شورای هماهنگی تبلیغات اسلامی
۱۳۵۱

بلاغ مبین

در تجاوب مفهومی و عملیاتی
به پیام راهبردی رهبر معظم انقلاب
به حوزه‌های علمیه

اردیبهشت ۱۴۰۴



مقام معظم رهبری (مدظله العالی)

مهمترین وظیفه حوزه «بلاغ مبین» است که از برترین مصادیق آن ترسیم خطوط اصلی و فرعی تمدّن نوین اسلامی و تبیین و ترویج و فرهنگ‌سازی آن در جامعه است.



فهرست مطالب

مقدّمه ۵

فصل اول: معناشناسی «بلاغ» و «بلاغ مبین» در قرآن کریم ۶

فصل دوم: بلاغت و بلاغ در سیره انبیا و اولیای الهی ۸

فصل سوم: ویژگی‌های «بلاغ مبین» از منظر قرآن و روایات ۱۱

فصل چهارم: بلاغت و جریان‌سازی رسانه‌ای ـ فرهنگی در افق قرآنی و تمدنی ۱۴

فصل پنجم :نسبت بلاغ مبین با وظایف علما، حوزه‌های علمیه و مبلغان دین در عصر غیبت کبری ۱۸

فصل ششم: آسیب‌شناسی بلاغ ناقص و غیربلیغ در تبلیغات دینی معاصر ۲۱

فصل هفتم: راهبردهای تحقق بلاغ مبین در منظومه‌ی تبلیغی انقلاب اسلامی ۲۳

اقداماتی شورای هماهنگی تبلیغات اسلامی در تحقق و گسترش بلاغ مبین ۲۶

نتیجه‌گیری و جمع‌بندی نهایی ۳۰

مقدّمه

در پی صدور پیام راهبردی و حکیمانه‌ی رهبر معظم انقلاب اسلامی (مدّظلّه‌العالی) به مناسبت همایش بین‌المللی صدمین سالگشت بازتأسیس حوزه‌ی علمیه‌ی قم ـ که در آن، نقش تمدن‌ساز و رسالت تبیینی حوزه‌های علمیه در طراز رسالت انبیاء الهی مورد تأکید قرار گرفته است ـ شورای هماهنگی تبلیغات اسلامی با درک ژرفای این پیام تاریخی و به‌منظور ایفای نقش مؤثر در هدایت فرهنگی و تبلیغی جامعه، اقدام به تدوین نمای راهبردی ـ تحلیلی «بلاغ مبین» نموده است. این اقدام، اجابت ندای بصیرت‌افزای ولیّ امر مسلمین برای احیای وظیفه‌ی «ابلاغ دین به وجه مبین» در روزگار تلاقی فتنه‌های رسانه‌ای، چرخش‌های گفتمانی و بحران ادراک عمومی است و می‌کوشد چارچوبی نظری، مفهومی و اجرایی برای بازتعریف مأموریت تبلیغ دینی در افق تمدن نوین اسلامی ارائه دهد.

«بلاغ» در منطق وحی، نه صرفاً رساندن الفاظ و مفاهیم، بلکه ابلاغ حق به نحو اقامه‌ی حجت و بسط تبیین مبین در جان مخاطب است؛ و از این روست که قرآن کریم در توصیف رسالت پیامبران، تعبیر «بلاغ مبین» را به‌کار می‌برد، آن‌گاه که می‌فرماید: *«فإنما علیک البلاغ المبین»* (النحل :۸۲) .این بلاغ، نه مجرّد تبلیغ بلکه ناظر به حقیقتی است که هم در آن **وضوح**، **صراحت**، **قاطعیت**، و هم **جاذبیت عقلانی و فطری** نهفته است؛ به‌گونه‌ای که اگرچه ممکن است مخاطب از پذیرش آن امتناع ورزد، ولی در درون خویش، **اعتراف به حقانیت آن** را انکار نتواند.

در این راستا، رهبر معظم انقلاب اسلامی (دام‌ظلّه) در پیام حکیمانه‌ی خود به مناسبت همایش صدسالگی حوزه‌های علمیه، مفهوم «بلاغ» را به عنوان یکی از ارکان بنیادین رسالت حوزه و عالمان دین مورد تأکید قرار دادند و فرمودند: «وظیفه‌ی تبیین دین و تبلیغ آن، همان بلاغت مأخوذ از ساحت رسالت است»؛ و بدین‌سان، حوزه‌ی علمیه را در امتداد خط نبوت و در مقام نیابت تبیینی انبیا ترسیم فرمودند. این نگاه، حاکی از آن است که «بلاغ» در گفتمان انقلاب اسلامی، صرفاً وظیفه‌ای مقطعی یا ابزاری نیست، بلکه «هویتی تمدنی» است که هم مسئولیت می‌آفریند و هم زمانه‌شناسی می‌طلبد.

در شرایطی که جهان معاصر با پیچیدگی‌های رسانه‌ای، تولید شُبهه، جنگ روایت‌ها و گفتمان‌های رقیب مواجه است، اکتفا به صرف تبلیغ سنتی نه‌تنها کافی نیست، بلکه موجب **ضعف تأثیرگذاری گفتمان دین** خواهد شد. از این‌رو، آنچه امروز مورد نیاز امت و انقلاب اسلامی است، نه هرگونه تبلیغ، بلکه *بلاغ مبین* است؛ یعنی انتقال حقیقت دین به زبان روز، با منطق قرآن، با قوت اقناع عقلی، با عمق حکمی، و با بیانی هنری و شفاف.

«بلاغ مبین» در عصر ما، به منزله‌ی *جهاد تبیین* است؛ جهادی که در آن، مرزهای میان **حق و باطل**، **صراط مستقیم و مسالک ضالّه**، و **اسلام ناب و اسلام آمریکایی** روشن و تفکیک می‌گردد. بلاغ مبین، قدرت آن را دارد که ایمان مؤمن را تثبیت، قلب غافل را تنبّه و جبهه‌ی نفاق را افشا نماید. همان‌گونه که در کلام حضرت حق آمده است: *«إن هو إلا بلاغ و مبین»* (یس :۱۷) . این بلاغِ مبین است که نه تنها موجب اقامه‌ی حجت بر مردم می‌شود، بلکه موجب **تحوّل در جان‌ها و جامعه‌ها** نیز خواهد شد.

از همین رو، شناخت مبانی قرآنی و روایی بلاغ، تمییز آن از تبلیغ سطحی و احیای آن در بُعد رسانه‌ای، علمی، خطابی و فرهنگی، یک ضرورت راهبردی و واجب کفایی است . بدون چنین بلاغی، حجت بر مردم تمام نخواهد شد و تمدن اسلامی نیز استقرار نخواهد یافت.

فصل اول: معناشناسی «بلاغ» و «بلاغ مبین» در قرآن کریم

از جمله مفاهیم اصیل و بنیادین در هندسه‌ی تبلیغ قرآنی، مفهوم «بلاغ» است که در منابع لغوی، تفسیری و قرآنی دارای دلالت‌های گوناگون و لایه‌مند است. در این فصل، ضمن تحلیل دقیق لغوی واژگان «بلاغ» و «مبین»، به بررسی ساختار معنایی آن‌ها در نظام معنایی قرآن پرداخته و سپس در پرتوی آیات کلیدی و تفاسیر فاخر به تبیین تفاوت‌های بنیادین مفاهیم بلاغ، تبشیر، انذار، صدع و دعوت می‌پردازیم؛ تا ماهیت ویژه‌ی بلاغ مبین به‌مثابه‌ی اتمام حجت الهی در ساحت تبلیغ دینی روشن گردد.

۱. معناشناسی لغوی «بلاغ»

واژه «بلاغ» مصدر از ریشه‌ی ثلاثی مجرد «ب-ل-غ» است و در اصل به معنای رسیدن و رساندنِ شیء به نهایت و غایت است.

«بلوغ» به معنای رسیدن به چیزی است، خواه در معنا و خواه در مکان و مقام و در مورد پیام نیز، به معنای رساندن آن به مخاطب به‌نحو تامّ است.

بلاغ صرف گفتن یا ابلاغ لفظی نیست، بلکه **ایصال تامّ المعنی** است که فهم مخاطب را ممکن و حجت را کامل می‌سازد. بر این اساس، بلاغ مفهومی فراتر از اطلاع‌رسانی دارد و با اقامه‌ی حجت ملازم است.

۲. واژه‌شناسی «مبین»

«مبین» اسم فاعل از باب «إفْعال» از ریشه «ب-ی-ن» است که هم به معنای ظاهر و آشکار و هم به معنای مظهرکننده و روشن‌سازنده استعمال شده است. تبیین، به معنای ظاهر ساختن امری است که هیچ‌گونه ابهامی در آن نباشد.

پس «مبین» بودنِ بلاغ، ملازم با **رفع شبهه، نفی اجمال و تحقّق وضوح حسی و معنوی** است.

۳. آیات کلیدیِ قرآن در باب بلاغ و بلاغ مبین

الف. *«یا أیها الرسول بلّغ ما أُنزِل إلیک من ربک وإن لم تفعل فما بلّغت رسالته...»* (مائده۶۷)

آیه تبلیغ که به‌اتفاق مفسران شأن نزول آن در واقعه غدیر است، با شدت و صراحت، مسئولیت «بلاغ» را بر دوش رسول اعظم(صلی الله علیه و آله) قرار می‌دهد.

یعنی این بلاغ، بلاغ مبین است؛ **بلاغی انقلابی و تحول‌زا** که سکوت در آن، عدول از رسالت است.

ب. «فإن تولّوا فإنما علیک البلاغ المبین» (النحل۸۲)

در این آیه، خداوند «بلاغ مبین» را مسئولیت حتمی رسول اکرم(صلی الله علیه و آله) قرار داده است.

یعنی بلاغ مأجور، بلاغ مبین است نه بلاغ مجمل یا التقاطی.

ج. «وما علی الرسول إلا البلاغ المبین» (النور۵۴)

در این مقام، وظیفه پیامبر «بلاغ مبین» دانسته شده؛ زیرا حجیت رسالت وابسته به وضوح و تبیین بی‌ابهام آن است. این آیه ناظر به مرز مسئولیت است؛ یعنی تکلیف بر دوش نبی در حد بلاغ مبین است، نه اجبار بر قبول.

د. «هذا بلاغٌ للناس ولینذروا به...» (ابراهیم۵۲)

اینجا قرآن خود را بلاغ می‌نامد؛ یعنی خود متن وحی، مظهر اعلای بلاغت است. لذا هر تبلیغی که بخواهد از جنس قرآن باشد، باید به معیار بلاغ مبین قرآنی نزدیک باشد.

ه. «فاصدع بما تؤمر وأعرض عن المشرکین»(حجر۹۴)

در این آیه، تعبیر «فاصدع» که از ماده‌ی «صدع» به معنای شکافتن و اظهار قاطعانه است، دلالت بر **بلاغ شدید و پرهیمنه** دارد. پس «صدع» نوع خاصی از بلاغ است که اثرگذاری مستقیم و آشکار دارد، نه صرف ابلاغ محتوا.

۴. مقایسه تطبیقی مفاهیم تبلیغی در قرآن

الف. بلاغ

- ایصال تامّ و متقن پیام وحی به مخاطب با اقامه حجت
- ملازم با تبیین، رفع شبهه و تفکیک حق از باطل
- گاه با «مبین» توصیف می‌شود، تا دلالت بر **وضوح، صراحت و تأثیرگذاری قطعی** یابد.

ب. تبشیر

- از ریشه «بشر»؛ به معنای دادن نوید و بشارت
- عنصر انگیزشی در تبلیغ؛ غالباً ملازم با انذار است.
- در تبلیغ دینی، تبشیر بیانگر آثار نیکوی عمل به دین است: *«وبشر المؤمنین»* (توبه۱۱۲)

ج. انذار

- اخطار و هشدار نسبت به عواقب کفر و طغیان
- در نظام تبلیغ قرآنی، انذار مقدمه تنبیه عقلی و روحی است.
- *«إنما أنت منذر»* (رعد۷)

د. دعوت

- مفهوم عام‌تری است؛ دعوت به ایمان، تقوا، صلح ولایت، عدالت...
- شامل فراخوانی نرم و عقلانی است: *«ادع إلی سبیل ربک بالحکمة»* (نحل۱۲۵)
- ممکن است بلاغ هم در قالب دعوت انجام شود، ولی هر دعوتی بلاغ نیست مگر آن‌که مبین باشد.

ه. صدع

- از شدیدترین اشکال تبلیغ؛ ابلاغ علنی، بی‌پروا و همراه با مرزبندی
- ناظر به مرحله‌ای است که حجت اقامه شده و اکنون **حکم جهاد تبیین** صادر شده است.

۵. جمع‌بندی

بلاغ در قرآن کریم، وظیفه‌ی پیامبران و رهبران الهی است و بلاغ مبین، **حدّ نصاب مشروعیت رسالت و امامت**. بلاغ مبین، مرزی است میان **ابلاغ شکلی و تبلیغ اصیل قرآنی**؛ آن‌جا که دعوت الهی در کالبدی از **وضوح، قاطعیت، استدلال، و جاذبیت بیانی** تجلی می‌یابد. در عصر حاضر، فقدان بلاغ مبین، معادل با تعطیل جهاد تبیین است و هر نظام تبلیغی که از منطق بلاغ فاصله گیرد، در حقیقت از مسیر انبیا فاصله گرفته است.

تبیین مفاهیم بلاغ و بلاغ مبین، نه تنها برای معرفت‌شناسی تبلیغ دینی ضرورت دارد، بلکه اساس برنامه‌ریزی برای تمدن‌سازی اسلامی و مواجهه با جنگ نرم فرهنگی دشمنان است. بر عالمان دین و ارباب معرفت و حوزه‌های علمیه است که با الهام از بلاغ مبین قرآنی، منطق بیان وحی را بازتولید کرده و بر مدار هدایت تکوینی و تشریعی، قلوب مخاطبان را به نور معرفت منوّر سازند.

فصل دوم: بلاغت و بلاغ در سیره انبیا و اولیای الهی

در امتداد مباحث پیشین که به تبیین مفهومی و قرآنی «بلاغ» و «بلاغ مبین» پرداختیم، در این فصل به مطالعه‌ی سیره‌ی انبیا و اولیای الهی در میدان واقعی تبلیغ و ابلاغ پیام وحی می‌پردازیم؛ تا جلوه‌های عینی بلاغت در میدان

عمل، و نسبت میان «بیان مؤثر» و «هدایت الهی» را با استناد به آیات و متون اصیل بازشناسی کنیم. این سیره‌ها، نه صرفاً نمونه‌هایی تاریخی، بلکه **نقشه‌های راه بلاغ مبین برای عالمان دین در طول تاریخ** به شمار می‌روند.

۱. حضرت موسی (علیه‌السلام) : ***«واحلل عقدةً من لسانی یفقهوا قولی»* (طه :۲۷–۲۸)**

در این آیات شریفه، حضرت موسی علیه‌السلام از خدای سبحان می‌خواهد تا گره از زبانش بگشاید تا «قول» او توسط قوم فهمیده شود. این درخواست، تنها تقاضای رفع لکنت ظاهری نیست، بلکه به تعبیری، دلالت بر این دارد که **بلاغت پیام آسمانی، متوقف بر فصاحت و قابل‌فهم بودن آن نزد مردم است**.

از منظر حکمت بلاغی قرآن، این نکته درخور توجه است که حضرت موسی (علیه‌السلام) قبل از نزول مأموریت، **طلب ابزار فهم‌پذیری و نفوذ کلام** می‌کند، نه صرف قدرت یا معجزه. یعنی در سیره او، **بلاغت مقدّم بر معجزه است.**

۲. پیامبر اکرم (صلی الله علیه وآله): ***آیه تبلیغ و غدیر* – *«بلّغ ما أنزل إلیک..»* (مائده :۶۷)**

آیه‌ی شریفه‌ی تبلیغ، در شأن نزولِ واقعه‌ی غدیر است و بر اساس تفسیر جمیع فریقین، پیامبر مأمور می‌شود ولایت امیرالمؤمنین علیه‌السلام را با صراحت و در جمع ابلاغ نماید. این ابلاغ، بر اساس متن آیه، **چنان کلیدی است که ترک آن مساوی با ترک کل رسالت معرفی شده** است.

واقعه‌ی غدیر، مظهر کامل بلاغ مبین است، زیرا:

- **در جمع حُجّاج**
- **با توقف رسمی و خطبه‌ی مفصل**
- **با اقامه‌ی شاهد (من کنت مولاه...)**
- **با اخذ بیعت عمومی**
- **و با تأکید قرآنی بر اتمام دین و اکمال نعمت (آیه ۳ سوره مائده)**

این بلاغ، با وضوح کامل، عنصر **صراحت، قاطعیت، اقامه حجت و شکستن ترس اجتماعی** را توأمان داراست. به بیان دیگر، **بلاغِ مبین نبوی، در غدیر به اوج رسالت خویش می‌رسد**.

۳. امیرالمؤمنین (علیه‌السلام): بلاغت مؤمنانه در خطبه‌های نهج‌البلاغه

سیره‌ی تبلیغی امام علی علیه‌السلام، نه‌تنها بلاغت لفظی، بلکه بلاغت معنوی و روحی است. **نهج‌البلاغه** شاهکار بلاغت علوی است، جایی که:

- حقایق دینی با بالاترین سطح فصاحت و حکمت بیان می‌شود،
- باطن نفاق افشا می‌شود (خطبه شقشقیه)
- فلسفه‌ی نبوت، امامت، عدالت و جهاد تبیین می‌گردد.

در خطبه‌ی ۱ نهج‌البلاغه می‌فرماید:

«وَ يُثِيرُوا لَهُمْ دَفَائِنَ الْعُقُولِ»

یعنی پیامبران آمده‌اند تا دفینه‌های عقل را بیدار کنند، نه آن‌که به تحمیل بپردازند. این یعنی **ابلاغ بلاغت‌آمیز، نه تبلیغ تحمیلی.**

در *تفسیر حکمت‌محور نهج‌البلاغه*، بلاغت امام در این خطبه‌ها از سنخ «خطاب حکمی» تحلیل شده است؛ یعنی کلامی که از حکمت آغاز می‌شود و به قلوب می‌نشیند. امام علی علیه‌السلام «امام البلغاء» است، چرا که تمام ویژگی‌های بلاغ مبین – از فصاحت، وضوح، اختصار، ساختار عقلانی، حُسن نظم، تا اقناع عقل و تهییج قلب – را در خطبه‌های خویش جمع کرده است.

۴. حضرت زینب (سلام‌الله‌علیها): بلاغت عاشورایی در کوفه و شام

در مقطع خطیر پس از عاشورا، که زمین و زمان آلوده به رسانه‌های اموی و تحریف شده بود، این بانوی بزرگوار با خطابه‌هایی سرنوشت‌ساز، نه‌تنها حقیقت را روشن ساخت بلکه پایه‌های حکومت یزیدی را به لرزه درآورد.

در خطبه‌ی کوفه، با این جمله آغاز می‌فرماید:

«یا أهلَ الکوفهٔ !یا أهلَ الغَدرِ و المَکرِ و الخَتر!»

این آغاز کوبنده، مشتمل بر عتابی بلاغی، با هدف **تنبه جمعی** و **احیای فطرت‌های دفن‌شده** است. سپس به مقام **توصیف شهیدان کربلا، تبیین اهداف قیام و افشای ماهیت ظلم** می‌پردازد. در شام، با گفتارِ ملوکانه‌ای چون:

«فَکِد کیدک، و اسع سعیک، و ناصب جهدک، فوالله لا تمحو ذکرنا...»

حضرت زینب (سلام‌الله‌علیها) به اوج **بلاغت مقاومتی** می‌رسد. در حقیقت، سخنان او، مظهر بلاغ مبین در عصر اختناق است؛ **جهاد تبیین در لباس اسارت.**

خطابه‌های حضرت زینب سلام‌الله‌علیها **نه صرف واکنش عاطفی بلکه بیان هدفمند، هوشمند و قرآنی است**؛ به نحوی که جامعه‌ی غافل را به تأمل و تاریخ را به تحول وامی‌دارد.

نتیجه‌گیری

از حضرت موسی(ع) تا پیامبر خاتم(ص)، از امام علی(ع) تا حضرت زینب(س)، همگی در بسترهای گوناگون تاریخی و اجتماعی، بلاغ مبین را در نهایت تبلور آن محقق ساختند. نقطه‌ی مشترک در سیره‌ی این اولیا آن است که «ابلاغ پیام الهی» برایشان نه صرف گفتار، بلکه **مسئولیتی توأم با حکمت، شجاعت، زمانه‌شناسی و فصاحت** بود. این سیره‌ها، نشان می‌دهد که تبلیغ در مکتب وحی، **بدون بلاغت نافذ و بیانی مؤثر، از تأثیر و حجیت ساقط است**.

بدین‌سان، بر عهده‌ی علمای اسلام و حوزه‌های علمیه است که در پرتو این الگوهای الهی، مسیر جهاد تبیین را با بلاغ مبین ادامه دهند و هدایت مردم را با حکمت، بلاغت و جاذبه‌ی عقلانی و فطری رقم زنند.

فصل سوم: ویژگی‌های «بلاغ مبین» از منظر قرآن و روایات

پس از بررسی سیره‌ی انبیا و اولیای الهی در تحقق عینی بلاغت دینی، اینک نوبت به واکاوی خصائص و ممیزات «بلاغ مبین» می‌رسد؛ امری که هم در لسان وحی الهی و هم در سنت گفتاری و رفتاری معصومان علیهم‌السلام انعکاس یافته است. این ویژگی‌ها، نه صرفاً عناصر زیبایی‌شناسانه، بلکه **مبانی وجودی بلاغ مبین** هستند؛ یعنی

مقوّماتی که اگر در یک بیان تبلیغی نباشد، آن بیان از دایره‌ی «بلاغت» قرآنی خارج است و تنها در حد «اطلاع‌رسانی» یا «تکلم» باقی خواهد ماند.

در این فصل، با تکیه بر ساختار پنج‌گانه‌ی استخراج‌شده از منابع اصیل و با تحلیل مفاهیم در افق بلند وحی، به شرح این ویژگی‌ها می‌پردازیم.

۱. صراحت، شفافیت و مرزبندی

نخستین رکن در بلاغ مبین، صراحت در بیان و مرزگذاری دقیق حق و باطل است. قرآن کریم به‌روشنی می‌فرماید:

«قد تبیّن الرشد من الغیّ» (بقره :۲۵۶)

«فاصدع بما تؤمر...» (حجر :۹۴)

واژه‌ی «تبیّن» و «صدع» هر دو دلالت بر اظهار بی‌پرده و افشای حقیقت دارند. صراحت در بیان، نه به معنای خشونت، بلکه به معنای **وضوح در موضع و مرزبندی اعتقادی و اخلاقی** است.

امیرالمؤمنین(ع) در خطبه‌ی قاصعه (نهج‌البلاغه) می‌فرماید:

«فَصَدَعْتُ بِالْأَمْرِ صَدْعَ الْفَصِیحِ الْبَصِیرِ»

یعنی من فرمان خدا را با همان فصاحت و بصیرتی که اهل حق باید داشته باشند، آشکار نمودم.

در بلاغ مبین، هیچ ابهام در مرز حق و باطل، هدایت و ضلالت، طهارت و خباثت وجود ندارد؛ و این خود، عنصر ضروری اقامه‌ی حجت است.

۲. عقلانیت و اقناع

«بلاغ مبین» هرگز به احساس صرف یا فشار عاطفی بسنده نمی‌کند. قرآن در دعوت خود، خطاب به عقل مخاطب می‌گوید:

«قل هل من شرکائکم من یهدی إلی الحق» (یونس :۳۵)

«وجادلهم بالتی هی أحسن» (نحل :۱۲۵)

قرآن، گفت‌وگو را با زبان عقل، حجت و برهان سامان می‌دهد، نه با تهییج سطحی یا اجبار فکری. بلاغت وحی، مبتنی بر «البرهان القاطع» و اقناع عقل سلیم است.

در *کافی*، از امام صادق(ع) روایت است:

«من عقل دینَه انقاد له الناس»

یعنی کسی که دین خود را عالمانه بفهمد، مردم به‌راحتی به او گرایش پیدا می‌کنند.

بنابراین، اقناع فکری، نه‌تنها هدف بلاغ، بلکه شرط تحقق آن است.

۳. زیبایی‌شناسی گفتاری و رفتاری

بلاغ مبین، تنها در مقام قول نیست، بلکه جلوه‌ای از **جمال حکمت و اخلاق** است. قرآن در وصف پیام نبی اعظم(ص) می‌فرماید:

«ولو کنت فظاً غلیظ القلب لانفضوا من حولک» (آل‌عمران :۱۵۹)

زیبایی گفتار، آداب سخن، انتخاب واژگان، لحن بیان، رعایت ادب و حلم، از ارکان بلاغت قرآنی است. همچنین، در حدیث معروف امام صادق(ع):

«کونوا دعاۀ لنا بغیر ألسنتکم»

یعنی سلوک شما، باید دعوت‌کننده باشد؛ **زیبایی بلاغ، باید در رفتار متجلی شود.**

در بلاغ مبین، گوینده باید *مظهر صدق گفتار، کرامت در رفتار، و لطافت در لحن* باشد.

۴. استحکام و انسجام درونی گفتمان

قرآن، در عین سادگی بیانی، از چنان عمق و انسجام مفهومی برخوردار است که هیچ تناقض، تکرار باطل یا پراکندگی در آن نیست:

«ولو کان من عند غیر الله لوجدوا فیه اختلافا کثیرا» (نساء :۸۲)

بلاغ مبین نیز باید از چنین انسجامی برخوردار باشد. یعنی مفاهیم، الفاظ، شواهد، ساختار و هدف، همه باید در یک منظومه‌ی فکری منسجم سامان یابند. بلاغِ متناقض، پُرتکرار بی‌محتوا، یا خالی از جهت‌گیری، نمی‌تواند مبین باشد.

در نهج‌البلاغه، خطبه‌ها و نامه‌های امیرالمؤمنین(ع) از این حیث، مثال اعلای انسجام بلاغی و ساختار حکمی هستند.

۵. نوآوری، تنوع، تکرار مؤثر، سادگی و بومی‌سازی

یکی از خصائص اعجازگونه‌ی قرآن، *تنوع بیانی* در تکرار مفاهیم بنیادین است؛ چنان‌که مسئله‌ی توحید یا معاد را با صدها تعبیر و زاویه بیان می‌کند. این تنوع، نه تنها خسته‌کننده نیست، بلکه *تعمیق‌دهنده و تثبیت‌کننده‌ی حقیقت در جان مخاطب* است.

«ولقد صرفنا فی هذا القرآن لیذّکروا» (اسراء :۴۱)

بلاغ مبین، نیازمند **بومی‌سازی مفاهیم برای اقشار مختلف** است؛ همان‌گونه که پیامبر(ص) با هر قوم به لسان ایشان سخن می‌گفت: *«وما أرسلنا من رسول إلا بلسان قومه»* (ابراهیم :۴)

این ویژگی اقتضا دارد که مبلغ دینی، **زمان، مکان، فرهنگ و سطح فهم مخاطب را بشناسد** و در عین حفظ جوهره‌ی پیام، آن را با زبانی نو و قابل‌فهم ارائه کند.

جمع‌بندی نهایی

«بلاغ مبین»، محصول یک گفتمان تبلیغی سطحی و شتاب‌زده نیست، بلکه **برآیند علم، حکمت، فصاحت، بینش، و تهذیب نفس** در حامل پیام الهی است. این بلاغ، تنها در صورتی تحقق می‌یابد که در کنار حقانیت محتوا، **فن بیان، آداب مناظره، عقلانیت، انسجام و زیبایی نیز رعایت شود.**

و بدین‌سان، بلاغ مبین به *سلاح نرم جهاد فرهنگی* بدل می‌شود؛ سلاحی که نه با خشونت، بلکه با نور عقل و حکمت، دل‌ها را تسخیر می‌کند و در میدان جنگ روایت‌ها، مرزهای هدایت را می‌گشاید.

فصل چهارم: بلاغت و جریان‌سازی رسانه‌ای ـ فرهنگی در افق قرآنی و تمدنی

در منظومه‌ی معرفتی اسلام، بلاغت نه فقط یک هنر گفتاری یا امری بیانی، بلکه یکی از مؤلفه‌های اصلی قدرت اجتماعی و تمدنی به‌شمار می‌رود؛ زیرا هر تمدنی، بر پایه‌ی *انتقال مؤثر معنا* و *اقناع فکری و عاطفی جامعه* استوار

است. از این منظر، بلاغت قرآنی که در مفهوم «بلاغ مبین» تبلور یافته، **نقطه‌ی پیوند حقیقت وحی با جریان‌سازی فرهنگی و ذهنی جامعه** است. اکنون که رسانه در عصر حاضر به «قوت غالب تفکر و ادراک بشر» تبدیل شده است، فهم بلاغت قرآنی در نسبت با کارکردهای رسانه‌ای و فرهنگی، ضرورتی بی‌بدیل برای حوزه‌های علمیه و راهبران فکری امت اسلامی است.

۱. تحلیل آیه :«*فاصدع بما تؤمر*» (حجر :۹۴) و عنصر قاطعیت و اثرگذاری

خدای متعال به پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله فرمان می‌دهد:

«فاصدع بما تؤمر وأعرض عن المشرکین»

لفظ «فاصدع» از ریشه «ص-د-ع» به‌معنای شکافتن و ترکاندن است، چنان‌که در تعبیر «صدع الزجاج» برای شکستن شیشه به‌کار می‌رود. در فضای قرآنی، این واژه دلالت بر **اعلان آشکار، موضع‌گیری قاطع، و افشای صریح امر الهی بدون پوشش و تقیه** دارد.

بلاغت در این مقام، صرفاً انتقال معنا نیست، بلکه یک **مداخله‌ی قاطع و نافذ در فضای عمومی جامعه** است. مخاطب این بلاغ، فقط فرد نیست، بلکه افکار عمومی، گفتمان مسلط، ساختارهای اجتماعی و قدرت فرهنگی است.

با توجه به این آیه، تبلیغ قرآنی در سطح بلاغ مبین، نه به‌عنوان «کار فرهنگی پنهان» یا «نصح در خلوت»، بلکه **فعلِ رسانه‌ایِ پرهیمنه و جریان‌ساز** است؛ فعلی که قدرت انفجاریِ گفتمان حق در بستر باطل را رقم می‌زند.

۲. تشبیه قرآن به رسانه‌ی بلیغ در گفتمان‌سازی نبوی

قرآن خود را در مقام بلاغت، حجیت، تأثیرگذاری و نفوذ، یگانه رسانه‌ی وحیانی معرفی می‌فرماید:

«هذا بلاغٌ للناس...» (ابراهیم :۵۲)

در ادبیات قرآنی، بلاغ و بلاغ مبین از ویژگی‌هایی بهره‌مند است که همگی با کارویژه‌های رسانه مدرن مطابقت دارند:

- *خطاب فراگیر (الناس)*
- *تکرار هوشمندانه و هنری (ولقد صرفنا...)*
- *گفت‌وگوی دوسویه با عقل، فطرت و عاطفه*
- *تصویرسازی هنری (تمثیلات قرآنی)*
- *استفاده از داستان، مَثل، شعر، جدل، قسم، سوگند، نماد، رمز و سکوت اثرگذار*

پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله با بهره‌گیری از همین بلاغت وحیانی، توانست در مدتی کوتاه، بنیان‌های جاهلیت هزاران ساله را در هم ریزد. از منظر جامعه‌شناسی تبلیغ، قرآن همان **رسانه‌ی محوری گفتمان‌ساز رسالت** بوده است؛

رسانه‌ای که در دل خود *محتوا، شیوه، روان‌شناسی مخاطب، ساختارهای ذهنی و استراتژی اجتماعی* را جمع کرده است.

بدین‌سان، «بلاغ مبین» قرآنی، نه تنها الهام‌بخش رسانه‌ورزی اسلامی، بلکه *الگوی بی‌بدیل برای رسانه‌ی تمدن‌ساز* است.

۳. نسبت بلاغ با هنر، ادبیات، منبر، خطابه، سینما، شعر، داستان و فضای مجازی

بلاغ مبین، وقتی به عرصه‌ی «ابلاغ اجتماعی» وارد می‌شود، ناگزیر به انتخاب **ابزارهای متناسب با زبان زمان و مکان** است. اگر در گذشته، منبر و خطابه ابزار اصلی بلاغت بودند، امروز سینما، داستان، فضای مجازی، گرافیک و حتی بازی‌های رایانه‌ای نیز در گستره‌ی «بلاغت تمدنی» جای می‌گیرند.

در ادبیات دینی ما، همواره شعر در خدمت بلاغت بوده است:

- *حسان بن ثابت* در زمان پیامبر صلی الله علیه و آله
- *دعبل خزاعی* در زمان ائمه علیهم‌السلام،
- و *علّامه بحرالعلوم* در مناجات و مراثی

امروزه، این وظیفه حوزه‌ها و مبلغان است که **بلاغ مبین را در کالبد قالب‌های جدید رسانه‌ای بازتولید کنند؛** چنان‌که رهبر معظم انقلاب بارها فرموده‌اند:

«بیان هنری حقیقت، خود یک جهاد است»

به تعبیر دقیق، بلاغ بدون ابزار مؤثر، از دایره‌ی تأثیر خارج خواهد شد. هنر اگر در خدمت بلاغ مبین قرار گیرد، **تبدیل به ابزار هدایت و اقامه‌ی حجت** خواهد شد و اگر بلاغت الهی در میدان هنر غائب باشد، میدان را هنر گمراه‌کننده تسخیر خواهد کرد.

۴. خطر بلاغت معکوس جریان نفاق

(تحلیل آیات: *منافقون: ۴، بقره: ۲۰۴*)

در برابر بلاغ مبین، نوعی از «بلاغت معکوس» در قرآن معرفی شده است؛ بلاغتی که در ظاهر فصیح، جذاب و تأثیرگذار است، اما از درون توخالی، فتنه‌زا و تهدیدآفرین:

«وإذا رأیتهم تعجبک أجسامهم، وإن یقولوا تسمع لقولهم...» (منافقون :۴)

«ومن الناس من یعجبک قوله فی الحیاة الدنیا...» (بقره :۲۰۴)

در این دو آیه، از افرادی سخن گفته شده که **کلام‌شان دل‌رباست ولی دل‌شان فاسد است؛** یعنی زبان فصیح دارند، اما نیت گمراه‌گر.

این‌گونه بلاغت، سلاح جبهه‌ی باطل در مواجهه با حق است و اگر جبهه‌ی حق در برابر آن بلاغت معکوس، *بلاغ مبین اصیل* نداشته باشد، میدان را به آن واگذار خواهد کرد. امروزه بسیاری از تولیدات رسانه‌ای دشمن، در همین چارچوب «بیان فتنه‌زا» و «بلاغت نفاق‌محور» قرار دارند.

جمع‌بندی

بلاغت قرآنی، همان‌گونه که در قلب وحی و سیره‌ی پیامبر صلی الله علیه و آله تبلور یافت، نه ابزاری صرف برای اطلاع‌رسانی، بلکه **عنصری بنیادی برای هدایت و مهندسی افکار عمومی** است. این بلاغت، امروز در میدان رسانه، به‌عنوان رکن تحقق *تمدن نوین اسلامی* مطرح است.

در برابر بلاغت دشمن و فتنه‌گران، جبهه حق باید با احیای **بلاغ مبین در لباس رسانه، هنر، ادبیات و زبان مردم** وارد میدان شود. غیبت بلاغت الهی در رسانه، خود مقدمه‌ی غلبه‌ی باطل خواهد بود و اینجاست که نقش حوزه‌های علمیه، نه فقط در تعلیم و تبلیغ سنتی، بلکه در طراحی نظامات رسانه‌ای ـ بلاغی تمدنی، برجسته و راهبردی می‌شود.

فصل پنجم :نسبت بلاغ مبین با وظایف علما، حوزه‌های علمیه و مبلغان دین در عصر غیبت کبری

در عصر غیبت، که حجت ظاهر خداوند از دیدگان پنهان و حجت باطنی‌اش جاری در قلوب مؤمنان است، مسئولیت تبیین دین، هدایت جامعه، اقامه‌ی حجت و صیانت از حقیقت دین، بر دوش عالمان ربانی و نهادهای دینی اصیل مانند حوزه‌های علمیه و نهادهای فرهنگی قرار دارد. در چنین عصری، مفهومی چون «بلاغ مبین» صرفاً یک مفهوم تبلیغی یا اخلاقی نیست، بلکه *به‌مثابه یک فریضه‌ی اجتماعی، تمدنی و راهبردی* مطرح می‌گردد. «بلاغ» دیگر صرف رساندن لفظ نیست؛ بلکه آن‌گونه که در نظام معرفتی اهل‌بیت علیهم‌السلام فهمیده می‌شود، **وظیفه‌ای فقهی، نقشی تمدنی و مأموریتی سیاسی ـ فرهنگی در قامت خلافت تبیینی الهی** است.

در این فصل، سه بُعد مهم از نسبت بلاغ مبین با مسئولیت‌های علما در عصر غیبت بررسی می‌گردد: جایگاه فقهی، شأن اجتماعی ولیّ فقیه و جهاد تبیین در قامت راهبرد فرهنگی نظام اسلامی.

۱. جایگاه فقهی بلاغ دین: وجوب عینی یا کفایی؟

مسئله‌ی ابلاغ دین و تبلیغ معارف الهی، در فقه شیعه تحت عنوان «تبلیغ دین» مطرح شده است؛ اما سؤال اساسی این است که آیا این وظیفه واجب کفایی است یا عینی؟ و مهم‌تر آن‌که **آیا شرط صحت تبلیغ، تحقق ویژگی‌های «بلاغ مبین» است یا خیر؟**

مطابق بررسی فقیهان بزرگ، مانند محقق نراقی، صاحب جواهر، امام خمینی و شهید صدر، تبلیغ دین واجبی کفایی است؛ لکن در صورتی که جامعه دچار شبهه، انحراف یا تهاجم فکری شود، **وجوب به عینیت تبدیل می‌شود**.

این نکته دقیقاً همان است که در پیام رهبر معظم انقلاب اسلامی به حوزه‌ها نیز بر آن تأکید شده است: حوزه باید *در ترازِ بلاغ انبیاء* به مسئولیت خود بپردازد، نه در حد تکرار محفوظات یا بیان واجبات فردی.

با این حساب، **بلاغت در تبلیغ نه مستحب بلکه شرط تحقق وظیفه واجب است؛** تبلیغی که از مرزهای بلاغ مبین ـ شامل وضوح، اقناع، مرزبندی، جاذبه و اقامه حجت ـ عدول کند، از حجیت ساقط و از وظیفه شرعی بازمانده است. به بیان دیگر، تبلیغ بدون بلاغ مبین، چون نماز بدون طهارت است.

۲. نقش ولیّ فقیه در تحقق بلاغ مبین اجتماعی و حکومتی

در عصر غیبت، تنها نهاد مشروعی که ولایت سیاسی و شرعی بر جامعه دارد، *ولایت فقیه جامع الشرائط* است؛ اما این ولایت، منحصر در اداره حکومت نیست، بلکه حامل مسئولیت‌های نبی اکرم(ص) در «بیان دین» نیز هست.

ولی فقیه، نایب عام امام معصوم در بلاغت اجتماعی دین است.

در فقه سیاسی شیعه، ولایت فقیه متکفل سه شأن اساسی است:

۱. تدبیر امور حسبیه

۲. اقامه احکام شرع

۳. ابلاغ دین در سطح اجتماعی ـ تمدنی

رهبر معظم انقلاب اسلامی در بیانات متعدد، از جمله در نقشه‌ی جامع فرهنگی کشور، بر *ضرورت تولید گفتمان دینی با بیان شیوا و مؤثر* تأکید فرموده‌اند. این سخن، به معنای ایفای مسئولیت بلاغ مبین توسط نظام اسلامی است. به تعبیر دیگر، **نظام ولایت فقیه، اگر فاقد قدرت بلاغتی و گفتمان‌سازی دینی باشد، از یکی از ارکان مشروعیت خویش محروم می‌گردد.**

از این رو، مسئولیت نهادهای زیرمجموعه‌ی ولایت فقیه ـ اعم از رسانه ملی، شورای هماهنگی تبلیغات اسلامی، سازمان تبلیغات، حوزه‌های علمیه و دانشگاه‌ها ـ در تحقق «بلاغ مبین» در سطح اجتماعی، **نه یک مأموریت جنبی بلکه یک وظیفه‌ی ولایی است.**

۳. «جهاد تبیین» به‌مثابه بازتولید اجتماعی بلاغ مبین در عصر رسانه

در ساختار معنایی قرآنی، بلاغ مبین، اقامه‌ی حجت بر مخاطب با زبانی روشن، قاطع و اقناعی است. امروزه این مأموریت، در زبان رهبر معظم انقلاب، تحت عنوان «جهاد تبیین» صورت‌بندی شده است. جهاد تبیین، ترجمان اجتماعی بلاغ مبین است؛ با همان ارکان: **وضوح، شجاعت، نفوذ، عقلانیت، اقناع، و کار فرهنگی مستمر**.

اگر در گذشته بلاغ مبین محدود به خطابه و منبر بود، امروز باید در قالب‌های رسانه‌ای، گرافیکی، سینمایی، پلتفرم‌های مجازی، پادکست‌ها، بازی‌های رایانه‌ای و روایت‌پردازی نوین بازتولید شود.

از این رو، «جهاد تبیین» به معنای:

- مقابله‌ی بلاغتی با بلاغت باطل
- تولید جریان معنوی و معرفتی
- اقامه‌ی نظام فکری مستدل، هنرمندانه و همه‌جانبه
- و تفسیر الهی از واقعیت‌های اجتماعی

است؛ که اگر حوزه‌های علمیه و مبلغان در آن کوتاهی ورزند، به تعبیر رهبر انقلاب، «**دشمن روایت‌سازی خواهد کرد «و» حق در پوشش باطل» دفن خواهد شد.**

در سند تحول حوزه علمیه که با تأیید رهبری ابلاغ شده است، جهاد تبیین و پاسخ‌گویی به شبهات رسانه‌ای، به عنوان **وظیفه‌ی قطعی طلّاب دوره‌ی غیبت** شناخته شده است.

نتیجه‌گیری

در منظومه‌ی غیبت کبری، که دوران «ابتلاء امت با مسئولیت» و «تکلیف علما به نیابت» است، مفهوم «بلاغ مبین» دیگر یک فضیلت نیست، بلکه **یک فریضه‌ی عینی برای خواص و عالمان دین است**. حوزه‌های علمیه اگر بخواهند در طراز پیام انبیا و اولیا بمانند، باید بلاغ مبین را در عصر روایت‌ها و رسانه‌ها با قالب‌های نو بازآفرینی کنند.

و بدین‌سان، هر طلبه‌ای که در این عصر، تبیین‌گر آگاه و روشنگر شجاع باشد، در حکم یک **ناطق به لسان ولایت** است و هر دستگاهی که این بلاغت را تعقیب نکند، از مدار نیابت حق خارج خواهد شد. این همان معنای دقیق فقهی، معرفتی، سیاسی و تمدنی بلاغ مبین در عصر غیبت است.

فصل ششم: آسیب‌شناسی بلاغ ناقص و غیربلیغ در تبلیغات دینی معاصر

نظام تبلیغ دینی اگر از مبانی وحیانی فاصله گیرد و نسبت خود را با مفاهیمی چون «بلاغ»، «تبیین» و «حکمت» از دست بدهد، نه تنها اثرگذار نخواهد بود، بلکه چه‌بسا در جای خود به ضدتبلیغ بدل شود و مخاطب را از حقیقت دورتر سازد. در روزگار ما که سیطره‌ی رسانه‌ها و جنگ نرم گسترده شده، ناکارآمدی در تبلیغ دین نه یک ضعف جزئی، بلکه یک بحران راهبردی و اختلال در ساختار هدایت است. به تعبیر حضرت آیت‌الله خامنه‌ای، «اگر ما در تبیین و تبلیغ کوتاهی کنیم، دشمن روایت خود را قالب خواهد کرد».

مطابق آموزه‌های قرآن و معارف اهل‌بیت علیهم‌السلام، شرط اثرگذاری تبلیغ، تحقق عناصر بلاغ مبین است؛ یعنی تبلیغی که با وضوح، اقناع، جاذبه، عقلانیت، هنرمندی، و ساختار منسجم همراه باشد. هرگونه عدول از این استانداردها، تبلیغ را از سطح بلاغت پایین می‌آورد و آن را تبدیل به فعلی فرسایشی، کلیشه‌ای، یا حتی بازدارنده می‌سازد. در این فصل، بر اساس چهار محور اساسی، به آسیب‌شناسی تبلیغ دینی معاصر در سایه‌ی فقدان بلاغ مبین می‌پردازیم.

۱. تبلیغ غیرمنسجم، غیرجذاب، بی‌اثر

یکی از مشکلات ریشه‌دار در نظام تبلیغ دینی، فقدان انسجام معرفتی، مفهومی و روشی در پیام‌هاست. بسیاری از خطبه‌ها، منبرها، سخنرانی‌ها و حتی محصولات رسانه‌ای دینی، فاقد ساختار درونی و انسجام گفتمانی‌اند. سخنرانی‌ها معمولاً با آیات و روایات متعددی آغاز می‌شوند، اما بدون نتیجه‌بندی روشن، انسجام منطقی، یا جهت‌گیری مشخص رها می‌شوند. چنین تبلیغی نه تنها تأثیرگذار نیست، بلکه موجب دل‌زدگی مخاطب و خستگی ذهنی می‌گردد.

علاوه بر این، جاذبه‌ی بیانی در بسیاری از این تبلیغات یا وجود ندارد یا با شیوه‌هایی کهنه، تقلیدی و تکراری بیان می‌شود. **جای خلاقیت بیانی، صمیمیت زبانی، ارتباط با نیازها و مسائل واقعی مردم خالی است.**

نتیجه آن‌که مخاطب امروز ـ به‌ویژه جوانان ـ نه با تبلیغ خام و غیرمنسجم اقناع می‌شوند، نه با آن رابطه عاطفی برقرار می‌کنند و نه آن را به‌عنوان گفتمان رهایی‌بخش در ذهن خود بازتولید می‌نمایند.

۲. کلیشه‌سازی و شعارزدگی

از دیگر آفات تبلیغ دینی، گرفتار شدن در دام کلیشه‌هاست. عباراتی مانند «دین کامل‌ترین برنامه‌ی زندگی است»، «اسلام دین عقلانیت است»، «دشمن بیدار است» و امثال آن، بی‌آن‌که با استدلال، تبیین و بافت دقیق همراه باشند، به صورت تکراری و بی‌روح بیان می‌شوند.

شعارهای تبلیغاتیِ بی‌پشتوانه، نه تنها اثر تربیتی ندارند، بلکه سطح گفتمان دینی را تنزل می‌دهند و اعتماد معرفتی مخاطب را نسبت به دین کاهش می‌دهند. در بلاغ قرآنی، *تکرار تنها زمانی مشروع است که خلاقانه و بسط‌دهنده معنا باشد*؛ نه آن‌که صرفاً به «ادای الفاظ آشنا» تبدیل شود.

این کلیشه‌گرایی باعث شده مخاطب احساس کند که تبلیغ دینی از *واقعیت زمانه و زبان مردم* فاصله گرفته و به نوعی از *نخبه‌گرایی ناآگاهانه* گرفتار شده است.

۳. فقدان برنامه‌ریزی رسانه‌ای و واژگان نو

با وجود توسعه فضای مجازی و ابزارهای نوین ارتباطی، تبلیغ دینی غالباً فاقد برنامه‌ریزی دقیق رسانه‌ای است. نه شناخت مخاطب، نه شناخت بستر، نه تعیین هدف و نه طراحی پیام در آن رعایت می‌شود. بسیاری از تولیدات تبلیغی، فاقد «هندسه بلاغی» هستند؛ یعنی پیام از متن بیرون زده نشده، ادبیات آن متناسب با مخاطب نیست و قالب‌های ارائه‌شده نیز کهنه و بی‌اثرند.

همچنین واژگان به‌کاررفته در تبلیغ، غالباً یا بشدت سنتی و غیرقابل فهم برای نسل، یا از مفاهیم ترجمه‌ای غربی تقلید کرده‌اند و از فحوای الهی و بومی تهی‌اند. **فقدان واژگان نو و عمیق در تبلیغ دینی، به معنای انقطاع پیوند میان دین و زبان زمان است.**

۴. بلاغ بی‌محتوا یا محتوا بی‌بلاغت

آسیب مهم دیگر، *دوگانه‌ی خطرناک میان محتوا و بلاغت* است. گاهی تبلیغ دینی دارای محتوایی عمیق و معرفتی است، اما به‌دلیل ضعف در بیان، فاقد بلاغت، اقناع یا جاذبه می‌شود؛ در نتیجه پیام به مخاطب منتقل نمی‌گردد. گاهی نیز با بیانی زیبا، فصیح و پرشور مواجهیم، اما محتوای آن سطحی، احساسی یا حتی مخدوش است. این‌گونه تبلیغ، مانند ظرفی زیبا با درون تهی است.

بلاغ مبین، وحدت محتوا و فرم است؛ محتوای حق با بیانی شفاف، قاطع، استوار، حکیمانه و زیباشناختی. وقتی یکی از این دو از دست برود، کل تبلیغ از دایره‌ی بلاغت قرآنی خارج می‌شود و به ابزار فرسایشی بدل می‌گردد.

نتیجه‌گیری

نظام تبلیغ دینی امروز، با همه‌ی خدمات و مجاهدت‌های مخلصانه‌اش، اگر از معیارهای بلاغ مبین فاصله گیرد، به آفت‌هایی چون تکرار بی‌اثر، کلیشه‌سازی، ضعف در اقناع، فقدان زبان مشترک با مخاطب و ناتوانی در ایجاد جریان معنوی مبتلا خواهد شد. علاج این بیماری، نه در افزایش حجم تبلیغ، بلکه در **تحول بنیادین در کیفیت تبلیغ و بازگشت به عقلانیت بلاغ قرآنی** است.

بر حوزه‌های علمیه، نهادهای فرهنگی و مبلغان دین لازم است با رجوع مجدد به منطق وحی و در پرتو نگاه اجتهادی ـ تمدنی، نظام تبلیغ را از بلاغت مرده به بلاغ مبین زنده ارتقا دهند وگرنه مخاطب این وظیفه الهی را از دست ما گرفته و در آغوش بلاغت‌های باطل اما خوش‌ظاهرِ دشمنان خواهد افتاد.

فصل هفتم: راهبردهای تحقق بلاغ مبین در منظومه‌ی تبلیغی انقلاب اسلامی

در سپهر اندیشه‌ی اسلامی، «بلاغ مبین» صرفاً مفهومی معرفتی یا اخلاقی نیست، بلکه بنیاد یک *نظام اجتماعی ـ فرهنگی الهی* است. به تعبیر دقیق‌تر، بلاغ مبین در منظومه‌ی تبلیغی اسلام، همان حلقه‌ی پیونددهنده‌ی حقیقت وحی با عقل و قلب جامعه است و از آن‌جا که انقلاب اسلامی در ذات خود یک حرکت تمدنی بر پایه‌ی هدایت و تبیین است، تحقق آرمان‌های آن بدون دستیابی به بلاغ مبین ممکن نیست.

پیام رهبر معظم انقلاب به همایش صدسالگی حوزه‌های علمیه، که در آن حوزه به عنوان تداوم بلاغت انبیاء معرفی می‌شود، در حقیقت، فراخوانی برای **بازتولید بلاغ مبین در قامت نظام تبلیغی انقلاب اسلامی** است. در این فصل، چهار راهبرد بنیادین در این مسیر ارائه می گردد.

۱. تدوین مدل گفتمانی بلیغ با شاخص‌های قرآنی

نخستین راهبرد، تأسیس یک *مدل گفتمانی بلیغ* مبتنی بر مؤلفه‌های وحیانی است .این مدل، باید واجد ویژگی‌هایی باشد که از مجموع آیات قرآنی پیرامون «بلاغ»، «تبشیر»، «انذار»، «تبیین»، و «دعوت» استخراج می‌شود. شاخص‌های اصلی چنین مدلی عبارت‌اند از:

- **وضوح مفهومی و مرزبندی هویتی (فاصدع بما تؤمر)**
- **اقناع عقلانی و حجت‌محور بودن (قل هاتوا برهانکم)**
- **قالب‌های هنری و زیبایی‌شناختی (وإذا قرئ القرآن فاستمعوا له)**
- **اقتران پیام با حکمت عملی و موعظه‌ی حسنه (ادعُ إلی سبیل ربّک بالحکمة...)**
- **تناسب با فطرت و طبیعت انسان (فذکّر إن نفعت الذکری)**
- **قابلیت تکرار خلاقانه و تمثیلی (ولقد صرفنا فی هذا القرآن من کل مثل)**

این مدل باید در سطح دستگاه‌های تبلیغی نظام، در قالب «نقشه جامع بلاغت دینی» و «الگوی ملی تولید گفتمان» طراحی و اجرا شود؛ به‌گونه‌ای که خروجی آن، *خطاب تمدنی مؤثر به افکار عمومی باشد*، نه صرف تکرار مناسک و شعائر بدون تبیین.

۲. آموزش بلاغت به طلاب و مبلغان در حوزه علمیه

دومین گام راهبردی، احیای نظام آموزشی «بلاغت دینی» در بطن حوزه‌های علمیه است. نظام درسی حوزه‌ها سالیان دراز بر فقه و اصول متمرکز بوده است و گرچه این سنت علمی شالوده‌ی اجتهاد است، اما امروز بدون تربیت *مبلغ بلیغ و مبین*، پاسخ‌گوی نیاز انقلاب و جامعه نخواهد بود.

بر این اساس، پیشنهاد می‌شود:

- دروس «بلاغت قرآنی»، «گفتمان‌سازی»، «فنون اقناع مخاطب»، «تحلیل رسانه و ذهنیت عمومی»، و «فنون روایی ـ بیانی اهل‌بیت» به صورت رسمی در سطح سطوح عالی و درس خارج حوزه تدریس شوند؛

- تربیت «مبلغ تمدنی»، با توان تحلیل تحولات فرهنگی، احاطه بر زبان رسانه و تسلط بر اقناع عقلی و عاطفی مخاطب، در قالب *مدارس تبلیغی مهارتی* در حوزه نهادینه شود؛
- و مهم‌تر از همه، بلاغت به عنوان یک **فقه مستقل** ذیل فقه تبلیغ استخراج و تدریس گردد.

۳. احیای بلاغت اسلامی در ادبیات و رسانه‌ها

بلاغ مبین، فقط در قالب خطابه و منبر تحقق نمی‌یابد؛ بلکه باید در **ادبیات، شعر، داستان، فیلم، نمایش، گرافیک و موسیقی** جریان یابد. امروز هر رسانه یک منبر است و هر سریال یک خطبه؛ اگر درون‌مایه‌ی آن تهی از وحی باشد، منبر ابلیس خواهد شد.

در گام دوم انقلاب اسلامی، لازم است:

- «بیان بلیغ دینی» به عنوان معیار ارزیابی محصولات هنری و رسانه‌ای پذیرفته شود؛
- شاعران و نویسندگان متعهد با اصول بلاغ مبین آشنا گردند؛
- و رسانه ملی، رسانه‌های جبهه فرهنگی انقلاب و پلتفرم‌های دیجیتال، **الگوی رسانه‌ی بلیغ قرآنی** را در معماری روایت، شخصیت‌پردازی، ضرباهنگ، نمادپردازی و گزاره‌سازی لحاظ کنند.

بدون این پیوند، تبلیغ دینی در عصر رسانه، هم در روایت و هم در ذهن مخاطب، منزوی خواهد شد.

۴. پیوند «بلاغ مبین» با «بیان مبین» در منطق رهبر انقلاب

واژه‌ی «بیان» در منظومه‌ی فکری رهبر معظم انقلاب، فقط به معنای سخن گفتن نیست؛ بلکه به معنای اقامه‌ی حقیقت، مرزبندی معرفتی، گفتمان‌سازی و بسط نظام معانی اسلامی در سطح جامعه است. این همان معنای دقیق «بلاغ مبین» است، با بیان تمدنی.

رهبر معظم انقلاب از «جهاد تبیین» به عنوان واجب فوری و فوری‌تر زمان یاد کرده‌اند. این تعبیر، حکایت از آن دارد که **بیان مبین، شکل اجتماعی و سیاسی بلاغ مبین است**. به تعبیر دیگر، در هندسه‌ی گفتمانی رهبری:

بلاغ مبین درونی ← واجب فقهی مبلغ

بیان مبین اجتماعی ← وظیفه تمدنی نظام اسلامی

جهاد تبیین راهبرد ← تحقق ساختاری این دو

از این رو، پیوند نظریه‌ی بلاغت قرآنی با گفتمان‌سازی انقلابی، حلقه‌ی مفقوده‌ی بسیاری از فعالیت‌های فرهنگی ـ تبلیغی است. حوزه‌ها، دانشگاه‌ها، نهادهای دینی و نخبگان فرهنگی، اگر در این پیوند موفق عمل نکنند، ساخت گفتمان حق به روایت دشمن واگذار خواهد شد.

جمع‌بندی

«بلاغ مبین» تنها یک موضوع تبلیغی یا تفسیر قرآنی نیست؛ بلکه مبنای استراتژیک برای تحقق *تمدن‌سازی اسلامی در عصر غیبت* است. تحقق این حقیقت بلند، نیازمند یک منظومه‌ی راهبردی متشکل از:

۱. مدل گفتمانی بر پایه وحی،

۲. نظام آموزشی بلاغت در حوزه‌ها،

۳. بسط آن در هنر و رسانه،

۴. و تفسیر آن در منطق ولایت و رهبری است.

انقلاب اسلامی اگر بخواهد در مواجهه با روایت‌های جهانی، الگوی تمدنی خود را اقامه کند، باید به نقطه آغازین بازگردد؛ یعنی به آن بلاغ مبینی که پیامبر خاتم(ص) در غدیر و امیرالمؤمنین(ع) در نهج‌البلاغه و حضرت زینب(س) در شام ارائه کردند؛ و امروز، پرچم آن به دست حوزه‌های علمیه و ولی فقیه زمان سپرده شده است.

اقدامات شورای هماهنگی تبلیغات اسلامی در تحقق و گسترش بلاغ مبین

با عنایت به جایگاه محوری شورای هماهنگی تبلیغات اسلامی در عرصه‌ی سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و راهبری مراسم‌ها و مناسبت‌های ملی، مذهبی، سیاسی و انقلابی و با تأکید بر مسئولیت این شورا در اقامه‌ی گفتمان دینی در سطح افکار عمومی، «بلاغ مبین» به‌عنوان یکی از ارکان اصلی هدایت فرهنگی و راهبردی در منظومه‌ی جمهوری اسلامی، در کانون توجه شورا قرار گرفته و مجموعه‌ای از اقدامات راهبردی و عملیاتی برای تحقق و ترویج آن در سطح ملی طراحی و اجرا شده است.

بلاغ مبین در رویکرد تحلیلی این شورا، صرفاً یک مؤلفه تبلیغی تلقی نمی‌شود، بلکه به‌مثابه **بنیاد نرم‌افزاری تمدن‌سازی اسلامی**، در فرآیند طراحی، مدیریت و اجرای مراسم، جاری و ساری گردیده است. بر همین اساس، اقدامات ذیل به‌عنوان محورهای اصلی راهبردی در دستور کار شورای هماهنگی تبلیغات اسلامی قرار گرفته یا در حال اجراست:

۱. طراحی و تدوین «نقشه راه بلاغ مبین» برای مناسبت‌ها

- استخراج شاخص‌ها و معیارهای قرآنی، روایی و انقلابی بلاغ مبین؛
- تبدیل آن‌ها به دستورالعمل‌های اجرایی، محتوایی، هنری و رسانه‌ای برای استفاده در سراسر کشور؛
- طراحی نظام ارزیابی و سنجش کیفیت بلاغت در مراسم‌ها از منظر اقناع، وضوح، انسجام، زیبایی‌شناسی و اثرگذاری.

۲. جهت‌دهی مراسم‌ها به سوی «گفتمان‌سازی بلاغی» به‌جای صرف مناسک‌گرایی

- مقابله با سطحی‌سازی و کلیشه‌گرایی در محتوای مراسم؛
- ارتقاء رویکردها از اجرای صرف مناسک به اقامه گفتمان‌های عمیق دینی و انقلابی؛
- نهادینه‌سازی این سؤال راهبردی در طراحی هر مراسم:

«پیام روشنی که مخاطب پس از این مراسم با خود می‌برد چیست؟»

۳. تولید محتوا و بیانیه‌های بلاغت‌محور به زبان روز و با قدرت اقناع فکری و عاطفی

- تدوین و بازنویسی بیانیه‌ها، قطعنامه‌ها و اطلاعیه‌ها با زبان گفتمان‌ساز، استعاری، حماسی و هنرمندانه؛
- بهره‌گیری از ظرفیت ادیبان، صاحب‌نظران فرهنگی، هنرمندان و گفتمان‌سازان برای ارتقاء کیفی ادبیات مراسم؛
- تأکید بر پیوند میان «محتوای عمیق» و «بیان بلیغ» در تولیدات رسمی شورا.

۴. هدایت جریان رسانه‌ای و تبلیغی مناسبت‌ها به سمت بلاغت تمدنی

- تولید محتوای چندرسانه‌ای (موشن‌گرافی، تیزر، مستند کوتاه، قطعات صوتی و تصویری) با رویکرد بیان مؤثر و تمدنی؛
- راه‌اندازی پویش‌های مجازی با کلیدواژه‌های برگرفته از قرآن و گفتمان مقاومت، ولایت، عزت و عقلانیت دینی؛
- بهره‌گیری هدفمند از فضای مجازی برای انتقال پیام‌های اقناعی، به‌جای تبلیغ انبوه و غیرهدفمند.

۵. آموزش مفاهیم بلاغ مبین به مدیران، فعالان فرهنگی و سخنرانان مناسبت‌ها

- برگزاری کارگاه‌های منطقه‌ای برای آموزش ساختار بلاغ مبین بر اساس آموزه‌های قرآنی، روایی و بیانی رهبر معظم انقلاب؛
- تدوین بسته‌های محتوایی آموزشی ویژه خطبا، سخنرانان، مجریان و نویسندگان بیانیه‌ها؛
- ارائه الگوهای تاریخی از بلاغت تبیینی و اقناعی در انقلاب اسلامی و سیره اهل‌بیت علیهم‌السلام.

۶. الگوسازی از شهدای بلاغت و منادیان جهاد تبیین

- معرفی و تبیین شخصیت‌هایی همچون شهید مطهری، شهید بهشتی، شهید حاج قاسم سلیمانی و شهدای رسانه، به‌مثابه مظهر بلاغت تمدنی؛
- طراحی مراسم و پویش‌هایی با هدف ترویج الگوهای بلاغت حقیقی در جامعه؛
- تقویت بعد شخصیتی، معرفتی و گفتمانی این چهره‌ها در مناسبت‌های ملی.

۷. ارزیابی مستمر کیفی مراسم‌ها از منظر تحقق بلاغ مبین

- تدوین گزارش‌های عملکرد استانی بر اساس شاخص‌های بلاغ مبین؛
- طراحی نظام رتبه‌بندی کیفی برای مراسم‌ها در سطح شهرستان‌ها و استان‌ها بر پایه اقناع، اثرگذاری، انسجام و خلاقیت؛
- فعال‌سازی ناظران فرهنگی برای تحلیل دقیق محتوای مراسم با نگاه گفتمان‌محور.

شورای هماهنگی تبلیغات اسلامی با تلقی «بلاغ مبین» به‌مثابه روح راهبردی مراسم‌ها و نه صرفاً یک توصیه اخلاقی یا تبلیغی، عزم خود را جزم کرده است تا مراسم‌های جمهوری اسلامی را از «اطلاع‌رسانی انفعالی» به سطح «گفتمان‌سازی تمدنی و تبیینی» ارتقا دهد. این رویکرد، گامی مؤثر در جهت تحقق تمدن نوین اسلامی، پاسخ‌گویی به نیازهای معرفتی نسل جدید، و اقامه‌ی حجت الهی در عرصه اجتماعی و فرهنگی است.

با توجه به جایگاه و وظایف شورای هماهنگی تبلیغات اسلامی در عرصه سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و راهبری مراسم‌ها و مناسبت‌های ملی، مذهبی، سیاسی و انقلابی، این شورا نقش کلیدی و بی‌بدیل در تحقق و ترویج مفهوم قرآنی و تمدنی «بلاغ مبین» در سطح افکار عمومی دارد .«بلاغ مبین» در اینجا، دیگر صرفاً یک مأموریت تبلیغی نیست، بلکه یک *الگوی هدایت فرهنگی و تمدنی* است که شورای هماهنگی می‌تواند آن را در مدیریت مناسبت‌ها جاری سازد.

در این چارچوب، مهم‌ترین اقداماتی که شورای هماهنگی تبلیغات اسلامی می‌تواند برای تحقق و گسترش بلاغ مبین انجام دهد، به شرح زیر است:

۱. طراحی و تدوین «نقشه راه بلاغ مبین» برای مناسبت‌ها

- استخراج معیارهای بلاغ مبین از قرآن، روایات و رهنمودهای رهبر انقلاب؛
- تبدیل این معیارها به **شاخص‌های اجرایی** برای مراسم‌های رسمی و مردمی؛
- تنظیم دستورالعمل‌های تبلیغی، محتوایی، هنری و رسانه‌ای برای برگزارکنندگان در سراسر کشور؛
- تعریف سازوکار «ارزیابی بلاغت» برای مراسم‌ها (از حیث وضوح پیام، اقناع، انسجام، زیبایی‌شناسی، اثرگذاری اجتماعی و مرزبندی اعتقادی).

۲. جهت‌دهی مراسم‌ها به سوی «گفتمان‌سازی بلاغی» نه صرفاً مناسکی

- جلوگیری از سطحی‌سازی یا کلیشه‌گرایی در محتوا و قالب مراسم؛
- وادار ساختن همه دست‌اندرکاران مناسبت‌ها به پاسخ دادن به این سؤال محوری:
- *«پیام روشنی که مخاطب پس از این مراسم با خود می‌برد چیست؟»*
- ترویج نگاه به هر مناسبت ملی و مذهبی به‌مثابه *فرصت تولید یک «بیان مبین» و اقامه حجت عمومی.*

۳. تولید محتوا و بیانیه‌های بلاغت‌محور به زبان روز و با اقناع فکری ـ عاطفی

- طراحی بیانیه‌های مناسبتی با محور «بلاغت اجتماعی» (نه صرفاً توصیفی و تشریفاتی)؛
- استفاده از عناصر زبانی، استعاری، حماسی، اقناعی و فرهنگی در نگارش قطعنامه‌ها، اطلاعیه‌ها و بیانیه‌ها و ...؛
- همکاری با ادیبان، گفتمان‌سازان، هنرمندان، و اندیشمندان برای ارتقای سطح ادبیات مراسم.

۴. هدایت جریان رسانه‌ای و تبلیغی مناسبت‌ها به سوی بلاغت تمدنی

- تولید موشن‌گرافی، تیزر، مستند کوتاه، قطعات نمایشی، صوتی و تصویری که «بیان مبین» را در قالب رسانه‌ای منتقل کند؛

- راه‌اندازی پویش‌های مجازی با کلیدواژه‌هایی برگرفته از قرآن و گفتمان مقاومت، ولایت و عقلانیت دینی؛
- بهره‌گیری از فضای مجازی برای ایجاد «جریان اقناعی» و نه فقط «تبلیغ انبوه و بی‌روح».

۵. آموزش مفاهیم بلاغ مبین به مسئولان و فعالان مراسم‌ها

- برگزاری کارگاه‌های منطقه‌ای برای آموزش *اصول بلاغت قرآنی و انقلابی* به برگزارکنندگان مراسم؛
- تدوین بسته‌های محتوایی آموزشی برای خطبای مناسبت‌ها، سخنرانان، مجریان و نویسندگان بیانیه‌ها؛
- ارائه الگوهای موفق از بلاغت پیام‌رسان در گذشته (مثل بیانیه امام راحل در آغاز نهضت، پیام رهبر انقلاب در ۹ دی، یا بیانات امام سجاد در شام).

۶. الگوسازی از شهدای بلاغت و منادیان جهاد تبیین

- معرفی چهره‌هایی همچون شهید مطهری، شهید بهشتی، حاج قاسم سلیمانی و شهدای رسانه و تبلیغ دینی، به‌عنوان *مظهر بلاغت اقناعی و تمدنی در انقلاب اسلامی*؛
- تعریف روزها و مراسم‌هایی خاص برای ترویج این چهره‌ها با محور بلاغت و تبیین.

۷. ارزیابی مستمر مراسم‌ها از نظر تحقق بلاغ مبین

- تدوین گزارش‌های عملکرد با معیارهای بلاغتی و تبیینی؛
- تعیین شاخص‌های کیفی در سطح استان‌ها و شهرستان‌ها برای داوری و رتبه‌بندی بلاغ مراسم‌ها؛
- فعال‌سازی ناظران فرهنگی ویژه برای تحلیل کیفی محتوای مراسم‌ها.

نتیجه‌گیری:

شورای هماهنگی تبلیغات اسلامی، اگر بلاغ مبین را نه به‌مثابه یک توصیه‌ی اخلاقی، بلکه به‌عنوان *روح راهبردی تمام مناسبت‌ها و مأموریت‌ها* تلقی کند، قادر خواهد بود جهت‌گیری مراسم‌های رسمی جمهوری اسلامی را از «اطلاع‌رسانی صرف» به «گفتمان‌سازی تمدنی» ارتقا دهد و این، گامی راهبردی در تحقق تمدن نوین اسلامی خواهد بود.

نتیجه‌گیری و جمع‌بندی نهایی

در پایان این نوشتار، می‌توان چنین نتیجه گرفت که «بلاغ مبین» صرفاً یک اصطلاح قرآنی یا آرایه‌ای بلاغی در متن وحی نیست، بلکه مفهومی عمیق، تمدنی، راهبردی و فقهی است که در بردارنده‌ی *هویت تبلیغی دین*، *مسئولیت تاریخی حوزه‌ها و مأموریت تمدن‌ساز نظام اسلامی* می‌باشد.

۱. اهمیت راهبردی بلاغ مبین در تمدن‌سازی اسلامی

تمدن، پیش از آن‌که به دست ساخته‌ها، نهادها و تکنولوژی شکل گیرد، با «کلمه» و «گفتمان» آغاز می‌شود و در هندسه معرفتی قرآن کریم، این گفتمان باید واجد «بلاغ مبین» باشد؛ یعنی پیام حق را با روشنایی عقلانی، شفافیت اعتقادی، اقناع فطری و جذابیت هنری به قلب‌ها و جوامع برساند. بدون چنین بلاغتی، نه دین فهمیده می‌شود، نه حجت اقامه می‌گردد و نه جامعه مسیر رشد خود را می‌یابد.

انقلاب اسلامی نیز که داعیه‌دار تمدن نوین اسلامی است، اگر فاقد «بلاغت روشن» باشد، به جای تأثیرگذاری، دچار «حجاب درونی» خواهد شد و پیام جهانی آن در غبار ضعف بیانی و تبلیغی محو می‌گردد. بلاغ مبین، *جوهره نرم‌افزاری تمدن‌سازی است* و بدون آن، هیچ تحول فرهنگی، معرفتی و سیاسی تداوم نمی‌یابد.

۲. جایگاه بلاغ مبین در تحقق مسئولیت تاریخی حوزه‌های علمیه

حوزه‌ی علمیه، به‌مثابه وارث نهاد نبوت و نیابت، در طول تاریخ اسلام، همواره وظیفه‌ی تبیین دین را بر عهده داشته است. اما در عصر غیبت و دوران انقلاب اسلامی، این مسئولیت مضاعف شده است؛ چرا که جامعه‌ی اسلامی در معرض امواج سهمگین رسانه‌ای، تحریف معنوی، جنگ روایت‌ها و مهندسی افکار است.

اگر حوزه‌ی علمیه از «بلاغ مبین» فاصله بگیرد و در بیان دین دچار رکود، سطحی‌نگری، کلیشه‌گرایی، یا ضعف بیانی گردد، نه تنها در انجام وظیفه شرعی خود قصور ورزیده، بلکه *از ایفای نقش تمدن‌ساز خویش نیز بازمانده است*. حوزه باید در صف اول «جهاد تبیین» و در موضع اقتدار اقناعیِ اسلام قرار گیرد؛ آن‌گونه که امیرالمؤمنین(ع) در نهج‌البلاغه، امام سجاد(ع) در خطبه شام، و امام خمینی(ره) در آغاز نهضت ایستادند.

۳. ضرورت تحول در روش‌ها، زبان‌ها و ابزارهای تبلیغی بر اساس الگوی بلاغت قرآنی

زبان، روش و ابزار تبلیغی، اگر متحول نگردند، محتوا را در خود دفن می‌کنند. پیام اگر بلیغ نباشد، به‌رغم حقانیتش، ناشنیده می‌ماند. بنابراین، برای تحقق بلاغ مبین، صرف داشتن محتوا کافی نیست؛ بلکه محتوا باید در قالب‌هایی نو، مؤثر، اقناعی، زیباشناسانه و متناسب با روح زمانه عرضه شود.

این تحول باید در سه سطح محقق گردد:

- **درون حوزه‌ها**: با اصلاح دروس، تقویت فن بیان، آموزش ادبیات اقناعی و رسانه‌ای.
- **در سطح نهادهای تبلیغی**: با برنامه‌ریزی حرفه‌ای، تربیت مبلغ تمدنی، و بهره‌گیری از قالب‌های هنری.

- **در گفتمان رسمی انقلاب:** با پیوند بلاغت قرآنی به جهاد تبیین، هنر، ادبیات، و روایت‌سازی کلان.

کلمه پایانی

«بلاغ مبین»، به معنای رساندن حقیقت دین با تمام وضوح، حکمت، عقلانیت و جاذبه، واجبی است که در زمان ما رنگی تمدنی و رسالتی جهانی یافته است. این بلاغ، اگر در حوزه احیا شود، در رسانه گسترش یابد و در نظام تبلیغی کشور نهادینه گردد، می‌تواند *تمدن اسلامی را از سطح یک رؤیا، به یک واقعیت نزدیک و تحقق‌یافتنی تبدیل کند.*

و این مسیر، نه از نو آغاز می‌شود، بلکه ادامه‌ی راه انبیاء، اولیاء، شهدا و مصلحان راستین امت است؛ مسیری که با «کلمه طیبه» آغاز شد، با «بلاغ مبین» تداوم یافت و با «بیان صادق» به سرمنزل تمدن خواهد رسید، ان شاء الله.