

7456

۲۰۰

۲

۳۶۱

بوستان کتاب

بسم رب الریح المصلح

www.Ketab.ir

مؤگهی، عبدالرحیم، ۱۳۳۸ - گردآورنده.

تبلیغ و مبلغ در آثار شهید مطهری/ عبدالرحیم مؤگهی. - قم: مؤسسه بوستان کتاب (مرکز چاپ و نشر دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم)، ۱۳۷۷.

[۳۶۸] ص. - (مؤسسه بوستان کتاب؛ ۶۱۵) (تبلیغ و مبلغ؛ ۲۴)

ISBN 978-964-371-135-1

فهرست نویسی براساس اطلاعات فیبا.

کتاب‌نامه: ص. [۳۶۷] - ۳۶۸؛ همچنین به صورت زیرنویس.

چاپ چهارم: ۱۳۹۷.

۱. اسلام - تبلیغات. ۲. سخنرانی. ۳. سخنوری. الف. مطهری، مرتضی، ۱۲۹۹-۱۳۵۸. ب. دفتر تبلیغات

اسلامی حوزه علمیه قم. مؤسسه بوستان کتاب. ج. عنوان.

۲۹۷/۰۴۵

ت ۲ م ۸ / ۱۱ / ۶۲ BP

ب ۱۳۹۷

■ موضوع: تبلیغ و مبلغ: ۲۴

■ گروه مخاطب: - تخصصی (طلاب و دانشجویان)

شماره انتشار کتاب (چاپ اول): ۶۱۵

مسلسل انتشار (چاپ اول و بازچاپ): ۷۱۵۱

# تبلیغ و مبلغ در آثار شهید مطهری

عبدالرحیم موگهی



# بوستانکتاب

## تبلیغ و مبلغ در آثار شهید مطهری

• نویسنده: عبدالرحیم موگهی

• ناشر: مؤسسه بوستان کتاب

• بیوتوگرافی، چاپ و صحافی: چاپخانه مؤسسه بوستان کتاب

• نوبت چاپ: چهارم / ۱۳۹۷ • شمارگان: ۲۰۰ • بها: ۴۴۰۰۰ تومان

تمامی حقوق نشر مکتوب و الکترونیک اثر متعلق به مؤسسه بوستان کتاب است

printed in the Islamic Republic of Iran

♦ دفتر مرکزی: قم، خ شهدا (صفاییه)، ص پ ۹۱۷ / ۳۷۱۸۵، تلفن: ۰۷-۳۷۷۲۲۱۵۵، فاکس: ۳۷۷۴۲۱۵۴، تلفن پخش: ۳۷۷۴۳۴۲۶

♦ فروشگاه مرکزی: قم، چهارراه شهدا (عرضه ۱۲۰۰۰ عنوان کتاب با همکاری ۱۷۰ ناشر)

♦ فروشگاه شماره ۲: تهران، خیابان انقلاب، بین وصال و فلسطین، پلاک ۹۵۱، تلفن: ۶۶۹۶۹۸۷۸

♦ فروشگاه شماره ۳: مشهد، چهارراه خسروی، مجتمع یاس، جنب دفتر تبلیغات اسلامی شعبه خراسان رضوی، تلفن: ۳۲۲۳۳۶۷۲

♦ فروشگاه شماره ۴: اصفهان، چهار راه کرمانی، جنب دفتر تبلیغات اسلامی شعبه اصفهان، تلفن: ۳۲۲۲۰۳۷۰

♦ فروشگاه شماره ۵ (رنگین کمان، فروشگاه کودک و نوجوان): قم، چهارراه شهدا، نبش خیابان ارم، تلفن: ۳۷۷۴۳۱۷۹

اطلاع از تازه های نشر از طریق پیام کوتاه (SMS)، با ارسال شماره همراه خود به ۱۰۰۰۲۱۵۵ و یا ارسال درخواست به:

E-mail: info@bustaneketab.com

جدیدترین آثار مؤسسه و آشنایی بیشتر با آن در وب سایت: www.bustaneketab.com

با قدردانی از همکاریانی که در تولید این اثر نقش داشته‌اند:

- اعضای شورای بررسی آثار • دبیر شورای کتاب و سرویراستار: ابوالفضل طریقه‌دار • ویراستاران: سیدابوالفضل براتی و محسن صادقی
  - حروف‌نگاری: سکینه زمانی، محمود هدایی و احمد مؤتمنی • صفحه‌آرا: احمد اخلی
  - نمونه‌خوانی: محمدجواد مصطفوی، بهروز سراقی، عبدالله واحدی‌نژاد و جلیل حبیبی • کنترل نمونه‌خوانی: غلامرضا معصومی
  - مدیر گروه هنری: مسعود نجابتی • طراح جلد: محمود هدایی
  - اداره آماده‌سازی: حمیدرضا تیموری • اداره چاپخانه: مجید مهدوی و سایر همکاران لیوتوگرافی، چاپ و صحافی • مدیر تولید: عبدالهادی اشرفی.
- رئیس مؤسسه  
محمدباقر انصاری

پیشکش اندیشهٔ پاک و ناب تو باد:

ای خورشید فرزندگان شهید!

www.Ketab.ir

حضرت علی علیه السلام فرمود:

الطَّيِّشُ لَا يَقُومُ بِهِ حُجَّجُ اللَّهِ؛ بافشار، حجج الهی را  
نمی شود اقامه کرد.

سیری در سیره نبوی، ص ۲۲۶

شهید مطهری - رحمه الله -:

اگر بگویم: مقام «تبلیغ اسلام»، رساندن پیام اسلام  
به عموم مردم، معرفی و شناساندن اسلام به  
صورت یک مکتب، از مرجعیت تقلید کمتر  
نیست، تعجب نکنید؛ مقامی است در همان حد.

حماسة حسینی، ج ۱، ص ۳۴۷

شهید مطهری - رحمه الله -:

حوزه های علمی ما ... باید بدانند که اشتغال  
منحصر به فقه و اصول رسمی، جوابگویی  
مشکلات نسل معاصر نیست.

بررسی اجمالی نهضت‌های اسلامی در صد ساله اخیر، ص ۹۰

## فهرست مطالب

۱۵	.....	طلیعه
بخش اوّل: تبلیغ		
۲۱	.....	فصل اوّل: تعریف تبلیغ
۲۵	.....	فصل دوم: ارزش و اهمیت تبلیغ
۳۳	.....	فصل سوم: اهداف تبلیغ
۳۳	.....	۱. دعوت به توحید و قسط
۳۸	.....	۲. دعوت به جهان غیب
۳۸	.....	۳. دعوت به معاد
۴۰	.....	۴. دعوت به مکارم اخلاقی
۴۱	.....	۵. دعوت به تعلیم و تعلّم
۴۱	.....	۶. دعوت به انقلاب درونی
۴۴	.....	۷. دعوت به آزادی اجتماعی و معنوی
۴۷	.....	۸. دعوت به عبادت

۴۸	۹. دعوت به فطرت و اندیشه
۴۹	۱۰. اهداف دیگر
۵۷	فصل چهارم: استراتژی تبلیغ
۶۷	فصل پنجم: اقسام تبلیغ
۶۷	۱. تبلیغ حسی
۶۷	۲. تبلیغ عقلی
۷۰	۳. تبلیغ قلبی
۷۵	فصل ششم: مخاطبان در تبلیغ
۸۱	فصل هفتم: اصول تبلیغ
۸۱	۱. رهبری و هدایت و سامان دادن مردم
۸۲	۲. خدا محوری
۸۳	۳. داشتن قاطعیت
۸۴	۴. سازندگی فرد و جامعه
۸۵	۵. درگیری و مبارزه با شرك و ستم و خرافه
۸۵	۶. پیوند با مردم
۸۶	۷. بصیرت و تفکر
۸۷	فصل هشتم: مبانی و مشخصات تبلیغ اسلامی
۸۷	الف) از نظر جهان بینی
۹۴	ب) از نظر ایدئولوژی
۱۰۵	فصل نهم: ابزارهای تبلیغ
۱۲۳	فصل دهم: شرایط موفقیت پیامها در تبلیغ



۱۲۹	فصل یازدهم: روش تبلیغ
۱۳۱	۱. بی‌پیرایگی و روشنی
۱۳۳	۲. نُصح و خلوص
۱۳۶	۳. پرهیز از تکلف
۱۴۰	۴. فروتنی
۱۴۱	۵. رفق و نرمش
۱۴۳	۶. شهامت و شجاعت
۱۴۳	۷. انجام وظیفه
۱۴۵	۸. تفاوت نگذاشتن بین مردم
۱۴۷	۹. صبر و استقامت
۱۴۷	۱۰. تبشیر و انداز
۱۵۶	۱۱. خشیت الهی
۱۵۸	۱۲. تذکر
۱۶۵	۱۳. استفاده از روش غیر مستقیم
۱۶۶	۱۴. در نظر گرفتن ظرفیت فکری

### بخش دوم: مبلغ

۱۷۱	فصل اول: وظایف مبلغ
۱۷۱	۱. شناختن و شناساندن قرآن
۱۷۲	۲. حرکت به سوی مردم
۱۷۵	۳. استفاده از وسایل مقدس
۱۸۳	۴. پرهیز از بدعتگذاری
۱۸۵	۵. استفاده نکردن از جهالت مردم
۱۸۸	۶. تشکک و تقویت روحانیت و مبارزه آنان با انحرافات

۱۹۱	۷ . مبارزه نکردن با فطریات مردم
۱۹۲	۸ . دادن قدرت تفکر و تجزیه و تحلیل
۱۹۳	۹ . تبدیل مواد خام به مواد قابل استفاده
۱۹۳	۱۰ . شناخت مقتضیات و نیازهای زمان
۱۹۵	۱۱ . موعظه
۱۹۷	۱۲ . مصالح گویی
۲۰۳	۱۳ . پرهیز از دلالتی شخصیتها
۲۰۳	۱۴ . پرهیز از مزاج گویی (طبق میل مردم حرف نزدن)
۲۰۵	۱۵ . آگاه کردن مردم به مسائل روز
۲۰۷	۱۶ . مبارزه با تحریفات
۲۲۱	<b>فصل دوم: شرایط مبلغ</b>
۲۲۶	۱ . آشنایی با مکتب
۲۲۷	۲ . آشنایی با ابزارهای تبلیغ و مهارت در به کار بردن آنها
۲۲۷	۳ . داشتن قدرت بیان و شرح صدر
۲۳۰	۴ . داشتن یار و یاور
۲۳۵	۵ . خوشرفتاری و مهربانی
۲۴۴	۶ . مشورت کردن
۲۴۶	۷ . پرهیز از خشونت و اجبار
۲۵۵	۸ . عمل به گفته های خود
۲۵۸	۹ . چند شرط دیگر
۲۶۳	<b>فصل سوم: اخلاق مبلغ</b>
۲۶۴	۱ . قناعت داشتن
۲۶۵	۲ . تنفر از بیکاری و بطالت

۲۶۵	۳. امانتداری
۲۶۵	۴. مبارزه با ظلم
۲۶۵	۵. اخلاق خانوادگی خوب
۲۶۶	۶. نظافت و بوی خوش
۲۶۷	۷. برخورد و معاشرت خوب
۲۶۷	۸. نرمی در عین صلابت
۲۶۸	۹. عبادت
۲۶۹	۱۰. زهد و ساده زیستی
۲۶۹	۱۱. اراده و استقامت
۲۷۰	۱۲. رهبری و مدیریت و مشورت
۲۷۱	۱۳. نظم و انضباط
۲۷۱	۱۴. ظرفیت شنیدن انتقاد و تفرّز از مدّاحی و چاپلوسی
۲۷۲	۱۵. مبارزه با نقاط ضعف
۲۷۲	۱۶. واجد بودن شرایط رهبری
۲۷۳	۱۷. روش تبلیغ خوب
۲۷۳	۱۸. تشویق به علم
۲۷۴	۱۹. خوش برخوردی در مباحثات دینی
۲۷۸	۲۰. چند خُلق دیگر

### بخش سوم: نکته ها و هشدارهای تبلیغی

۲۸۵	فصل اوّل: نکته های تبلیغی
۲۸۵	۱. رعایت آداب اجتماعی
۲۸۶	۲. گذشت
۲۸۷	۳. بردباری

- ۲۸۸ ..... ۴ . خدمت به مردم
- ۲۸۹ ..... ۵ . دعا برای هدایت
- ۲۹۰ ..... ۶ . نیروی ارشاد
- ۲۹۰ ..... ۷ . مهمترین مسأله این زمان
- ۲۹۲ ..... ۸ . کیفیت نشر اسلام
- ۲۹۳ ..... ۹ . فلسفه مرثیه خوانی
- ۲۹۴ ..... ۱۰ . تفاوت موعظه و حکمت و خطابه
- ۲۹۷ ..... ۱۱ . شور و حال داشتن
- ۲۹۸ ..... ۱۲ . دعوتهای سه بُعدی و جاذبه علی علیه السلام
- ۲۹۹ ..... ۱۳ . وظیفه نویسندگان
- ۳۰۰ ..... ۱۴ . مواد تبلیغی
- ۳۰۱ ..... ۱۵ . عوامل تحریف در واقعه عاشورا
- ۳۱۵ ..... ۱۶ . پیوند خطابه با اسلام
- ۳۱۹ ..... فصل دوم: هشدارهای تبلیغی
- ۳۱۹ ..... ۱ . پرهیز از اظهار نظرهای غیر متخصصانه
- ۳۲۱ ..... ۲ . اصلاح دستگاه وعظ و تبلیغ
- ۳۲۴ ..... ۳ . انتقاد از برخی از مبلغان
- ۳۲۵ ..... ۴ . خطر روشنفکران
- ۳۲۶ ..... ۵ . حرکت در جهت استقلال فرهنگی
- ۳۲۷ ..... ۶ . خطر التقاط فکری
- ۳۳۱ ..... ۷ . نفوذ اندیشه های بیگانه
- ۳۳۳ ..... ۸ . تجدّدگرایی افراطی
- ۳۳۵ ..... ۹ . خطر جمود و جهالت
- ۳۳۷ ..... ۱۰ . تدوین اصول و مبانی اسلامی

- ۱۱ . وضع نابسامان تألیفات و انتشارات مذهبی ..... ۳۳۸
- ۱۲ . اصلاح فکر دینی ..... ۳۴۲
- ۱۳ . فلسفه قیام امام حسین علیه السلام و ضرورت اصلاح وضع مرثیه خوانی ..... ۳۴۳
- ۱۴ . تحریفات عاشورا و مبارزه با آنها ..... ۳۵۳
- ..... ۳۶۷ کتابنامه