

باسمه تعالی

کتابخانه مرکزی دانشگاه امام صادق (ع)

شماره ثبت ۷۴  
م

دانشگاه امام صادق (ع)

دانشکده تبلیغ و معارف اسلامی

شیوه های ارتباط و تبلیغ در قرآن ۶ / ۵ / ۱۳۷۴

مرکز اطلاعات مدارک علمی ایران  
تشریح مدارک

دربیر خورد با عموم مردم و مخالفان

پایان نامه کارشناسی ارشد

استاد راهنما: حجه الاسلام والمسلمین دکتر احمد بهشتی

اساتید مشاور

حجه الاسلام والمسلمین محمد تقی رهبر

حجه الاسلام والمسلمین عبدالحسین معزی

کارشناس: محمد صنایع

دانشجوی کارشناسی ارشد رشته

معارف اسلامی و تبلیغ

فروردین ماه ۱۳۷۱

۲۲۷۳

## فهرست

<u>صفحه</u>	<u>عنوان</u>
۱	پیشگفتار
۳	فصل اول : مقدمه‌ای بر فراگرد تبلیغ و ارتباط
۴	۱- گستره و اژه ارتباط و تبلیغ
۶	۲- فراگرد ارتباط و تبلیغ
۸	۳- گونه‌های ارتباط و تبلیغ
۱۰	۴- ضرورت تبلیغ
۱۷	۵- خط مشی تبلیغ و شیوه‌های تبلیغ
۲۰	فصل دوم : ارکان تبلیغ
۲۱	۱- منبع پیام، فرستنده، پیام و مبلغ
۵۷	۲- پیام
۸۴	۳- کانال ارتباطی
۹۶	۴- مخاطب
۱۱۴	فصل سوم : شیوه‌های تبلیغ در برخورد با عموم مردم
۱۱۵	۱- فرض مخالف یا نفی و اثبات
۱۲۰	۲- الگوسازی
۱۲۶	۳- استمداد از تاریخ و تجربه
۱۳۰	۴- مقایسه
۱۳۴	۵- آمادگی فرد و جامعه یا روش گام بگام
۱۳۹	۶- استفاده از وجدان و عواطف مردم
۱۴۳	۷- ترغیب و ترهیب
۱۵۰	۸- داستان، امثال، تمثیل
۱۵۵	۹- تکرار

<u>صفحه</u>	<u>عنوان</u>
۱۶۲	فصل چهارم : شیوه‌های برخورد با مخالفان
۱۶۳	۱- در برخورد با کفار و منافقین
۱۶۳	- برخورد نرم و ملایم
۱۶۶	- برخورد سخت و شدت عمل
۱۶۸	- تحقیر مستکبران
۱۷۱	- استهزاء در مقابل استهزاء یا مقابله به مثل
۱۷۳	۲- در برخورد با اهل کتاب
۱۷۳	- استدلال و برخورد منطقی
۱۷۴	- جدال احسن
۱۷۵	- دعوت به اتحاد
۱۷۶	- بازگذاشتن دریچه رحمت
۱۷۸	- تهدید یا دعوت به مباحله

## پیشگفتار

قرآن ، کلام الهی ، کاملترین و جامعترین منابع برای دسترسی و تفحص و دریافت شیوه‌های تبلیغ اسلامی است. قرآن همانطور که در زوایای مختلف حیات انسانی راهنما و دلیل است در این خصوص نیز سراجی منیر فرا روی محققین و پژوهشگران این راه است. وبی شک بدون دستیابی به این منبع پرفیض نمی توان خصوصیات و ویژگیهای تبلیغ اسلامی را بدست آورد.

از طرفی در قرآن الفاظ متعددی که هر یک بیانگر معنای دقیق و خاصی

می باشد به مفهوم و معنای وسیع تبلیغ نظر دارد. این الفاظ عبارتند از:

- ۱ - مادهٔ بلغ : " یا ایها الرسول بلغ ما انزل الیک من ربک " <sup>(۱)</sup>
- ۲ - مادهٔ دعو : " ادع الی سبیل ربک بالحکمه والموعظه الحسنه و جادلهم بالتی هی احسن " <sup>(۲)</sup>
- ۳ - مادهٔ بین : " قد جاءکم رسولنا ببین لکم کثیرا " مما کنتم تخلفون من الکتاب " <sup>(۳)</sup>
- ۴ - مادهٔ نذر : " فلو لانفر من کل فرقه منهم طائفه لیتفقوه فی الـدیـن ولینذروا قومهم... " <sup>(۴)</sup>
- ۵ - مادهٔ علم : " یتلوعلیم آیاته ویزکیهم وعلّمهم الکتاب والحکمه " <sup>(۵)</sup>
- ۶ - مادهٔ امر : " و امر اهلک بالصلاه واصطبر علیها " <sup>(۶)</sup>
- ۷ - مادهٔ بشر : " فبشر عباد الذین یستمعون القول فیتبعون احسنه " <sup>(۷)</sup>

(۱) ماده ۶۷/

(۲) نمل / ۱۲۵

(۳) ماده ۱۵/

(۴) توبه / ۱۲۲

(۵) جمعه / ۲

(۶) طه / ۱۳۲

(۷) زمر / ۱۷ و ۱۸

۸ - ماده نصح : " ونصحت لکم ولكن لاتحبون الناصحین " (۱)

۹ - ماده تلو : " واتل ما وحي اليک من الکتاب واقم الصلاه " (۲)

۱۰ - ماده وعظ : " فاعرض عنهم وعظهم " (۳)

و همچنین می توان به این دسته الفاظ مشتقات ماده " قول " ، " ذکر " ، " نباء " ، " خبر " ، " ندو " و " قصص " را نیز اضافه نمود .  
و شکی نیست اختیار این الفاظ و مشتقات آنها برای ارائه معنای خاصی است .  
لیکن در این مقال تبلیغ معنای عامی است که بطور کلی معنای کلماتی نظیر خود را که تا حدودی مترادف و از لحاظ معنا نزدیک هستند را نیز شامل می شود .

به عبارت دیگر صرف رساندن خبر و بیان شیوه های آن منظور نظر نیست . بلکه چه بسا شیوه های بادعوت ، و یا نصح و یا تعلیم و یا انداز هم مطابقت داشته باشد . و مقصود معنایی است که از تبلیغ به ذهن متبادر می شود . بیدار ساختن اذهان و افکار مردم و دعوت آنها بسوی حقیقت و راستی و هدایت آنها بر صراط مستقیم اهدافی است که شیوه های تبلیغ آن را جستجوی کند .

شیوه های تبلیغ :

منظور از شیوه ها ، راه های عملی تبلیغ است . تبلیغ آنها تبلیغ دینی و اسلامی و اجد خط مشی ثابت و استواری است که در فصول بعد به آن اشاره خواهد شد . این خط مشی بستری است که عملیات تبلیغ در چارچوب آن حرکت خواهد کرد . و این چیزی است که نگارنده بر آن است تا جلوه های نوی را از این منظرگاه ارائه دهد .

(۱) اعراف / ۷۹

(۲) عنکبوت / ۴۵

(۳) نساء / ۶۳

## فصل اول

### مقدمه‌ای بر

### فراگرد تبلیغ و ارتباط

این فصل که نگاهی گذرا به تبلیغ و ارتباط دارد

شامل مباحث ذیل می شود :

۱ - گستره، واژه، ارتباط و تبلیغ

۲ - فراگرد ارتباط و تبلیغ

۳ - گونه‌های ارتباط و تبلیغ

۴ - ضرورت تبلیغ

۵ - خط مشی تبلیغ و شیوه‌های تبلیغ

### ۱ - گستره، واژه، ارتباط و تبلیغ

فرهنگ معین کلمه ارتباط را چنین معنی می کند:

واژه " ارتباط " جانشین کلمه " *Communication* " فرانسسه و انگلیسی است و از مصدر عربی باب افتعال ساخته شده و بصورت مصدر " پیوندن دادن و ربط دادن ، معنی می دهد. این واژه بصورت اسم مصدر نیز بمعنای " پیوند، بستگی ، پیوستگی و رابطه " کاربرد دارد.

(۱) " سرایت و انتقال " را نیز از دیگر مفاهیم انتقال می دانند.

عباس آریانپور در فرهنگ دانشگاهی انگلیسی - فارسی خود *Communivation* را " مبادله ، گزارش ، مراوده و مشارکت " معنی کرده است.

فرهنگ انگلیسی - فارسی سلیمان حیم آنرا سوای ابلاغ کردن، گفتگو، مراوده و مکاتبه کردن ، فاش کردن را نیز در نظر گرفته است.

از سوی دیگر فرهنگ لاروس ریشه این واژه را لاتین و مشتقی از *Communication* تعریف کرده و مفاهیم گوناگون " گزارش دادن ، پیوند دادن، منتشر کردن ، بیان کردن ، تماس گرفتن و شرکت دادن " را به آن نسبت داده است.

به اعتقاد برخی دیگر از جامعه‌شناسان ، ریشه *Communication* از واژه لاتین *Communis* گرفته شده و " تفاهم و اشتراک اندیشه " معنی می دهد. ویلبر شرام از جمله این افراد است.

(۱) معین، ۱۳۵۶، ص ۱۸۹

(۲) آریان پور ، ۱۳۵۴، ص ۴۳۲

(۳) *The Process of Mass Communication, Wilber Schram*

آنچه از تعابیر مختلف ارتباط بدست می آید این است که عده‌ای بیشتر جنبه‌های فیزیکی و پیوستگی فیزیکی "ارتباط" را مورد توجه قرار داده‌اند و گروه دوم تاکید خود را بر زیربنای ذهن (و غیر فیزیکی) ارتباط استوار ساخته‌اند.

بلاغ . ابلاغ و تبلیغ تقریبا " به یک معنی به کار رفته است .

در صحاح آمده : الابلاغ الایصال وكذلك التبلیغ والاسم منه البلاغ والبلاغ ایضا " الکفایه و تقریبا " همه لغویون همین معنا را برای آن ذکر کرده‌اند که در اصل رساندن خبر و چیزی شبیه آن می باشد و اگر علمائی چون طبرسی ، بیضاوی و راغب بلاغ را کفایت معنی کرده‌اند چه بسا از باب تسمیه با سبب باشد زیرا کفایت مسبب از تبلیغ است .

آیات ذیل این معنا را شامل می شود :

" یا ایها الرسول بلغ ما انزل الیک من ربک ..... " (۱)

ای پیامبر آنچه از خدا بر تو نازل شده مردم برسان و اگر نرسانی تبلیغ رسالت و اداء رسالت نکردی .

" ابلغک رسالات ربی " (۲) " پیغام خدا را به شما می رسانم و به شما نصیحت و اندرز می کنم ... "

" الذین یبلغون رسالاتنا ... ویخشونه و لایخشون احدا " الاله (۳) و کفی بالله حسیبا "

این سنت خدا است در حق آنان که تبلیغ رسالت خدا به خلق کنند و از هیچکس جز خدا نمی ترسند و خدا برای حساب و مراقبت کار خلق به تنهائی

(۱) مائده / ۶۷

(۲) اعراف / ۶۲

(۳) احزاب / ۳۹



(۱)  
کفایت می کند.

تمام موارد فوق رساندن پیغام الهی است و همانگونه که مطرح شده ایصال نوعی خبر آنهم در حد کفایت، تبلیغ است با ملاحظه مطالب مذکور نتایج ذیل حاصل می شود.

- ۱ - ارتباط و تبلیغ از لحاظ معنای لغوی وجوه مشترک بسیاری دارند.
- ۲ - این دو مفهوم رابطه عموم و خصوص مطلق دارند. هر تبلیغی گونه‌ای ارتباط است ولی هر ارتباطی تبلیغ نیست.
- ۳ - تبلیغ معنای وسیعتری از کلمات هم خانواده خود در این معنا دارد.
- ۴ - کفایت کردن مخاطب و اقصاع او از لوازم عملیات تبلیغ است.

## ۲ - فراگرد ارتباط و تبلیغ

تبلیغ بعنوان نوعی ارتباط یک جریان است. جریانی که در آن عناصر متعددی نقش دارند. عناصری که در ارتباط بمعنای اعم و شامل اقسام ارتباط نیز ارکان اصلی می باشند. ترجمانی که برای لفظ "Procce" در زمینه ارتباط داده شده است " فرآیند است. این عناصر عبارتند از:

- |      |   |
|------|---|
| الف: | فرستنده پیام، منبع پیام و مبلغ (چه کسی)             |
| ب:   | مخاطب یا گیرنده پیام (به چه کسی)                    |
| ج:   | کانال و مجرای تبلیغ (در چه کانالی)                  |
| د:   | هدف تبلیغ (با چه هدفی)                              |
| ه:   | اثری که در طول جریان مخاطب می پذیرد. (با چه تاثیری) |

(۲) Laswel, 1948

(۱) ترجمه مهدی الهی قمشه‌ای

و : پیام ( چه می گوید )

برلو در سال ۱۹۶۰ در معنای این فراگرد چنین نوشت :

" خلاصه اینک ، ارتباط برقراری کنیم تا تاثیر بگذاریم تا بعدا اثر بنهیم . در تحلیل ارتباط در کوشش برای بهبود توان ارتباطی اولین سؤال لازم این است که ارتباط گیر چه نتیجه ای برای پیام منظور نظر دارد ؟ از نظر تاثیر بر محیط در تلاش تحقیق بخشیدن به چیست ؟ ارتباط گیر می خواهد چه چیز را باور کند یا انجام دهد یا بگوید ؟

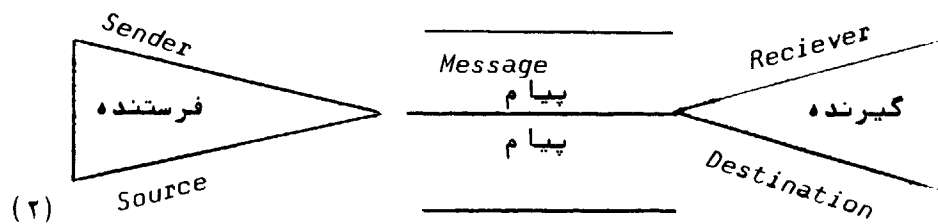
اوپا سخ گیرنده پیام راهستهء مرکزی موفقیت یا شکست ارتباط گیر و اثر رفتاری را معیاری برای تعیین هدف و محسوب می کند .<sup>(۱)</sup>

و شاید منظور نظر این دسته از دانشمندان شکل خاصی از ارتباط باشد که ما آنرا تبلیغ می نامیم . مبلغ چه هدفی را دنبال می کند ؟ بر چه گروهی تاثیر می خواهد بگذارد ؟ اثری که از تبلیغ او بر زندگی مردم داشته است چیست ؟ و البته آنچه ما در این مقال دنبال می کنیم هر تبلیغی نیست ، بلکه تبلیغ دینی است . و این خود دارای ویژگیهای خاصی است که در بحث آینده روشن خواهد شد .

### ۳ - گونه‌های ارتباط و تبلیغ

بطور کلی این فرآیند شامل سه شکل می‌شود:

- ۱ - وسیله ارسال پیام وجود نداشته باشد: ارتباط مستقیم یا *Face To Face*  
این حالت ساده ترین فرایند است که دربرگیرنده سه عنصر " فرستنده، پیام، پیام و گیرنده" پیام می‌باشد. در این جریان، منشاء مخاطب پیام محدود به یک یا چند نفر می‌باشد و پیام بصورت شفاهی، نگاه اشاره و گفتگو ظاهری شود و نیازی به وسیله انتقال نیست.  
در این حالت جای فرستنده و گیرنده پیام پی در پی تغییر می‌کنند و نوع ارتباط مستقیم یا رو در رو است.



مدل فوق به ساده ترین شکل بیانگر این نوع ارتباط می‌باشد.

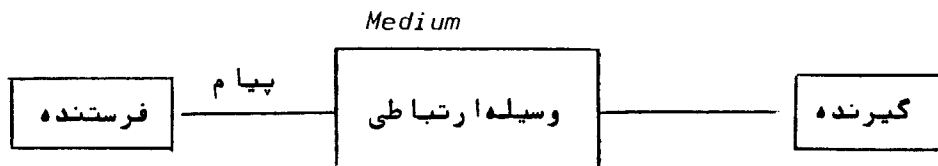
### ۲ - وسیله ارتباطی وجود داشته باشد:

وجود یک واسطه بعنوان وسیله انتقال پیام وجه افتراق بین این فرایند با فرایند نخست می‌باشد. از نمونه‌های ساده در این گونه ارتباط مبادله پیام از طریق نامه، تلگراف، فاکس و ... رامی توان نام برد.

(۱) *Borden, George An Introduction To Human - Communication Theory*

(۲) تجسمی از پیش مدل ارتباط ارسطو، *1877, Rhetoric of Aristotle*

ارتباط در اینجا غیر مستقیم است ولی جای گیرنده و فرستنده قابل تغییر است.

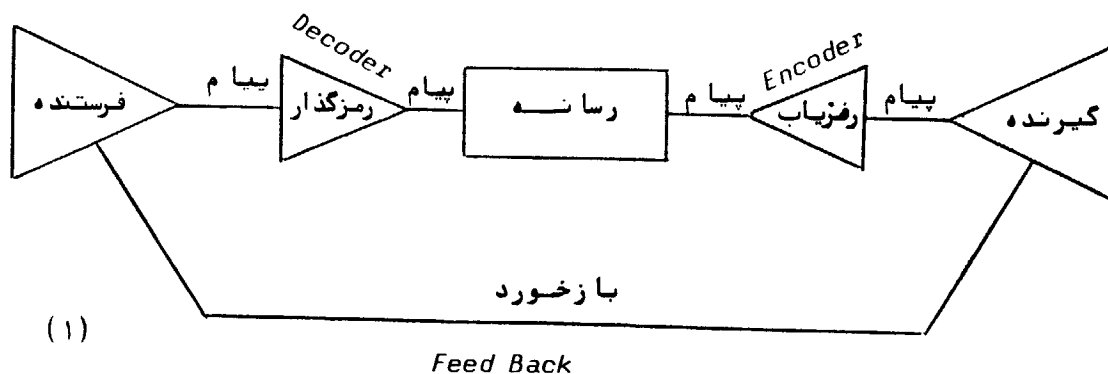


(۱)

۳ - در اشکال پیچیده تر ارتباط افزون بر چهار عنصر فرستنده ، پیام ، وسیله ارتباطی و گیرنده ، عناصر و عوامل دیگری نیز وجود دارد. در اینجا متن پیام ممکن است با استفاده از یک عامل خارجی پس از فرستاده شدن تغییر کند و بار دیگر پیش از فرارسیدن به گیرنده بصورت اولیه درآید.

وسایل انتقال کاربرد در این گونه ارتباط که همگانی یا انبوهی است. رسانه های همگانی *Mass Media* نامیده می شود. مطبوعات ، رادیو ، تلویزیون و سینما ، مهمترین فرایندهای تبلیغی را در جهان بوجود می آورند. برای نمونه پیام اگر از رادیو پخش شود. سخنان فرستنده پیام در ایستگاه رادیو ابتدا بصورت امواج الکترومغناطیس درآمده ، پس از گذشتن این امواج از دستگاه رادیو پیام بصورت نخست بگوش شنوندگان می رسد. در این گونه گیرنده پیام هرگز نمی تواند جانشین منبع پیام شود و جایگزینی صورت نمی گیرد. واکنشهای مخاطبین نیز معمولاً " بطریق مستقیم امکان پذیر نیست .

(۱) همان ماخذ



#### ۴ - ضرورت تبلیغ

بعد از بررسی لغوی و ماهوی تبلیغ، این پرسش مطرح می‌گردد که جایگاه تبلیغ چیست؟ و آیا شرایط اجتماعی در ایفای نقش مبلغ تا چه حد تاثیر دارد؟

بدین منظور ضرورت تبلیغ از دو بعد شرعی و اجتماعی قابل طرح است:

##### الف - ضرورت شرعی

دسته‌ای از آیات صراحتاً "وجوب آنرا بیان می‌دارد، لیکن آنچه از ظاهر آیات برمی‌آید و خوب کفائی است نه وجوب عینی، یعنی اگر عده‌ای مجهز به سلاح تبلیغ شوند از بقیه مکلفین ساقط می‌شود.

این گروه از آیات و روایات بشرح زیر است:

۱ - "ولتكن منكم امة یدعون الی الخیر ویا مرون بالمعروف وینهون <sup>(۲)</sup> عن المنکر واولئک هم المفلحون".

"و باید از شما مسلمانان برخی (که دانا و باتقوی ترند) خلق را به خیر

(۱) مدل ارتباطی کلودشنن دوارن ویودر. *Britanica, 1981, P.*

(۲) ال عمران / ۱۰۴

و صلاح دعوت کنند و مردم را به نیکوکاری امر کرده و از بدکاری نهی کنند و (ایشان که واسطه هدایت خلق اند) در دوعالم درکمال پیروزیختی و رستگاری خواهند بود. " جمله " یدعون الی الخیر " اعم از امر به معروف و نهی از منکر است. و در حقیقت دو مطلب بعد ذکر خاص بعد از عام است. و نمیتوان وجوب را منحصر در امر به معروف و نهی از منکر دانست.

۲ - " فلولا نفر من کل فرقه منهم طائفة لیفقهوا فی الدین ولینذروا - قومهم اذارجعوا الیهم لعلهم یحذرون " (۱)

پس چرا از هر طایفه ای جمعی خارج نمی شوند تا علوم دین بیاموزند و قومشان را هنگام بازگشت انذار کنند تا قومشان هم شاید خداترس شده و از نافرمانی خدا حذر کنند.

این آیه شریفه بروشنی برگروهی از مردم لازم و واجب می داند بعد از کسب آمادگی علمی در دین، انذار که تعبیر دیگری از تبلیغ است، کنند. لولا حرف تحذیر و توبیخ و تنذیم است. بخصوص که بر سرفعل ماضی بیاید. که در این صورت حرف توبیخ خواهد بود. بدین ترتیب اگر مردم به این امر قیام نکنند مورد توبیخ و مواخذه حقتعالی قرار خواهند گرفت.

۳ - " یا ایها الرسول بلغ ما انزل الیک من ربک وان لم تفعل فمما بلغت رسالته ... " (۲)

ای پیغمبر آنچه از خدا بر تو نازل شده به مردم برسان که اگر نرسانی تبلیغ، رسالت و اداء رسالت نکرده ای ...

اگرچه آیه شریفه بروایت جمهور اهل اسلام - شیعی و سنی - در باب

(۱) توبه / ۱۲۲

(۲) معجم النحو، عبدالغنی الذمر، ص ۳۱۷۹

(۳) مائده / ۶۷

امامت و خلافت و جانشینی امیرمومنان علی بن ابیطالب نازل شده است. اما این آیه همانند تمامی آیات قرآن منحصر و محدود به زمان نزول و شاءن نزول خاص نیست و شامل همه امکنه و ازمینه می شود. از طرفی خطاب به پیامبر نیز امر رابه او منفرداً " متوجه نمی سازد بلکه بسیاری از خطابات قرآن که با یا ایها النبی و یا ایها الرسول آغاز می شود همه مسلمین را در نظر دارد. پس بر همه مردم تبلیغ آنچه نازل شده لازم است.

دسته‌ای از آیات و روایات به این شدت تبلیغ را مطرح نمی کند پس این حال بر افضلیت آن تکیه می کند.

۱ - " اعطی النبی یوم الخیر رایه الاسلام بید علی بن ابیطالب و قال : لان یهدی الله بک رجلاً واحداً " خیر لک من ان یكون لک حمر النعم " (۱)  
پیامبر در هنگامه جنگ خیبر پرچم اسلام را بدست علی بن ابیطالب داد و فرمود : اینک خداوند توسط تو یک نفر را هدایت کند بهتر از آن است که ثروت فراوان داشته باشی .

۲ - فبعث فیهم رسله وواترالیهم انبیاءه لیستادوهم میثاق فطرتهم و یذکر وهم منسی نعمته و یحتوا علیهم بالتبلیغ " (۲)  
پس هر چندگاه پیامبرانی فرستاد و به وسیله آنان به بندگان هشدار داد تا حق میثاق الست بگزارند و نعمت فراموش کردن را به یاد آورند با حجت و تبلیغ چراغ معرفتشان را بی فروزند تا به آیتهای خدا چشم دوزند.  
ب : ضرورت اجتماعی و سیاسی :

جهان اسلام قریب به ۳۵ میلیون کیلومتر مربع وسعت دارد. ذخایر نفتی این سرزمین پهناور حدود ۳۲۰ میلیارد بشکه تخمین زده شده است

(۱) وسائل الشیعه، ج ۶/ ص ۲۸۲/

(۲) نهج البلاغه، خطبه اول، ترجمه دکتر شهیدی ص /

که انرژی چندساله مردم روی زمین را تامین می کند. دنیای اسلام با بیش از یک میلیارد نفر جمعیت و بیش از ۲۵۰ میلیون نفر نیروی کار به صورت متخصصین عالی تکنوکراتها، کارگران ماهر و نیمه ماهر و کشاورزان و بیش از ۸ میلیون نفر نیروی مسلح و متشکل از چهار نژاد بزرگ سفید و سیاه و زرد و سرخ و بیش از ۷۰ تیره و رگه و قوم یک نیروی بالقوه عظیم جهانی را تشکیل می دهد. (۱)

اما این اردوگاه عظیم با ذخایر سرشار از منابع طبیعی نه فقط تحت سلطه اقتصادی، سیاسی و نظامی غرب واقع شده است بلکه بیش از همه آنچه رخوت و سستی و بیخیالی را در مسلمانان نسبت به آئین مقدس اسلام و احکام نجاتبخش آن، پرورش می دهد سلطه فرهنگی غرب است.

خبرگزاریهای "آسوشیتدپرس آمریکا، یونایتدپرس اینترنشنال آمریکا و فرانس پرس فرانسه بترتیب بیشترین کلمات را روزانه در جهان مخابره می کنند و هزاران روزنامه، رادیو و فرستنده تلویزیونی را تغذیه می کنند. خبرگزاری آسوشیتدپرس ۱۰۸ کشور را زیر پوشش دارد و روزانه ۱۷ میلیون کلمه به نقاط مختلف جهان ارسال می کند.

خبرگزاری یونایتدپرس اینترنشنال ۱۰۳ کشور را زیر پوشش دارد و روزانه ۱۱ میلیون کلمه ارسال می کند و خبرگزاری فرانس پرس ۱۰ میلیون و ۳۵۰ هزار کلمه را روزانه به ۱۵۲ کشور ارسال می کند. (۲)

امروزه هزاران و هزاران فرستنده رادیویی و تلویزیونی در سرتاسر جهان وجود دارد که نه تنها داخل هر کشور را پوشش می دهد بلکه به دهها زبان برای کشورهای دیگر خارجی برنامه پخش می کنند. در این بین کشورهای

(۱) گیتاشناسی کشورهای جهان، چاپ اول، ۱۳۶۲.

(۲) مبنای تبلیغ، حسن زورق



امپریالیستی غربی با داشتن ۲ درصد جمعیت جهان نزدیک به ۹۰ درصد امواج بین‌المللی رادیوها را در اختیار دارند و بطور شبانه‌روزی تمام جهان را در انحصار تبلیغات خود دارند.<sup>(۱)</sup>

طبق آمار سال ۱۹۸۴، ۱۶۱ آژانس تلویزیونی امریکا بیشتر از ۲۰۰۰۰۰ ساعت از برنامه‌های سالانه کشورهای جهان را به خود اختصاص داده‌اند. بنحوی که در خارج از امریکا هر روز ۶۵ میلیون نفر به محصولات تلویزیونی امریکا چشم می‌دوزند.<sup>(۲)</sup>

دکتر توتلی از صاحب‌نظران لبنان در مصاحبه‌ای با مجله کیان می‌گوید:

۵۰ کشور عربی ۴۳٪ برنامه‌های تلویزیونی خود را از خارج وارد می‌کنند. غرب نه تنها ارزشها و اعتقادات کشورهای منطقه را بلکه منافع اجتماعی و اقتصادی و بازار مصرف آنها را به زیر سلطه خویش می‌آورد.<sup>(۳)</sup>

این دسته آمار و ارقام و صدها مجموعه دیگر که ذکر آنها در این مقال نمی‌گنجد همگی حاکی از تجمع نیروهای مخالف اسلام در پوشش و نقاب تبلیغ و تبلیغات برای ریشه‌کن کردن شریعت الهی است.

مضاف بر اینکه عوام فریبی و هوچیگری محور اصلی این تبلیغات بوده و بنوعی قلب واقعیتها و انحراف افکار از حقایق هدف اصلی می‌باشد.

"ژان مری ونکن" جامعه‌شناس فرانسوی می‌گوید "اولین سئوالی که در مورد تبلیغات مطرح می‌شود این است که چه رابطه‌ای بین تصور ما از حقیقت و تبلیغات وجود دارد زیرا در محاورات روزمره وقتی سخن از تبلیغات به میان می‌آورند مفهومی معادل دروغ در ذهن تداعی می‌شود."<sup>(۴)</sup>

(۱) همان ماخذ

(۲) همان ماخذ

(۳) مجله شماره ۱ کیان

(۴) بنقل از مجله اطلاعات سیاسی، اقتصادی شماره ۳۴، ص ۱۵/

طبعاً " می توان تعبیر مختلفی از حقیقت بعمل آورد و از یک حقیقت ملموس نیز می توان تفسیرهای متفاوتی بدست داد که با وجود مغایر نبودن با عین حقیقت برای ذهن گیرنده گمراه کننده و زیانبار باشد. در چنین حالتی افراد گمراه و فریب خورده چگونه می توانند تصمیمی عاقلانه و مطابق با مصالح خویش اتخاذ کنند. همه چیز آماده است تا با اسلام ناب محمدی به مقابله برخیزد. مثلث شوم زر و زور و تزویر دست بدست هم داده تا انسانیت انسان را بدست فراموشی بسیار رندوانسان بیدفاع در برابر هجومهای شبیخون وار درمهلکه ها و ورطه های نیستی و نابودی معنوی فروگذار کنند.

چه ضرورتی از این بالاتر که انسانهایی بی‌اخیزند و پیام حق را به گوش و جان جهان نیان برسانند، پرده های جهل و غفلت را کنار بزنند و حقیقت را بر همه نمایان سازند.

حضرت امام خمینی قدس سره الشریف پایه گذار نظام جمهوری اسلامی ایران در بخشی از وصیت نامه الهی - سیاسی خویش به این مهم توجه کرده و می فرمایند:

" و وصیت اینجانب بوزارت ارشاد در همه اعصار خصوصاً " عصر حاضر که ویژگی خاصی دارد آن است که برای تبلیغ حق مقابل باطل و ارائه چهره حقیقی جمهوری اسلامی کوشش کنند ما اکنون در این زمان که دست ابرقدرتها را از کشور خود کوتاه کردیم موردتهاجم تبلیغاتی تمام رسانه های گروهی وابسته به قدرتها بزرگ هستیم، چه دروغها و تهمت‌ها که گویندگان و نویسندگان وابسته به ابرقدرتها به این جمهوری اسلامی نوپا نزده و نمی زنند. مع الاسف اکثر دولتهای منطقه اسلامی که به حکم اسلام باید دست احوت بدهند به عداوت با ما و اسلام برخاسته اند و همه در خدمت جهانخواران از هر طرف به ما هجوم آورده اند و قدرت تبلیغاتی ما بسیار ضعیف و ناتوان است و میدانید که امروز جهان روی تبلیغات می چرخد و با کمال تاسف، نویسندگان به اصطلاح

روشنفکر که بسوی یکی از دو قطب‌گرایش دارند بجای آنکه در فکر استقلال و آزادی کشور و ملت خود باشند خود خواهی‌ها و فرصت‌طلبی‌ها و انحصار جوئی‌ها با آنان مجال نمی‌دهد که لحظه‌ای تفکر نمایند و مصالح کشور و ملت خود را در نظر بگیرند و مقایسه بین آزادی و استقلال را در این جمهوری با رژیم ستمگر سابق نمایند و زندگی شرافتمندانه ارزنده را توأم با بغض آنچه را که از دست داده‌اند که رفاه و عیش زندگی است با آنچه از رژیم ستمشاهی دریافت میکردند توأم با وابستگی و نوکرمآبی و ثنا جوئی و مداحی از جرثومه‌های فساد و معادن ظلم و فحشاء بسنجند و از تهمت‌ها و نارواها به این جمهوری تازه تولید یافته دست بکشند و با ملت و دولت در صف واحد برضد طاغوتیان و ستم پیشگان زبان‌ها و قلم‌ها را بکار گیرند.

" مسئله تبلیغ تنها بعهده وزارت ارشاد نیست بلکه وظیفه همه دانشمندان و گویندگان و نویسندگان و هنرمندان است. باید وزارت خارجه کوشش کند تا سفارتخانه‌ها نشریات تبلیغی داشته باشند و چهره نورانی اسلام را برای جهان‌نیان روشن نمایند که اگر این چهره با آن جمال جمیل که قرآن و سنت در همه ابعاد به آن دعوت کرده از زیر نقاب مخالفان اسلام و کج فهمی‌های دوستان خود نمائی نماید اسلام جهان گیر خواهد شد و پرچم پرافتخار آن در همه جا به اهتزاز خواهد آمد. چه مصیبت بار و غم انگیز است که مسلمانان متاعی دارند که از صدر عالم تا نهایت آن نظیر ندارد. نتوانسته‌اند این گوهر گرانبها را که هر انسانی آزاد خود طالب آن است عرضه کنند بلکه خود نیز از آن غافل و به آن جاهلند و گاهی از آن فرارینند.