



اصول و روش های تبلیغ دینی اثربخش

پدیدآورده (ها) : رحمانی، حجت الله
علوم تربیتی :: بصیرت و تربیت اسلامی :: بهار 1390، سال هشتم - شماره 18
از 75 تا 98
آدرس ثابت : <http://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/1043049>

دانلود شده توسط : مرکز مدیریت حوزه های علمیه-کتابخانه ایت الله بروجردی
تاریخ دانلود : 25/12/1394

مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی (نور) جهت ارائه مجلات عرضه شده در پایگاه، مجوز لازم را از صاحبان مجلات، دریافت نموده است، بر این اساس همه حقوق مادی برآمده از ورود اطلاعات مقالات، مجلات و تألیفات موجود در پایگاه، متعلق به "مرکز نور" می باشد. بنابر این، هرگونه نشر و عرضه مقالات در قالب نوشتار و تصویر به صورت کاغذی و مانند آن، یا به صورت دیجیتالی که حاصل و بر گرفته از این پایگاه باشد، نیازمند کسب مجوز لازم، از صاحبان مجلات و مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی (نور) می باشد و تخلف از آن موجب پیگرد قانونی است. به منظور کسب اطلاعات بیشتر به صفحه [قوانین و مقررات](#) استفاده از پایگاه مجلات تخصصی نور مراجعه فرمائید.



پایگاه مجلات تخصصی نور

www.noormags.ir

اصول و روش‌های تبلیغ دینی اثربخش

حجت‌الرحمانی^۱

چکیده

تبلیغ یکی از مهم‌ترین ابزارهای رسیدن به مقصد در برنامه‌های سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی است. در شریعت مقدس اسلام توجه ویژه‌ای به امر تبلیغ دینی شده و در قرآن کریم از واژگان: تبلیغ، انذار، ارشاد، تبشیر، هدایت، امر به معروف، نهی از منکر، نصح، رسالت، نبوت، انباء، اخبار، توصیه، وعظ، حکمت و ... برای بیان این منظور استفاده شده است. وجود نظام تبلیغاتی دینی سازمان یافته و کارآمد در طول تاریخ اسلام اهمیت خاصی داشته و در قرآن بر آن تأکید شده است و عالمان دینی حوزه‌های علمیه بدان توجه خاصی کرده‌اند. در این مقاله، ضمن تعریف موضوع و بیان رابطه تبلیغ و ارتباطات، با اشاره به مؤلفه‌های تبلیغ و مدل‌های متقاعدسازی، ابتدا به اختصار وضعیت تبلیغ در عصر حاضر تبیین و سپس جایگاه تبلیغ در اسلام و قرآن کریم بررسی شده است. در ادامه، شیوه‌های تبلیغ دینی از دیدگاه قرآن کریم با استناد به آیات به تفصیل در ۲۴ عنوان ارائه شده است.

کلیدواژه‌ها:

تبلیغ، ارتباطات، تبلیغ در قرآن، شیوه‌های تبلیغ، مدل‌های متقاعدسازی.

۱- مقدمه

امروزه یکی از مهم‌ترین شیوه‌ها برای نظام‌های سیاسی و بنگاه‌های اقتصادی و سازمان‌های اجتماعی و فرهنگی در راه رسیدن به مقاصد، به کارگیری ابزار تبلیغ است. در جهان امروز با

۱. عضو هیئت علمی سازمان تحقیقات و مطالعات ناجا

استفاده از وسایل مدرن تبلیغی بسیاری از ناممکن‌ها ممکن شده است. گاهی حکومت‌هایی ساقط می‌شود و گروه‌هایی در رأس کار قرار می‌گیرند. بسیاری از کالاهای از طریق تبلیغات به فروش می‌رسد و توجه مردم و اجتماع به وسیله تبلیغ جلب می‌شود.

تبلیغ در دین اسلام با عنوان امر به معروف و نهی از منکر، انذار، ارشاد، تبشیر، هدایت، تبلیغ، نُصح، رسالت، نبوت، انباء، اخبار، توصیه، وعظ، حکمت، پند و اندرز و... مطرح شده است و اهمیت بسیار زیادی دارد.

امام خمینی (ره) فرموده است: «تبلیغات مسئله‌ای است پر اهمیت و حساس؛ یعنی دنیا با تبلیغات حرکت می‌کند. آنقدری که دشمنان ما از حربه تبلیغات استفاده می‌کنند از طریق دیگری نمی‌کنند و ما باید به مسئله تبلیغات بسیار اهمیت دهیم و از همه چیزهایی که هست بیشتر به آن توجه کنیم» (همو: ۱۵۷/۱۷).

وجود نظام تبلیغاتی دینی سازماندهی شده و مستحکم بسیار ضروری است و در قرآن کریم بر آن تأکید فراوان شده است: «وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ» (آل عمران، ۱۰۴): باید از میان شما گروهی باشند که دعوت به خیر کرده و امر به معروف و نهی از منکر نمایند.

موضوع ارسال رسل، مبعوث شدن انبیای الهی، تلاش برای ارشاد و هدایت مردم، تبلیغ اصول و مبانی دینی و ترویج احکام و اخلاق الهی سابقه‌ای به دیرینگی تاریخ بشر دارد.

بسیاری از آیات قرآن کریم - که در آنها به این موضوع اشاره شده است - دال بر این مدعاست، برای مثال، آنجا که می‌فرماید: «وَاضْرِبْ لَهُمْ مَثَلًا أَصْحَابَ الْقَرْيَةِ إِذْ جَاءَهَا الْمُرْسَلُونَ، إِذْ أَرْسَلْنَا إِلَيْهِمُ اثْنَيْنِ فَكَذَّبُوهُمَا فَعَزَّزْنَا بِثَالِثٍ فَقَالُوا إِنَّا إِلَيْكُمْ مُرْسَلُونَ» (یس، ۱۳ و ۱۴): و برای آنها مثال بزن اصحاب قریه‌ای (انطاکیه) را که رسولانی برای آنها آمد، آن گاه که دو تن از رسولان را به سوی آنها فرستادیم پس آن دو را تکذیب کردند، سپس عزیز و مقتدر کردیم (آنها را) به سوئی، پس گفتند قطعاً ما فرستادگانی به سوی شما هستیم.

۲- تعریف تبلیغ

بلاغ به معنی نُصح و رسیدن ثمر و در انسان به معنی رسیدن به مرحله خاصی از رشد و ادراک است. بَلَّغْ بَلوغاً الشمر: نَصَّحْ - وَالغلام: اذْرَكَ؛ البالغ: المدرِك. (معلوف: حرف ب) همین کلمه اگر به صورت متعدی به کار رود به معنی وصول و رساندن است

(بَلِّغْ - بَلِّغُوا؛ وَصَلْ إِلَيْهِ - وَابْلَغْهُ إِلَيْهِ؛ أَوْصَلَهُ؛) و يُقَالُ «بَلِّغْ عَنْهُ الرِّسَالَةَ إِلَى الْقَوْمِ»: أَوْصَلَهُمُ إِلَيْهِمْ... والتبليغ أي الايصال) (همانجا) بر این اساس، کلمه تبلیغ یعنی رساندن پیام به مخاطب. واژه تبلیغ در طول تاریخ زندگانی بشر و همراه با تحولات فرهنگی - اجتماعی آن از نظر معنا، کارکرد و جایگاه علمی دچار تحولات فراوانی شده است. این واژه در اصطلاحات علمی امروز کاربرد گسترده و معنای پیچیده‌تری به خود گرفته است. «زمانی، تبلیغ در حد برانگیختن احساسات و عواطف مخاطبان و آماده ساختن آنها برای پذیرش اندیشه، سلیقه، روش و یا کالای مادی به شیوه تلقینی بود. اما امروزه مقوله تبلیغ از محدوده ارتباط یک سویه و تحمیلی فراتر رفته و به یک فرآیند دو سویه و تعاملی بین «گیرنده» و «فرستنده» تبدیل شده است تا آنجا که امروز مقوله تبلیغ در یک فضای بین رشته‌ای و متأثر از رویکردهای نوین پهنه فناوری، ارتباطات، روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، مردم‌شناسی و... گسترده و کارکرد خود را توسعه داده است» (کریمی، ۱۳۸۸: ۱۱).

برای واژه تبلیغ تاکنون تعریف‌های مختلفی براساس روش‌ها، کارکردها و اهداف آن وجود دارد که در اینجا به دو نمونه از آنها اشاره می‌کنیم:

۱. «فن تحت تأثیر قرار دادن رفتار و نگرش مخاطب از طریق دستکاری تصورات یا بازنمود آنها» (همانجا).

۲. «بهره‌گیری کمابیش عمدی، سیستماتیک و طراحی شده از سمبل‌ها و محرک‌ها که به طور عمده با تلقین و تکنیک‌های روانی مناسب انجام می‌شود، و با هدف تغییر و کنترل افکار، عقاید، ارزش‌ها و در نهایت تغییر رفتار آشکار افراد به سوی مسیر تعیین شده همراه است. (پورصدرا، ۱۳۸۰، به نقل از یونگ)

نکات مشهود در تعریف‌های واژه تبلیغ عبارت‌اند از:

۱- تحت تأثیر قرار دادن یا ایجاد تغییر؛

۲- رفتار، نگرش، عقاید، افکار، ارزش‌ها و...؛

۳- مخاطب یا افراد هدف؛

۴- روش یا ابزار به کارگیری؛

۵- ارتباط.

۳- تبلیغ و ارتباطات

اساسی‌ترین محور تبلیغ از نظر نوع اثرگذاری و کیفیت کارکرد ارتباط است. در جریان تبلیغ شخص یا گروهی می‌کوشد به یاری نمادهای کلامی و غیر کلامی، شخص یا گروه دیگری را از اطلاعات، احساسات، دریافت‌ها و خواسته‌های خود درباره موضوعی آگاه کند. این ارتباط از روش‌های گوناگونی مثل تصویر، کلام، موسیقی، هنر، نمادها و حرکت‌ها صورت می‌گیرد که در این میان ارتباط کلامی با استفاده از نمادهای گفتاری یا نوشتاری بیشترین حجم را به خود اختصاص می‌دهد. (جواهری، ۱۳۷۹: ۲۹)

اینکه تبلیغ کار پسندیده‌ای است یا نه، موضوعی است که مخالفان و موافقان دارد. برخی معتقدند تبلیغی پسندیده است که ضوابط و اصول صحیح آن حفظ شود و از استعمار و استثمار فکری و عاطفی، تحمیل و تحمیق، و هر گونه سوء استفاده و مسخ افکار مخاطبان دور باشد؛ از سوی دیگر کسانی هم هستند که تبلیغ را مغایر با اصول دموکراسی و جامعه مدنی می‌دانند و معتقدند «تبلیغ به گونه‌ای که معمول است، عمدتاً در جهت تلقین افکار عمومی به کار می‌رود و نگاهی تحقیرآمیز به انسان دارد» (محمدی، ۱۳۷۷: ۱۲۳).

۴- مؤلفه‌های تبلیغ و مدل‌های متقاعدسازی

تبلیغ در ارتباط بین «مبلّغ» و «مخاطب» فرآیندی سیال و فعال است که عموماً پنج عامل در این فرآیند دخالت دارد:

۴-۱- چه کسی (مبلّغ یا گوینده و شخصیت و جایگاه و منزلت اجتماعی او)؛
۴-۲- چه چیزی (محتوای پیام)؛

۴-۳- به چه کسی (مخاطب و وضعیت فرهنگی، اجتماعی و ویژگی‌های فردی و شخصیتی او)؛

۴-۴- به چه طریقی (وسیله و ابزار انتقال پیام)؛

۴-۵- در چه شرایطی (فضا و موقعیت فرهنگی اجتماعی).

با کاوش درباره رویکردها و روش‌های توجیه و متقاعدسازی، می‌توان در این باره به الگوهای مختلفی دست یافت، برای مثال:

الف- مدل اقناع هاوُلند و همکاران (HPM): براساس این مدل که هاوُلند و همکارانش جنیس و کلی در سال ۱۹۳۵ در دانشگاه ییل منتشر کردند، توجیه و متقاعدسازی با هدف

تغییر نگرش‌ها در شش مرحله اساسی انجام می‌شود که عبارت‌اند از:

۱- در معرض پیام قرار گرفتن؛

۲- توجه به پیام؛

۳- درک پیام؛

۴- پذیرش نتیجه‌گیری مربوط به پیام؛

۵- یاد داری نگرش جدید؛

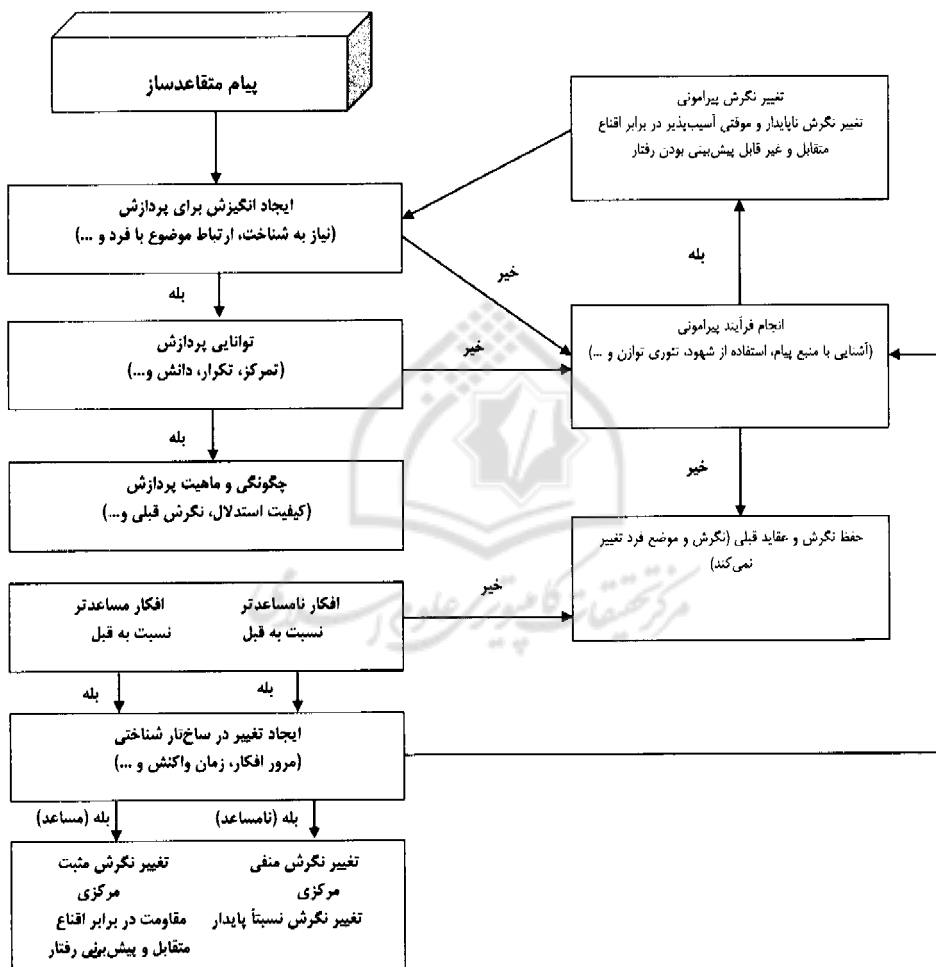
۶- تبدیل نگرش به رفتار (وروایی، ۱۳۸۶، ص ۱۸۶، به نقل از زمبارد و کیپ (۱۹۹۱).

ب- مدل حقیقت‌نمایی تفسیر شناختی (ELM): این مدل را پتی و کاسیوپو فرمول‌بندی کردند. این مدل عمدتاً به تحلیل فرایند تجزیه و تحلیل پیام مخاطبان می‌پردازد. در این مدل چگونگی تأثیر متغیرهای درونی و بیرونی بر داوری ارزشیابانه (خوب-بد) یا غیرارزشیابانه (احتمال-فقدان احتمال) مخاطبان مورد توجه قرار می‌گیرند (وروایی، ۱۳۸۶: ۲۰۰، به نقل از پاپکن و تروپ، ۱۹۹۹).

در سال‌های اخیر، مدل تفسیرشناختی بازبینی و در آن، ضمن تأکید بر دو مسیر اصلی و پیرامونی، عناصر پیرامونی هر یک از دو مسیر بررسی شد:

مرکز تحقیقات کامپیوتر علوم اسلامی

نمودار فرم تجدیدنظرشده مدل حقیقت‌نمایی تفسیرشناختی



ج- مدل ناهماهنگی شناختی (CDM): معنای اصلی مدل ارائه شده فستینگر بر این پایه استوار است که آدمی ذاتاً تمایل به هماهنگی و تعادل دارد. به همین دلیل هر عاملی که موجب اختلال این هماهنگی شود، زمینه‌ساز برخی عناصر ساخت‌شناختی است. بر اساس این مدل، ایجاد ناهماهنگی شناختی در درون افراد ممکن است سرانجام موجب تغییر نگرش آنها شود (کریمی، ۱۳۷۳: ۷۶).

بر اساس ساختار عناصر تبلیغ، باید به مؤلفه‌های زیر توجه کرد:

۱- مخاطب‌شناسی: شناسایی ویژگی‌ها و شرایط افرادی را که می‌خواهیم پیام تبلیغی خود را به آنها برسانیم.

۲- نیازشناسی: توجه کردن به نیازها، تمایلات، رغبت‌ها، سلیقه‌ها و علایق مخاطبان؛

۳- روش‌شناسی: کسب شناخت کافی درباره روش‌های مختلف تبلیغ و انتخاب بهترین روش برای رساندن پیام خود به مخاطبان؛

۴- موقعیت‌شناسی: شناخت موقعیت زمانی، مکانی و فضای ذهنی، روحی و روانی مخاطبان و محیط آنان.

۵- زبان‌شناسی: اطلاع کافی از گفتمان روز، و زبان علمی و محاوره‌ای مخاطبان؛

۶- پیش‌بینی نتایج: توانایی سنجش عکس‌العمل مخاطبان و بازخوردگیری از رفتار آنها و نحوه برخورد آنها با پیام‌های دریافتی.

۵- تبلیغ در عصر حاضر

ظهور پدیده انفورماتیک، انقلاب در ارتباطات و فراگیر شدن رادیو، تلویزیون، تلفن، رایانه، ماهواره، اینترنت و... بخش‌های مختلف جهان امروز را به هم پیوند داده، و دنیای بدون مرز را به وجود آورده است؛ گسترش سریع اطلاعات، پیام‌ها و تصاویر در سطح جهان، انبوه داده‌ها و مشاهدات متنوع را پدید آورده و ضمن توسعه و ایجاد عصر خرد و دانایی، موجب بحران عظیم انتخاب شده است.

امروزه با تأثیر فراوان سینما و تلویزیون و نفوذ بی‌اختیار ماهواره و اینترنت به درون خانه‌ها و خانواده‌ها، ابزارهای نوین، اخلاق، منش، اعتقادات و شیوه‌های زندگی دچار تغییر و دگرگونی شده است، تا جایی که بعید نیست این «جادوی الکترونیک» همان دجال فتنه‌گر پیش‌بینی شده در تاریخ باشد که همه را با حضور خود مات و مبهوت کرده، و با مصرف هزینه‌های سنگین

کوهی از غذا را به خود اختصاص داده است، و غول یک‌چشمی که با دید یک‌جانبه مادی‌گرایی به ترویج هوس‌رانی و شهوت پرداخته و ابزاری در دست دشمنان خدا شود. امروزه پیروز میدان در تقابل قدرت‌ها، کسی است که بیشترین قدرت نفوذ فرهنگی را داشته و به ابزارهای تبلیغاتی و استفاده از روش‌های نوین و تأثیرگذار، مسلط باشد. زیرا جنگ‌های صلیبی و نسل‌کشی و لشکرکشی جای خود را به جنگ نرم و تهاجم فرهنگی داده است. بنابراین برای حضور در میدان‌های جهانی و مقاومت و پیروزی چاره‌ای جز این نیست که تبلیغات با ابزارهای نوین را بیاموزیم و از آنها به بهترین نحو استفاده کنیم.

به عقیده یکی از صاحب‌نظران: «در عصر کنونی، همه چیز به سرعت رو به تغییر و تحول است، هر روز پدیده نوینی به جمع دیگر پدیده‌های موجود می‌پیوندد و اثری اجتناب‌ناپذیر بر پیکره نسل جدید بر جای می‌گذارد. سرعت، تنوع و دگرگونی سه عنصری است که در جهان به هم پیوسته امروز بسیار نقش آفرین است. امروزه رسانه‌های فرامرزی درهای عظیمی از اطلاعات و شاهراه بزرگی است که انتخاب‌های درست را مشکل کرده است. گسترش و توسعه فناوری و اطلاعات و ارتباطات، زندگی نسل جدید را دگرگون می‌سازد و چالش‌های عظیمی در پیش روی او قرار می‌دهد و شیوه زندگی و فرهنگ او را دستخوش تغییر می‌سازد. انقلاب ارتباطات، دوران تاریخی جدیدی را به دنبال دارد؛ چرا که امروزه کلیه اطلاعات، آزادانه در اختیار همگان قرار می‌گیرد و ارزش‌های انسانی و باورهای مذهبی و نهادهای ملی و بومی تحت تأثیر قرار خواهد گرفت. لذا برای بقا و حفظ ارزش‌های بومی، باید در حوزه‌های سیاست، فرهنگ، اقتصاد و هنر ایده‌های نو تولید کرد. بر این اساس است که باید فرآیند تبلیغ بازخوانی و بازنگری شود و انواع رویکردهای تبلیغی از نظر روش‌ها، راهبردها، مبانی و ابزارها و مراحل آن به تبع این تحولات از نو سازماندهی شود» (کریمی، ۱۳۸۸: ۱۷).

۶- جایگاه تبلیغ در اسلام

مراد از تبلیغ در اسلام، آشنا کردن مردم با احکام اسلامی، معارف الهی و بشارت دادن مؤمنان و انذار و هشدار به مخالفان است (قرائتی، ۱۳۸۶: ۲۵).

دین مبین اسلام دارای معارف ژرف و گسترده، احکام و دستورات ویژه در زمینه‌های مختلف فردی و اجتماعی با عنوان‌های واجب، مستحب، حرام، مکروه و مباح است؛ همچنین دستورات اخلاقی متعالی دارد که می‌تواند سعادت بشر را تأمین کند. بر اساس حکمت خداوند، خلقت

بشر به گونه‌ای است که برای رسیدن به کمال نیازمند این معارف، احکام و دستورات اخلاقی است تا به راه راست هدایت شود. ارسال انبیاء و حضور اولیاء الهی در میان مردم تنها با هدف تبلیغ دین و راهنمایی بشر به سوی سعادت دنیا و آخرت بوده است. افرادی به این ارزش والا پی برده‌اند و با هدف انبیایی الهی آشنا شده، و به این کرامت الهی دست یافته‌اند که خود را موظف به تثبیت و ترویج این معارف و ارزش‌های متعالی می‌دانند و برای دستیابی به این هدف راهی به جز تبلیغ دین ندارند.

۷- تبلیغ در قرآن

قرآن کریم برای تبلیغ از واژه‌های «انذار»، «تبشیر»، «بلاغ»، «تذکر»، «هدایت»، «رشاد»، «دعوت»، «تخویف»، «امر و نهی»، «نصیحت»، «موعظه»، «تواصی به حق»، «تواصی به صبر» و «گفتگو» استفاده کرده که هر یک از آنها به یک بُعد از تبلیغ دینی اشاره می‌کند؛ برای مثال:

۷-۱- انذار:

مانند وَأَنْذِرْ عَشِيرَتَكَ الْأَقْرَبِينَ (الشعراء: ۲۱۴): و فامیل نزدیک خود را بیم ده؛ وَبِالْحَقِّ أَنْزَلْنَاهُ وَبِالْحَقِّ نَزَلَ وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا مُبَشِّرًا وَنَذِيرًا (الاسراء: ۱۰۵) و تو را نفرستادیم مگر به عنوان بشارت‌دهنده و بیم‌دهنده؛ و آیاتی مانند آیه ۲ سورة المدثر، ۹۲ سورة الانعام، و ۴۰ سورة النبأ.

۷-۲- تبشیر:

وَبَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ (البقره: ۲۲۳): و بشارت ده مؤمنان را؛ و نیز: وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا مُبَشِّرًا وَنَذِيرًا (الاسراء: ۱۰۵): و تو را نفرستادیم مگر به عنوان بشارت‌دهنده و بیم‌دهنده

۷-۳- بلاغ و تبلیغ:

مانند الَّذِينَ يَبْلُغُونَ رِسَالَاتِ اللَّهِ وَيَخْشَوْنَهُ وَلَا يَخْشَوْنَ أَحَدًا إِلَّا اللَّهَ (الاحزاب: ۳۹): کسانی که رسالت‌های خداوند را می‌رسانند و از خدا می‌ترسند و از احدی غیر از خدا نمی‌ترسند؛ يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ (المائدة: ۶۷): ای پیامبر برسان آنچه را که از سوی پروردگارت بر تو نازل شده که اگر انجام ندهی رسالت خدا را انجام نداده‌ای. و نیز: «وَمَا عَلَى الرَّسُولِ إِلَّا الْبَلَاغُ الْمُبِينُ» (النور: ۵۴) و به رسول جز ابلاغ رسالت کامل تکلیفی نخواهد بود.

۷-۴- تذکر:

وَذَكِّرْ فَإِنَّ الذُّكْرَ يُنْفَعُ الْمُؤْمِنِينَ (الذاریات: ۵۵): پس یادآوری کن که همانا یادآوری برای مؤمنان سودمند است و آیات دیگری همچون آیه ۴۶ الاسراء، ۴۱ آل عمران، ۹ و ۱۵ الاعلی، ۲۷ التکویر و ۴ عبس.

۷-۵- هدایت و ارشاد:

يَهْدِي إِلَى الرُّشْدِ (الجن: ۲): هدایت می‌کند به سوی رشد و آیاتی نظیر آیه ۳ البقره، ۲۴ حج و ۱۳۸ آل عمران.

۷-۶- دعوت و موعظه:

مانند قَالَ رَبِّ إِنِّي دَعَوْتُ قَوْمِي لَيْلًا وَنَهَارًا (نوح: ۵): گفتم پروردگارا من قوم خویش را شب و روز دعوت نمودم و آیات ۱۲۵ النحل، ۴ آل عمران و ۶۳ النساء.

۷-۷- تخویف:

وَمَا تُرْسِلُ بِالْآيَاتِ إِلَّا تَخْوِيفًا (الاسراء: ۵۹): و آیات را نفرستادیم مگر برای اینکه مردم از خدا بترسند.

۷-۸- امر و نهی:

يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ (التوبه: ۷۱): امر می‌کنند به معروف و نهی می‌کنند از منکر؛ وَأُمِرْ أَهْلَكَ بِالصَّلَاةِ (طه: ۱۳۲): و امر کن خانواده ات را به نماز.

۷-۹- توصیه:

وَتَوَاصَوْا بِالْحَقِّ وَتَوَاصَوْا بِالصَّبْرِ (العصر: ۳): و یکدیگر را سفارش به حق و سفارش به صبر می‌کنند.

۷-۱۰- گفتگو:

وَعَظَّمَهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا (النساء: ۶۳): و آنها را پند بده و برای آنها سخنی رسا و مؤثر در جانشان بگو و آیات ۱ التوحید، ۵ النساء و ۵۹ الاحزاب.

۸- شیوه‌های تبلیغ دینی از دیدگاه قرآن

لازمه تأثیرگذاری تبلیغ بهره‌گیری و استفاده از روش‌های فعال و خلاق در انتقال پیام است. روش تبلیغ و زمینه‌های روان‌شناختی آن از مهم‌ترین مباحث مربوط به تبلیغ است. اگر روش مورد استفاده، ناکارآمد و بی‌تأثیر باشد همه تلاش‌ها، سرمایه‌گذاری‌ها و وقت صرف شده به هدر رفته و کارایی خود را از دست می‌دهند.

در قرآن کریم از شیوه‌های بسیار متنوعی برای تبلیغ دین استفاده شده است که در زیر به برخی از آنها اشاره می‌کنیم:

۸-۱- محبت به خدا با ذکر نعمت‌های الهی

یکی از راه‌های جذب افراد، ایجاد عشق و محبت در قلوب آنها نسبت به موضوع مورد نظر است. در قرآن کریم برای ایجاد محبت و علاقه به خداوند از روش یادآوری نعمت‌های او استفاده شده است.

۸-۱-۱- نعمت پناهگاه الهی، یاری خدا و روزی پاک: **وَادْكُرُوا إِذْ أَنْتُمْ قَلِيلٌ مُسْتَضْعَفُونَ فِي الْأَرْضِ تَخَافُونَ أَنْ يَتَخَطَّفَكُمُ النَّاسُ فَآوَاكُمْ وَأَيَّدَكُمْ بِنَصْرِهِ وَرَزَقَكُمْ مِنَ الطَّيِّبَاتِ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ** (الانفال: ۲۶): به یاد آورید زمانی را که بسیار کم و در زمین مستضعف بودید و می‌ترسیدید که مردم بر شما هجوم آورند و خداوند شما را با نصرتش یاری کرد و از پاک‌های روزی‌تان نمود، امید است شکر نعمتش را به جا آورید.

در این آیه شریفه چند نعمت الهی یادآوری می‌شود:

الف- پناه دادن و امنیت؛

ب- نصرت و پیروزی بر دشمنان؛

ج- به‌دست‌آوردن پاک‌ها.

۸-۱-۲- نعمت امدادهای غیبی

یا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اذْكُرُوا نِعْمَةَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ جَاءَتْكُمْ جُنُودٌ فَأَرْسَلْنَا عَلَيْهِمْ رِيحًا وَجُنُودًا لَمْ تَرَوْهَا (الاحزاب: ۹): ای کسانی که ایمان آوردید به یاد آورید نعمت خداوند بر خودتان را آن‌گاه که لشکریانی به سوی شما آمدند پس ما بر آنها بادی را فرستادیم و لشکریانی که شما آنها را نمی‌دیدید

در این آیه نعمت یاری خداوند و امدادهای غیبی او برای شکست دشمنان یادآوری شده است.

۸-۱-۳- نعمت روزی‌های آسمانی و زمینی: یا أَيُّهَا النَّاسُ اذْكُرُوا نِعْمَةَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ هَلْ مِنْ خَالِقٍ غَيْرِ اللَّهِ يَرْزُقُكُمْ مِنَ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ (فاطر: ۳) ای مردم بیاد آورید نعمت خدا را بر خود آیا خالق غیر از الله وجود دارد که از آسمان و زمین به شما روزی دهد؟

۸-۱-۴- نعمت فرستادن انبیاء در بین مردم و وجود رهبران مردمی: اذْكُرُوا نِعْمَةَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ جَعَلَ فِيكُمْ أَنْبِيَاءَ (المائدة: ۲۰) به یاد آورید نعمت خداوند بر شما آن‌گاه که انبیاء را در میان شما قرار داد.

۸-۱-۵- نعمت تبدیل دشمنی‌ها به دوستی و وحدت: **وَادْكُرُوا نِعْمَةَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ كُنْتُمْ أَعْدَاءً فَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِكُمْ فَأَصْبَحْتُمْ بِنِعْمَتِهِ إِخْوَانًا** (آل عمران: ۱۰۳): و به یاد آورید نعمت خداوند بر شما

آن‌گاه که با یکدیگر دشمن بودید پس دل‌های شما را الفت داد و به نعمت خداوند با یکدیگر برادر شدید.

۸-۲- برانگیختن احساسات و عواطف

تحریک احساسات و عواطف انسانی از روش‌های ایجاد گرایش در انسان‌هاست. قرآن کریم برای جلب و جذب انسان‌ها به دین فراوان از این شیوه استفاده کرده است. در مواردی که قصد ترغیب آنها برای انجام اعمال دینی دارد، احساسات مثبت و مورد علاقه درونی و نظری آنها را تحریک می‌کند، مانند: «رعایت حقوق ضعفا» و برای بازداري آنها از انجام عمل زشت، احساسات منفی و حالت انزجار درونی آنها را تحریک می‌کند، مانند: «تشبیه غیبت به خوردن گوشت برادر مرده خود».

۸-۲-۱- رعایت حال یتیمان: وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَةً ضِعَافًا مَا جَاءُوا عَلَيْهِمْ (النساء: ۹)؛ و باید بترسند از اینکه ممکن است آنها نیز فرزندان ضعیف از خود به جای گذارند که در مورد سرنوشت آنها بیمناک کند.

برای اینکه به انسان‌ها بفهماند رعایت حقوق ایتم ضعیف و بی‌پناه مهم است، عاطفه شخصی آنها را تحریک کرده و به آنها تذکر می‌دهد که اگر در جامعه تجاوز به حقوق ایتم عادی شود، ممکن است خود، زیان آن را ببینند؛ زیرا شما نیز ممکن است یتیمانی از خود به جای گذارید. آیا دوست دارید که مردم حقوق فرزندان یتیم شما را پایمال کنند و به آنها ظلم و ستم نمایند؟ يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْيَتَامَىٰ قُلْ إِصْلَاحٌ لَهُمْ خَيْرٌ وَإِنْ تُخَالِطُوهُمْ فَإِخْوَانُكُمْ (البقره: ۲۲۰)؛ از تو درباره رفتار با یتیمان سؤال می‌کنند. بگو اصلاحی که به نفع آنها باشد نیکو است و اگر با آنها رفت و آمد می‌کنید آنها برادران شما هستند؛ وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ (الانعام: ۱۵۲ و الاسراء: ۳۴) و به مال یتیم نزدیک مشوید مگر به روشی که نیکوتر است.

۸-۲-۲- رعایت حال والدین کهنسال:

وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا إِمَّا يَبُلُغَنَّ عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أَفٍّ وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا (الاسراء: ۲۳)؛ و به پدر و مادر احسان کنید اگر یکی از آنها یا هر دوی آنها نزد شما به کبر سن رسیدند پس به آنها آف نگویید و آنها را ناراحت نکنید و با آنها با بیانی کریمانه سخن بگویید. پدران و مادران پیر و کهنسال را باید با ادب و احترام و اکرام نگهداری کرد و این سنت حسنه را پاس داشت زیرا چندی نخواهد گذشت که همین سرنوشت برای خود شما هم پیش خواهد آمد.

۸-۲-۳- پرهیز از غیبت: **أَيُّحِبُّ أَحَدَكُمْ أَنْ يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ (الحجرات: ۱۲):** آیا هیچ یک از شما دوست دارد که گوشت برادر مرده خود را بخورد، مسلماً بدتان می‌آید. آیا کسی هست که با غیبت کردن گوشت برادر مرده‌اش را بخورد؟ هرگز!

۸-۳- ایجاد سؤال

یکی از برجسته‌ترین و مؤثرترین روش‌های تبلیغ ایجاد سؤال در ذهن مخاطب است، زیرا از این طریق ذهن مخاطب با آن موضوع درگیر شده و مدتی روی آن فکر می‌کند و چون نمی‌تواند فوراً به جواب برسد تعادل درونی او بر هم می‌خورد و به شدت علاقه‌مند می‌شود که با دریافت پاسخ، درون خود را آرام کند. این ایجاد تشنگی، زمینه‌ساز فراموش نشدن موضوع پس از دریافت پاسخ است و موجب باقی ماندن همیشگی آن در ذهنش می‌شود. قرآن کریم با استفاده از این روش ذهن مخاطبان را درگیر مسائل دینی مهم مورد نظر خود کرده، آنها را عمیقاً به فکر وادار می‌کند، تا در آنها پس از بازگشت به فطرت خود و دریافت پاسخ، گرایش عمیق و ماندگاری نسبت به مسائل دینی ایجاد شود.

۸-۳-۱- خدا همه چیز را می‌بینند: **أَلَمْ يَعْلَم بِأَنَّ اللَّهَ يَرَى (العلق: ۱۴)** آیا نمی‌داند که خدا

می‌بیند؟

۸-۳-۲- خالقیت خداوند: **وَلَيْنَ سَأَلْتَهُمْ مَنْ خَلَقَ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَسَخَّرَ الشَّمْسَ وَالْقَمَرَ لَيَقُولَنَّ اللَّهُ فَأَنَّى يُوَفِّكُونَ (العنكبوت: ۶۱):** و اگر از آنها بپرسی چه کسی آسمان‌ها و زمین را خلق کرده و خورشیده و ماه را به تسخیر درآورده حتماً می‌گویند الله؛ و آیات ۶۳ العنكبوت، ۶۳، ۶۴، ۶۸، ۶۹، ۷۱ و ۷۲ الواقعة، و ۶۰ النحل.

۸-۳-۳- احیای حقوق زنان: **وَكَيْفَ تَأْخُذُونَهُ وَقَدْ أَفْضَى بَعْضُكُمْ إِلَى بَعْضٍ وَأَخَذْنَ مِنْكُمْ مِيثَاقًا غَلِيظًا (النساء: ۲۱):** و چگونه مهرشان را می‌گیرید؟ درحالی‌که بعضی از شما با بعضی از آنها نزدیکی نموده‌اید و آن زنان از شما پیمان محکمی گرفته‌اند؟

۸-۳-۴- پرهیز از گناه: **أَتَأْتُونَ الْفَاحِشَةَ (الاعراف: ۸۰):** آیا فحشا مرتکب می‌شوید؟

۸-۳-۵- تبعیت از هدایت به سوی حق: **قُلْ هَلْ مِنْ شُرَكَائِكُمْ مَنْ يَهْدِي إِلَى الْحَقِّ قُلِ اللَّهُ يَهْدِي لِلْحَقِّ أَفَمَنْ يَهْدِي إِلَى الْحَقِّ أَحَقُّ أَنْ يُتَّبَعَ أَمْ لَا يَهْدِي إِلَّا أَنْ يَهْدِيَ فَمَا لَكُمْ كَيْفَ تَحْكُمُونَ (یونس: ۳۵):** بگو آیا شرکاء شما کسانی هستند که به سوی حق هدایت کنند؟ بگو خدا برای حق هدایت می‌کند آیا پیروی از کسی که هدایت به سوی حق می‌کند سزاوارتر است یا کسی که نمی‌تواند هدایت کند مگر اینکه کسی خود او را هدایت کند؟ شما را چه شده است؟ چگونه حکم می‌کنید؟

۸-۳-۶- افترا به خدا و قرآن: أَمْ يَقُولُونَ افْتَرَاهُ (یونس: ۳۸): آیا می گویند خدا در قرآن افترا زده است؟

۸-۳-۷- هدفمندی خلقت و بازگشت به سوی خدا: أَفَحَسِبْتُمْ أَنَّمَا خَلَقْنَاكُمْ عَبَثًا وَأَنَّكُمْ إِلَيْنَا لَا تُرْجَعُونَ (المؤمنون: ۱۱۵): آیا گمان می کنید که ما شما را بیهوده آفریدیم و اینکه شما به سوی ما باز نخواهید گشت؟

۸-۴- یادآوری تجارب تاریخی

ملاحظه تاریخ گذشتگان و بررسی تجارب و سوابق آنها و همچنین آگاهی از سرنوشت آنها راه روشنی را پیش روی انسان ها می گشاید. قرآن کریم با بهره گیری از این ویژگی و روش تبلیغ می تواند تأثیر شگرفی در هدایت انسان ها و تبلیغ مفاهیم دینی داشته است. لذا می فرماید: «أَوَلَمْ يَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَيَنْظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الَّذِينَ مِن قَبْلِهِمْ» (الروم: ۹): آیا در زمین سیر نمی کنند تا ببینند عاقبت کسانی که قبل از آنها بوده اند چه شد؟ و آیه ۱۳۷ آل عمران، ۴۱ مریم و ۱۹ ابراهیم.

۸-۵- تشویق

یکی از بهترین راه های آموزش و تبلیغ، استفاده از روش تشویق است. تشویق روشی است که قرآن کریم از آن برای هدایت انسان ها بهره برده است. زیرا می توان با استفاده از آن هم یادگیری را ایجاد کرد و هم روند آن را سرعت بخشید و آن را تثبیت کرد. هُوَ الَّذِي يُصَلِّيْ عَلَيْكُمْ وَمَلَائِكَتُهُ (الاحزاب: ۴۳) او کسی است که خود و ملائکه اش بر شما درود می فرستند

وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ (التوبه: ۱۰۳): و درود فرست بر آنها که درود تو مایه آرامش آنها است. و آیات ۵۷، ۱۵۵، ۱۵۸، ۱۶۰، ۱۹۲ و ۱۹۵ سوره البقره.

۸-۶- تهدید

استفاده از روش تهدید از ابزارهای مهم در مواردی است که فرد عمل نامناسبی انجام داده، یا درصد انجام آن است، یا ممکن است در آینده به آن دچار شود. هر چند در مقابل تشویق است. تهدید یادآوری یا تذکر و تنبیهی است برای خاموشی و از بین بردن رفتار غلط. در قرآن کریم از این روش برای اصلاح رفتارهای نادرست یا جلوگیری از ارتکاب آن بسیار استفاده شده است. وَأَنْتُمْ وَاللَّهُ وَاعِلْمُوهُ أَنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ (البقره: ۱۹۶): و از خدا بترسید و بدانید که خداوند شدیداً عقاب کننده است. و نیز آیات ۱۶۵، ۱۷۴، ۱۷۸ و ۱۹۰ البقره، ۱ المطففین، ۱۳۰ الاحزاب و ۱ الهمزه در همین راستا.

۸-۷- تلقین

یکی از روش‌های مؤثر در تبلیغ به کارگیری تلقین است. بسیاری از شرکت‌ها کالاهای خود را تنها از راه تلقین تبلیغ کرده و به فروش می‌رسانند. استفاده از این روش تنها زمانی نیکوست که با هدف تربیت و رشد انسان‌ها باشد و حق اختیار و انتخاب را از آنها سلب نکرده؛ و با افزایش آگاهی‌های آنها مطلب صحیح و مفیدی را به آنها القا نماید و راه انتخاب صحیح را به روی آنها بگشاید، در قرآن کریم از تلقین نیز بسیار استفاده شده است که در زیر به نمونه‌هایی از آن اشاره می‌شود:

وَلِتَطْمَئِنَّ قُلُوبُكُمْ بِهِ وَمَا النَّصْرُ إِلَّا مِنْ عِنْدِ اللَّهِ الْعَزِيزِ الْحَكِيمِ (آل عمران: ۱۲۶): و برای اینکه دل‌های شما به آن آرام گیرد و پیروزی نیست مگر از جانب خداوند؛ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ بِذَاتِ الصُّدُورِ (آل عمران: ۱۱۹): خداوند از درون سینه‌ها آگاه است؛ وَلَا تَهِنُوا وَلَا تَحْزِنُوا وَأَنْتُمْ الْأَعْلَوْنَ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ (آل عمران: ۱۳۹): سستی مکنید و محزون نباشید و شما برترید اگر مؤمن باشید. در این آیات به مسلمانان مؤمن اطمینان قلبی، پیروزی، یاری خداوند، آگاهی خداوند از درون دل‌ها، شجاعت، محزون نشدن، برتری نسبت به دیگران؛ تلقین می‌شود.

۸-۸- استفاده از برهان، استدلال و حکمت

برای تأثیرگذاری بیشتر تبلیغ مطالب باید کاملاً مستند، مستدل و بر اساس برهان‌های قوی و قابل قبول باشد. قرآن کریم ضمن پایه‌گذاری تمامی مطالب بر اساس استدلال‌های قوی و منطقی، در برخی موارد به استفاده از روش‌های برهانی تصریح می‌کند و از طرف مقابل می‌خواهد که اگر استدلالی قوی‌تر دارد اقامه کند تا با بحث منطقی پاسخ مناسب را دریافت نماید.

قُلْ هَاتُوا بُرْهَانَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ (البقره: ۱۱۱): بگو برهانتان را اقامه کنید اگر راستگوییید؛ اُدْعُ إِلَيَّ سَبِيلَ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ (النحل: ۱۲۵): بخوان به سوی پروردگارت با حکمت و پند نیکو و مجادله کن با آنها با چیزی که بهتر است؛ قَالَ إِبْرَاهِيمُ فَإِنَّ اللَّهَ يَأْتِي بِالشَّمْسِ مِنَ الْمَشْرِقِ فَأْتِ بِهَا مِنَ الْمَغْرِبِ فَبُهِتَ الَّذِي كَفَرَ (البقره: ۲۵۸): ابراهیم گفت خداوند خورشید را از شرق بیرون می‌آورد پس تو آن را از مغرب بیاور پس کسی که کافر بود میبوهت گردید؛ فَلَمَّا تَبَيَّنَ لَهُ قَالَ أَعْلَمُ أَنَّ اللَّهَ عَلِيُّ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ (البقره: ۲۵۹): پس چون برای او روشن گردید گفت فهمیدم که خداوند بر هر چیزی قادر است.

۸-۹- پاسخگویی به شبهات دشمنان و ایجاد شبهه متقابل

همواره در مقابل هر سخن و پیام حقی، عده‌ای از اهل باطل وجود دارند که با ایجاد شبهات، در صدد تخریب چهره حق و مدعیان آن بر می‌آیند. بنابراین حق گرایان باید خود را آماده پاسخ‌گویی در برابر این شبهات کنند. افرادی که خواهان تبلیغ دین خدا هستند قطعاً باید خود را برای مقابله با شبهات از قبل آماده باشند. بر این اساس در قرآن کریم آیات فراوانی برای پاسخگویی به شبهات مخالفان وجود دارد؛ مانند: **إِنَّمَا يَفْتَرِي الْكَذِبَ الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْكَاذِبُونَ** (النحل: ۱۰۵): همانا افترای دروغ می‌گویند آن کسانی که ایمان به آیات خداوند ندارند؛ **وَقَالَ الَّذِينَ كَفَرُوا إِنْ هَذَا إِلَّا إِفْكٌ افْتَرَاهُ وَأَعَانَهُ عَلَيْهِ قَوْمٌ آخَرُونَ** (الفرقان: ۴) و کسانی که کافر شدند گفتند این (به آن) دروغی است که به افترا بیان شده و دیگران نیز او را یاری کرده‌اند. و آیاتی چون آیه ۹۱ هود، ۷۳ الحج و ۱۹۴ الاعراف.

۸-۱۰- استفاده از ابزار هنر

هنر یکی از مؤثرترین وسایل تبلیغ است که امروزه اهمیت صد چندان یافته، و متأسفانه دشمنان از آن برای تقابل با دین خدا بهره فراوانی می‌برند. استکبار جهانی با تسلط بر قدرت سیاسی و اقتصادی جهان مقتدرترین غول‌های رسانه‌ای تبلیغاتی و هنری جهان را به دست خود گرفته و از آن طریق حکومت و تسلط خود را بر جهان افزون‌تر و قویتر ساخته است. واقع هنر در روح و فکر انسان‌ها تأثیرات سریع، عمیق و ناخودآگاه دارد. در قرآن کریم به مواردی بر می‌خوریم که به صناعات هنری شباهت دارد.

۸-۱۰-۱- نمایش: **فَبَعَثَ اللَّهُ غُرَابًا يَبْحَثُ فِي الْأَرْضِ لِيُرِيَهُ كَيْفَ يُورِثُ سَوْءَةَ أَخِيهِ** (المائدة: ۳۱): پس خداوند کلاغی را فرستاد تا زمین را بکند و به این وسیله به او نشان داد که چگونه می‌تواند جسد برادرش را در خاک پنهان کند؛ **وَإِذْ قَالَ إِبْرَاهِيمُ رَبِّ أَرِنِي كَيْفَ تُخَيِّمُ الْمَوْتَى** (البقره: ۲۶۰): و آن هنگام که ابراهیم گفت خدایا به من نشان بده که چگونه مرده را زنده می‌کنی.

۸-۱۰-۲- قصه‌گویی: **تَحْنُ نَقْصٌ عَلَيْكَ أَحْسَنَ الْقَصَصِ** (یوسف: ۳): ما بهترین حکایت‌ها را برای تو به صورت قصه بیان می‌کنیم؛ **وَكَلَّا نَقْصُ عَلَيْكَ مِنْ أَنْبَاءِ الرُّسُلِ** (هود: ۱۲۰): و به طور کل قصه اخبار پیامبران را برای تو بیان می‌کنیم؛ **لَقَدْ كَانَ فِي قَصصِهِمْ عِبْرَةٌ لِأُولِي الْأَلْبَابِ** (یوسف: ۱۱۱): قطعاً در قصه‌های آنها عبرتی برای صاحبان خرد است.

۸-۱۰-۳- بیان تاریخ: وَأَنْتُمْ عَلَيْهِمْ نَبَأُ ابْنِي آدَمَ بِالْحَقِّ إِذْ قَرَّبَا قُرْبَانًا (المائدة: ۲۷): و تلاوت کن برای آنها خبر دو فرزند آدم را به حق آنگاه که قربانی کردند. وَإِذْ قَالَ مُوسَى لِقَوْمِهِ يَا قَوْمِ اذْكُرُوا نِعْمَةَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ (المائدة: ۲۰) و آن هنگام که موسی به قومش گفت ای قوم من به یاد آورید نعمت خداوند را بر شما.

۸-۱۱- تمثیل و تشبیه

برای تفهیم مطالب خشک و سنگین معقول - که برای عموم مردم کمتر قابل درک است - یکی از ابزار مهم استفاده از تشبیه معقول به محسوس و بکارگیری مثال‌های ساده و قابل فهم است. قرآن کریم در موارد متعددی از این روش استفاده و به آن تصریح می‌کند؛ مانند وَتِلْكَ الْأَمْثَالُ نَضْرِبُهَا لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَفَكَّرُونَ (الحشر: ۲۱): این مثال‌ها را ما برای مردم می‌زنیم به امید اینکه تفکر کنند؛ إِنَّ اللَّهَ لَا يَسْتَحْيِي أَنْ يَضْرِبَ مَثَلًا مَّا بَعُوضَةٌ فَمَا فَوْقَهَا (البقره: ۲۶): خداوند خجالت نمی‌کشد از اینکه مثال بزند به پشه و مافوق آن و موارد دیگری مانند آیات ۱۳ یس، ۵۸ الروم، ۱۷ الغاشیه، ۲۶۴ البقره و ۱۷۶ الاعراف.

۸-۱۲- تنفر و اعلام برائت

گاهی تبلیغ دین به اعلام موضع صریح در مقابل باطل نیاز دارد. زیر گاهی اوقات باطل خود را چنان زیبا جلوه می‌دهد که چشم و گوش و عقل انسان‌های ظاهربین و ساده‌لوح را می‌رباید. حتی گاهی نخبگان را با اغواگری‌های خود از میدان به در می‌کند. در این موارد لازم است مبلغان دینی با اعلام برائت صریح و روشن، مواضع خود را از دشمنان جدا کنند. قرآن کریم در موارد زیادی با استفاده از این روش با صراحت، دشمنان را از خود دور نموده و حساب خود را از آنها جدا کرده است.

بِرَاءةٍ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ إِلَى الَّذِينَ عَاهَدْتُمْ مِنَ الْمُشْرِكِينَ (التوبه، ۱): اعلام برائتی است از خدا و رسولش نسبت به مشرکانی که با آنها عهد و پیمان بسته‌اید. و آیات ۱۷۱ البقره، ۵۰ و ۵۱ المدثر، ۵ الجمعة و ۱۸۷ آل عمران.

۸-۱۳- ابراز عشق و علاقه

تلاش برای ایجاد جذابیت در امر تبلیغ بسیار مهم است. برای دلگرم کردن دوستان می‌توان از روش ابراز محبت و علاقه استفاده کرد و به این ترتیب آنها را در مسیر دین استوار و ثابت‌قدم کرد. قرآن کریم با این روش افعال و صفات گروه‌هایی را که مورد نظر خداوند هستند معرفی کرده است.

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ (آل عمران: ۱۵۹): خداوند توکل کنندگان را دوست دارد؛ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ التَّوَّابِينَ وَيُحِبُّ الْمُتَطَهِّرِينَ (البقره: ۲۲۲): خداوند توابین و پاکیزگان را دوست دارد؛ إِنَّ اللَّهَ مَعَ الَّذِينَ اتَّقَوْا وَالَّذِينَ هُمْ مُحْسِنُونَ (النحل: ۱۲۸): خداوند با کسانی است که تقوا دارند و کسانی که احسان می کنند.

۸-۱۴- بیان آزادی ها و انتظارات

کسی که از سوی دین مأمور به تبلیغ می شود برای سخت جلوه نکردن دین باید آزادی های مورد نظر دین را بیان کند. مردم باید بدانند که دینداری ملایم با طبع و فطرت آنهاست و خداوند هرگز در صدد سخت گیری برای آنها نیست. خداوند نعمت های خود را به بشر عرضه و آنها را بر استفاده مشروع از نعمت های خویش ترغیب می کند؛ لیکن برای آنکه رشد معنوی بشر و گرفتار نشدن در دام دنیا گرایی افراطی و حیوانی با صراحت به بیان انتظارات خداوند می پردازد؛

مانند كُلُوا مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَاعْمَلُوا صَالِحاً (المؤمنون: ۵۱): از چیزهای پاک بخورید و عمل صالح انجام دهید؛ كُلُوا مِنْ ثَمَرِهِ إِذَا أَثْمَرَ وَآتُوا حَقَّهُ يَوْمَ حَصَادِهِ (الانعام: ۱۴۱): از میوه ها مصرف کنید و حق فقیران را روز جمع کردن میوه ها بدهید و آیات ۱۴۲ الانعام و ۳۱ الاعراف.

۸-۱۵- مقایسه بجا و روشن

مقایسه بین حق و باطل روشی است که به روشنی می تواند فضاقت باطل را رو کند و جلوه گر زیبایی حق باشد. در تبلیغ دین با استفاده از این الگوی قرآنی به راحتی می توان فساد و تباهی باطل را نشان داد، همچنان که قرآن کریم بارها از این روش استفاده کرده است. وَمَا يَسْتَوِي الْأَعْمَىٰ وَالْبَصِيرُ وَلَا الظُّلُمَاتُ وَلَا النُّورُ وَلَا الظُّلُّ وَلَا الخُرُورُ (فاطر: ۱۹ تا ۲۱): کور و بینا یکسان نیستند، همینطور تاریکی ها و نور، سایه و حرارت و آیات ۴ الممتحنه و ۱۱ التحریم.

۸-۱۶- معرفی الگو

برای راهنمایی انسان ها به راه راست و ترغیب آنها به انجام اعمال صالح و شایسته، ارائه یک الگوی ملموس و مشهود امری بسیار حیاتی و ضروری است. این الگو باید در بین آنها حضور داشته و مشکلات آنها را عمیقاً درک کند، و با توانمندی و علاقه وافر، قدم در راه صحیح بگذارد و نشان بدهد که این دستورها قابل انجام و عمل کردن است. قرآن کریم از این روش تبلیغی با ارائه چنین الگوهایی از میان انبیا و اولیای الهی که از جنس بشر بوده و با وجود سختی ها و مشکلات بسیار انسان های وارسته و کاملی هم بودند، استفاده کرده است.

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ (الاحزاب: ۲۱): قطعاً رسول خدا برای شما الگویی خوبی است؛ قَدْ كَانَتْ لَكُمْ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ فِي إِبْرَاهِيمَ وَالَّذِينَ مَعَهُ (الممتحنه: ۴): قطعاً برای شما الگویی خوبی است در ابراهیم و کسانی که با او هستند؛ وَضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا لِلَّذِينَ آمَنُوا امْرَأَتَ فِرْعَوْنَ (التحریم: ۱۱): خداوند همسر فرعون را برای کسانی که ایمان آورده‌اند مثال می‌زند.

۸-۱۷- بیان عبرت‌ها

قرآن کریم برای روشن ساختن عاقبت سوء افراد، نمونه‌هایی را نشان می‌دهد تا آنها از ارتکاب اعمال ناشایست خودداری کنند، و مراقب باشند تا به این سرنوشت شوم دچار نشوند؛ مانند ضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا لِلَّذِينَ كَفَرُوا امْرَأَتَ نُوحٍ وَامْرَأَتَ لُوطٍ كَانَتَا تَحْتَ عَبْدَيْنِ مِنْ عِبَادِنَا صَالِحِينَ فَخَانَتَاهُمَا (التحریم: ۱۰): خداوند مثال می‌زند برای کسانی که کافر شدند همسر نوح و همسر لوط را که تحت سرپرستی دو نفر از بندگان صالح ما بودند و سپس به آنها خیانت کردند. و آیات ۴۸ قلم و ۱۱۱ یوسف.

۸-۱۸- استفاده از برهان خلف

یکی از روش‌های آگاه‌سازی ذکر ناملایمات احتمالی و راهنمایی آنها به نعمت و عافیت موجود است. برخی از بلاها و مصیبت‌ها را نباید تجربه کرد؛ چون تجربه آنها مساوی با هلاکت است. این‌گونه امور را صرفاً باید یادآوری کرد تا افراد قدر عافیت را بدانند. قرآن کریم از این روش تبلیغی و تربیتی بسیار استفاده کرده است؛ مانند: لَوْ كَانَ فِيهِمَا آلِهَةٌ إِلَّا اللَّهُ لَفَسَدَتَا (الانبیاء: ۲۲) یعنی: اگر جز خدای یکتا وجود داشت، حتماً فساد در آسمان و زمین راه می‌یافت مَا اتَّخَذَ اللَّهُ مِنْ وَلَدٍ وَمَا كَانَ مَعَهُ مِنْ إِلَهٍ إِذًا لَذَهَبَ كُلُّ إِلَهٍ بِمَا خَلَقَ وَلَعَلَّ بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ (المؤمنون: ۹۱) یعنی: خدا هرگز فرزندی اختیار نکرده و هرگز خدائی با او شریک نبوده و اگر شریکی بود در این صورت هر خدائی به سوی مخلوق خود روی می‌آورد و بعضی از خدایان ب بعضی دیگر علو و برتری می‌جستند و همچنین آیات ۶۵ و ۷۰ واقعه.

۸-۱۹- ایجاد انتظار، آمادگی و زمینه‌سازی

گاهی اگر شبهه، سؤال، ایراد و اشکال را بلافاصله پاسخ دهیم، ممکن است افراد اهمیت مسئله را درک نکرده و زود نیز آن را فراموش کنند. یکی از روش‌های مهم آموزش ایجاد آمادگی ذهنی و فراهم کردن زمینه فهم و درک است. با این کار افراد را به تأمل و تفکر عمیق وادار کرده تا بفهمند که چه مشکلی به وجود آمده است، سپس با ارائه راه حل انگیزه بیشتری برای عمل به مفاد آن بوجود می‌آید و یادگیری عمیقتر می‌شود. مانند قَالَ لَا يَأْتِيكُمَا طَعَامٌ تُرْزَقَانِهِ إِلَّا نَبَأْتُكُمَا

بِتَأْوِيلِهِ قَبْلَ أَنْ يَأْتِيَكُمَا (يوسف: ۳۷) گفت غذای روزانه‌تان را نمی‌آورند مگر اینکه پیش از آمدن آن شما را از تأویل خوابتان آگاه خواهیم ساخت. و آیات دیگری مانند ۲۱۹ البقره و ۶ التوبه.

۸-۲۰- استفاده از تأثیر تکرار

بهره‌گیری از اثر تکرار یکی از اصول مهم در دنیای تبلیغات است. زیرا تکرار موجب تثبیت و تقویت یادگیری شده و از فراموشی جلوگیری می‌کند. گاهی اوقات افراد با یک بار شنیدن و برخورد کردن، اهمیت مطلب را نمی‌فهمند، ولی با تکرار آن به تمام ابعاد و اهمیت آن پی می‌برند. بنابراین در تبلیغ استفاده از این روش و الگوی قرآنی بسیار تأثیرگذار است.

إِذْ أَرْسَلْنَا إِلَيْهِمُ اثْنَيْنِ فَكَذَّبُوهُمَا فَعَزَّزْنَا بِثَالِثٍ فَقَالُوا إِنَّا إِلَيْكُمْ مُرْسَلُونَ (یس: ۱۴): آن‌گاه که دو پیامبر فرستادیم و تکذیبشان کردند پس به وسیله سومی آنها را عزیز کردیم. و آیات دیگری مانند ۴۴ المؤمنون و ۵۱ القصص. تکرار بعضی از آیات مانند: ۳۱ مرتبه فَبِأَيِّ آلَاءِ رَبِّكُمَا تُكَذِّبَانِ (الرحمن: ۱۳): پس کدامین نعمت‌های پروردگارتان را تکذیب می‌کنید؛ ۱۱ مرتبه وَبَلَّ يَوْمَئِذٍ لِلْمُكَذِّبِينَ (المرسلات: ۱۵): در آن روز وای بر تکذیب‌کنندگان؛ ۸ مرتبه وَإِنَّ رَبَّكَ لَهُوَ الْعَزِيزُ الرَّحِيمُ (الشعراء: ۹): و قطعاً پروردگار تو اوست که عزیز و مهربان است؛ ۵ مرتبه إِذْ قَالَ لَهُمُ أَحُوهُمْ... أَلَا تَتَّقُونَ، إِنِّي لَكُمْ رَسُولٌ أَمِينٌ فَاتَّقُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا اللَّهَ وَمَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ مِنْ أَجْرٍ إِنْ أَجْرِيَ إِلَّا عَلَى رَبِّ الْعَالَمِينَ (الشعراء: ۶-۱۰۹-۱): آنگاه که برادرشان به آنها گفت چرا تقوی ندارید. من برای شما فرستاده‌ای امین هستم. پس از خدا بترسید و از من اطاعت کنید و من از شما برای این کار مزدی نمی‌خواهم. مزدی برای من نیست مگر بر عهده پروردگار عالمیان.

۸-۲۱- تکیه بر نقاط پذیرش و قبول

هر کس نقطه پذیرش و قبولی دارد، که اگر از آن طریق با او وارد سخن شویم کلام را بهتر جذب می‌کند و پذیرش بهتری نسبت به مطالب دارد. در حالی که اگر از در مخالفت و مقابله با او برآییم ممکن است نه تنها مطلب را نپذیرد بلکه به مخالفت با آن نیز برخیزد. قرآن کریم با استفاده از این روش زمینه جلب و جذب بسیاری از افراد که به دین پیامبران قبلی بوده و بر آن پافشاری می‌کردند فراهم کرده است؛ مانند قُلْ يَا أَهْلَ الْكِتَابِ تَعَالَوْا إِلَى كَلِمَةٍ سَوَاءٍ بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمْ أَلَّا نَعْبُدَ إِلَّا اللَّهَ (آل عمران: ۶۴): بگو ای اهل کتاب بیایید به سوی کلمه‌ای که بین ما و شما یکسان است، اینکه نپرستیم مگر خداوند را؛ اَمَّا بِالَّذِي أُنزِلَ إِلَيْنَا وَأُنزِلَ إِلَيْكُمْ (العنکبوت: ۴۶): ایمان داریم به آنچه بر ما و بر شما نازل شده است و آیاتی چون ۱۱۱ التوبه، ۴۴ و ۴۸ المائده.

۸-۲۲- احتیاط در به‌کارگیری الفاظ حساس

یکی از اصول بسیار مهم تبلیغ رعایت ادب و نزاکت و دقت در کلمات و به‌کارگیری واژه‌هاست. این امر را در استفاده قرآن کریم از کلمات زیبا و کنایه‌آمیزی مشاهده می‌کنیم که در موارد اشاره به افعالی مانند مقاربت جنسی یا دفع و ... که در زبان محاوره قبیح آن به الفاظ سرایت می‌کند. الفاظ آن قدر مناسب انتخاب شده‌اند که پس از ۱۴۰۰ سال هنوز قبح عمل بر الفاظ قرآنی تأثیری نداشته تا نیاز به تعویض آن باشد.

أَوْ لَامَسْتُمُ النِّسَاءَ فَلَمْ تَجِدُوا مَاءً فَتَيَمَّمُوا صَعِيدًا طَيِّبًا (المائدة: ۶): اگر زنان را لمس کردید (مقاربت) و آب نیافتید پس با خاک پاک تیمم کنید؛ أَوْ جَاءَ أَحَدٌ مِنْكُمْ مِنَ الْغَائِطِ (النساء: ۴۳): اگر یکی از شما از چاله (تواللت) بازگشت.

۸-۲۳- القاء تدریجی و مستمر

در مواردی که اجرای حکمی برای بیشتر افراد جامعه سنگین است و زمینه پذیرش آن در جامعه وجود ندارد، لازم است با آسان کردن موضوع مراتب تکلیف را به تدریج برای آنها بیان کرد. علاوه بر اصل نزول تدریجی قرآن، مواردی از احکام تکلیفی مثل حرمت شراب، مسئله ربا و نماز و ... در قرآن به تدریج بیان شده است.

وَقَرَأْنَا قُرْطَانَهُ تَنْفَرَهُ عَلَى النَّاسِ عَلَى مَكَّةَ (الاسراء: ۱۰۶): و قرآنی که جدا جدایش کردیم تا کم کم برای مردم بخوانی؛ وَقَالَ الَّذِينَ كَفَرُوا لَوْلَا نُزِّلَ عَلَيْهِ الْقُرْآنُ جُمْلَةً وَاحِدَةً كَذَلِكَ لِنُتَبِّتَ بِهِ فُؤَادَكَ وَرَتَّلْنَاهُ تَرْتِيلًا (الفرقان: ۳۲): و کسانی که کافر شدند گفتند ای کاش قرآن یکجا براو نازل می‌شد. بخاطر آن که دل تو را آرام کنیم آن را با ترتیب خاصی مرتب کردیم.

۸-۲۴- بدون علم و آگاهی سخن نگفتن

مبلغ باید از موضوعات دینی آگاهی کافی داشته و بر صحت و سقم مطالب یقین داشته باشد، سپس آنها را برای دیگران بیان کند. بیان نکردن مطالبی که از آن بی‌خبریم، اهمیت ویژه‌ای دارد، تا آنجا که قرآن کریم حتی از پیامبر نیز خواسته است اگر نسبت به مطلبی مثل قیامت، زمان وقوع عذاب الهی و .. علم ندارد با صراحت به مردم بگوید من در این زمینه خبر ندارم و فقط خداست که از آن باخبر است. قُلْ إِنَّمَا عَلَّمَهَا عِنْدَ رَبِّي (الاعراف: ۱۸۷): بگو فقط علمش نزد پروردگار من است؛ قُلْ إِنْ أَدْرِي مَا تُوَعَّدُونَ أَمْ يَجْعَلُ لَكَ رَبِّي أَمَدًا عَالِمِ الْغَيْبِ فَلَا يُظْهِرُ عَلَى غَيْبِهِ أَحَدًا (الجن: ۲۶ و ۲۵): بگو نمی‌دانم آیا نزدیک است عذاب وعده داده شده به شما یا پروردگارم برای آن مهلتی قرار داده است. دانای به غیب است پس احدی را بر غیبش

آگاه نمی‌کند؛ قُلْ لَا أَقُولُ لَكُمْ عِنْدِي خَزَائِنُ اللَّهِ وَلَا أَعْلَمُ الْغَيْبَ وَلَا أَقُولُ لَكُمْ إِنِّي مَلَكٌ إِنِّي أَتَّبِعُ إِلَّا مَا يُوحَىٰ إِلَيَّ (الانعام: ۵۰). بگو من نمی‌گویم که خزائن خدا نزد من است و نمی‌گویم که غیب می‌دانم و نمی‌گویم برایتان که من ملک هستم. پیروی نمی‌کنم مگر آنچه که به من وحی می‌شود.

۹- بحث و نتیجه‌گیری

استفاده از تبلیغ و ابزارهای تبلیغاتی برای رسیدن به اهداف فرهنگی، تربیتی و سیاسی اهمیت فراوانی دارد. موفقیت در تبلیغ و تأثیرگذاری تبلیغاتی مسئله مهم و پیچیده‌ای است که به اطلاع از روش‌های تبلیغاتی مؤثر نیازمند است. دانشمندان علوم ارتباطات مدلی را برای متقاعدسازی پیشنهاد کرده‌اند که استفاده از آنها بسیار مؤثر خواهد بود؛ سازمان‌های فرهنگی و تبلیغی باید برای موفقیت خود از آنها استفاده کنند. قرآن کریم با تأکید بر مسئله تبلیغ اساس دعوت انبیا الهی را تبلیغ دین، رساندن وحی الهی به انسان‌ها و هدایت آنها در صراط مستقیم می‌داند. در قرآن از روش‌های خاصی برای تبلیغ و ارشاد استفاده شده که در این مقاله به ۲۴ مورد از آنها اشاره شده است.

۱۰- پیشنهادها

سازمان عقیدتی سیاسی ناجا به مثابه یک سازمان فرهنگی که وظیفه هدایت کارکنان ناجا و خانواده‌های آنها را بر عهده دارد، لازم است به موضوع تبلیغات دینی و سیاسی - که اساسی‌ترین وظیفه ذاتی آن را تشکیل می‌دهد - توجه ویژه‌ای کند. در این راستا پیشنهاد می‌شود:

۱-۱۰- ضمن به‌کارگیری شیوه‌های تبلیغ دینی از دیدگاه قرآن - که در این مقاله به تفصیل ارائه شد - این موضوع از طریق تحقیقات گسترده‌تر، به طور جدی و با تفصیل بیشتری بررسی شود و برای استفاده در اختیار کلیه ع.س‌های ناجا قرار گیرد.

۲-۱۰- از کارشناسان علوم تبلیغ و ارتباطات برای کشف شیوه‌های جدید و مؤثر تبلیغات دینی استفاده شود.

۳-۱۰- شیوه‌های تبلیغ دینی از دیدگاه روایات با دقت و موشکافی لازم احصا شود تا در این مقاله علاوه بر بررسی این موضوع از دیدگاه قرآن از منظر روایات و سیره پیامبر (ص) و معصومین (ع) نیز تبیین شود.

- ۱۰-۴- در سازمان عقیدتی - سیاسی ناجا با استفاده از همه ۲۴ شیوه موجود در قرآن و روایات برای هر یک از آنها راه کار اجرایی مناسب برای تبلیغ دین ایجاد شده است.
- ۱۰-۵- برای اجرایی شدن شیوه‌های تبلیغات دینی به کلیه روحانیون و مبلغان دینی و کارکنان ساعس آموزش‌های لازم ارائه شود.
- ۱۰-۶- ابزارهای نوین تبلیغات در سازمان عقیدتی سیاسی ناجا شناسایی و تهیه شود.
- ۱۰-۷- برای روحانیون و مبلغان دینی در ساعس ناجا برای آموزش روش‌های نوین تبلیغاتی و ابزارهای جدید مورد نیاز دوره‌های آموزشی برگزار شود.
- ۱۰-۸- ایده‌های نو برای تاثیر بیشتر بر روی کارکنان ناجا تولید شود.
- ۱۰-۹- به مسئله تبلیغات دینی اهمیت بیشتری داده شود و از روحانیون و کارکنان ساعس خواسته شود تا این امر و حضور در ساعس را مهم‌ترین وظیفه تبلیغی خود بدانند نه شغلی برای گذران زندگی و معیشت.
- ۱۰-۱۰- با توجه به پیشرفت‌های سریع و عجیب شیوه‌ها و ابزارهای تبلیغ و آموزش، لازم است معاونت تبلیغات و روابط عمومی، تربیت و آموزش ساعس، و دفتر مطالعات و تحقیقات آن با تشکیل کارگروه ویژه و برگزاری جلسات، نشست‌ها و همایش‌های دوره‌ای و مرتب، آخرین پیشرفت‌های علمی را بررسی و ابزار و امکانات لازم را به سازمان عقیدتی سیاسی ناجا معرفی کند تا کلیه ع.س‌های ناجا جهت تبلیغ دینی مؤثر به کلیه امکانات و روش‌های جدید، مجهز باشند.

کتاب‌شناسی

- ۱- قرآن کریم.
- ۲- پورصدرا، بنفشه (۱۳۸۰). آموزگاری به نام تبلیغ، روزنامه ایران شماره ۱۸۲۷.
- ۳- جواهری حقیقی، محمدرضا، ارتباط سیاسی و پویایی جامعه، روزنامه انتخاب، شماره ۴۷۱.
- ۴- قرائتی، محسن (۱۳۸۶). قرآن و تبلیغ، مرکز فرهنگی درس‌هایی از قرآن.
- ۵- کریمی، عبدالعظیم (۱۳۸۸). راهبردهای روان‌شناختی تبلیغ، مؤسسه فرهنگی انتشاراتی ستاد اقامه نماز، تهران.
- ۶- کریمی، یوسف (۱۳۷۳). روان‌شناسی اجتماعی، تهران: بعثت.
- ۷- محمدی، مجید (۱۳۷۷). در غیر این صورت ...، تهران: انتشارات قطره.

- ۸- معلوف، لویس (۱۳۸۰). المنجدالطلاب، ترجمه محمد بندرریگی، چ دوم. تهران: انتشارات ایران.
- ۹- وروایی، اکبر (۱۳۸۶). بررسی و مقایسه تطبیقی شیوه‌های آموزش و توجیه سیاسی در نیروهای مسلح، دفتر مطالعات و تحقیقات ساعس ناجا.

