The Quarterly Journal
Motaleate Tablighe Dini
Vol.3/issu.5/ Winter 2026

A Comparative Study of the Characteristics of Religious Propagation (tabligh) in Christianity and Islam

Abdullāh Omidi Fard[1] **-Mahdi Meqdadi Davudi**[2] **-**
Muhammad Hadi Meqdadi Davudi[3]

Recived Data: 2025/03/07 Accept Data: 2025/11/16

A comparative examination of the methods of religious propagation employed by the two great religions of Christianity and Islam is among the subjects that call for serious scholarly attention and research. Such investigations can reveal the diverse approaches each religion adopts in attracting and retaining its followers. Given the central role of religious propagation (tabligh) in the Islamic tradition in conveying foundational messages and attracting new adherents, a comparative analysis of propagational methods in Christianity and Islam can contribute to a deeper understanding and more effective implementation of these methods.

The present article, employing a descriptive–analytical method and relying on library-based sources, demonstrates that Christian propagation is largely carried out through an emphasis on love and compassion, salvation through faith in Jesus Christ (peace be upon him), and humanitarian works. Art, interfaith dialogue, and education are also regarded as important instruments in Christian mission and propagation.

By contrast, Islamic propagation (tabligh) emphasizes principles such as commitment to ethics and humanity, truthfulness, justice, respect for the rights of others, kindness, forgiveness, and assistance to those in need. Within Islam, particular attention is given to the use of exemplary role models, storytelling and narratives, encouraging reflection and rational contemplation, avoidance of fanaticism and discrimination, the utilization of modern technologies and media, interaction and dialogue, and the dual

1. Associate Professor of Jurisprudence, Faculty of Islamic Theology and Education, Qom University, responsible author (omidifard.f@gmail.com)

2. A graduate of Qom Theological Faculty (mehdimeghdadi69@gmail.com)

3. A graduate of Qom Theological Faculty (mh.meghdadi1383@gmail.com)

principle glad tidings and warning.
Accordingly, both religions stress love, compassion, art, education, interfaith dialogue, and the use of encouragement and warning. However, Christianity places greater emphasis on salvation from sin through faith in Jesus Christ (peace be upon him) and on humanitarian works, whereas Islam focuses more on guidance toward ethical conduct and divine values, the use of narratives and material encouragements. Ultimately, both religions employ diverse methods of propagation to attract and retain followers. The selection of the most appropriate method depends on the circumstances, the objectives of propagation, and the nature of the target audience.
Keywords: Propagation of Christianity, evangelism, methods of propagation, spread of Christianity, propagation of Islam.

فصلية علمية محكمة
مطالعات تبليغ دينى
سنة الثالث، العدد ٥، الشتاء ١۴۴٧هـ

دراسة مقارنة لخصائص التبليغ في المسيحية والدين الإسلامي

عبدالله أميدي فرد[١]- مهدي مقدادي داودي[٢]-
محمد هادي مقدادي داودي[٣]-

الإستلام: ١۴۴۶/٩/٠۶ القبول: ١۴۴٧/٠۵/٢۵

تُعَدّ الدراسة المقارنة لأساليب التبليغ في الديانتين الكبيرتين، المسيحية والإسلام، من الموضوعات التي تبرز أهميتها البحثية والعلمية. فيمكن لمثل هذه الدراسات أن تكشف عن المقاربات المختلفة التي يعتمدها كل دين لجذب أتباعه والمحافظة عليهم. ونظراً لأهمية التبليغ الديني في نقل الرسائل الأساسية وجذب الأتباع الجدد، فإن دراسة ومقارنة الأساليب التبليغية في المسيحية والإسلام يمكن أن تساعد في تحسين فهم وتطبيق هذه الأساليب.

تُظهر هذه المقالة، التي اعتمدت المنهج الوصفي-التحليلي واستندت إلى المصادر المكتبية، أن التبليغ في المسيحية يتمحور حول التأكيد على المحبة والعشق، والنجاة من خلال الإيمان بالسيد المسيح عيسى عليه السلام، و الأعمال الإنسانية. كما يُعَدّ الفن، والحوار بين الأديان، والتعليم من الأدوات المهمة في التبليغ المسيحي.

في المقابل، يرتكز التبليغ في الإسلام على مبادئ من قبيل الالتزام بالأخلاق والإنسانية، والصدق، والعدل، واحترام حقوق الآخرين، والرحمة، والعفو، ومساعدة المحتاجين. يهتم الاسلام باستخدام القدوات البارزة، وسرد القصص، والتشجيع على التفكير والتعقل، وتجنّب التعصب والتمييز، واستخدام التكنولوجيا ووسائل الإعلام الحديثة، والتفاعل والحوار، والبشارة والإنذار.

إذن فإن كلا الدينين يؤكدان على المحبة والعشق، والفن، والتعليم، والحوار بين الأديان، والتشجيع والتحذير؛ غير أن المسيحية تركّز بدرجة أكبر على الخلاص من الخطيئة عبر الإيمان بالسيد المسيح عيسى عليه السلام والأعمال الإنسانية، في حين يركّز الإسلام أكثر على الهداية نحو الأخلاق والقيم الإلهية، واستخدام القصص، والتشجيعات المادية. ويستخدم كلا الدينين أساليب متنوعة في التبليغ تسهم في جذب الأتباع والمحافظة عليهم، ويعتمد اختيار الأسلوب الأنسب على ظروف التبليغ وأهدافه ونوعية المخاطَبين.

الكلمات المفتاحية: نشر المسيحية، التبشير، طرق الدعوة، انتشار المسيحية، نشر الإسلام.

---

١. أستاذ الفقه المشارك، كلية أصول الدين والتربية الإسلامية، جامعة قم، المؤلف المسؤول (omidifard.f@gmail.com)

٢. خريج كلية أصول الدين في قم (mehdimeghdadi69@gmail.com)

٣. خريج كلية أصول الدين في قم (mh.meghdadi1383@gmail.com)

فصلنامه علمی ـ تخصصی
مطالعات تبلیغ دینی
سال سوم، شماره پنجم، زمستان ۱۴۰۴

بررسی تطبیقی شاخصه‌های تبلیغ در مسیحیت و دین اسلام

عبدالله امیدی‌فرد[۱]- مهدی مقدادی داودی[۲]-
محمدهادی مقدادی داودی[۳]

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۲/۱۷ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۸/۲۵

چکیده

بررسی تطبیقی در روش‌های تبلیغی دو دین بزرگ مسیحیت و اسلام، از موضوعاتی است که اهمیت بررسی و پژوهش در آن احساس می‌شود. این بررسی‌ها می‌توانند نشان‌دهندهٔ رویکردهای مختلفی باشند که هر دین در جهت جذب و نگه‌داشت پیروان خود به کار می‌گیرد. با توجه به اهمیت تبلیغ دینی در انتقال پیام‌های اساسی و جذب پیروان جدید، بررسی و مقایسهٔ روش‌های تبلیغی در دو دین مسیحیت و اسلام می‌تواند به بهبود فهم و اجرای این روش‌ها کمک کند. مقاله پیش رو با روش‌ـتوصیفی‌ـتحلیلی و با استفاده از منابع کتابخانه‌ای، این نتایج را نشان می‌دهد که تبلیغ مسیحیت با تأکید بر محبت و عشق، نجات از طریق ایمان به عیسی مسیح علیه‌السلام، و کارهای بشردوستانه انجام می‌شود. هنر، گفت‌وگوی بین‌دینی و آموزش نیز ابزارهای مهمی در تبلیغ مسیحیت هستند. در مقابل، تبلیغ اسلام بر اصولی چون تعهد به اخلاق و انسانیت، صداقت، عدالت، احترام به حقوق دیگران، مهربانی، گذشت و کمک به نیازمندان تأکید دارد. در دین اسلام، استفاده از الگوهای برجسته، قصه‌گویی، تشویق به تفکر و تعقل، پرهیز از تعصب و تبعیض، استفاده از فناوری و رسانه‌های مدرن، تعامل و گفت‌وگو و بشارت و انذار مورد توجه است. بنابراین هر دو دین بر محبت، عشق، هنر، آموزش، گفت‌وگوی بین‌دینی و تشویق و هشدار تأکید دارند؛ اما مسیحیت بر نجات از گناه از طریق ایمان به عیسی مسیح علیه‌السلام و کارهای بشردوستانه تأکید بیشتری دارد، درحالی‌که اسلام بر هدایت به سوی اخلاق و ارزش‌های الهی، استفاده از داستان‌ها، و تشویق‌های مادی تمرکز بیش‌تری دارد. هر دو دین از روش‌های متنوعی برای تبلیغ استفاده می‌کنند که به جذب و نگه‌داشتن پیروان کمک می‌کند. انتخاب بهترین روش به شرایط و اهداف تبلیغ و نوع مخاطبان بستگی دارد.

واژگان کلیدی: تبلیغ مسیحیت، تبشیر، شیوه‌های تبلیغ، شیوع مسیحیت، تبلیغ اسلام.

---

۱. دانشیار گروه فقه دانشکدهٔ معارف و الهیات اسلامی دانشگاه قم، نویسنده مسئول (omidifard.f@gmail.com)

۲. دانش‌آموختهٔ حوزهٔ علمیهٔ قم (mehdimeghdadi69@gmail.com)

۳. دانش‌آموختهٔ حوزهٔ علمیهٔ قم (mh.meghdadi1383@gmail.com)

مقدمه

در دنیای امروز، تبلیغ به عنوان یکی از مهم‌ترین ابزارهای گسترش دین و فرهنگ، نقش بسیار حیاتی ایفا می‌کند. تبلیغ در ادیان مختلف، به ویژه مسیحیت و اسلام، از دیرباز تاکنون با روش‌ها و الگوهای مختلفی انجام شده و تأثیرات عمیقی بر جوامع انسانی داشته است. در این میان، شاخصه‌های کارآمدیِ الگوی تبلیغی هر دین، نقش کلیدی در جذب و نگهداری پیروان ایفا می‌کنند. بررسی تطبیقی این شاخصه‌ها می‌تواند به شناخت دقیق‌تر و بهبود روش‌های تبلیغی در هر دو دین کمک شایانی کند.

با توجه به اهمیت بالای تبلیغ در گسترش ادیان، شناخت و تحلیل شاخصه‌های کارآمدی در الگوهای تبلیغیِ مختلفْ ضروری به نظر می‌رسد. الگوی تبلیغی مسیحیت و اسلام، هریِک دارای ویژگی‌ها و روش‌های منحصربه‌فردی است که مطالعهٔ تطبیقی آن‌ها می‌تواند به درک بهتر از کارآمدی و نقاط قوت و ضعف هریِک منجر شود. این پژوهش به دنبال پاسخ این سؤال است که چه شاخصه‌هایی در الگوی تبلیغی مسیحیت و اسلام باعث افزایش کارآمدی آن‌ها می‌شود و چگونه می‌توان این شاخصه‌ها را در تبلیغ دینی بهینه‌سازی کرد؟

هدف اصلی این تحقیق، تحلیل و مقایسهٔ تطبیقی شاخصه‌های کارآمدی الگوی تبلیغی مسیحیت و اسلام است. به طور خاص، این پژوهش به دنبال شناسایی و توصیف شاخصه‌های کارآمدی الگوی تبلیغی مسیحیت، شناسایی و توصیف شاخصه‌های کارآمدی الگوی تبلیغی اسلام، تحلیل تطبیقی شباهت‌ها و تفاوت‌های میان این شاخصه‌ها، و ارائهٔ پیشنهادهای کاربردی برای بهبود و بهینه‌سازی روش‌های تبلیغی در دو دین است. پاره‌ای از مهم‌ترین پیشینه‌های تحقیق عبارت‌اند از:

۱. غنی‌فر، احسان و محمدرضا عدلی و بخشعلی قنبری (۱۴۰۳، تابستان). تبلیغ مسیحیت در دوران مدرن. ۱۷ (۶۷)، ۵۸ـ۸۴.

این مقاله به بررسی تأثیرات تبلیغ مسیحیت در دوران مدرن می‌پردازد و نشان می‌دهد که چگونه این تبلیغات تحت تأثیر فرهنگ و سیاست‌های مختلف قرار گرفته‌اند. دین مسیحیت، از قرون‌وسطا تا دوران مدرن، بزرگ‌ترین جامعهٔ مؤمنان جهان را دارد و اهدافی فرامرزی و بینافرهنگی را دنبال می‌کند. نتایج مقاله نشان می‌دهد تلاش‌گرانی ازجان‌گذشته با توانایی بالا در ایجاد ارتباطات انسانی و پاسخ‌گویی به شبهات و نقدهای افراطی، بدون چشمداشت مادی و دنیوی و حتی گاهی آغازگر جریانات مهم تاریخی قرار دارند.

۲. شـیرمحمدی، لیلا و محمدرضـا عدلی (۱۳۹۹). تبلیغ دینی در مسـیحیت؛ بررسـی فعالیت‌های پاپ گِرگوری. پژوهشنامهٔ ادیان، ۱۴ (۲۷)، ۱۱۵ـ۱۳۲.

در این مقاله آمده اسـت که بندیکت قدیس (د ح ۵۴۷م) از شـخصـیت‌های تأثیرگذار رهبانیت مسـیحی بود که با تأسـیس طریقه‌ای رهبانی در رشـد و تکامل معنویت مسـیحی تأثیر مهمی بر جای نهاد. گِرگوری کبیر از پیروان سـنّتِ بندیکت بود که به مقام پاپی رسـید و در گسـترش مسـیحیت نقش چشـمگیری داشـت. او در سـال ۵۹۷م آوگوسـتین کانتربری را به همراه چهل تن از راهبان صـومعهٔ اندوریِ قدیس رهسـپارِ بریتانیا کرد. این هیئت با تلفیق قواعد رهبانی با تعالیم کلیسا توانستند به توفیق چشمگیری برسند.

۳. زهری، خالد (۱۳۸۷، آبان). ابزارهای امروزین تبلیغ مسیحیت. موعود، ۹۳، ۱۶ـ۲۲.

خطرناک‌ترین پدیده‌ای که مسلمانان مقیم اروپا با آن روبه‌رو هستند، تبشیر (تبلیغ مسیحیت و فراخوانی به دین مسیح) است که توانسته در بسیاری از آنان، کارگر افتد. نکتهٔ خطرناک اینکه، آن‌ها از مخاطبِ تبشیر، خود تبدیل به عامل آن (= مبلغ مسیح) شـده‌اند. در این مقاله به برخی راه‌های خطرناکی اشاره شده است که از طریق آن‌ها حرکت تبلیغی مسیحیت، تلاش پیگیری را در شمال آفریقا در پیش گرفته است:

۱. بهره‌گیری از اصول اسلامی در تبشیر؛
۲. استدلال مبلغان تبشیری به قرآن کریم؛
۳. پنهان شدن با نام‌های اسلامی در این رویکرد؛
۴. ایجاد شک و تردید در آیات قرآن کریم؛
۵. بهره‌گیری از ارسال کتاب و اعطای جایزه؛
۶. دعوت به بازدید و دیدارهای حضوری؛
۷. پافشاری در نامه‌نگاری.

تفاوت مقالهٔ پیشِ‌رو با پیشـینه‌ها در آن اسـت که به جای اینکه به تحقیقات مرتبط با تبلیغ مسـیحیت در دوران و فرهنگ‌های مختلف پرداخته باشـد، بر تحلیل تأثیرات این تبلیغات بر فرهنگ و سـیاسـت‌های مختلف متمرکز اسـت. همچنین مقالهٔ پیشِ‌رو تأثیرات مثبت و منفی تبلیغ مسیحیت را به طور جامع بررسی می‌کند و نشان می‌دهد که چگونه این تبلیغات می‌توانند در تبلیغ دین اسلام نقش داشته باشند.

۱. شاخصه‌های کارآمدی الگوی تبلیغی مسیحیت

تبلیغ مسیحیت با گذشت زمان به شکل‌های مختلفی تغییر یافته است. الگوی تبلیغی مسیحیت دارای شاخصه‌ها و ویژگی‌های خاصی است و هریِک از این شاخصه‌ها نقش مهمی در جذب و نگه‌داشت پیروان و نیز انتشار پیام‌های اساسی مسیحیت دارد. این ملاک‌ها بر اساس ارزش‌های مشترک انسانی و تعالیم مسیحیت انتخاب شده‌اند تا پیام دین به نحوی جذاب و قابل فهم به همگان منتقل شود. در ادامه، به برخی از مهم‌ترین و متمایزترین شاخصه‌های الگوی تبلیغی مسیحیت خواهیم پرداخت.

۱ـ۱. کارهای بشردوستانه و نیازهای مردم

یکی از روش‌های مؤثر در تبلیغ مسیحیت، انجام دادن کارهای بشردوستانه است. کلیساها و سازمان‌های مسیحی در سراسر جهان به کمک نیازمندان و بیماران و افراد محروم می‌پردازند. این اقدامات نه‌تنها به حل مشکلات فوری افراد کمک می‌کند، بلکه تصویری مثبت از مسیحیت ارائه می‌دهد و پیام محبت و همدلی این دین را به مردم نشان می‌دهد. نمونه‌هایی از این کارهای بشردوستانه ساختِ مدارس، پناهگاه‌های بی‌خانمان‌ها و بیمارستان‌هاست.

ابزار طبابت به چند دلیل برای مسیحیان دارای اولویت بوده است. یکی از آن دلایل، برآورده ساختن نیازهای شدیدِ درمانی مردم است. همچنین درمان پزشکی باعث می‌شود انسان احساس کند به مردم نزدیک است و همین امر جلوی کارهای سلبی آنان را می‌گیرد و بهترین شیوه برای ایجاد جو اجتماعی، توأم با محبت به مردم است. همچنین این‌گونه خدمات بخشی از اخلاق مسیحی شمرده می‌شود که مردم را به کمک‌رسانی به یکدیگر و درمان آن‌ها ترغیب می‌کند. با توجه به اهمیت این نوع تبلیغ مسیحیت، به جز در دهه‌های آخر قرن نوزدهم، گروه‌های پزشکی در آمریکا و اروپا به وجود آمدند. از همین رو از طریق بیمارستان‌ها و مطب‌های سیار اقدام به تبلیغ مسیحیت می‌کردند (غنامی، ۱۳۸۸، صص۱۱۱ـ۱۴۲).

مبلغان مسیحیت به واسطهٔ تبلیغ بر اساس نیاز مردم، نیز سعی دارند با تلفیق علوم پایهٔ روز، همچون اقتصاد و روان‌شناسی و...، در مخاطبان خود تأثیر فراوانی داشته باشند. برای نمونه، شیوهٔ تبلیغی روایت‌درمانی کتاب مقدس تلاش دارد افراد را توانمند کند تا در تبلیغ دین، برای درمان مشکلات روحی افراد، از متون دینی استفاده کنند. زمانی که مبلغ با فردی روبه‌رو می‌شود که مشکلات روحی خاصی دارد، از متون درمانی روان‌شناسی روایت‌درمانی استفاده می‌کند تا

بتواند روایت زندگی او را درک کند و برای تغییر این روایت از داستان‌های متون دینی استفاده می‌کند. این مدل یک مدل ابتدایی و صرفاً کمک اولیه است و به عنوان مدل درمانی تخصصی نیست؛ چراکه در تبلیغ دین به صورت عمومی استفاده می‌شود (رهیافته‌ها: https://rahyafteha.ir/131594).

همچنین بررسی آیین پروتستان و تبلیغ دین در آمریکا، نشان می‌دهد که مهم‌ترین روش تبلیغی کشیش اوستین، پیرامون علم روان‌شناسیِ انگیزشی و مثبت‌گراست. در حقیقت کشیش اوستین توانسته با استفاده از ابزارها و تکنولوژی نوین و علم روان‌شناسی مثبت‌گرا، صاحب بزرگ‌ترین کلیسای خصوصی پروتستان در دنیا شود و با اصول متقاعدسازی و استفادهٔ همه‌جانبه از قدرت رسانه‌ها، تبلیغات عظیمی در راستای مفاهیم دین مسیحیت انجام دهد (الهی نصر، ۱۳۹۸، ص۱).

۱ـ۲. پیام محبت و عشق به دشمنان

محبت و عشق از اصول اساسی مسیحیت است که در تعالیم عیسی مسیح علیه‌السلام به وضوح دیده می‌شود. عیسی در عهد جدید بارها بر محبت به همگان، ازجمله دشمنان، تأکید کرده است. این پیام در آیاتی مانند «محبت به همسایهٔ خود به عنوان خودت» (انجیل متی، فصل ۲۲، آیهٔ ۳۹) و (محبت به دشمنان) (انجیل لوقا، فصل ٦، آیهٔ ۲۷ـ۳۱) به خوبی نمایان است: «دشمنان خود را محبت نمایید و به آنان که از شما نفرت دارند، نیکی کنید. برای هرکِه نفرینتان کند برکت بطلبید و هرکس را که آزارتان دهد دعای خیر کنید. اگر کسی بر یک گونهٔ تو سیلی زند، گونهٔ دیگر را نیز به او پیشکش کن. اگر کسی ردایت را از تو بستاند، پیراهنت را نیز از او دریغ مدار. اگر کسی چیزی از تو بخواهد، به او بده، و اگر مال تو را غصب کند، از او بازمخواه. با مردم همان‌گونه رفتار کنید که می‌خواهید با شما رفتار کنند.»

تبلیغ مسیحیت بر اساس این پیام، سعی دارد محبت و همدلی را در بین مردم ترویج دهد و از این طریق دل‌ها را به سوی خود جذب کند. به بیان روشن‌تر، می‌توان گفت که در تبلیغ مسیحیت یکی از روش‌های رایج که به ویژه مبلغین مسیحی از آن استفاده می‌کنند، تأکید بر آموزه‌های عشق و محبت و صلح‌جویی است. آن‌ها معمولاً بر این موضوع پافشاری می‌کنند و به عنوان یکی از ویژگی‌های برجستهٔ دینِ خود آن را در برابر دیگر ادیان، به ویژه اسلام، مطرح می‌سازند. این تاکتیک به عنوان ابزاری مؤثر در جذب افراد و تبلیغ مسیحیت به کار گرفته

می‌شود؛ زیرا بسیاری از مردم، به ویژه در دنیای امروز که با بحران‌های اجتماعی و سیاسی مواجه اســت، جذب پیام‌هایی همچون محبت و صــلح می‌شــوند. اما درواقع، اگر به دقت به متون مقدس مســیحی نگاهی بیندازیم، خواهیم دید که آموزه‌های مرتبط با صــلح و محبت در کتاب مقدس، از آموزه‌های مشابه در قرآن و سنت اسلامی بسیار محدودتر است.

۱ـ۳. هنر و ورزش

هنر همواره نقش مهمی در تبلیغ مسیحیت ایفا کرده و ابزار قدرتمندی برای انتقال پیام‌های دینی بوده اســت؛ از نقاشــی‌های دیواری کلیســاها در دوران قرون‌وســطا تا موســیقی گاســپل و ادبیات مذهبی. نقاشی‌های مشهوری مانند «شام آخر» از لئوناردو داوینچی و «تولد مسیح علیه‌السلام» از رافائل، مثال‌هایی برای استفاده از هنر در تبلیغ مسیحیت هستند. موسیقی کلیسایی نیز با آوازهای گروهی و ســرودهای مذهبی، پیام‌های دینی را به صــورت شــنیداری به مردم منتقل می‌کند.

ورزش نیز یک ابزار مهم برای تبلیغ مســیحیت بــه شــمار می‌رود. شــاید بخش اعظم فعالیت‌های ورزشی، در معنای عامِ خود، در مبادلهٔ فرهنگی داخل شود. گام‌های عملی و بسیار روشنی در عرصهٔ ورزش وجود دارد که در آن ردپای تبلیغ مسیحیت به وضوح دیده می‌شود. این امر را می‌توان در ورزشکاران مسیحی در کشورهای اسلامی دید که صلیب را در گردن خود آویزان می‌کنند یا در آغاز مســابقات با دســت‌های خود به صــلیب یا تثلیث اشــاره می‌کنند؛ چنان‌که همین کار را حاکمان مســیحی انجام می‌دهند. فرزندان مســلمان که در آن مســابقه شــرکت می‌کنند و طرفدار بازیگران هســتند، فریفتهٔ این حرکات می‌شــوند و آن‌ها را دوســت می‌دارند و از حرکات آن‌ها تقلید می‌کنند (غنامی، ۱۳۸۸، صص۱۱۱ـ۱۴۲).

۱ـ۴. تعامل و گفت‌وگو

مســیحیت، به طور کلی، تمایل به گفت‌وگوی بین‌دینی و تبادل‌نظر با ادیان و فرهنگ‌های دیگر دارد. این رویکرد، به ویژه در جهان معاصر که تنوع دینی و فرهنگی بالاست، اهمیت زیادی دارد. از طریق گفت‌وگو، مسیحیت تلاش می‌کند تفاهم و همدلی بین ادیان مختلف را تقویت و پیام‌های مشترک انسانی و اخلاقی را برجسته کند. نمونه‌هایی از این نوع گفت‌وگوها ملاقات‌های بین‌دینی پاپ‌ها با رهبران دیگر ادیان و کنفرانس‌های بین‌المللی گفت‌وگوی بین‌دینی است.

پژوهشگران مسیحی از قرن ۱۶ با نگارش پژوهش‌های صلح‌آمیز درباره اسلام و صدور بیانیه، در احیای روابط دینی با مسلمانان کوشیدند. بیانیه شورای جهانی واتیکان دوم و تأسیس دبیرخانه گفت‌وگوی ادیان در قرن ۲۰ نقطه عطف بهبود روابط دو دین مسیحیت و اسلام از سوی مسیحیان بود. (اصفهانی، ۱۳۹۹، صص ۹۵ـ۱۲۰)

پاپ فرانسیس در تاریخ ۱۳۹۹/۱۲/۱۶ وارد نجف اشرف شد تا با آیت‌الله سیستانی مرجع عالی اکثریت ملت عراق دیدار کند. دیدار پاپ فرانسیس با آیت‌الله سیستانی در منزل ایشان در نجف اشرف نزدیک یک ساعت طول کشید. بیانیه واتیکان به دیدار پاپ با آیت‌الله سیستانی به شرح زیر است:

«پاپ واتیکان بر اهمیت دوستی و همکاری بین ادیان تأکید داشت تا این دوستی و برادری از طریق افزایش احترام متبادل و گفت‌وگو، در خیر و برکت برای عراق و منطقه و بشریت سهیم شود. در این دیدار پاپ واتیکان از آیت‌الله سیستانی به خاطر اینکه در برابر خشونت و سختی‌های بزرگ در سال‌های اخیر در دفاع از ضعفا و افرادی که بیشترین آزارها را دیده‌اند، ندا سر داده، تشکر کرد و بر مقدس بودن حیات بشریت و اهمیت اتحاد میان ملت عراق تأکید داشت. همچنین پاپ در این دیدار در محضر آیت‌الله سیستانی از خداوند متعال خواست که صلح و برادری در سرزمین عراق و خاورمیانه و دنیا مسلط شود» (https://www.tasnimnews.com/fa/news/1399/12/16/2464836).

۱ـ۵. آموزش

آموزش و تعلیم از روش‌های اساسی در تبلیغ مسیحیت محسوب می‌شود. کلیساها و مؤسسات آموزشی مسیحی با برگزاری کلاس‌ها، سمینارها و دوره‌های آموزشی، به آموزش تعالیم دینی و ترویج ارزش‌های مسیحی می‌پردازند. این روش نه‌تنها به انتقال دانش دینی کمک می‌کند بلکه افراد را در فهم عمیق‌تر و پذیرش ایمان مسیحی یاری می‌رساند. مدارس و دانشگاه‌های مسیحی در سراسر جهان، نقش مهمی در این زمینه ایفا می‌کنند.

مبشران مسیحی در کشورهای مغرب عربی، به ویژه در مراکش، در تلاش بودند تا از طریق تأسیس کتاب‌فروشی‌های تبشیری، کتاب‌های مسیحی را پخش و ترویج دهند، اما با ناکامی مواجه شدند، زیرا دولتِ این کشورها به شدت با برنامه‌های تبشیری مخالف است. درنتیجه، آنان مجبور شدند تا به جای کتاب‌فروشی‌های صریحاً تبشیری، کتابخانه‌ها یا کتاب‌فروشی‌هایی

به ظاهر با رویکرد فرهنگی- فکری تأسیس کنند که درواقع اهداف تبشیری را دنبال می‌کنند. به عنوان نمونه، کتاب‌فروشی (کلیله‌ودمنه) در خیابان محمد پنجم در شهر رباط مراکش، یکی از همین کتاب‌فروشی‌ها است که هدف اصلی آن، تبلیغ مسیحیت از طریق پخش کتاب‌ها و نشریات مسیحی است. این کتاب‌فروشی به دلیل موقعیت شاخص و مکانی‌اش در خیابانِ گفته‌شده، در میان مردم شناخته‌شده است (زهری، ۱۳۸۷، صص ۲۳۹_۲۵۲).

گِرگوری اول از نامه‌های خود به عنوان ابزاری مؤثر برای تبلیغ مسیحیت استفاده کرد. این نامه‌ها که در چهارده کتاب جمع‌آوری شده‌اند، منابع مهمی برای درک الهیات، آداب نیایش، تاریخ و جامعه‌شناسی دوران او هستند. گرگوری از طریق مکاتباتش با اسقف‌ها، حکام و کلیساهای مختلف، به تقویت روابط کلیسایی و ایجاد اتحاد میان حوزه‌های اسقفی کمک کرد. این نامه‌ها، علاوه بر هدایت دینی، نقش کلیدی در آموزش و حفظ انسجام در کلیسا داشتند و به گرگوری امکان داد تا آموزه‌های مسیحی را به شیوه‌ای مؤثر گسترش دهد (شیرمحمدی و عدلی، ۱۳۹۹، صص۱۱۵_۱۳۲). به بیان واضح‌تر، می‌توان گفت که در زمینهٔ تبلیغ دین مسیحیت، پاپ گرگوری اول از روش‌های مختلفی برای گسترش و تحکیم ایمان مسیحی استفاده کرد و یکی از این روش‌ها آموزش و تعلیم بود. گرگوری با استفاده از نامه‌های خود نقش مؤثری در هدایت کلیسا و دنیای مسیحی ایفا کرد. چهارده کتاب از نامه‌های او منابع اطلاعاتی مهمی از دوران اسقفی‌اش به شمار می‌روند و شامل موارد مختلفی ازجمله ارتباط با کلیسا، امپراتورها، مهاجمان ژرمنی، اسقف‌ها، صومعه‌ها و مسائل عرفانی و اجتماعی آن دوران هستند. این نامه‌ها، به ویژه برای درک الهیات، آداب نیایش، تاریخ، روان‌شناسی و جامعه‌شناسیِ آن زمان منابع غنی و ارزشمندی محسوب می‌شوند. در این نامه‌ها گرگوری به عنوان یک رهبر دینی آگاه و شایسته، تصویر رهبری مقتدر و مسئول را از خود به نمایش می‌گذارد. او در مکاتباتش همواره بر اهمیت آموزش و تبیین اصول مسیحیت تأکید داشت.

۱_۶. رستگاری و سعادت

مسیحیت بر این باور است که انسان‌ها به دلیل گناه اولیه نیازمند نجات هستند و این نجات تنها از طریق ایمان به عیسی مسیح علیه‌السلام حاصل می‌شود. عیسی علیه‌السلام به عنوان ناجی و منجی بشر شناخته می‌شود و با فداکاری خود بر صلیب، راه نجات و رستگاری را برای انسان‌ها باز کرده است. تبلیغ مسیحیت بر این اساس مردم را به پذیرش ایمان به عیسی مسیح علیه‌السلام

دعوت می‌کند تا از طریق او به حیات ابدی دست یابند. این پیام از قدرت بالایی برای جلب‌توجه و جذب افراد به دین برخوردار است.

مسیحیان فدا شدن حضرت عیسی مسیح علیه‌السلام برای گناهان تمام بشر را نیز از عوامل مؤثر در تبلیغ مسیحیت دانسته‌اند. این عقیده نیز توسط پولس در مسیحیت داخل شده و با تعبیرات مختلف گفته است که بشر با آمدن عیسی علیه‌السلام از هرگونه گناهی نجات پیدا کرده و تبرئه شده است و دیگر در عالم گناهی وجود ندارد؛ چون شریعت وجود ندارد. او می‌گوید: با آمدن عیسی علیه‌السلام انسان‌هایی که با گناه آدم علیه‌السلام محکوم شناخته شده بودند، همگی تبرئه گردیدند (نامه‌های پولس به رومیان، فصل ۵، آیهٔ ۱۶). در جای دیگر می‌گوید همان‌طوری که بسیاری در نتیجهٔ سرپیچیِ یک نفر گناهکار گشتند، به همان طریق بسیاری هم در نتیجهٔ فرمان‌بَرِی یک نفر کاملاً نیک محسوب خواهند شد (نامه‌های پولس به رومیان، فصل ۵، آیهٔ ۱۹). در قسمت دیگری از نامه‌های خود می‌گوید: پس دیگر برای کسانی که در اتحاد با مسیح به سر می‌برند هیچ محکومیتی وجود ندارد (نامه‌های پولس به رومیان، فصل هشتم، آیهٔ ۱).

۷-۱. استفاده از فناوری و رسانه‌های مدرن

تبلیغ دینی از طریق رسانه‌ها همواره مورد توجه فرقه‌های مسیحی بوده است. شاخص‌ترین مبلغان رسانه‌ای مسیحی جری فالول، جیمیسواگرت، پاتریک پاترسون، جرج اوتیس و مایک ایوانس هستند. این شخصیت‌ها، علاوه بر آنکه کالج‌ها و مدارس زیادی تحت سلطهٔ خود و تربیت مسیحی-یهودیِ خود قرار داده‌اند، حضوری فعال در رسانه‌های جمعی مانند تلویزیون، رادیو، روزنامه و مجله دارند. علاوه بر حضور مستقیم در رسانه‌ها، به صورت غیرمستقیم نیز مبلغان مسیحیت نقش مهمی را در رسانه‌ها کارگردانیِ معنوی می‌کنند؛ همانند آنکه با ساخت فیلم‌هایی چون آرماگدون، ماتریکس و افسانهٔ نوسترادامو‌س، توانسته‌اند شبههٔ اعتقادی در بین مسلمانان بیفکنند و خود را منجی بشر معرفی کنند. (محمدی، ۱۳۸۷، صص ۸۷-۱۲۹).

جول اوستین کشیش و نویسنده و سخنران انگیزشی است. او متولد ۵ مارس ۱۹۶۳ میلادی است و ۵۹ سال سن دارد. او هر هفته، یکشنبه‌ها، در کلیسای لیکوود جلوی شانزده‌هزار نفر به مدت تقریباً ۲۵ دقیقه سخنرانی می‌کند و قبل و بعد از این سخنرانی هم حدود ۹۰ دقیقه مراسم دعا و عبادت و خواندن آهنگ‌های انگیزشی-معنوی دارند که تمام این مراسم در کلیسای لیکوود (lakewood church) با حضور مخاطبان و همچنین به صورت زنده (لایو) در کانال یوتیوب

جول اوستین برگزار می‌شود. سخنرانی‌های هفتگیِ او را بیشتر از هفت‌میلیون بیننده در هفته و بیشتر از بیست‌میلیون نفر در ماه در بیش از صد کشور می‌بینند یا می‌شنوند (وبگاه نگرش نیک: https://negareshenik.ir/bio-joelosteen/#elementor-toc__heading-anchor-14). بله، این مثال یک نمونهٔ کوچک از میزان فعالیت مبلغان مسیحیت از طریق رسانه است که بیش از صد کشور و جمعیت بالغ‌بر ده‌هامیلیون از این ظرفیت بزرگ رسانه‌ای استفاده می‌کنند.

۲. شاخصه‌های کارآمدی الگوی تبلیغی اسلام

اصول و روش‌های تبلیغی دین اسلام بر اساس ارزش‌های مشترک انسانی و تعالیم اسلام به گونه‌ای تنظیم شده‌اند که پیام دین به نحوی جذاب و قابل فهم به همگان منتقل شود. برخی از مهم‌ترین این اصول و روش‌ها عبارت‌اند از:

۲ـ۱. تعهد به اخلاق و انسانیت

منظور از تعهد به اخلاق و انسانیت، تأکید بر اصول اخلاقی مشترک، همچون صداقت، عدالت، احترام به حقوق دیگران، مهربانی و گذشت، کمک به نیازمندان و پایبندی به وعده است. بیان این اصول نه‌تنها به تبلیغ مؤثر و جذب افراد کمک می‌کنند، بلکه نشان‌دهندهٔ ارزش‌های بنیادین اسلام و تعهد به زندگی اخلاقی و انسانی هستند. با رعایت این اصول، تبلیغ نه‌تنها به انتقال پیام دین بلکه به ایجاد یک جامعهٔ همدل و همراه کمک می‌کند. پاره‌ای از مهم‌ترین نصوص دین اسلام که بیانگر اصول فوق هستند، عبارت‌اند از:

۱. ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَ كُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ﴾ (توبه: ۱۱۹)؛ «ای کسانی که ایمان آورده‌اید، از خدا پروا کنید و با صادقان باشید.»

۲. ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَ لَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَآنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا اعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَ اتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ﴾ (مائده: ۸)؛ «ای کسانی که ایمان آورده‌اید، برای خدا برپادارندگان قسط و عدالت باشید و دشمنیِ گروهی شما را بر آن ندارد که به عدالت رفتار نکنید. عدالت پیشه کنید که آن به تقوا نزدیک‌تر است، و از خدا پروا کنید که خداوند به آنچه می‌کنید آگاه است.»

۳. امام صادق علیه‌السلام: «أَلَا أُحَدِّثُکَ بِمَکَارِمِ الْأَخْلَاقِ؟ اَلصَّفْحِ عَنِ النَّاسِ وَ مَوَاسَاةِ الرَّجُلِ أَخَاهُ فِي مَالِهِ وَ ذِكْرِ اللَّهِ كَثِيراً (شیخ صدوق، بی‌تا، ص۱۹۱، ح۲)؛ آیا به شما بگویم که مکارم اخلاق چیست؟ گذشت کردن از مردم، کمک مالی به برادر (دینی) خود و بسیار به یاد خدا بودن.»

۴. امام سجاد علیه‌السلام: «قُلْتُ لِعَلِيِّ بْنِ الْحُسَيْنِ علیه‌السلام أَخْبِرْنِي بِجَمِيعِ شَرَائِعِ الدِّينِ قَالَ قَوْلُ الْحَقِّ وَ الْحُكْمُ بِالْعَدْلِ وَ الْوَفَاءُ بِالْعَهْدِ (شیخ صدوق، ۱۳۶۲، ص۱۱۳، ح۹۰)؛ به امام سجاد علیه‌السلام عرض کردم: مرا از تمام دستورهای دین آگاه کنید. فرمودند: حق‌گویی، قضاوت عادلانه، وفای به عهد.»

همان‌طور که از این آیات و روایات فهمیده می‌شود، دین اسلام بر اهمیت صداقت و راست‌گویی و عدالت و رعایت حقوق دیگران در زندگی فردی و اجتماعی تأکید دارد و عدالت و راست‌گویی را نه‌تنها یک ارزش اخلاقی بلکه یک وظیفهٔ دینی می‌داند. صداقت در گفتار و عمل و به تبعِ آن تبلیغ دین با این شاخصهٔ مهم، باعث اعتماد و روابط سالم‌تر و جذب مخاطب در جامعه می‌شود.

۲ـ۲. استفاده از الگوهای برجسته

در طول حیات مبارک پیامبر صلی‌الله‌علیه‌وآله و ائمهٔ معصومین علیهم‌السلام آن‌ها با توجه به رسالتی که داشتند، با اقشار مختلف روبه‌رو می‌شدند. هدف اصلی ایشان تربیت انسان است. ازاین‌رو تک‌تک لحظه‌های زندگی‌شان حاوی نکته‌ها و لطایف تربیتی است و می‌تواند به عنوان الگو به دیگران معرفی شود. آن‌ها درحقیقت الگوهای زندگی به سبک اسلامی هستند. ائمهٔ اطهار علیهم‌السلام در مواجهه با اقشار مختلف متناسب با شرایط آن‌ها لب به سخن می‌گشودند. به همین خاطر، برخورد با مردم عادی به شیوه‌ای بود و برخورد با دانشمندان اسلامی یا حتی دانشمندان دیگر ادیان آسمانی و ملحدان به گونه‌ای دیگر. ایشان در کلاس‌های درس و حلقه‌های علمی، سخنرانی‌ها، دیدارهای عمومی و خصوصی، مجالس مناظره با دانشمندان یا حتی در محل‌های عبور و مرور و همچنین با پیروان فِرق گوناگون اگر به موردی برخورد می‌کردند، با صبر و حوصله و متناسب با حالات کسی که با وی مواجه شده‌اند، برخورد تربیتی، هدایتی، اصلاحی و ارتقایی می‌کردند (فقیهی و نجفی و دریساوی، ۱۳۹۴، صص۱۳۷ـ۱۵۹).

استفاده از ظرفیت زندگی پیامبر صلی‌الله‌علیه‌وآله و ائمه علیهم‌السلام به عنوان الگوهای عملی برای پیروان و نشان دادن راه درست زندگی به مخاطبان خود در تبلیغ دینی می‌تواند روش برخورد و مواجهه با دیگران را به ما بیاموزد. این یکی از موارد مهم سبک زندگی، به ویژه سبک زندگی اسلامی پیشوایان و امامان معصوم علیهم‌السلام، است و تأثیر بسیار زیادی در جذب افراد به تبلیغ حقایق دین مبین اسلام دارد.

پیامبر اسلام و اهل‌بیت علیهم‌السلام در برخورد با دیگران رویکردهای مختلفی داشتند که شامل سه حیطهٔ معرفتی و عاطفی و عملکردی می‌شود:

۱. معرفتی

- موعظه و حکمت: استفاده از نصیحت و حکمت برای هدایت مردم (انعام: ۷۶ـ۸۰)؛
- احتجاج جدلی: بحث و مناظره برای بیان حقایق (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج۴۹، صص۷۳ـ۷۹)؛
- نقد دلیل و خودداری از نقد شخصیت: تمرکز بر استدلال‌های منطقی و اجتناب از توهین به شخصیت دیگران (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج۴۹، صص۷۳ـ۷۹)؛
- استفاده از امور مسلّمِ طرف گفت‌وگو: بهره‌گیری از اطلاعات و عقاید مورد قبول مخاطب (شیخ صدوق، ۱۳۷۹، ج۱، ص۱۵۶)؛
- فراهم‌سازی بستر برای تبدیل مستشکل به سؤال‌کنندهٔ فعال: تشویق به پرسشگری و جست‌وجوی حقیقت (شیخ صدوق، ۱۳۷۹، ج۱، ص۱۵۶).

۲. عاطفی

- پیشگیری از خصومت افراد: جلوگیری از درگیری و دشمنی (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج۵، ص۶۱)؛
- مدارا حتی با ناصبی: تحمل و بردباری حتی با مخالفان (ابن‌شهرآشوب، ۱۳۷۹، ج۴، ص۱۹)؛
- همدردی: نشان دادن احساس همدلی و دل‌سوزی (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج۵۷، ص۳۱۶)؛
- تکریم و احترام مؤمن: احترام به افراد باایمان (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج۵۰، ص۳۲۳)؛
- عفو و گذشت و انتقام نگرفتن: بخشش و عدم تمایل به انتقام (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج۲، ص۱۰۷)؛
- بخشش مالی و سبقت در کمک به دیگران: یاری مالی و پیشی گرفتن در کمک به مردم (ابن‌سید، ۱۴۱۴ق، ج۲، ص۴۰۰)؛
- دعا و خیرخواهی برای دیگران: آرزوی خیر برای دیگران (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج۲، ص۵۰۸).

۳. عملکردی

- رعایت ادب و قطع نکردن سخن دیگران: احترام به نوبت صحبت و قطع نکردن سخنان (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج۲، ص۵۰۸)؛
- ابتدای به سلام و مصافحه: شروع گفت‌وگو با سلام و دست دادن (ابن‌شهرآشوب، ۱۳۷۹، ج۱، ص۱۴۷)؛
- خوش‌زبانی و نهی از بدگویی: استفاده از زبان نیکو و پرهیز از بدگویی (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج۲، ص۶۴۸)؛
- امر به معروف و نهی از منکر: تشویق به اعمال خوب و بازداشتن از اعمال ناپسند (حرّ عاملی، ۱۴۰۹ق، ج۱۶، ص۱۱۹).

این رویکردها به ایجاد ارتباط مستحکم با خداوند و پرورش استعدادهای انسانی کمک می‌کند، به طوری که افراد بتوانند در برابر حق خضوع و خشوع داشته باشند و به جلب رضای پروردگار همت گمارند و همواره از سبک زندگی مطلوبی با هم‌نوعان خود برخوردار شوند و رابطهٔ خود را با هستی واقع‌بینانه کنند تا در راستای تحقق اهداف خلقت و نیل به قرب الهی از مواهب پروردگار بهره‌مند شوند (فقیهی و نجفی و دریساوی، ۱۳۹۴، صص۱۳۷ـ۱۵۹).

بنابراین پیامبر ﷺ و اهل‌بیت علیهم‌السلام در برخورد با دیگران از روش‌های معرفتی و عاطفی و عملکردی بهره می‌بردند. آن‌ها با موعظه، حکمت، استدلال، اندیشه‌ورزی، همدردی، مدارا، احترام، عفو، تواضع، مشورت، رازداری و خیرخواهی، مردم را به سوی اخلاق و کمال انسانی راهنمایی می‌کردند. این شیوه‌ها به افراد کمک می‌کند تا پیوندی قوی با خداوند ایجاد کنند و استعدادهای خود را برای رسیدن به اهداف الهی پرورش دهند.

۲ـ۳. بهره‌گیری از روش قصه‌گویی

استفاده از داستان‌ها و حکایات قرآنی و تاریخی برای انتقال پیام‌ها به صورت جذاب و به‌یادماندنی یکی از روش‌های مناسب در تبلیغ اسلام است. قرآن کریم سرشار از قِصص و گزارش‌های تاریخی مربوط به امت‌های پیشین و پیامبران آنان با هدف انتقال معارف وحیانی و هدایت انسان است. بااین‌حال، در قرآن مستقیماً اشاره‌ای به تاریخ و تاریخ‌نگاری نشده است. استفاده از قصص برای عبرت‌آموزی و الگوبرداری از اولیای خداست. بنابراین، قرآن را به متنی متفاوت با تاریخ وقایع و سرگذشتِ صِرف ملت‌ها تبدیل می‌کند. برجسته کردن شخصیت‌های قرآنی با رویکرد الگوسازی، دعوت به نگرش خردگرایانه به این گزارش‌ها، توجه به کیفیت وقایع، فراخواندن مخاطبان به حضور و شهود برای پرهیز از گرایش به افسانه با بهره جستن از واژه‌های «نبأ» و «قصص» و «عبرت» که موجب روی آوردن به واقع‌گرایی می‌شود، از شاخصه‌های نقل داستان‌ها در قرآن کریم است. ویژگی‌های نقل قصص در قرآن و مؤلفه‌های آن‌ها به دلیل بُعد وحیانی و حقانیت این گزاره‌ها و حضور اشخاص حقیقی در آن‌ها موجب تفوق قرآن بر سایر کتب دینی و تاریخی شده و از قرآن متنی فراتاریخی ساخته است (رضایی، ۱۳۹۳، صص۱۱۵ـ۱۳۵).

امام خمینی رحمه‌الله درباره قصص قرآنی معتقد است بیان قصه‌های انبیا در قرآن به جهت بیان تاریخ و مجرّدِ اخبار و قصه‌گویی نیست، آن‌چنان که در کتاب‌های تاریخی دیده می‌شود؛ زیرا

قرآن کریم قصـــه و تاریخ نیســـت؛ بلکه کتاب توحید، معارف، مواعظ و حکمت‌ها و کتاب سیروسلوک الی‌الله است. به اعتقاد ایشان این صحیفهٔ الهی قصصِ انبیا و اولیا و حکما را بیان و به احوالِ کفار و قضایای فرعون و قارون و نمرود و شدّاد و اصحاب فیل و قضایای ابلیس ملعون اشاره کرده است (امام خمینی﵀، ۱۳۸۸، صص۱۸۶ـ۱۸۹).

نگاه امام خمینی﵀ به برخی قصـــص نگاه عمیق عرفانی و تأویلی اســـت که درصـــدد بیان رازها و اسرار معرفتی نهفته در قصص قرآنی است، نظیر قصهٔ حضرت موسی﵇ و خضر﵇ که گواه تواضع علمی و عشق به فراگیری و شوق به ترقی معرفتی در آن نهفته است (امام خمینی﵀، ۱۳۸۸، ص۱۹۶). به باور ایشـــان، تکرار قصـــص انبیای الهی﵈ مانند آدم﵇، موســـی﵇، ابراهیم﵇ و دیگر انبیا﵈ بدین ســـبب اســـت که این حقایق و معارف در قلوبِ ســـخت تأثیر کند و قلب‌ها از آن پند گیرند. امام﵀ تأکید دارند که قرآن برای ســـعادت همهٔ مردم و در همهٔ زمان‌هاســـت و انســـان نیز حالات مختلفی دارد، به گونه‌ای که نمی‌توان همهٔ مردم را با یک روش دعوت کرد، بلکه باید این معارف با بیان مختلفی در ضـمن قصـه، با صـراحت و گاهی به کنایه، رمز و مثال همراه با تکرار بیان شـود تا تمام طبقات مردم در تمام زمان‌ها و مکان‌ها از آن اسـتفاده کننـد (امـام خمینی﵀، ۱۳۸۸، ص۱۸۷). ازاین‌رو تفکر در قصـــه‌هـای قرآنی و عبرت گرفتن از احوال اشخاصی که سلطنت و ثروت داشته‌اند، بهترین راه علاج مفاسد اخلاقی به شمار می‌رود (امام خمینی﵀، ۱۳۸۲، ص۳۷۸).

۲ـ۴. تشویق به تفکر و تعقل

عقل از قوای ادراکی انسـان اسـت و ترغیب افراد به اندیشـیدن و تعمق در آموزه‌های دینی و فلسـفهٔ وجودی آن‌ها بسـیار زیاد اسـت. عقل یکی از منابع چهارگانهٔ اسـتنباط احکام شـرعی در فقه شـیعه اسـت و اهمیت ویژه‌ای در آموزه‌های اسـلامی دارد و آن را مانند پیامبران، حجت بر انسان‌ها دانسته‌اند. در اسلام در آیات و روایات متعددی بر اهمیت و جایگاه عقل تأکید شـده است. تبلیغ بر محور عقل یکی از شاخصه‌های مهم تبلیغ اسلامی شمرده می‌شود.

ازنظر شـــهید مطهری﵀ هیچ دینی به اندازهٔ اســـلام به عقل بها نداده و برای آن اعتبـار و اهمیت قائل نشـــده اســـت (مطهری، ۱۳۸۳ش، ج۲۳، صـــص۱۸۴ و ۱۸۵). در روایتی به نقل از پیامبر اکرمﷺ آمده است که همهٔ خوبی‌ها به وسیلهٔ عقل درک می‌شوند، و کسی که عقل ندارد دین هم ندارد (ابن‌شـــعبه حرّانی، ۱۴۰۴ق، ص۵۴). امام کاظم﵇ نیز عقل را در کنار پیامبران و

امامان که حجت ظاهری خداوند هستند، حجت درونی او در بندگان دانسته است (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج۱، ص۱۶، ح۱۲). در چند روایت به جایگاه عقل و اینکه نخستین مخلوق الهی است اشاره شده است. در روایت مفصلی پیامبر ﷺ سخنانی را خطاب به امام علی علیه‌السلام بیان و در فرازی فرموده است: ای علی، همانا عقل نخستین مخلوق خداوند متعال است. خداوند پس از آفرینشِ عقل به او فرمود: پیش آی. پیش آمد. گفت بازگرد. بازگشت. فرمود «به عزت و جلالم سوگند، مخلوقی که نزد من از تو محبوب‌تر باشد نیافریدم و همانا امر و نهیِ کیفر و پاداشم متوجه توست (طبرسی، بی‌تا، ص۴۴۲). در مذهب شیعه، افزون بر اصول عقاید که از راه عقل اثبات می‌شود (ربانی گلپایگانی، ۱۳۹۲ش، ص۱۳۹)، برخی از قواعد فقهی و اصولی و احکام فقهی را نیز با عقل اثبات می‌کنند (ربانی گلپایگانی، ۱۳۹۲ش، صص۱۴۴ و ۱۴۵).

برخی از مواردی که در آیات قرآن به استفاده از عقل تأکید شده عبارت‌اند از:

- ﴿وَإِذَا قِيلَ لَهُمُ اتَّبِعُوا مَا أَنزَلَ اللَّهُ قَالُوا بَلْ نَتَّبِعُ مَا أَلْفَيْنَا عَلَيْهِ آبَاءَنَا أَوَلَوْ كَانَ آبَاؤُهُمْ لَا يَعْقِلُونَ شَيْئًا وَلَا يَهْتَدُونَ﴾ (بقره: ۱۷۰)؛
- ﴿وَتِلْكَ الْأَمْثَالُ نَضْرِبُهَا لِلنَّاسِ وَمَا يَعْقِلُهَا إِلَّا الْعَالِمُونَ﴾ (عنکبوت: ۴۳)؛
- ﴿إِنَّ فِي خَلْقِ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ... لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَعْقِلُونَ﴾ (بقره: ۱۶۴)؛
- ﴿وَفِي الْأَرْضِ قِطَعٌ مُّتَجَاوِرَاتٌ... إِنَّ فِي ذَٰلِكَ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَعْقِلُونَ﴾ (رعد: ۴)؛
- ﴿... قَدْ بَيَّنَّا لَكُمُ الْآيَاتِ إِن كُنتُمْ تَعْقِلُونَ﴾ (آل‌عمران: ۱۱۸)؛
- ﴿... كَذَٰلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمُ الْآيَاتِ لَعَلَّكُمْ تَعْقِلُونَ﴾ (نور: ۶۱).

خلاصهٔ مطلب آن است که اسلام به عقل و تعقل اهمیت زیادی می‌دهد و آن را حجت بر انسان‌ها می‌داند. عقل یکی از منابع استنباط احکام شرعی در فقه شیعه است و در قرآن و روایات به اهمیت آن تأکید شده است. برای تبلیغ دینی، تأکید بر عقلانیت و اندیشه‌ورزی در آموزه‌های اسلامی می‌تواند مؤثر باشد و فهم عمیق‌تری از دین و فلسفهٔ وجودی آن به دست آورد.

۲ـ۵. پرهیز از تعصب و تبعیض

اصل مساوات از اصول مهم در قوانین بین‌المللی و قوانین داخلی است، مانند آنچه در مادهٔ ۱ اعلامیهٔ جهانی حقوق بشر آمده است: «تمام افراد بشر آزاد به دنیا می‌آیند و ازلحاظ حیثیت و حقوق با هم برابرند.» همچنین در مادهٔ ۷ آن آمده است: «همه در برابر قانون مساوی هستند و حق دارند بدون تبعیض و بالسویه از حمایت قانون برخوردار شوند. همه حق دارند در مقابل هر تبعیضی که ناقض اعلامیهٔ حاضر باشد و برعلیه هر تحریکی که برای چنین تبعیضی به عمل

آید، به طور مساوی از حمایت قانون بهره‌مند شوند (هدایت‌نیا گنجی، ۱۳۸۵، صص۷۶ـ۱۱۲). خداوند در قرآن کریم در مورد عدم تبعیض بین افراد بخاطر رنگ و نژاد و... می‌فرماید: «... من عمل هیچ عمل‌کننده‌ای از شما را، زن باشد یا مرد، ضایع نخواهم کرد. شما هم‌نوعید و از جنس یکدیگر...» (آل‌عمران: ۱۹۵).

روایتی از پیامبر ﷺ نقل شده است که راوی چنین می‌گوید: سلمان فارسی داخل مسجد شد. رسول خدا ﷺ از جای خویش بلند شد، احترامش گذاشت و او را در کنار خویش در صدر مجلس نشاند و به تناسب سن و شخصیتش او را اکرام کرد. در این هنگام عمر داخل شد و چنین صحنه‌ای را دید. گفت این عجمی کیست که در میان عرب در صدر مجلس نشسته است؟! پیامبر اکرم ﷺ با شنیدن این سخن بر منبر رفت و خطبه خواند و فرمود: «مردم، از زمان آدم تا به امروز مثل دنده‌های شانه هستند. عرب را بر عجم و سفید را بر سیاه برتری و فضلی نیست، مگر به تقوا» (محدث نوری، ۱۳۶۶، ج۱۲، ص۸۹).

افراد، بخاطر نژاد، رنگ، جنس و زبان امتیاز نمی‌گیرند و در اسلام هیچ‌گونه تبعیضی نباید وجود داشته باشد. همهٔ افراد به عنوان بندگان خداوند، از کرامت انسانی برخوردارند و باید با احترام و عدالت با آنان برخورد شود. تأکید بر تساوی افراد در رنگ‌ها و زبان‌ها و نژادهای مختلف، موجب جذب افراد به مکتب اسلام است.

۲ـ۶. استفاده از قدرت بیان و سخن

یکی از متداول‌ترین انواع شیوه‌های تبلیغ، بیان است. قرآن کریم به اهمیت نعمت بیان پرداخته است و می‌فرماید: ﴿الرَّحْمَٰنُ * عَلَّمَ الْقُرْآنَ * خَلَقَ الْإِنسَانَ * عَلَّمَهُ الْبَيَانَ﴾ (الرحمن: ۱ـ٤). در این آیات، خداوند متعال بلافاصله پس از بیان نعمت آفرینش و خلقت، نعمت بیان و گفتار را ذکر کرده است، و این‌گونه اهمیت بیان معلوم می‌شود.

بیان و قدرت گفتار از ابزارهای مهم در انتقال پیام‌های دینی هستند. در روایات معصومین علیهم‌السلام به اهمیت بیان در تبلیغ اشاره شده و بر استفادهٔ صحیح از زبان و گفتار برای تبلیغ دینی تأکید شده است؛ امام علی علیه‌السلام فرمودند:

«رُبَّ كَلَامٍ أَنفَذُ مِن سِهَامٍ؛ چه بسا سخنی که از تیر کارگرتر است» (آمدی، ۱۳٦۸، ج۱، ص۳۸۲).

سخنوری و گفتار نه‌تنها برای انتقال پیام بلکه برای ایجاد تعامل و گفت‌وگو با مخاطبان مؤثر است. همچنین مبلغین دینی باید توانایی‌های گفتاری خود را تقویت کنند و از تجربیات دیگران بهره ببرند تا به بهترین شکل ممکن پیام‌های دینی را منتقل کنند.

۷-۲. تعامل و گفت‌وگو

خداوند در قرآن مجید بر تعامل و گفت‌وگو با پیروان ادیان آسمانی تأکید دارد و می‌فرماید: ﴿قُلْ يَا أَهْلَ الْكِتَابِ تَعَالَوْا إِلَىٰ كَلِمَةٍ سَوَاءٍ بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمْ أَلَّا نَعْبُدَ إِلَّا اللَّهَ وَلَا نُشْرِكَ بِهِ شَيْئًا وَلَا يَتَّخِذَ بَعْضُنَا بَعْضًا أَرْبَابًا مِّن دُونِ اللَّهِ فَإِن تَوَلَّوْا فَقُولُوا اشْهَدُوا بِأَنَّا مُسْلِمُونَ﴾؛ بگو: "ای اهل کتاب، بیایید به سوی سخنی که میان ما و شما یکسان است: جز خداوند یگانه را نپرستیم و چیزی را همتای او قرار ندهیم و بعضی از ما بعضی دیگر را، غیر از خدای یگانه، به خدایی نپذیرد." هرگاه (از این دعوت) سر باززَنند، بگویید: "گواه باشید که ما مسلمانیم!"» (آل‌عمران: ۶۴).

همچنین برای ایجاد فضای مناسب برای گفتگو با افرادی که مخالف هستند و می‌خواهند سخن اسلام را بشنوند می‌فرماید: ﴿وَإِنْ أَحَدٌ مِّنَ الْمُشْرِكِينَ اسْتَجَارَكَ فَأَجِرْهُ حَتَّىٰ يَسْمَعَ كَلَامَ اللَّهِ ثُمَّ أَبْلِغْهُ مَأْمَنَهُ﴾؛ «و اگر یکی از مشرکان از تو پناه خواست، پس پناهش بده تا سخن خدا را بشنود، آن گاه او را به جایگاه امنش برسان» (توبه:۶).

برخی از سوره‌های قرآن همچون آل‌عمران، بقره، مریم، نساء، مائده، اعراف، عنکبوت، حدید و فتح در ارتباط با دیدگاه قرآن درباره اهمیت احترام مسلمانان به شخصیت حضرت عیسی، پذیرش حقانیت انجیل از سوی مسلمانان و لزوم احیای روابط میان مسیحیان و مسلمانان است. بر اساس این سوره‌ها، اسلام، مسیحیت و یهودیت، سه دین متکی به وحی، توحید و منتسب به حضرت ابراهیم است. پژوهشگران مسلمان نیز با تأسیس مراکز گفت‌وگوی ادیان، گام‌های موثری در پیش‌برد احیای روابط میان مسلمانان و مسیحیان برداشتند.(اصفهانی، ۱۳۹۹، ص۹۵–۱۲۰)

۸ـ۲. بشارت و انذار

تبشیر به معنای مژده دادن و تشویق است و انذار به معنای ترساندن و اعلام خطر. این دو روش مکمل یکدیگرند: تبشیر مثل کشیدن از جلو و انذار مثل راندن از پشت‌سر است و هر دو برای هدایت و تربیت انسان ضروری‌اند. قرآن کریم نیز به هر دو روش به صورت هم‌زمان اشاره کرده است. تبشیر و انذارِ با هم باعث می‌شوند که انسان‌ها به سوی اعمال نیک هدایت شوند و از کارهای ناپسند دوری کنند (پرسمان دانشگاهی: https://zaya.io/iiuxz).

در برنامه‌های پیامبران بشارت و انذار، بیم و امید، به موازات یکدیگر پیش رفته و پیامبران خدا چنین معرفی شده‌اند:

«خدا پیامبرانی برانگیخت که مژده‌آور و بیم‌دهنده بودند» (بقره: ۲۱۳).

و باز می‌فرماید:

«پیامبرانی برانگیخت مژده‌بخش و بیم‌دهنده تا مردم بر خدا حجتی نداشته باشند (تا حجت بر مردم تمام شود)» (نساء: ١٦٥). به همین مضمون آیه‌های ٤٨ سوره انعام و ٥٦ کهف آمده است. در این آیات امید و بیم به صورت کلی مطرح شده‌اند ولی در آیات دیگر، کلیات حالتِ جزئی به خود گرفته و می‌توان فهرست این نویدها و بیم‌های جزئی را چنین بیان کرد:

١. بشارت به نعمت‌های دنیوی؛

٢. بیم از نقمت‌های دنیوی؛

٣. بشارت به نعمت‌های اخروی؛

٤. بیم دادن از عذاب‌های اخروی.

مجموع بشارت و انذار رسولان الهی بر این چهار محور دور می‌زد. (سبحانی، ١٣٧٠، ج٣، ص٣٩٠).

در مورد حضرت نوح علیه‌السلام که اولین پیامبر صاحب شریعت است می فرماید: ﴿وَلَقَدْ أَرْسَلْنا نُوحاً إِلى قَوْمِهِ إِنِّي لَكُمْ نَذِيرٌ مُبِينٌ﴾؛ «نوح را به سوی قومش فرستادیم (و او به آنان گفت) من برای شما بیم‌دهنده‌ای آشکارم» (نوح: ١) و به همین مضمون است آیه ٢ سوره نوح علیه‌السلام.

البته این حصر (پیامبر تو بیم‌دهنده‌ای بیش نیستی) مسلماً حصر اضافی است؛ یعنی در مقابل اجبار، تو فقط نقش بیم‌دهنده‌ای داری؛ نه اینکه کار پیامبر منحصر به بیم دادن باشد؛ زیرا همان‌گونه که بیان شد، پیامبران، بیم‌دهندگان و نویددهندگان‌اند، اگرچه تأکید آیات بر انذار بیش از تأکید آن‌ها بر تبشیر است. شاید علت آن این است که تأثیر انذار در انسان‌های معمولی بیش از تأثیر تبشیر است (سبحانی، ١٣٧٠، ج٣، ص٣٩٧).

دو اهرم دیگری که پیامبران در تبلیغ رسالت خویش از آن بهره گرفته‌اند و نزدیک به بشارت و انذار است، امید و بیم‌های اخروی است که بیش از دو موضوع پیشین مورد توجه بوده‌اند. آنان پیوسته در دعوت به آیین خود به مردم بشارت می‌دادند که افراد مؤمن و نیکوکار در آخرت وارد بهشت می‌شوند و در آنجا از نعمت‌های الهی بهره می‌گیرند، همچنان که آنان را بیم می‌دادند که مخالفان آیین خداوندی سرنوشت ناگواری که همان زندگی در آتش دوزخ است دارند. بنابراین مجموع آیات مربوط به بهشت و دوزخ، بلکه آیات مربوط به زندگی شهیدان در برزخ و معذب بودن گنهکاران در آن، یکی از اهرم‌های تبشیر و انذار بوده است (سبحانی، ١٣٧٠، ج٣، ص٣٩٥).

استفاده از این دو ابزار باید هوشمندانه، متعادل و متناسب با شرایط مخاطب باشد و تبشیر به‌عنوان عامل جذب و انذار، عامل بیداربخش انسان است. بنابراین نباید فقط بر ترس یا فقط بر امید تکیه کرد. همان‌طور که در قرآن آمده: ﴿بَشِیرًا وَ نَذِیرًا﴾ (بقره: ۱۱۹). هر دو باید هم‌زمان و متوازن باشند. مبلغان دینی باید روحیات، سطح فکری و نیازهای مخاطب را بشناسند و در چارچوب فطرت و اختیار انسان بدانند کجا تبشیر مؤثرتر است و کجا انذار. در حقیقت، اسلام به دنبال جذب به همراه ایمان است.

۹-۲. کرامت مخاطبان

یکی از شاخصه‌های تبلیغی اسلام، توجه به کرامت مخاطبان است. خداوند در قرآن کریم می‌فرماید: ﴿وَ لَقَدْ کَرَّمْنا بَنِي آدَمَ... وَ فَضَّلْناهُمْ عَلی کَثِیرٍ مِمَّنْ خَلَقْنا تَفْضِیلًا﴾ (اسراء: ۷۰)؛ یعنی انسان بر بسیاری از آفریدگان برتری یافت. همچنین در آیه دیگر آمده است: ﴿یَا أَیُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْناکُمْ مِنْ ذَکَرٍ وَ أُنْثَی وَ جَعَلْناکُمْ شُعُوباً وَ قَبائِلَ لِتَعارَفُوا إِنَّ أَکْرَمَکُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقاکُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِیمٌ خَبِیرٌ﴾؛ «ای مردم، ما شما را از مرد و زن آفریدیم و شما را تیره‌ها و قبیله‌ها قرار دادیم تا یکدیگر را بشناسید. همانا گرامی‌ترین شما نزد خدا، با تقواترین شماست. همانا خدا دانای خبیر است» (حجرات: ۱۳).

در این آیه شریفه اخیر به سه اصل مهم اشاره شده است: اصل مساوات در آفرینش زن و مرد، اصل تفاوت در ویژگی‌های بشری و اصل سوم اینکه تقوا ملاک برتری است. از ﴿خَلَقْناکُمْ... وَ جَعَلْناکُمْ﴾ مرد یا زن بودن، یا از فلان قبیله و قوم بودن، ملاک افتخار نیست که این‌ها کار خداوند است. همچنین از ﴿لِتَعارَفُوا﴾ تفاوت‌هایی که در شکل و قیافه و نژاد انسان‌ها دیده می‌شود، حکیمانه و برای شناسایی یکدیگر است، نه برای تفاخر. قرآن، تمام تبعیض‌های نژادی، حزبی، قومی، قبیله‌ای، اقلیمی، اقتصادی، فکری، فرهنگی، اجتماعی و نظامی را مردود می‌شمارد و ملاک فضیلت را تقوا می‌داند ﴿إِنَّ أَکْرَمَکُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقاکُمْ﴾ (قرائتی، ۱۳۸۳، ج۹، صص ۱۹۵-۱۹۶).

همچنین در نامه ۵۳ امیر المؤمنین علیه‌السلام به مالک اشتر نخعی، نسبت به اکرام و احترام مخاطبان خود این چنین آمده است:

«وَ أَشْعِرْ قَلْبَکَ الرَّحْمَةَ لِلرَّعِیَّةِ وَ الْمَحَبَّةَ لَهُمْ وَ اللُّطْفَ بِهِمْ وَ لَا تَکُونَنَّ عَلَیْهِمْ سَبُعاً ضَارِیاً تَغْتَنِمُ أَکْلَهُمْ فَإِنَّهُمْ صِنْفَانِ إِمَّا أَخٌ لَکَ فِي الدِّینِ وَ إِمَّا نَظِیرٌ لَکَ فِي الْخَلْقِ؛

مهربانی و محبت و لطف به رعیت را شعار قلب خود قرار ده، بر رعیت همچون حیوان درنده مباش که خوردن آنان را غنیمت دانی، که رعیت بر دو گروه‌اند: یا برادر دینی تو هستند، یا انسان‌هایی همانند تو» (شریف رضی، ۱۳۷۹، ص۴۲۷).

همچینی در این آیه شریفه آمده است: ﴿إِنَّا عَرَضْنَا الْأَمانَةَ عَلَى السَّماواتِ وَ الْأَرْضِ وَ الْجِبالِ فَأَبَيْنَ أَنْ يَحْمِلْنَها وَ أَشْفَقْنَ مِنْها وَ حَمَلَهَا الْإِنْسانُ إِنَّهُ كانَ ظَلُوماً جَهُولًا﴾؛ «همانا ما امانت (الهی) را بر آسمان‌ها و زمین و کوه‌ها عرضه کردیم، پس، از حمل آن سر باز زدند و از آن ترسیدند، ولی انسان آن را بر دوش گرفت؛ زیرا او بس ستمکار و نادان است» (احزاب: ۷۲).

در برخی روایات مراد از امانت «ولایت آل محمد علیهم‌السلام» بیان شده است. (بحرانی، ۱۳۷۳، ج٤، ص٤٩٩). نکته مهمی که در این آیه پیرامون کرامت انسان وجود دارد آن است که بین حمل کردن و تحمیل کردن فرق است. انسان امانت الهی را پذیرفت و آن را حمل کرد، نه آنکه بر او تحمیل شده باشد. شاید این آیه واقعیت‌هایی را در مورد انسان بیان می‌کند که هنوز عقل بشر به آن نرسیده است؛ اما آنچه از ظواهر آیه فهمیده می‌شود این است که خداوند ویژگی‌ها و امتیازات خاصی به بشر داده که هیچ یک از موجودات در آسمان و زمین آن را ندارند و این امتیازات امانت الهی است و برای انسان مسئولیت‌آور است، اما بسیاری از انسان‌ها در این امانت خیانت کرده و از آن در مسیر خلاف خواست خداوند بهره می‌برند. همچنین دلیل دیگر بر کرامت آن است که لازمه عرضه امانت بر آسمان و زمین آن است که آدم بعد از قبول امانت، امین الهی محسوب شده است (قرائتی، ۱۳۸۳، ج۱۰، صص ٤١٠-٤١١).

بر اساس آموزه‌های اسلام و تأکید قرآن بر کرامت انسانی، تبلیغ دینی باید با حفظ شأن و حرمت مخاطبان همراه باشد. مبلّغ دین موظف است با هر فرد، صرف‌نظر از جنسیت، قومیت، سطح سواد یا موقعیت اجتماعی، با احترام برخورد کند و از هرگونه تحقیر یا نگاه از بالا بپرهیزد. در سنجش و ارزیابی مخاطبان، نباید ظاهر، ثروت یا جایگاه، معیار ارزش‌گذاری قرار گیرد؛ بلکه تقوا، نیت پاک و فطرت الهی انسان‌ها ملاک برتری در نگاه الهی است. وظایف دینی نیز نباید همچون باری تحمیلی ارائه شوند، بلکه به‌عنوان امانت‌هایی آسمانی و فرصتی برای تعالی روح و رشد انسان معرفی گردند. چنان‌که امام علی علیه‌السلام در نامه‌اش به مالک اشتر فرمود: مردم یا برادران دینی ما هستند، یا در آفرینش با ما یکسان‌اند؛ از این‌رو نگاه انسانی، مهربانانه و مملو از رحمت باید اساس رویکرد مبلّغان اسلام باشد.

۳. مقایسهٔ تطبیقی میان روش‌های تبلیغی مسیحیت با اسلام

مسیحیت از روش‌های مختلفی برای تبلیغ و گسترش معارف خود استفاده می‌کند. از جملهٔ این روش‌ها تأکید بر پیام محبت و عشق است که در تعالیم مسیحیت به وضوح مشاهده

می‌شود. مبلغین مسیحی اغلب بر عشق و محبت و صلح‌جویی تأکید دارند تا دل‌ها را به سوی این دین جذب کنند. یکی دیگر از اصـول مهم در تبلیغ مسـیحیت، باور به نجات انسـان‌ها از گناه اولیه تنها از طریق ایمان به حضرت عیسی مسیح علیه‌السلام است. مسیحیان حضرت عیسی علیه‌السلام را به عنوان منجی بشر می‌شناسند که با فداکاری خود بر روی صلیب، راه نجات و رستگاری را برای انسـان‌ها باز کرده اسـت. کلیسـاها و سـازمان‌های مسـیحی نیز با انجام دادن کارهای بشـردوسـتانه مانند کمک به نیازمندان، بیماران و افراد محروم، و انجام کارهای خیریه و کمک‌های مالی به جوامع کم‌درآمد، تصویری مثبت از مسیحیت ارائه می‌دهند.

هنر و ورزش نیز به عنوان ابزارهای قدرتمند در تبلیغ مسـیحیت به کار می‌روند. اسـتفاده از نقاشـی، موسـیقی، ادبیات مذهبی و حرکات ورزشـی برای انتقال پیام‌های دینی، و اسـتفادهٔ ورزشکاران و حاکمان مسیحی از نمادهای دینی مانند صلیب برای جلب‌توجه و تقلید مردم، از جملهٔ این روش‌هاست. گفت‌وگوی بین‌دینی نیز از دیگر روش‌های تبلیغی مسیحیت است که با تشـویق به تبادل‌نظر و تفاهم با ادیان و فرهنگ‌های مختلف، سـعی در تقویت پیام‌های مشـترک انسـانی و اخلاقی دارد. این کار از طریق ملاقات‌های بین‌دینی و کنفرانس‌های بین‌المللی انجام می‌شود.

درنهایت، آموزش و تعلیم از روش‌های اسـاسـی در تبلیغ مسـیحیت اسـت. کلیسـاها و مؤسـسـات آموزشـی مسـیحی با برگزاری کلاس‌ها، سـمینارها و دوره‌های آموزشـی و تأسـیس کتاب‌فروشی‌های تبشیریِ به ظاهر فرهنگی اما درواقع با اهداف تبشیری، به آموزش تعالیم دینی و ترویج ارزش‌هـای مسـیحی می‌پردازنـد. نـامـه‌هـا نیز بـه عنوان ابزار تبلیغ و آموزش دینی مورد استفاده قرار می‌گیرند.

در تبلیغ اسلام بر اساس قرآن و سنت معصومان علیهم‌السلام، اصول و روش‌های متعددی وجود دارد. برخی از مهم‌ترین شاخصه‌های تبلیغی در قرآن عبارت‌اند از: تعهد به اخلاق و ارزش‌ها، استفاده از الگوهای پیشـرو، بهره‌گیری از شـیوه‌های غیرمسـتقیم و عملی مانند قصـه و تاریخ گذشـتگان، برانگیختن عقل و دعوت به تفکر، ساده‌گویی، صراحت و شفاف‌سازی، و نگرش یکسان و پرهیز از تبعیض. روش‌های تبلیغی انبیا و سنت معصومان علیهم‌السلام نیز این‌ها هستند: الگوسازی، بشارت و انذار، یادآوری نعمت‌های الهی، پرسـش‌وپاسـخ، موعظه و تحریک عواطف، اسـتدلال منطقی، همراهی با مردم، جدال احسـن، بهره‌گیری از هنر، توجه به خویشـان نزدیک، اسـتفاده از تاریخ و قصص، توجه به ساختار قبیله‌ای، و استفاده از تشویق‌های مادی برای جذب افراد.

بنابراین مهم‌ترین دستاوردی که با رویکرد تطبیقی میان تبلیغ دین مسیحیت با اسلام به دست می‌آید عبارت است از:

الف) شباهت‌ها

۱. **پیام محبت و عشق:** هر دو دین بر محبت و عشق و صلح تأکید دارند؛

۲. **الگوسازی:** هر دو دین از الگوهای پیشرو و شخصیت‌های مهم دینی برای تبلیغ استفاده می‌کنند؛

۳. **بهره‌گیری از هنر:** هر دو دین از هنر (نقاشی، موسیقی، ادبیات) به عنوان ابزاری برای تبلیغ استفاده می‌کنند. در اسلام، قصه‌های قرآنی و حکایات تاریخی به عنوان ابزارهای تربیتی استفاده می‌شوند، درحالی‌که در مسیحیت، نقاشی‌ها و موسیقی مذهبی نقش مهمی در تبلیغ دین دارند؛

٤. **آموزش و تعلیم:** هر دو دین به برگزاری کلاس‌ها، سمینارها و دوره‌های آموزشی برای ترویج تعالیم دینی تأکید دارند؛

۵. **توجه به عقل و اندیشه:** هر دو دین به برانگیختن عقل و دعوت به تفکر تأکید می‌کنند؛

٦. **گفت‌وگوی بین‌دینی:** مسیحیت و اسلام به گفت‌وگوی بین‌دینی و تبادل‌نظر با دیگر ادیان تأکید دارند؛

۷. **بشارت و انذار:** هر دو دین از روش‌های تشویق و هشدار برای هدایت پیروان استفاده می‌کنند. در اسلام، بشارت و انذار نقش مهمی در تربیت انسان دارد؛ اما در مسیحیت، پیام نجات و رستگاری از گناه، از طریق ایمان به عیسی مسیح علیه‌السلام برجسته است.

ب) تفاوت‌ها

۱. **نجات و رستگاری:** مسیحیت بر نجات انسان‌ها از گناه اولیه تنها از طریق ایمان به عیسی مسیح علیه‌السلام تأکید دارد؛ درحالی‌که اسلام بر هدایت انسان‌ها به سوی اخلاق و ارزش‌های الهی تمرکز دارد؛

۲. **روش‌های بشردوستانه:** مسیحیت به طور گسترده‌ای از کارهای خیریه و بشردوستانه برای تبلیغ استفاده می‌کند؛ درحالی‌که اسلام بیشتر به اصول اخلاقی و تعهدات دینی توجه دارد و تبلیغ به واسطهٔ کارهای بشردوستانه کم‌رنگ‌تر است؛

۳. **تشویق‌های مادی:** در تبلیغ اسلام، تشویق‌های مادی مانند هدایا و کمک‌های مالی برای جذب افراد به کار گرفته می‌شود؛ درحالی‌که تشویق‌های مادی در تبلیغ مسیحیت در مقایسه با تبلیغ اسلام نقش کم‌رنگ‌تری دارد؛

٤. **منابع اصلی تبلیغ:** در اسلام قرآن کریم و سنت پیامبر ﷺ به عنوان منابع اصلی تبلیغ دینی استفاده می‌شوند؛ اما در مسیحیت، عهد جدید و تعالیم عیسی مسیح علیه‌السلام منابع اصلی تبلیغی محسوب می‌شوند؛

۵. **روش‌های عملی:** در اسلام روش‌های عملی مانند صداقت، عدالت، احترام و تعامل مستقیم با مخاطبان تأکید می‌شود. در مسیحیت، علاوه بر این، کارهای بشردوستانه و خدمات خیریه و رسانه‌ها به عنوان ابزارهای جذب پیروان مورد استفاده قرار می‌گیرند.

ج) کارآمدی

اسلام: تبلیغ دینی در اسلام با تأکید بر اصول اخلاقی و عقلانی و استفاده از داستان‌ها و حکایات برای ایجاد تأثیرات عمیق بر مخاطبان، کارآمدی بالایی دارد. همچنین استفاده از رسانه‌های نوین می‌تواند به تقویت این کارآمدی کمک کند. در حقیقت، روش‌های تبلیغی اسلام با تأکید بر اخلاق و عقلانیت و ارزش‌های الهی توانسته است پیامی قوی و جامع ارائه دهد که به عمق بیشتری در اذهان مخاطبان نفوذ می‌کند. استفاده از قصه‌ها، تاریخ گذشتگان و روش‌های غیرمستقیم به این کارآمدی افزوده است.

مسیحیت: تبلیغ مسیحیت با تأکید بر محبت و عشق، خدمات خیریه و کارهای بشردوستانه، و استفاده گسترده از هنر و گفت‌وگوی بین‌دینی، به خوبی توانسته است در جذب و نگه‌داشت پیروان مؤثر باشد. این روش‌ها به ویژه در جوامع با تنوع دینی و فرهنگی، کارآمدی بالایی دارند. درواقع مسیحیت توانسته است تصویری مثبت از خود ارائه دهد که مردم را جذب می‌کند. استفاده از هنر و گفت‌وگوی بین‌دینی و رسانه نیز به تقویت این تصویر کمک کرده است.

از مطالب ارائه‌شده فهمیده می‌شود که هر دو دین اسلام و مسیحیت از روش‌های متنوع و مؤثری برای تبلیغ استفاده می‌کنند. اسلام با تأکید بر اخلاق و عقلانیت و بهره‌گیری از قرآن و سنت تلاش می‌کند پیروان خود را به سوی کمال انسانی هدایت کند. مسیحیت با تأکید بر محبت و رستگاری و خدمات بشردوستانه، پیام خود را به شکل جذاب و قابل فهم به همگان

منتقل می‌کند. هر دو دین در شرایط مختلف، بسته به مخاطبان و نیازهای آنان، از این روش‌ها بهره‌برداری می‌کنند و به تبلیغ آموزه‌های خود می‌پردازند.

اما نکتهٔ نهایی آن است که درمجموع، هر دو دین از ابزارها و روش‌های متنوعی برای تبلیغ استفاده می‌کنند که به جذب و نگه‌داشتن پیروان خود کمک می‌کنند. انتخاب بهترین روش، به شرایط و مخاطبان و اهداف تبلیغ بستگی دارد.

نتیجه‌گیری

تبلیغ مسیحیت شامل تأکید بر محبت و عشق، رستگاری و نجات از گناه فقط از طریق ایمان به عیسی مسیح علیه‌السلام، و انجام دادن کارهای بشردوستانه است. محبت و عشق از اصول اساسی مسیحیت است که بر محبت به همگان، حتی دشمنان، تأکید دارد. کلیساها و سازمان‌های مسیحی با کمک به نیازمندان و ساخت مدارس و بیمارستان‌ها تصویری مثبت از مسیحیت ارائه می‌دهند. تاریخچهٔ تبلیغ مسیحیت نشان می‌دهد که کلیساها و گروه‌های مسیحی از قدرت و نفوذ خود برای تبلیغ دین استفاده کرده‌اند؛ هرچند گاهی با خشونت و استثمار همراه بوده است. هنر و گفت‌وگوی بین‌دینی و آموزش و استفاده از فناوری و رسانه‌های مدرن نیز از ابزارهای مهم در تبلیغ مسیحیت هستند.

تبلیغ اسلام بر اصولی مانند تعهد به اخلاق و ارزش‌ها، استفاده از الگوهای پیشرو، شیوه‌های غیرمستقیم مانند قصه‌گویی، تشویق به عقل و تفکر، و پرهیز از تعصب و تبعیض تأکید دارد. روش‌های انبیا و سنت معصومان علیهم‌السلام شامل الگوسازی، بشارت و انذار، یادآوری نعمت‌های الهی و استفاده از هنر و روش‌های تعاملی است. همچنین اسلام به تعامل و گفت‌وگو اهمیت می‌دهد.

شباهت‌های تبلیغ مسیحیت و اسلام شامل تأکید بر محبت و عشق، الگوسازی، بهره‌گیری از هنر، آموزش و تعلیم، و برانگیختن عقل و تفکر است. در خصوص تفاوت‌ها، تأکید مسیحیت بر نجات از گناه و روش‌های بشردوستانه است؛ اما تمرکز اسلام بر هدایت اخلاقی و تعهدات دینی و استفاده از داستان‌ها و تشویق‌های مادی برای جذب افراد. هر دو دین از روش‌های متنوعی برای تبلیغ استفاده می‌کنند که به جذب و نگه‌داشتن پیروانشان کمک می‌کنند. انتخاب بهترین روش، به شرایط و اهداف تبلیغ بستگی دارد.

منابع

* نهج‌البلاغه.

۱. ابن‌سید، محمد بن محمد (۱۴۱۴ق). عیون الأثر. بیروت، دار القلم.

۲. ابن‌شعبه حرّانی، حسن بن علی (۱۴۰۴). تُحَف العقول. (علی‌اکبر غفاری، محقق و مصحح)، چ۲، قم، جامعهٔ مدرسین.

۳. ابن‌شهرآشوب، محمد بن علی (۱۳۷۹). المناقب. قم، علامه.

٤. اصفهانی، نسرین حیدرزاده (۱۳۹۹). لزوم گفتگو و احیای روابط میان مسیحیان و مسلمانان. چهارمین همایش سالانه انجمن علمی مطالعات صلح ایران(بحران های نوظهور و سیاست های قدیمی). ص۹۵ – ۱۲۰.

۵. الهی نصر، وجیهه، (۱۳۹۸)، بررسی شیوه‌های تبلیغ دینی «کشیش جول اوستین». دانشگاه سوره، پایاننامه تحصیلی در مقطع کارشناسی ارشد (A.M)، رشته - علوم ارتباطات: گرایش - تبلیغ و ارتباطات فرهنگی.

۶. امام خمینی رحمه‌الله، سید روح‌الله موسوی (۱۳۸۲). شرح حدیث جنود عقل و جهل. تهران، مؤسسهٔ تنظیم و نشر آثار امام خمینی رحمه‌الله.

۷. امام خمینی رحمه‌الله، سید روح‌الله موسوی (۱۳۸۸). آداب الصلاة. تهران، مؤسسهٔ تنظیم و نشر آثار امام خمینی رحمه‌الله.

۸. آمدی، عبدالواحد بن محمد،(۱۳٦۸)، غررالحکم و دررالکلم، دارالکتاب اسلامی

۹. بحرانی، سید هاشم (۱۳۷۳). البرهان ف تفسیر القرآن. قم، بنیاد بعثت.

۱۰. پولس، رسول، (۵۷م). نامه‌های پولس به رومیان.

۱۱. حرّ عاملی، محمد بن حسن (۱۴۰۹ق). وسائل الشیعة. قم، مؤسسهٔ آل‌البیت علیهم‌السلام.

۱۲. ربانی گلپایگانی، علی (۱۳۹۲ش). درآمدی به شیعه‌شناسی. چ٤، قم، مرکز بین‌المللی ترجمه و نشر المصطفی.

۱۳. رضایی، زهرا (۱۳۹۳، آذر). بررسی جایگاه تاریخ و قصص در قرآن. پژوهش‌نامهٔ معارف قرآنی، ۵ (۱۸)، ۱۱۵_۱۳۵.

۱۴. زهری، خالد (۱۳۸۷، پاییز). ابزارهای تبشیر (تبلیغ مسیحیت) و خطرات آن. مجموعه مقالات نوزدهمین دورهٔ کنفرانس بین‌المللی وحدت اسلامی، ۳، ۲۳۹ـ۲۵۲.
۱۵. سبحانی، جعفر (۱۳۷۰). منشور جاوید، قم، موسسه امام صادق علیه‌السلام.
۱۶. شیرمحمدی، لیلا و محمدرضا عدلی (۱۳۹۹). تبلیغ دینی در مسیحیت؛ بررسی فعالیت‌های پاپ گِرگوری. پژوهشنامهٔ ادیان، ۲۷، ۱۱۵ـ۱۳۲.
۱۷. صدوق، محمد بن علی بن بابویه {شیخ صدوق} (۱۳۶۲ش). الخصال. (علی‌اکبر غفاری، مصحح)، چ۱، جامعهٔ مدرسین.
۱۸. صدوق، محمد بن علی بن بابویه {شیخ صدوق} (۱۳۷۹). عیون أخبار الرضا علیه‌السلام. تهران، نشر جهان.
۱۹. صدوق، محمد بن علی بن بابویه {شیخ صدوق} (بی‌تا). معانی الأخبار. بیروت، دار المعرفة للطباعة و النشر.
۲۰. طبرسی، حسن بن فضل (بی‌تا). مکارم الأخلاق. بیروت، مؤسسة الأعلمی للمطبوعات.
۲۱. طیبی، ناهید (۱۳۸۸). ابزار و شیوه‌های تبلیغ دینی. نامهٔ جامعه، ۵۸، ۳۵ـ۴۰.
۲۲. غنامی، سعد (۱۳۸۸، تابستان). نگاهی به شیوه‌های دعوت به مسیحیت. کوثر معارف، ۱۰، ۱۱۱ـ۱۴۲.
۲۳. فقیهی، علی‌نقی و حسن نجفی و سمیه دریساوی (۱۳۹۴، تیر). سبک زندگی پیامبر صلی‌الله‌علیه‌وآله و ائمه علیهم‌السلام در مواجهه با دیگران. سراج منیر، ۶ (۱۹)، ۱۳۷ـ۱۶۰.
۲۴. قرائتی، محسن (۱۳۸۳). تفسیر نور. تهران، مرکز فرهنگی درسهایی از قرآن.
۲۵. کلینی، محمد بن یعقوب (۱۴۰۷ق). الکافی. تهران، دار الکتب الإسلامیة.
۲۶. مجلسی، محمدباقر (۱۴۰۳ق). بحار الأنوار. بیروت، دار إحیاء التراث العربی.
۲۷. مجلسی، محمدباقر بن محمدتقی، (۱۳۶۲)، بحارالأنوار: الجامعة لدرر أخبار الأئمة الأطهار، دار إحیاء التراث العربي
۲۸. مجلهٔ پگاه حوزه، (۱۳۸۸). راهبردهای ارتباطی در تبلیغ دین. ۶۰.
۲۹. محمدی، زهرا (۱۳۸۷، زمستان). بررسی شیوه‌های تبلیغ مسیحیت صهیونیستی. سفیر نور، ۸۷ـ۱۲۹.
۳۰. مطهری، مرتضی (۱۳۸۳). مجموعه آثار. چ۱، تهران، انتشارات صدرا.
۳۱. مطهری، مرتضی (۱۳۸۹). مجموعه آثار. تهران، انتشارات صدرا.

۳۲. نوری، حسین بن محدتقی {محدث نوری} (۱۳۶۶). مستدرک الوسائل و مستنبط المسائل. بیروت، مؤسسهٔ آل‌البیت علیهم‌السلام لإحیاء التراث.
۳۳. نوری، حسین بن محمدتقی، (۱۳٦٦)، مستدرک الوسائل و مستنبط المسائل، موسسه آل بیت لاحیاء تراث
۳۴. هدایت‌نیا گنجی، فرج الله (۱۳۸۵). ریاست جمهوری زنان. مطالعات راهبردی زنان، ۳۱، ۲۶_۶۰.
۳۵. همراز، ویدا (۱۳۹۶، بهار و تابستان). تحلیل ساختاری برنامه‌های تبلیغی اوانجلیست‌ها در شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای، رسانه و فرهنگ. پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، ۷ (۱)، ۲۱۶_۱۹۱.

وبگاه‌های اینترنتی

۱. پایگاه اطلاع رسانی پرسمان دانشگاهی:
https://zaya.io/iiux، تاریخ دستیابی: ۱۴۰۳/۲/۲۰.
۲. خبرگزاری تسنیم:
https://www.tasnimnews.com/fa/news/1399/12/16/2464836،
تاریخ دستیابی: ۱۴۰۴/۸/۷.
۳. وبگاه نگرش نیک:
https://negareshenik.ir/bio-joelosteen/#elementor-toc__heading-anchor-14،
تاریخ دستیابی: ۱۴۰۳/۸/۱۱.