



سرشناسه	: اعرافی، علیرضا، ۱۳۳۸ - Arafi, AliReza
عنوان و نام پدیدآور	: تبلیغ / علیرضا اعرافی؛ تدوین: مصطفی شریفی پور.
مشخصات نشر	: قم: مؤسسه اشراق و عرفان، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	: ۴۳۶ ص: ۵/۱۴×۲۱/۵ س.م.
فروست	: نشر مؤسسه اشراق و عرفان؛ ۴۰.
شابک	: ۵-۱۵-۸۵۴۲-۶۰۰-۹۷۸-۱۶۰۰۰۰ ریال.
یادداشت	: کتابنامه.
یادداشت	: نمایه
موضوع	: اعرافی، علیرضا، ۱۳۳۸ --- پیام‌ها و سخنرانی‌ها
موضوع	: اسلام -- تبلیغات
موضوع	: Islam -- Missions
موضوع	: واعظان
موضوع	: (Preachers (Islam*
شناسه افزوده	: شریفی پور، مصطفی، ۱۳۶۳ -
رده بندی کنگره	: ۲ت۶الف/۶۲/BP۱۱
رده بندی دیویی	: ۲۹۷/۰۴۵
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۰۹۸۵۲۰

علیرضا اعرفی

تبلیغ

تدوین: مصطفیٰ شریفی پور



نشر اشراق و عرفان



تبلیغ

علیرضا اعرافی

تدوین مصطفی شریفی پور
ناشر مؤسسه اشراق و عرفان
ویراستار علی اکبریان
امور هنری حمید بهرامی
نوبت و تاریخ چاپ اول / زمستان ۱۳۹۶
لیتوگرافی، چاپ و صحافی سازمان چاپ اِسرائ
شمارگان ۱۰۰۰ نسخه
قیمت ۱۶۰۰۰ تومان

کلیه حقوق برای مؤسسه اشراق و عرفان محفوظ است

ISBN: 978-600-8542-15-5

www.eshragh-erfan.com

تلفن: ۰۲۵-۳۷۷۴۸۵۴۰

info@eshragh-erfan.com

نمابر: ۰۲۵-۳۷۷۴۸۵۴۱

آدرس: ایران، قم، خیابان معلّم، معلّم ۸، کوچه شهید محقق، پلاک ۵۹

کانال تلگرام: @EshraghErfan

فهرست

پیشگفتار ۱۹

فصل اول: مفاهیم و کلیات ۲۱/

۱. مفهوم‌شناسی ۲۲
- ۱-۱. مفهوم تبلیغ در لغت ۲۲
- ۲-۱. مفهوم تبلیغ در اصطلاح ۲۳
۲. اهمیت تبلیغ در جهان معاصر ۲۸
- ۱-۲. ارتباطات، تبلیغات و رقابت، سه ویژگی عصر حاضر ۲۹
- ۲-۲. معنویت‌گرایی جدید و ضرورت ارائه ارزش‌های معنوی اسلام ۳۰
- ۳-۲. اهمیت تبلیغ در جامعه ایرانی ۳۲
- ۴-۲. دشواری تبلیغ در دنیای معاصر نسبت به زمان‌های قبل ۳۶
- ۵-۲. تلاش دشمن برای قطع ارتباط ما با افتخارات گذشته ۳۷
۳. ضرورت تحرک و فعالیت در عرصه تبلیغ دین ۳۸
- ۱-۳. رسالت سنگین نشر معارف اسلام ۳۸
- ۲-۳. تبلیغ، غایت رسالت حوزه ۳۸

- ۳-۳. ضرورت عکس‌العمل در برابر ناهنجاری‌های اجتماعی ۴۲
- ۳-۴. تبلیغ وظیفه‌ای نسخ‌نشدنی ۴۳
- ۳-۵. درجات و عنایات الهی در انتظار مبلغ دین ۴۴
- ۳-۶. لزوم قدرشناسی نعمت تبلیغ ۴۵
۴. ضرورت تبلیغ از منظر متون دینی ۴۶
- ۴-۱. آیه «نفر» و وجوب ارشاد جاهل ۴۷
- ۴-۲. آیات حاوی تواصی و وجوب تبلیغ ۵۱
- ۴-۳. وجوب تبلیغ همراه با لحاظ شیوه مناسب ۵۴
- ۴-۴. لزوم اتمام حجت ۶۰
۵. عرصه‌های تبلیغ ۶۰
- ۵-۱. عرصه تبلیغ سنتی ۶۱
- ۵-۲. عرصه‌های تبلیغی نوین (رسانه‌ای) ۷۱
۶. رابطه دانش تبلیغ با دیگر دانش‌ها ۸۱
- ۶-۱. تبلیغ و دانش ارتباطات ۸۲
- ۶-۲. تبلیغ و روان‌شناسی ۸۶
- ۶-۳. تبلیغ و جامعه‌شناسی ۸۸
- ۶-۴. تبلیغ و دانش تربیت ۸۸
۷. ماهیت و روش تحقیق در دانش تبلیغ ۸۹
- جمع‌بندی فصل ۹۱

فصل دوم: تبلیغ در آیین‌ها منابع و علوم اسلامی / ۹۳

- تبلیغ در قرآن و حدیث ۹۳
- ۱-۱. غنای معارف دینی، راز گسترش اسلام ۹۳

۹۵	۲-۱. نکاتی در بهره‌گیری مبلغین از قرآن کریم و روایات اهل بیت <small>علیهم‌السلام</small> ...
۹۹	۲. فلسفه تبلیغ
۱۰۰	۳. فقه تبلیغ
۱۰۰	۳-۱. ضرورت و امکان‌سنجی طرح «فقه تبلیغ»
۱۰۱	۳-۲. برخی سرفصل‌های قابل بررسی در فقه تبلیغ
۱۰۳	۴. اخلاق تبلیغ
۱۰۵	جمع‌بندی فصل

فصل سوم: فرصت‌ها و آسیب‌های تبلیغ/۱۰۷

۱۰۷	۱. فرصت‌های تبلیغ دینی
۱۰۷	۱-۱. رشد حوزه در دهه‌های گذشته
۱۰۸	۲-۱. نقش عرفان و اخلاق شیعی در جذب جهانیان
۱۰۹	۳-۱. ارتباط حوزه با رسانه‌های جدید
۱۱۱	۴-۱. درخشش انقلاب اسلامی در جهان معاصر
۱۱۱	۵-۱. فرصت‌های به‌دست‌آمده در عرصه جهانی
۱۱۵	۶-۱. فرصت‌های به‌دست‌آمده در کشورهای مختلف
۱۱۷	۷-۱. ارتباطات مردمی، سرمایه حوزه در تبلیغ دینی
۱۲۱	۲. آسیب‌شناسی تبلیغ دینی
۱۲۲	۱-۲. دشواری‌ها، آفات و آسیب‌های تربیت دینی
۱۲۹	۲-۲. آسیب‌های تبلیغ دینی
۱۴۲	جمع‌بندی فصل

فصل چهارم: راهبردها و راهکارهای تبلیغی / ۱۴۳

۱. ضرورت بازنگری در راهبردها و شیوه‌ها ۱۴۳
۲. راهبردهای محتوایی در عرصه تبلیغ دینی ۱۴۴
- ۱-۲. بهره‌گیری از شیوه‌های تبلیغی قرآن کریم ۱۴۴
- ۲-۲. شناخت انسان و جامعه معاصر ۱۴۵
- ۲-۳. منطبق‌سازی پیام دینی با انسان و جامعه معاصر ۱۴۶
- ۲-۴. پذیرش اصل رقابت ۱۴۷
- ۲-۵. پژوهش و تولید فکر ۱۴۷
- ۲-۶. ایجاد پیوند میان دین و معرفت‌های نوین و زندگی جدید .. ۱۴۸
- ۲-۷. نوسازی اندیشه دینی ۱۴۹
- ۲-۸. توجه به اصل تدریج در فرایند تبلیغ ۱۵۱
- ۲-۹. گزینش معارف، متناسب با ذائقه انسان معاصر ۱۵۱
- ۲-۱۰. تعیین نقطه عزیمت در تبلیغ ۱۵۲
- ۲-۱۱. نوآوری در تبلیغ ۱۵۲
۳. راهبردهای عملیاتی در عرصه تبلیغ دینی ۱۵۳
- ۳-۱. استناد به پژوهش‌های میدانی ۱۵۳
- ۳-۲. بهره‌گیری از هنر ۱۵۳
- ۳-۳. حضور در نهادهای سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و علمی ... ۱۵۴
- ۳-۴. هم‌زیستی مسالمت‌آمیز ۱۵۵
- ۳-۵. حفظ ارتباط مبلّغ با مردم ۱۵۵
- ۳-۶. بهره‌گیری علمی از تجارب تبلیغی ۱۵۵
- ۳-۷. بهره‌گیری از کرسی‌های علمی جهانی ۱۵۶
- ۳-۸. توجه به تبلیغ «چهره‌به‌چهره» ۱۵۶

۱۵۷	۹-۳. به‌کارگیری شیوه‌های غیرمستقیم
۱۵۷	۱۰-۳. توجه به اهمیت نفوذ فردی مبلغ
۱۵۸	۱۱-۳. توجه به نیازهای متنوع و متکثر جهان
۱۵۹	۱۲-۳. انتخاب بهترین روش‌ها با توجه به زمان و مکان
۱۵۹	۱۳-۳. تفاهم و تبادل
۱۵۹	۱۴-۳. عقلانیت محوری و پرهیز از خشونت
۱۶۰	۱۵-۳. ایجاد هسته‌های معرفتی نشر معارف اهل بیت <small>علیهم‌السلام</small>
۱۶۰	۱۶-۳. اهتمام به مسائل سیاسی و انقلابی
۱۶۱	۱۷-۳. حضور مؤثر در شبکه‌های رسانه‌ای
۱۶۲	۱۸-۳. تعامل با دانشگاه
۱۶۲	۱۹-۳. توجه به روش‌های تبلیغاتی جریان نفاق
۱۶۴	۲۰-۳. نقش همسران مبلغین در تقویت تبلیغ دین
۱۶۵	۲۱-۳. توجه به ارتباط خانواده طلاب با حوزه‌های علمیه
۱۶۶	۲۲-۳. اقتصاد تبلیغ
۱۶۹	جمع‌بندی فصل

فصل پنجم: ویژگی‌ها و وظایف مبلغ/۱۷۳

۱۷۳	۱. ویژگی‌های مبلغ
۱۷۳	۱-۱. عزت و اعتماد به نفس
۱۷۴	۲-۱. تجهیز به فنون و شیوه‌ها
۱۷۶	۳-۱. آشنایی با احکام و مبانی اعتقادی
۱۷۸	۴-۱. لزوم همراهی تبلیغ با عمل
۱۸۲	۵-۱. قیام در شب و قیام به انداز

- ۶-۱. داشتن امتیازات شخصیتی ۱۸۷
- ۷-۱. اخلاق نیک ۱۹۰
- ۸-۱. بردباری و استقامت ۱۹۱
- ۹-۱. برخورداری از نگاه راهبردی ۱۹۲
- ۱۰-۱. اهتمام به آموزش‌های مهارت‌ورزی و فن‌آوری نوین ۱۹۳
- ۱۱-۱. اقتدار و ارتباط ۱۹۳
- ۱۲-۱. ویژگی‌های خانواده مبلغ از نگاه اسلام ۱۹۴
- ۱۳-۱. ویژگی‌های مبلغ در سوره اعراف ۱۹۹
۲. وظایف مبلغ ۲۰۵
- ۱-۲. مطالعه و برنامه‌ریزی برای تبلیغ ۲۰۶
- ۲-۲. پژوهشگری و اندیشه‌نگری ۲۰۷
- ۳-۲. دفاع از نظام اسلامی ۲۰۹
- ۴-۲. تبلیغ بدون توقع ۲۱۲
- ۵-۲. شبکه ارتباطی اجتماعی ۲۱۳
- ۶-۲. هجرت برای انجام رسالت الهی ۲۱۳
- ۷-۲. پرهیز از اختلافات مذهبی ۲۱۴
- ۸-۲. تعامل، مشورت و تبادل تجارب ۲۱۶
- ۹-۲. پرهیز از تفرقه میان روحانیت ۲۱۷
- ۱۰-۲. شناخت رقیبان ۲۱۸
- ۱۱-۲. حضور قوی در مجامع علمی و فرهنگی ۲۱۸
- ۱۲-۲. مقابله با بدعت‌ها ۲۱۹
- ۱۳-۲. استفاده از هنر و علم ۲۲۰
- ۱۴-۲. اهتمام به نسل جوان ۲۲۰

۲۲۲	۱۵-۲. توجه به بازسازی و بهداشت مساجد
۲۲۳	۱۶-۲. اصل عدم وجود پیامدهای مخرب
۲۲۳	۱۷-۲. ایجاد اعتماد به نفس در مقابل بمباران تبلیغاتی
۲۲۴	۳. توصیه‌هایی درباره محتوای تبلیغی
۲۲۴	۳-۱. سبک زندگی اسلامی
۲۲۵	۳-۲. ترویج فرهنگ شهادت‌طلبی و مقاومت
۲۲۷	۳-۳. توجه به حجاب و مسائل اخلاقی
۲۲۷	۳-۴. بیان حقوق افراد خانواده
۲۲۸	۳-۵. مسئله افزایش جمعیت
۲۲۸	۳-۶. استفاده از فرصت تبلیغی محرم
۲۳۰	۳-۷. گسترش فرهنگ ماه رمضان
۲۳۰	۳-۸. تشویق مردم به دستگیری از محرومین
۲۳۱	جمع‌بندی فصل

فصل ششم: الگوهای تبلیغی / ۲۳۳

۲۳۴	۱. بررسی سیره تبلیغی انبیاء
۲۳۴	۱-۱. حضرت ابراهیم <small>علیه السلام</small>
۲۴۰	۱-۲. پیامبر اسلام <small>صلی الله علیه و آله</small>
۲۶۳	۲. سیره تبلیغی اهل بیت <small>علیهم السلام</small>
۲۶۳	۱-۲. نقش تبلیغی و هدایت‌گری اهل بیت <small>علیهم السلام</small>
۲۶۶	۲-۲. نقاط عطف مواجهات ائمه <small>علیهم السلام</small>
۲۶۸	۲-۳. امام علی <small>علیه السلام</small>
۲۶۹	۲-۴. امام حسن و امام حسین <small>علیهم السلام</small>

- ۲-۵. امام علی بن الحسین علیه السلام ۲۷۷
- ۲-۶. امام باقر و امام صادق علیهما السلام ۲۷۹
- ۲-۷. امام کاظم علیه السلام و هدایت شیعیان در اوج اختناق ۲۸۳
- ۲-۸. امام رضا علیه السلام ۲۸۳
- ۲-۹. امام جواد و امام علی النقی علیهما السلام ۲۸۵
- ۲-۱۰. امام حسن عسکری علیه السلام ۲۸۹
- ۲-۱۱. امام مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف ۲۹۱
۳. سیره تبلیغی سایر الگوها و بزرگان دینی ۲۹۱
- ۳-۱. حضرت زهرا علیها السلام ۲۹۱
- ۳-۲. حضرت خدیجه علیها السلام ۲۹۳
- ۳-۳. حضرت زینب علیها السلام ۲۹۴
- ۳-۴. شهید مطهری رحمته الله علیه مرجع فکری سالم ۲۹۸
- جمع بندی فصل ۳۰۹

فصل هفتم: نظام تبلیغی حوزه/۳۱۳

۱. جایگاه حوزه‌های علمیه در تبلیغ فرهنگ دینی ۳۱۳
- ۱-۱. عناصر و ارکان هویت حوزه علمیه ۳۱۴
- ۱-۲. جایگاه و وظایف روحانیت ۳۱۷
- ۱-۳. اهداف نظام آموزشی حوزه‌های علمیه ۳۱۷
- ۱-۴. نقش فرهنگی حوزه‌های علمیه ۳۱۹
- ۱-۵. ویژگی‌های سیاسی اجتماعی حوزه ۳۲۰
- ۱-۷. نسبت حوزه با انقلاب اسلامی ۳۲۹
- ۱-۸. الگوی رابطه حوزه با حکومت اسلامی ۳۳۳

۳۳۷.....	۹-۱. نسبت حوزه با دانشگاه
۳۳۸.....	۲. جایگاه تبلیغ در شئون حوزوی
۳۴۰.....	۳. طرح نظام تبلیغی کشور
۳۴۲.....	۳-۱. تعاریف
۳۴۳.....	۳-۲. اهداف نظام تبلیغی کشور
۳۴۴.....	۳-۳. اصول حاکم بر سیاست‌های نظام تبلیغی کشور
۳۴۵.....	۳-۴. سیاست‌های راهبردی
۳۴۶.....	۴. برخی نکات مدیریتی در نظام تبلیغی حوزه
۳۴۶.....	۴-۱. استقلال مسائل تبلیغی
۳۴۶.....	۴-۲. پژوهشگری و تولید علم
۳۴۸.....	۴-۳. تمایز میان تربیت حوزوی و تبلیغ دینی
۳۴۸.....	۴-۴. شناسایی و به‌کارگیری دانش‌آموختگان نخبه
۳۴۹.....	۴-۵. جمع‌آوری و علمی‌سازی تجارب تبلیغی روحانیت
۳۴۹.....	۴-۶. آموزش و تربیت جامع و کامل مبلغین
۳۵۰.....	۴-۷. راهبردهای اساسی درباره تبلیغ و مبلغان
۳۵۲.....	جمع‌بندی فصل

فصل هشتم: تبلیغ در عرصه بین‌الملل / ۳۵۵

۳۵۵.....	۱. ضرورت اهتمام به تبلیغ بین‌الملل
۳۵۷.....	۱-۱. نگاه بین‌المللی متولیان حوزه علمیه
۳۵۷.....	۱-۲. ابعاد گرایش جهانی به معارف اهل بیت <small>علیهم‌السلام</small>
۳۵۹.....	۱-۳. رقابت فکری انقلاب اسلامی در جهان
۳۶۰.....	۱-۴. ویژگی‌های دنیای مدرن و پسامدرن

- ۱-۵. رقابت سرسختانه مکاتب در دنیای امروز..... ۳۶۳
- ۱-۶. ضرورت حضور حوزه علمیه در فضای بین‌المللی جدید ۳۶۴
- ۱-۲. اهمیت جغرافیای معرفتی..... ۳۶۵
- ۲-۲. پیوستگی انقلاب اسلامی با جغرافیای معرفتی جهانی ۳۶۵
- ۲-۳. میدان‌های رقابت در جغرافیای معرفتی جهان ۳۶۶
- ۲-۴. سرمایه‌های جهان اسلام در رویارویی معرفتی جهانی ۳۷۴
- ۲-۵. راه‌کارهای کارآمدی سرمایه‌های فکری و معرفتی جهان اسلام..... ۳۷۵
- ۲-۶. تلاش استکبار برای ایجاد جنگ‌های مذهبی ۳۷۸
- ۲-۷. مدیریت تطورات اجتماعی جهانی ۳۷۸
- ۲-۸. افق آینده مسائل فرهنگی بشری..... ۳۷۹
۳. گفتگو با ادیان و مذاهب..... ۳۸۰
- ۱-۳. اهتمام ادیان و مذاهب رقیب به پرورش عالمان دینی ۳۸۱
- ۲-۳. آمادگی جهت گفت‌وگوی سنجیده با ادیان و مذاهب ۳۸۲
- ۳-۳. محورهای پیشنهادی برای گفت‌وگوی میان اسلام و مسیحیت ۳۸۲
- ۳-۴. منشور جامع گفتگو و تبادل فکری در روند جهانی‌شدن ۳۸۳
- ۳-۵. تحقق امت واحد و انسجام اسلامی ۳۸۴
- ۳-۶. لزوم همکاری عملی میان ملل شرقی و اسلام ۳۸۵
۴. وحدت اسلامی ۳۸۵
- ۱-۴. اهمیت و ضرورت ایجاد وحدت..... ۳۸۵
- ۲-۴. تئوری‌های متصور درباره نحوه تعامل میان مذاهب اسلامی ۳۸۸
- ۳-۴. راهبردهای وحدت ۳۹۵
۵. بیداری اسلامی ۳۹۷
- ۱-۵. نشانه‌های وقوع بیداری اسلامی و معنوی در جهان ۳۹۷

۳۹۹.....	۲-۵. اهداف بیداری اسلامی.....
۴۰۰.....	۳-۵. راهبردهای غرب در مخالفت با بیداری اسلامی.....
۴۰۱.....	۴-۵. مسئولیت حوزه در قبال بیداری اسلامی.....
۴۰۲.....	۶. تبلیغ در حج.....
۴۰۴.....	۷. زیرساخت‌های لازم برای نتیجه بخشی تبلیغ بین‌الملل.....
۴۰۴.....	۱-۷. نگاه جامع.....
۴۰۵.....	۲-۷. بانک اطلاعاتی.....
۴۰۶.....	۳-۷. پردازش تجارب تبلیغی و تئوری پردازی.....
۴۰۶.....	۴-۷. هماهنگی‌های درون و برون‌سازمانی.....
۴۰۷.....	۵-۷. موقعیت‌شناسی فارغ‌التحصیلان در سطح دنیا.....
۴۰۸.....	جمع‌بندی فصل.....
۴۱۰.....	فهرست منابع.....

سخن مؤسسه

پیروزی انقلاب شکوهمند اسلامی، رسالت حوزه‌های علمیه را دو چندان کرده است؛ نظام اسلامی برای تأمین پشتیبانی تئوریک خود به منظور تصمیم‌گیری و اجرا باید مبانی علمی لازم را در اختیار داشته باشد، و این عرصه‌ای است که حوزه‌ی علمیه در کنار دیگر مجامع علمی باید در آن نقش فعال داشته باشد؛ زیرا بدون گسترش مرزهای علوم اسلامی به مباحث نوپدید و تولید علوم انسانی با رویکرد اسلامی، این نیاز پاسخ مناسب نمی‌یابد. ضرورت مجاهدت علمی به منظور پاسخگویی به مطالبات روزافزون و برحق جامعه‌ی دینی، آنگاه به اثبات می‌رسد که در نظر داشت؛ اولاً تحولاتی جدید در مجموعه‌ی دانش بشری، به ویژه علوم انسانی رخ داده است، ثانیاً زندگی انسان معاصربه واسطه پیشرفت در علوم و فناوری‌های جدید، دستخوش تطوراتی شگرف شده است، ثالثاً شکل‌گیری نظام اسلامی، فرصت مناسبی را فراروی جامعه‌ی دینی قرار داده است تا به اهداف خود دست یابد؛ از این رو سرعت بخشیدن به فعالیت‌های علمی حوزوی به منظور توانمندسازی نظام اسلامی در این باره ضروری می‌نماید. «موسسه اشراق و عرفان» که فعالیت خود را از سال ۱۳۸۶ با نظارت علمی

و ریاست عالی آیت الله اعرافی (دامت برکاته) آغاز کرده است، در عین تأکید بر اصالت‌های حوزوی، سعی در رفع نیازمندی‌های معرفتی انسان معاصر دارد؛ از این رو مأموریت‌های خود را «پژوهش در زمینه‌ی فقه‌های نو و فلسفه‌های مضاف بر مبنای روش اجتهادی در راستای نظام‌سازی اسلامی»، «پرورش پژوهشگران صاحب‌نظر در عرصه‌ی فقه‌های نو و فلسفه‌های مضاف و نظام‌سازی اسلامی» و «اسلامی‌سازی علوم انسانی» قرار داده است تا بتواند به ایفای نقشی مؤثر در این مجال بپردازد.

خداوند متعال کسانی از جنس بشر را در پرتو وحی برانگیخته و رسالت «تبلیغ» دین و تعلیم و تزکیه مردم را بر دوش ایشان نهاده است. در ادامه این نسل پاک پرورش‌یافتگان مکتب انبیا و امامان معصوم علیهم‌السلام یعنی فقها و عالمان دینی نیز در طول تاریخ، به فرمان خداوند برای تفقه در دین از میان قومشان، هجرت نموده و پس از کسب توانمندی‌های لازم علمی و عملی رسالت خطیر تبلیغ دین را عهده‌دار شده‌اند. در این میان، «تبلیغ» که رساندن پیام والای دین خاتم به آحاد انسانهاست، به مثابه یک فن و یک رفتار انسانی نیازمند آگاهی‌ها و مهارت‌های بسیاری است که در کتاب حاضر تلاش شده در حد مقدور به این مهارت‌ها و اطلاعات اشاره شود.

موسسه اشراق بر خود لازم می‌داند از حضرت آیت الله اعرافی (حفظه الله) که به دنبال ارائه این بحث در ضمن سخنرانی‌های شیوا و دیدگاه‌های فاخر خود، عنایت خاص در به ثمر نشانیدن این اثر داشتند، تشکر نماید و از تلاش‌های محقق ارجمند حجت الاسلام مصطفی شریفی‌پور در تنظیم و تدوین این اثر تقدیر نموده و قبول زحمت حجت الاسلام حسن حیدرزاده را در نظارت و ارزیابی آن ارج نهد.

امید است صاحب‌نظران و اندیشوران دینی، مؤسسه اشراق و عرفان را به منظور بهبود تولیدات علمی آینده، از نظرات و پیشنهادات سازنده خود بهره‌مند سازند.

پیشگفتار

﴿...وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ﴾ (توبه / ۱۲۲)

تبلیغ، غایة القصوای فعالیت‌های حوزه علمیه و عامل تداوم و گسترش دین محمدی ﷺ است. امروزه، گسترش تبلیغ و ارتباطات در سایه گسترش نشریات و ماهواره و فضای وب و سینما، ماهیت تمامی فعالیت‌های علمی و اجتماعی را تحت تأثیر خود قرار داده است. رقابت شدید اندیشه‌ها در کنار رشد آگاهی عمومی و معنویت‌گرایی عمومی در دوران پسا مدرن، موجب شده تبلیغ در دنیای معاصر دارای دشواری ویژه‌ای باشد.

تبلیغ دینی، به عنوان یک تکلیف و یک امتیاز بر سایر ادیان، ریشه در عمق گزاره‌های دینی دارد. قرآن کریم با بیان وجوب نذر و انذار و بیان شیوه‌های مؤثر ارتباط، اصل تبلیغ را پایه‌ریزی نموده است.

امروزه تبلیغ دینی، فراتر از عرصه‌های سنتی خود، عرصه‌های نوین و گسترده‌ای را در برابر خود می‌یابد که ورود به آن، از سویی اجتناب ناپذیر و از سویی ضرورتی عقلانی است. تحول هنر و ابزارهای ارتباطی، امکان ارسال پیام به اقصی نقاط جهان را فراهم آورده است. آحاد مبلغین و متولیان تبلیغ دینی با شناخت فرصت‌ها و آسیب‌های دین در جهان معاصر و بالحاظ جغرافیای معرفتی جهانی، می‌توانند در حد و اندازه بایسته در عرصه جهانی وارد شده و به مدیریت تحولات اسلامی و بین‌المللی بپردازند.

تدوین و بهره‌برداری از راهبردهای تبلیغی از گام‌های مهم در این عرصه است. مبلغ دین، در جهت تحقق اهداف خود، ملزم به ایجاد برخی ویژگی‌ها در خود است که از مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به تهذیب اخلاقی و کسب اندوخته علمی اشاره نمود. او همچنین طیفی از وظایف فردی و اجتماعی را به دوش می‌کشد که برخی به هیچ‌وجه قابل اغماض نیستند. الگوهای تبلیغی دینی از انبیای عظام تا رسول مکرم اسلام ﷺ و ائمه معصومین  و برخی تربیت‌شدگان بارز در این دستگاه تربیتی، می‌توانند انگیزه‌بخش و راهبر مبلغ در طی مسائل فراوان و جزئیات تبلیغ دین الهی باشند.

از دیگر لوازم ترویج مکتب اهل بیت  تدوین یک نظام جامع مدیریتی با لحاظ سطوح مختلف اصولی، راهبردی و راهکنشی و تدوین آن در سطحی بین‌المللی است که با لحاظ جغرافیای معرفتی جهانی ادیان و مذاهب و گفتگوی بین‌ادیانی و مذاهبی و در کنار لحاظ وحدت اسلامی، درصدد گسترش اندیشه اسلام ناب محمدی باشد.

اثر حاضر، تدوین برخی مکتوبات و سخنرانی‌های حضرت آیت‌الله اعرافی رحمته‌الله علیه در سال‌های متممادی در حوزه تبلیغ دینی است که تحت اشراف و نظارت عالمانه ایشان گردآوری و تنظیم گردیده است. بدین وسیله تشکر خود از ایشان را بیان می‌دارم که این اثر، از ابتدا تا انتها مرهون تلاش فکری و نظارتی ایشان است.

همچنین لازم است از دیگر عزیزانی که در فراهم آمدن این اثر به پشتیبانی و همیاری بنده همت گماردند کمال تشکر و امتنان را داشته باشم؛ از جمله برادر حجة الاسلام حسن حیدرزاده به‌عنوان ناظر پروژه، حجة الاسلام شهابت ارزیاپ، حجة الاسلام اکبریان و ایراستار و حجة الاسلام اصغر صفرزاده معاونت پژوهش مؤسسه اشراق و عرفان. همچنین بر خود لازم می‌دانم از همیاری شورای محترم پژوهش به‌ویژه حجت الاسلام موسوی مدیرعامل مؤسسه و سایر کادر اجرایی مؤسسه اشراق و عرفان به دلیل بذل توجه و اهتمام خود به بنده تشکر نمایم.