران و رهبران الهی در برخورد با مخالفان، مناظره و بحث آزاد و منطقی بوده است. رسول خدا<sup>(ص)</sup> به طرف مقابل خود، مجال فکر و اندیشه می‌داد، محیط صفا و خلوص و صمیمیت ایجاد می‌کرد، سخنان آنان را با دقت و حوصله تا پایان گوش می‌داد که آنها سفره‌ی دل خویش را بگشایند و در عین حال در بیان نیت درونی خویش احساس امنیت و آرامش کنند و باور پیدا کنند که مبلغ اسلام، می‌خواهد آنها را آزاد بگذارد و هیچ‌گونه اکراه و تحمیلی در کار نیست. البته این چنین کسانی برای پذیرش حق آماده می‌شوند و اگر عناد و لجajتی



نداشته باشند حلاوت و لذت سخن حق را لمس کرده و در نتیجه نمی‌توانند نپذیرند. مناظره و گفتگوی پیامبر اکرم<sup>(ص)</sup> با مشرکین مکه در سال‌های اول بعثت و نیز با نمایندگان مسیحیان نجران در سال دهم هجرت که منجر به جریان مباحله شد (سبحانی، ۲، ۴۳۳-۴۳۵) از نمونه‌های این روش تبلیغی است.

**۴-۲- شرکت در پیمان‌های دفاع از حقوق مظلوم:** کسی که ویژگی مهم آئینش، دفاع از مظلوم و مبارزه با ظلم است باید جهت‌گیری‌های رفتاری و زندگی‌اش نیز در این راستا باشد و پیامبر<sup>(ص)</sup> این گونه بود. شرکت آن حضرت در پیمان «حلف الفضول» حدود بیست سال پیش از بعثت که حیات مظلومان را بیمه می‌کرد گامی در اجرای این شیوهی تبلیغی است. خود درباره‌ی عظمت این پیمان فرمود: «در خانه‌ی عبدالله بن جدعان شاهد پیمانی شدم که اگر حالاً نیز (پس از بعثت) مرا به آن پیمان بخواهند، اجابت می‌کنم و حاضر نیستم این پیمان را با شتران سرخ مو عوض کنم» (همان، ۱، ۱۸۵-۱۸۳).

**۵-۲- استفاده از فرصت‌های استثنایی:** رسول خدا<sup>(ص)</sup> سعی می‌کرد در هر فرصتی و از هر جمعیت و گروهی در جهت ابلاغ رسالت خود استفاده کند. بهره‌گیری از فرصت‌های طلایی ماه‌های حرام که جنگ، حرام و او از تعرض بت‌پرستان مطمئن بود، در قالب این شیوه بود. حضرت در آن ایام با گروه‌های مختلف ملاقات می‌کرد و اهداف رسالتش را بیان می‌نمود. او برای این کار حتی منازل و مساکن قبائل را جستجو می‌کرد و به سراغ آنها می‌رفت.

**۶-۲- خطابه و سخنرانی:** یکی از شیوه‌های تبلیغی پیامبر، روش خطابه و سخنرانی است. او در هر موقعیتی با سخنرانی‌های گیرا و آتشین خود ضمن دعوت مردم به یکتاپرستی و مبارزه با دشمنان در جهت تقویت روحیه یاران و پیروان خویش نیز اقدام می‌کرد. از آن جمله است سخنرانی آن حضرت در مسجد الحرام بعد از فتح مکه که طی آن به افتخار نَسَب، فضیلت عربیت، برابری همه‌ی انسان‌ها، جنگ‌های صد ساله و کینه‌های دیرینه و اخوت اسلامی اشاره کرده و ضمن مردود شمردن اصول موهوم بین اعراب، اصول اسلامی و انسانی را تقویت و تشریح و همه مردم را به رعایت آنها دعوت نمود (همان، ۲، ۳۴۳-۳۴۰).

**۷-۲- تعاون و همکاری در کارها:** مبلّغ باید خود مانند دیگران عملاً وارد کار شده و با این عمل روحیه تعاون و همکاری را در بین دیگران گسترش دهد. آن شخصیت بی



بدیل و الهی، خود عملاً در کارها وارد می‌شد و موجبات تشویق و تهییج دیگران را نیز فراهم می‌ساخت. آن حضرت با مشارکت در تهیه و انتقال وسایل ساختمانی برای ساختن مسجد مدینه، نشان می‌داد که تقویت اسلام محدود به حضور در سطح و رتبه‌ی خاصی نیست (همان، ۱، ۴۳۵). پذیرفتن مسؤلیت جمع آوری هیزم از صحرا جهت طبخ غذا در جریان یکی از مسافرت‌های حضرت با اصحاب و یاران (داستان راستان، ۱، ۳۵۱-۳۴) از نمونه‌های واقعی و عملی این روش تبلیغی است.

**۸-۲- رعایت اصل مشاوره در امور:** پیامبر<sup>(ص)</sup> از جانب خدا مأمور است که در مسایل اجتماعی و حکومتی و در راستای اهداف عالی رسالت خود با مسلمانان مشورت کند و آنها را در تصمیمات خود دخالت دهد تا از طریق این عمل، سرمشق بزرگی به پیروان خود داده و روح دموکراسی و حق‌طلبی و واقع‌بینی را در یاران خود پدید آورد. مشورت با اصحاب در مورد برخورد یا عدم برخورد با دشمن پیش از شروع جنگ بدر، تشکیل شورای نظامی قبل از آغاز نبرد احد و نظرخواهی از افسران و دوراندیشان در مورد شکل دفاع، پذیرش پیشنهاد اصلاحی «حباب بن منذر» از دلاوران کارآموده‌ی اسلام در مورد چگونگی استقرار نیروهای اسلام در جریان جنگ خیبر و غیر آن، در این راستا قابل تفسیر است.

روش آن حضرت در این زمینه به قدری آموزنده و مؤثر بود که خلفاء اسلام پس از رحلت پیامبر<sup>(ص)</sup> از شیوه‌ی او پیروی می‌کردند و از افکار بلند امیرمؤمنان علی<sup>(ع)</sup> در جهت حل مشکلات جامعه اسلامی، استقبال کامل به عمل می‌آوردند.

**۹-۲- اهمیت دادن به نظم و انضباط:** در جنگ بدر هنگامی که حملات دسته جمعی قریش شروع شد پیامبر<sup>(ص)</sup> از مقرر فرماندهی دستور داد که از حمله خودداری نموده و با تیراندازی از پیشروی دشمن جلوگیری کنند. سپس از برج فرماندهی پایین آمد و با چوب‌دستی صفوف سربازان خود را منظم کرد. در این لحظه «سواد بن عزیزه» از صف جلوتر ایستاده بود. پیامبر اکرم<sup>(ص)</sup> با چوب‌تعلیمی خود به شکم او اشاره کرده و فرمود: «از صف سربازان جلوتر نایست» (ابن هشام، ۲، ۶۳۶). بعد از این جریان به مقرر فرماندهی برگشت و بعد از دعا و ثناء برای لشکر اسلام از درگاه خداوند و تحریک و تحریص مسلمانان، دستور حمله عمومی داد (همان). صدور فرمان حمله عمومی بعد از دعا و منظم کردن سپاهیان، اهمیت دادن آن حضرت به نظم و انضباط در جنگ را می‌رساند؛ چنان که



از تاریخ بر می‌آید در سایر برنامه‌های فردی، اجتماعی، حکومتی و ... نیز به نظم و انضباط اهتمام ویژه داشتند و این می‌رساند که شرط موفقیت مبلغ در کارش، داشتن نظم در زندگی و برنامه‌هاست.

**۱۰-۲- به کارگیری تحدی در تبلیغ:** کسی که منطقی قوی داشته و پشتیبان حق است از تهدیدها و شایعات نمی‌ترسد و تا پای جان خود را آماده می‌کند. هیأتی به نمایندگی از مسیحیان نجران در سال دهم هجرت به مدینه آمده و با پیامبر (ص) وارد مذاکره شدند؛ آنان زیر بار استدلال‌های منطقی آن حضرت نرفتند و به گمان این که رسول خدا (ص) عقب‌نشینی کرده و جواب رد به آنها می‌دهد، خواستار آن شدند که در وقت معینی با یکدیگر مباحله کنند. اما پیامبر خاتم (ص) با کمال شجاعت آن را پذیرفت و به اتفاق نزدیکترین افراد خود در زمان معین آماده مباحله شد (آل عمران، ۶۱). این امر موجب عقب‌نشینی طرف مقابل و منجر به تنظیم صلح‌نامه‌ای بین طرفین شد تا آنها هر ساله مبلغی به عنوان جزیه به حکومت اسلامی بپردازند (بخار، ۲۱، ۳۲۸).

**۱۱-۲- بهره‌گیری از شخصیت‌های با نفوذ در تبلیغ:** با شکایت مرد انصاری از یکی از همسایگان که به او آزار می‌رساند، رسول خدا (ص) چهار نفر از شخصیت‌های مهم چون علی، سلمان، ابوذر و مقداد را مأمور کرد تا با صدای بلند در مسجد به عموم ابلاغ کنند که «هر کس همسایگانش از آزار او در امان نباشند، ایمان ندارد» و این اعلام در سه نوبت تکرار شد و آنگاه حضرت با دست خود به چهار طرف اشاره کرده و فرمود: «از هر طرف تا چهل خانه همسایه محسوب می‌شوند» (اصول کافی، ۴، باب حق الجوار). این جریان می‌رساند که مطلب مهم تبلیغی اولاً باید بوسیله افراد مهم و شخصیت‌های با نفوذ بیان شود، ثانیاً باید در مکان‌های عمومی مهمی مثل مسجد و برای همه مردم گفته شود و ثالثاً باید چندین بار تکرار شود تا همه بفهمند و بهانه‌ای در این زمینه نداشته باشند.

**۱۲-۲- داشتن تشکیلات و برنامه:** تبلیغ گروهی بدون تشکیلات و برنامه‌ریزی امکان‌پذیر نیست، امری که قرآن کریم نیز بر آن تأکید دارد (آل عمران، ۱۰۴). از این رو در حرکت تبلیغی گروه مهاجر به حبشه، جعفر طیار از جانب پیامبر (ص) به عنوان رئیس و سخنگو انتخاب می‌شود، پس از هجرت، عباس عموی پیامبر اکرم (ص) در مکه می‌ماند تا ایشان را از آخرین اخبار مطلع سازد و علی (ع) نیز در مکه به تعهدات پیامبر عمل نماید و مصعب نیز قبل از آن حضرت به مدینه فرستاده می‌شود تا زمینه را آماده کند.

### ۳- شیوه‌های منطقه‌ای و عمومی تبلیغ

۳-۱- **دعوت آشکار و عمومی:** این شیوه با نزول آیه شریفه‌ی «فَاصْدَعْ بِمَا تُؤْمَرُ وَأَعْرِضْ عَنِ الْمُشْرِكِينَ» (ای رسول خدا پس آشکار کن آنچه را بدان مأمور گشته‌ای و از مشرکان روی گردان) (حجر، ۹۴) آغاز شد. اما پیامبر<sup>(ص)</sup> هنگامی به انجام این روش مأمور شد که سه سال از بعثت می‌گذشت و آن حضرت در دعوت خصوصی و پنهانی زمینه را برای این کار آماده کرده بود. یعنی دعوت آشکار و عمومی تبلیغی هنگامی مفید است که قبلاً زمینه کار فراهم شده باشد در غیر این صورت مبلغ در اهداف خود موفق نخواهد بود.

۳-۲- **ایجاد پیمان‌های عدم تعرض:** پیامبر عظیم‌الشأن اسلام برای این که در منطقه، امنیت لازم را برای اهداف تبلیغی خود تأمین کند و بتواند هدف‌های خود را از مرز مدینه بیرون بکشد، پیمانهای دفاعی و عدم تعرض را با قبائل و گروه‌های مختلف چه در داخل شهر مدینه با یهودیان بنی قریظه، بنی نضیر و بنی قین قاع (بحار، ۱۹، ۱۱-۱۱۰) و چه در خارج از شهر و حوالی و مناطق به امضاء رسانید. حتی در واقعه‌ی صلح حدیبیه نیز با مشرکین قریش پیمان عدم تعرض ده ساله برقرار نمود که ثمرات فراوانی داشته است. چون مبلغی که هدف جهانی دارد نخست باید از لحاظ تأمین منطقه‌ای، اطمینان کامل داشته باشد.

۳-۳- **دعوت صلح جویانه:** اساس دعوت پیامبر اکرم<sup>(ص)</sup> به آیین مبین اسلام بر پایه صلح و صفا بود. از این‌رو پس از هجرت به مدینه، پرچمدار اصلاح قبایل مختلف شهر «یثرب» و دعوت آنها به اتحاد و ائتلاف شد تا جایی که بدون توجه به دین و مذهب، پیمانی بین مردم یثرب اعم از یهودی و مسلمانان، مهاجر و انصار منعقد کرد. همچنان که پیمانهای منطقه‌ای فوق‌الذکر نیز با نگاه صلح‌جویانه قابل تفسیر است. البته اگر مخالفین پیمان‌شکنی کرده و به زور متوسل می‌شدند آن حضرت نیز با توسل به زور در مقابل آنها می‌ایستاد. بنابر این، اصل در تبلیغات اسلامی باید به شیوه صلح‌جویانه باشد. چرا که این اسلام دین رحمت و مغفرت است و لذا رسول خدا<sup>(ص)</sup> به این اصل اهتمام ویژه داشت.

۳-۴- **بهره‌گیری از اجتماعات منطقه‌ای:** چنان که پیش‌تر اشاره شد عنصر زمان و مکان اهمیت بسزایی در تأثیر و عمق بخشیدن به مفاهیم تبلیغی دارد و قطب عالم امکان با توجه به این دو عنصر از اجتماعات منطقه‌ای نیز بهره لازم را می‌برد.



موسم حج یکی از زمان‌هایی بود که اعراب در نقاط مختلفی مانند «عکاظ»، «مجنّه» و «ذی المجاز» اجتماع داشته و با استفاده از فرصت ماه‌های حرام به کار و تجارت نیز مشغول بودند. شاعران شیرین زبان و خطیبان سخن‌ساز هر کدام گاهی در کنار خانه کعبه و گاهی در نقطه‌ی بلندی اجتماع تشکیل می‌دادند و گروه انبوهی را با خواندن اشعار و القاء خطابه بر محور حماسه‌سرایی، خودستایی و عشق‌بازی مشغول می‌نمودند. پیامبر اکرم (ص) نیز با استفاده از این فرصت در کنار خانه کعبه یا در نقطه‌ی بلندی قرار می‌گرفت و این اجتماعات را مورد خطاب قرار می‌داد و می‌فرمود: «به وحدانیت خدا اعتراف کنید تا رستگار شوید. با نیروی ایمان می‌توانید زمام قدرت جهان را به دست گیرید و تمام مردم را زیر فرمان در آورید و در آخرت در بهشت برین جای‌گزینید...» (ابن هشام، ۲، ۴۲۲). دعوت تبلیغی در این اجتماعات در واقع به مناطق مختلف نیز سرایت می‌کرد و گامی در جهت تبلیغ منطقه‌ای و عمومی بود.

**۵-۳- مهاجرت منطقه‌ای:** در صورت مساعد نبودن محیط برای تبلیغ باید به محیطی مناسب‌تر مهاجرت کرد. براین اساس، در سال دهم بعثت که پیامبر (ص) دو حامی بزرگ و فداکار خود (ابوطالب و خدیجه) را از دست داد، محیط سراسر کینه و عداوت مکه علاوه بر آن که جان او را تهدید می‌کرد همه گونه امکانات تبلیغی را نیز از وی سلب کرده بود. لذا تصمیم گرفت محیطی دیگر را برای مرکز اسلام در نظر بگیرد. پیامبر اعظم نخست به طائف رفت، ولی به علت عدم پذیرش آنها (همان، ۱، ۴۲۱-۴۱۹) در سال‌های بعد موفق شد ضمن ملاقات با سران یثرب، نظر آنها را برای این کار جلب و سرانجام به همراه مسلمانان مکه به آن شهر مهاجرت کرده و بنای حکومت اسلامی را پایه‌ریزی کنند.

**۶-۳- اعزام گروه‌های تبلیغی به مناطق:** پیامبر گرامی اسلام ضمن این که با اعزام دسته‌های نظامی، نقشه‌های توطئه‌چینان را نقش بر آب می‌کرد، همچنین با اعزام گروه‌های تبلیغی به میان قبایل و مراکز جمعیت، قلوب قبایل بی‌طرف منطقه را به سوی معارف اسلامی جلب می‌نمود. مبلغان ورزیده که حافظان قرآن و احکام و سخنان پیامبر بودند، به قیمت جان خود عقاید اسلامی را با روشن‌ترین بیان و واضح‌ترین اسلوب به گوش مردم دوردست می‌رساندند. داستان ذات‌الرجیع یکی از این نمونه‌هاست که در این مأموریت همگی به شربت شهادت رسیدند (سبحانی، ۲، ۸۲). پیامبر اکرم (ص) با اعزام دسته‌های

نظامی و گروه‌های تبلیغی، به دو وظیفه‌ی سنگین مقام شامخ نبوت و رسالت قیام می‌نمود.

**۷-۳- دلجویی از مصیبت زدگان:** اگر در جریان تبلیغ به فردی یا گروهی بی‌سبب خسارت و ضرری وارد گردید، باید سریعاً دل آنها را بدست آورد و جبران نمود؛ در غیر این صورت افراد به اسلام و مسلمین بدبین خواهند شد و زمینه‌ی تبلیغات سوء در باره‌ی آنان فراهم می‌شود و این امر سرانجام، کار تبلیغ منطقه‌ای را با مشکل مواجه خواهد ساخت. خالد بن ولید برای دعوت قبیله «جذیمه بن عامر» به اسلام، اعزام گردید و علی‌رغم دستور پیامبر<sup>(ص)</sup>، به دلیل کینه‌های دوران جاهلیت او، جنگ و کشتار اتفاق افتاد، این رفتار ناشایست خالد، رسول خدا را بر آن داشت تا فوراً علی<sup>(ع)</sup> را مأموریت دهد که به میان قبیله‌ی مزبور رفته و خسارت جنگ و خون‌ریزی افراد را به طور دقیق بپردازد (محلای، ۳، ۵۷۰-۷۲۰، ۴، ۷۲۰-۷۰). چرا که ممکن بود تبلیغات سوء حاصل از این جنایت، قبایل دیگر منطقه را نیز بدبین نماید.

**۸-۳- اصل انعطاف پذیری در تبلیغ:** بر اساس این اصل، پیامبر<sup>(ص)</sup> برای این که مشرکین دعوت اسلام را بپذیرند، گاهی اگر آنها شرایطی برای مسلمان شدن درخواست می‌کردند که با اصول و مبانی اسلام منافاتی نداشت، می‌پذیرفتند تا مایه دلگرمی و تشویق آنها گردد و این عمل از نظر روانی تأثیر بسزایی داشت. برای مثال درخواست هیأت نمایندگی از قبیله‌ی ثقیف مبنی بر این که افراد قبیله از شکستن بت‌ها به دست خویش معاف شوند، مورد موافقت آن حضرت قرار گرفت. چرا که هدف از بین بردن معبودهای باطل بود، خواه این کار به دست آنها انجام گیرد یا دیگران (سبحانی، ۲، ۴۱۶-۴۱۴). همچنین پذیرش شرایط مشرکین مکه در جریان صلح حدیبیه که حتی با اعتراض برخی صحابه روبرو شد نیز بر اساس رعایت این اصل بود. بر اساس این روش پیامبر، مبلغ باید تا آنجا که امکان دارد و ضرری به اصول اسلام وارد نمی‌شود، از خود انعطاف نشان دهد تا قلوب طرف مقابل را تسخیر کند.

#### ۴- شیوه‌های تبلیغ جهانی

**۱-۴- دعوت سران قدرت های بزرگ جهانی:** مبلغی که رسالت جهانی دارد، نمی‌تواند نسبت به قدرت های بزرگ جهان بی‌تفاوت باشد؛ بلکه باید شجاعانه و با



صلابت کامل آیین خود را به آنها نیز عرضه کند هر چند ممکن است این کار خطرات زیادی نیز به دنبال داشته باشد. به اقتضای این امر، پیامبرگرمای اسلام<sup>(ص)</sup> به سران قدرت‌های بزرگ آن زمان، از قبیل خسرو پرویز پادشاه ایران، هرقل امپراتور روم و نیز سران کشورهای چون مصر، حبشه و ... نامه نوشت و آنها را رسماً به دین مبین اسلام دعوت کرد. متن این نامه‌ها در کتب مهم تاریخی چون سیره ابن هشام، تاریخ مسعودی و تاریخ طبری مضبوط است. در این نامه‌ها آن حضرت ضمن رعایت ادب و احترام، با صلابت و جدیت لازم که همراه با تشویق و تهدید بود، روش تبلیغی خاصی را به عنوان الگو ارائه کرده‌اند که در عصر حاضر حضرت امام خمینی<sup>(ه)</sup> با تأسی از این شیوه، گورباچف سردمدار بلوک شرق را به اسلام فرا خواندند.

**۲-۴- نوید وعده های الهی بر پیروزی:** آغاز شدن دعوت عمومی پیامبر<sup>(ص)</sup> با یک رشته وعده‌های الهی مبنی بر این که آیین او جهان را فرا می‌گیرد، همراه بود. نوید قرآن در حراست پیامبر از شر دشمنان «فَاصْدَعْ بِمَا تُؤْمَرُ وَ أَعْرِضْ عَنِ الْمُشْرِكِينَ إِنَّا كَفَيْنَاكَ الْمُسْتَهْزِئِينَ» (حجر، ۹۵-۹۴) و این که کفر و شرک بسان کف آب، محو و نابود می‌شود و آیین اسلام بسان آبی است که در زمین فرو می‌رود، در قلوب مردم جای می‌گیرد (رعد، ۱۷) و مهمتر از همه وعده فتح امپراطوری روم که آیات اول این سوره، بدان اشاره دارد وظیفه پیامبر<sup>(ص)</sup> در استفاده از این روش تبلیغی را می‌رساند.

**۳-۴- مهاجرت بین المللی:** یکی از شیوه‌های تبلیغی رسول خاتم<sup>(ص)</sup> برای جهانی کردن آیین توحیدی خود این بود که در طی دو مرحله، گروهی از مسلمانان را که تعدادشان جمعاً به ۸۳ نفر می‌رسید به حبشه فرستادند. گرچه بسیاری از کتب تاریخی دلیل این امر را فقط نجات مسلمین از آزار و اذیت مشرکین قریش قلمداد کرده‌اند، اما آن روی سکه می‌رساند که چون هدف از آیین توحیدی، دعوت عموم جهانیان به این دین بوده است؛ لذا خاتم پیامبران برای نخستین بار عده‌ای از یاران خود را به سرزمین حبشه فرستاد تا با مهاجرت به آن منطقه، هم خود از گزند مشرکین در امان باشند و هم بتوانند ندای اسلام را به آن مناطق برسانند و در جهت جهانی کردن آیین توحیدی اسلام گام بردارند. به نظر می‌رسد هدف دوم بیشتر مورد توجه حضرت بوده است. زیرا فرستادن مبلغ بزرگی چون جعفر طیار به همراه این گروه که حتی پس از هجرت مسلمانان از مکه به یثرب و تا سال هفتم هجری نیز ادامه داشت، احتمال دوم را تقویت می‌کند؛ گرچه هر دو

هدف نیز می‌توانست مورد توجه پیامبر<sup>(ص)</sup> باشد. نتیجه فعالیت تبلیغی این گروه مهاجر، وجود مسلمانان زیادی در قاره افریقا و به ویژه کشور سودان (حبشه سابق) امروزی است.

**۴-۴- امر به فراگیری علوم و دانش زمان:** رسول گرامی اسلام<sup>(ص)</sup> از همان ابتدای تشکیل حکومت اسلامی، مسلمانان را امر به فراگیری علوم و دانش زمان خود می‌نمودند تا از یک سو آنها با آگاهی کامل اسلام را بپذیرند و بر ایمان خویش استقامت ورزند و از سوی دیگر، چون اسلام دینی جهانی است و باید به عموم مردم جهان ارائه شود، باید بتوان با اقوام، ملت‌ها، مذاهب و ادیان دیگر ارتباط برقرار نمود. لازمه برقراری این ارتباط، آشنایی با زبان، عقاید، افکار آنها و فراگیری علوم بین آنهاست.

بنابراین تأکید پیامبر اکرم<sup>(ص)</sup> به مسلمانان مبنی بر فراگیری علم و دانش و آگاهی از عقاید و افکار ملت‌های دیگر، می‌تواند نوعی روش تبلیغی برای جهانی کردن آیین توحیدی باشد. از این رو، پیامبر<sup>(ص)</sup> نه تنها مسلمانان را به فراگیری علوم و دانش زمان خود امر می‌کردند، بلکه سعی داشتند که مسلمانان از عقاید و افکار و مذاهب دیگر نیز مطلع شوند تا بتوانند به آسانی با آنها ارتباط برقرار کنند و دین اسلام را به جهانیان برسانند. در این راستا در سال چهارم هجرت به «زید بن ثابت» دستور دادند که خط سریانی را از یهودیان بیاموزد» (سیحانی، ۲، ۱۰۷).

**۴-۵- شیوه رفع موانع تبلیغ:** تنها، تبلیغ دین کفایت نمی‌کند؛ بلکه باید موانع را از سر راه برداشت. چون پیام یک آیین، هر چقدر هم که جذاب باشد و دلها را دگرگون کند، وقتی موانع نگذارند این پیام به دلها و فطرت‌ها برسد، موفق نخواهد بود. بنابراین، مبلغ موظف است جاده را صاف کند، موانع را از سر راه دعوت بردارد تا بتواند آب زلال و صاف را به تشنگان حقیقت برساند.

روش تبلیغی پیامبر<sup>(ص)</sup> حتی در هنگام نبرد نشان می‌دهد که او همیشه می‌کوشید تا توطئه دشمن برچیده شود و اجتماع آنان به هم بخورد و افراد متفرق شوند. زیرا به خوبی می‌دانست که اگر موانع از سر راه تبلیغ اسلام برداشته شود، منطق نیرومند اسلام در محیط آزاد تأثیر را خواهد گذاشت. علاوه بر آن، مبلغی که هدف جهانی دارد و می‌خواهد آئینش را به تمام مردم دنیا برساند، در صورتی موفق خواهد بود که بتواند دعوتش را به گوش جهانیان برساند و با وجود موانع تبلیغ، این هدف ممکن نخواهد بود. از این رو رسول خدا<sup>(ص)</sup> می‌کوشید تا تمام موانع داخلی، منطقه‌ای و جهانی را از سر راه بردارد.





جنگ‌هایی را که در اطراف مدینه و منطقه جزیره العرب با مشرکین و دشمنان داشت، می‌توان به منظور بر طرف کردن موانع داخلی و منطقه‌ای تبلیغ اسلام، به شمار آورد و غزواتی که به مناطق دور دست چون تبوک انجام می‌داد، در واقع رفع موانع خارجی و بین‌المللی برای دعوت اسلام بوده است. همچنین می‌توان کوشش پیامبر (ص) در برطرف کردن موانع داخلی و منطقه‌ای را نیز زمینه‌ای برای رفع موانع خارجی و در حقیقت تبلیغ جهانی اسلام دانست. زیرا تا زمانی که رهبری اسلام در داخل و اطراف حکومت اسلامی امنیت را پیاده نکند و موانع را بر طرف نسازد چگونه می‌تواند با خیالی راحت آئینش را به جهانیان عرضه کند.

**۶-۴- ایستادگی و مقاومت در برابر تهدیدها:** ایستادگی و مقاومت مبلغ در مقابل تهدیدها، نوعی روش تبلیغی است. زیرا اگر قرار باشد مبلغ با هر تهدید و فشاری میدان را خالی کند، هرگز در کارش موفق نخواهد بود. مقاومت سرسختانه رسول اکرم (ص) در مقابل فشار قریش در آغاز رسالت و ایستادگی در مقابل انواع حملات و جنگ‌های دشمنان داخلی و منطقه‌ای و خارجی و نه‌راسیدن از هر گونه تهدیدات قدرت‌های بزرگی چون روم و ایران، در همین راستا قابل تفسیر است. آن حضرت حتی دو بار برای رویارویی با تهدیدات ابرقدرت روم در طی دو جنگ موته و تبوک به آن منطقه لشکرکشی کرد. این مقاومت و ایستادگی در برابر دشمنان و پافشاری بر ادعاهای خود، نوعی روش تبلیغی در جهت جهانی شدن اسلام بوده است.

**۷-۴- برخورد از موضع قدرت:** وقتی پیام حق به گوش همه رسانده شد وقت آن خواهد رسید که از آخرین حربه، یعنی اعمال قدرت بر علیه افراد لجوج و خودخواه، برای اصلاح جامعه استفاده شود. با گذشت بیش از بیست سال از بعثت و در اواخر سال نهم هجرت پس از نزول آیاتی چند از سوره توبه، پیامبر (ص) مأمور می‌شود تا در موسم حج با عموم مردم اتمام حجت کند. چون منطق نیرومند اسلام در این مدت، تقریباً به گوش همه و از جمله مشرکان شبه جزیره عربستان رسیده بود و اگر تا آن روز، گروه ناچیزی بر شرک و بت پرستی خود اصرار می‌ورزیدند، علتی جز تعصب و لجاجت نداشت.

از این نظر، زمان آن رسیده بود که پیامبر اسلام (ص) از آخرین راهکار، برای اصلاح اجتماع استفاده کند و با توسل به قدرت، تمام مظاهر بت‌پرستی را بکوبد و آن را یک نوع تجاوز به حریم حقوق الهی و انسانیت بداند. ولی باید توجه داشت که پیامبر (ص) زمانی

مأمور به استفاده از زور و برائت شد که تمام اقدامات اولیه تبلیغی آن انجام شده بود و این روش به عنوان آخرین دارو و وسیله در جهت هدف تبلیغی مورد استفاده قرار گرفت.

### جمع بندی و نتیجه

تبلیغات، تسلیحات و اطلاعات سه عامل مهم پایداری قدرت‌های خودکامه در طول تاریخ بوده است که تبلیغات بر همه آنها تقدم دارد. چون تسلیحات بدون اراده‌ی بکارگیری و اطلاعات بدون اندیشه و این دو، جز در سایه تبلیغات شکل نمی‌گیرد.

خوش‌بینی، صداقت و ساده‌اندیشی طرفداران حق و نیز عدم اعتقاد آنها به ضرورت تسلط بر اراده‌ی توده‌ها، مانع از آشنایی لازم و کافی آنها با فنون و ترفندهای تبلیغات شیطانی بوده است. ضمن این که اساس تبلیغ نیروهای مؤمن در جهت سازندگی انسان و تبلیغات شیطانی در جهت تخریب او بوده و تخریب آسانتر از سازندگی است. سازندگی انسان لاجرم از راه تبلیغات حاصل می‌شود و تبلیغات نیز بدون داشتن شیوه‌های مناسب تبلیغی، امکان‌پذیر نیست. برای اطمینان از به کار بردن شیوه‌های صحیح تبلیغی، با توجه به ظرافت و حساسیت هنر تبلیغ، باید به عنصر وحی تمسک جست. مظهر و ناطق وحی هم پیامبر اعظم (ص) و ائمه معصومین علیهم‌السلام هستند. از این رو، ضرورتاً باید با استفاده از سنت و سیره‌ی آنها، روش‌های صحیح تبلیغاتی را بدست آورد و به وسیله‌ی نیروهای مؤمن و متخصص در قالب‌های هنری پیاده و عمل نمود.

ابلاغ و تبلیغ در لغت به معنی رساندن و رسانندگی است و در اصطلاح «تبلیغ»، یعنی رساندن مطلبی به دیگران که شامل هر گونه پیامی می‌شود و مبلّغ رساننده‌ی پیام‌ها و آموزه‌های ویژه‌ی تبلیغی است. از مجموع آیات قرآن کریم با صیغه‌های مختلف در زمینه تبلیغ و ابلاغ و مفاهیم نزدیک به آنها می‌توان نتیجه گرفت که «تبلیغ» همان رساندن و بیان کردن احکام و معارف الهی است که جنبه‌ی بشارت و هدایتی دارد، تا انسان با اراده و اختیار خویش مسیر حق را ببیماید و این وظیفه به عهده پیامبران الهی و جانشینان او نهاده شده که بر دو پایه آزادی و برهان استوار است.



برقراری یک نظام کامل ارتباطی از جمله تبلیغ، مستلزم چهار عامل دهنده‌ی پیام یا اطلاعات، پیام، گیرنده‌ی پیام و روش ارسال پیام است که عناصر ارتباطی نام دارد. اسلام برای دهنده پیام یا مبلغ شرایط و صفاتی را در نظر گرفته که پیامبرگرمی اسلام، به عنوان رهبر و اولین مبلغ اسلامی به نحو احسن و اکمل دارای این شرایط و صفات بوده است. قرآن کریم با توجه به حقانیت و محتوای غنی آن، عنصر پیام در نظام تبلیغات اسلامی به شمار می‌رود. گیرنده‌ی پیام در این نظام، مردم جاهلی عرب بودند که در مقابل دعوت حق مثل سنگ سخت مقاومت کرده و جنگ‌ها و مزاحمت‌ها به راه انداخته و مهمترین مشکل پیامبراکرم (ص) در رام کردن این عنصر ارتباطی بوده است.

روش‌های ارسال پیام برحسب یادگیری، نحوه‌ی ارائه پیام و نحوه‌ی برخورد با مخاطب بسیار متنوع است که رسول خاتم (ص) علاوه بر استفاده مناسب از آنها در وظیفه تبلیغی خویش، از تعالیم قرآنی نیز بهره گرفته است. گذشته از آن، عناصر دیگری مانند مکان، زمان و برنامه‌ریزی نیز در میزان تأثیر تبلیغ دخالت دارند که آن حضرت با استفاده بهینه از آنها در انجام وظیفه الهی تبلیغی، توانست مدال افتخار «خاتمیت» را از پیشگاه خداوند متعال دریافت نماید.

با دقت در تاریخ و زندگی و رفتار و کردار نبی مکرم اسلام (ص) می‌توان دریافت که آن حضرت در نحوه‌ی برخورد با مخاطبین جهت ابلاغ رسالت خویش از شیوه‌های مختلف تبلیغی استفاده کرده است که به لحاظ نحوه‌ی ارائه پیام و چگونگی جذب افراد و گروه‌ها و گسترش قلمرو و رسالت تبلیغی به شیوه‌های انفرادی، گروهی، منطقه‌ای و جهانی قابل دسته‌بندی است. در شیوه‌های انفرادی تبلیغ از روش‌هایی چون شروع تبلیغ به صورت یک کار کوچک، فرد سازی در تبلیغ، جذب سران معروف قبائل، امتیاز دادن به سلحشوران، رعایت حقوق افراد حتی در جنگ، جرأت دادن به اظهار نظر جوانان مصرّ به گناه، تألیف قلوب سران کفر تازه مسلمان، نشان دادن مکارم اخلاقی و اظهار تواضع، شیفته کردن دل‌های آماده و بهره برداری از آن، شیوه ایجاد شوق و انتظار، شیوه اعتراف گرفتن و تحقیر متکبران و شیوه‌ی بیدار کردن وجدان بهره گرفته است.

شیوه‌های گروهی تبلیغ را نیز با دعوت از خویشاوندان، ایجاد اخوت بین مسلمانان، مناظره و استماع سخنان مخالفین، شرکت در پیمان‌های دفاع از حقوق مظلوم، استفاده از فرصت‌های استثنایی، خطابه و سخنرانی، تعاون و همکاری در کارها، رعایت اصل مشاوره در امور، اهمیت دادن به نظم و انضباط، به‌کارگیری تحدی در تبلیغ، بهره‌گیری از شخصیت‌های با نفوذ در تبلیغ و داشتن تشکیلات و برنامه به انجام رساند.

در شیوه‌های منطقه‌ای و عمومی تبلیغ نیز از روش‌های دعوت آشکار عمومی، ایجاد پیمان‌های عدم تعرض، دعوت صلح‌جویانه، بهره‌گیری از اجتماعات منطقه‌ای، مهاجرت منطقه‌ای، اعزام گروه‌های تبلیغی به مناطق، دلجویی از مصیبت‌زدگان و رعایت اصل انعطاف‌پذیری در تبلیغ بهره برد. شیوه‌های جهانی تبلیغ آن حضرت نیز شامل روش‌های دعوت سران قدرت‌های بزرگ جهانی، نوید وعده و وعیدهای الهی بر پیروزی، مهاجرت بین‌المللی، امر به فراگیری علوم و دانش زمان، شیوه رفع موانع تبلیغ، ایستادگی و مقاومت در برابر تهدیدها و برخورد از موضع قدرت بوده است. روش‌های تبلیغی رسول اکرم (ص) از جهات دیگری مانند شیوه‌های اخلاقی، رعایت اصول، هنری، تشویق و تنبیه، امنیتی، آینده‌نگری و غیره نیز قابل دسته‌بندی و تجزیه و تحلیل است که بیان آنها خود مقوله و مقاله‌ی دیگر می‌طلبد.

### کتاب‌شناسی

- قرآن کریم.
- نهج البلاغه.
- بی‌آزار شیرازی، عبد‌الکریم، قرآن و تبلیغ، قم: دارالتبلیغ اسلامی، ۱۳۵۵.
- رسولی محلاتی، سید هاشم، زندگانی حضرت محمد خاتم النبیین (ص)، ج ۳، تاریخ انبیاء، بی‌جا: علمیه اسلامیة، بی‌تا.
- زورق، محمد حسن، مبانی تبلیغ، تهران: سروش، ۱۳۶۸.
- سبحانی، جعفر، فروغ ابدیت، ج ۱ و ۲، قم: نشر دانش اسلامی، ۱۳۷۰.

- قرائتی، محسن، قرآن و تبلیغ، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۷۲.

- قمی، حاج شیخ عباس، منتهی الآمال، ج ۲، قم: هجرت، ۱۳۷۴.

- کلینی، ثقة الاسلام محمد بن یعقوب، اصول کافی، ترجمه حاج سید جواد مصطفوی، ج ۴، بی جا: بی نا، بی تا.

- ابن هشام، السیرة النبویه، معروف به سیره ابن هشام، ج ۱ و ۲ و ۳ و ۴. بیروت: بی نا، ۱۹۸۵ م.

- مجلسی، محمد باقر، بحار الانوار، ج ۱۹ و ۲۱، بیروت: مؤسسه الوفاء، بی تا.

- مطهری، مرتضی، داستان راستان، ج ۱ و ۲، چاپ ۱۹، قم: صدرا، ۱۳۷۲.

