



چگونه باید تبلیغ کرد؟

پدیدآورده (ها) : یزدی، محمد

فلسفه و کلام :: معارف جعفری :: دی 1343 - شماره 2

از 126 تا 138

آدرس ثابت : <http://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/525085>

دانلود شده توسط : کافی نت تخصصی نور

تاریخ دانلود : 21/05/1395

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

است . اینست مطلبی که می‌خواهیم بسمع جهانیان برسانیم .
 بایستی قوانین ادیان حق‌ها را پهلوی هم چید و قوانین و مقررات
 آنها را در هر رشته خاص پهلوی هم ردیف کرد و با یکدیگر
 مقایسه و تطبیق نمود . من شما را دعوت میکنم که اینها را با هم مقایسه
 نمایید تا ببینید کدام دین صحیحتر و بهتر و بیشتر مطابق با عهد موشک
 است . بایستی امروز دینی را بجهان ارائه نمود که کلیه مشکلات اجتماعی
 و اقتصادی و علمی آنها را حل نماید . این دین که ما میدانیم چهره
 پاک و تابناک دارد بایستی گسترش جهانی پیدا کند و عبادات آن طوری
 بجهانیان معرفی گردد که همه دنیا اعم از هر نژاد و طایفه و زبان و ملیت
 و قومی بتوانند با آسانی آنها را اجرا نمایند .

بایستی مقام بشر چنانکه هست شناخته شود و رتبه مرد و زن
 آنطور که خلقت حکم میکند معرفی گردد تا مردم توجه مسئولیت خویش
 در اداره اجتماع گردد و وزن نیز مقام و موقع حقیقی محترم در خانواده
 داشته باشد نه اینکه آلت معطله و بیچاره گردد . باید هم شوهر-
 داری و اداره خانواده را بعهده گیرد و هم زندگی امروزی را که خلاف
 خلقت او نباشد داشته باشد .

بایستی هر کسی در حد خود مسئولیت خویش را بشناسد و در
 انجام وظیفه‌ای که دارد خود را مسئول بشمارد و اگر وظیفه اش را
 انجام ندهد مجازات گردد . حدود هم بایستی بر محور صحیح الهی
 جاری شود .

بایستی دستورات حقیقی اخلاقی در دنیا حکمفرما گردد . نه
 آنقدر شدید و سخت که اجرای آن از عهده بشر خارج باشد و نه آن اندازه

بی بند و بار که هر ج و مرج تولید نماید و این کار جز در سایه دستورات دیانت صورت نمیگیرد .

در امر ازدواج بایستی تسهیلاتی را که در دیانت مقرر شده در دنیا اجرا کرد تا جلوه هر ج و مرج و فساد جنسی گرفته شود زیرا امروز مقررات ازدواج و طلاق بقدری سخت و طاقت فرسا است که مردم را با انجام اعمال خلاف شرع و قانون و ادار کرده در صورتیکه دین و مقررات الهی چنان سهل و ساده و قابل انطباق با زندگی است که مجالی برای خلافتکاری باقی نماند . امروز از گوشه و کنار دنیا سروسو و سداهایی بلند میشود که دانشمندان و بزرگان در آزمایشگاهها فهمیده اند که تعدد زوجات همانطور که در همه حیوانات هست برای بشر هم لازم است . حال دیدید کدام دین برای بشر بهتر است . اگر این دین بالاتر نیست پس چرا آن دکتر-هائی که خود را عیسوی میدانند تعدد زوجات را که برای آنها قدغن و حرام است رسماً قبول کرده و فایده آنرا بجهان اعلام مینمایند ؟

پس این دین حق است و قابل قبول دانشمندان میباشد و دانشمندان کم کم متوجه دستورات دینی خواهند شد بطوریکه اگر همه دستورات در جهان ارائه گردد همه خواهند فهمید که این دینی است مطابق با زمان و آماده و درست شده برای زمان است .

این بود نظر مادر باره اصلاحاتی که دین پاک الهی در جهان آشفته امروز انجام خواهد داد .

باز هم تکرار میکنیم فاقم و جهك للدين حنيفاً (روی خود را بطرف دین پاکیزه بگردان)

توفیق تمام برادران عزیز را از خداوند متعال خواهانیم .

کتابخانه فیضیه قم

محمد یزدی

چگونه باید تبلیغ کرد؟

❁ تبلیغ یعنی چه ؟

❁ وسائل تبلیغاتی

❁ کشمهای متضاد

❁ متد تبلیغ در اسلام

بشر موجودی است انعطاف پذیر که همیشه تحت تأثیر عوامل گوناگونی قرار دارد ، روح آدمی حقیقتی است که پیوسته از عوامل درونی و بیرونی متأثر شده و رنکهای مختلفی بخود میگیرد. این خاصیت روشن و بارز که در جان انسان دیده میشود او را يك موجود قابل رشد ساخته ، و در مسیر تکاملش قرار داده است ، آدمی بخاطر آنکه موجودی است قابل انفعال و حقیقتی است نرم و چکش خور میتواند رشد کند و جلو بیاید ، این خاصیت روانی با عوامل مختلف دست بدست هم داده و شخصیت انسان رامی سازند ؛ و پایه و اساس آنرا پی ریزی میکنند . شخصیت انسان یعنی محصول فهمین عوامل فراوان درونی و بیرونی ، یعنی

مجموع اوصاف وافکاری که بدست این عوامل ساخته شده است؛ و خلاصه شخصیت انسان مساوی است با حاصل جمع اخلاق، اوصاف، عقائد؛ وافکارش.

روی این حساب اگر خواستیم سراغ شخصیت يك انسان، یا يك اجتماع برویم مستقیماً باید سراغ اخلاق وافکار اورفت؛ اگر خواستیم وزنه و پایه يك انسان یا يك اجتماعى را بدست بیاوریم فقط باید عقاید و اخلاقیات را سنجیده و وزنه آنها را بدست آورد و همینطور اگر خواستیم در يك انسان یا يك جامعه اثر بگذاریم، و شخصیت يك فرد یا اجتماع را طبق میل خود بسازیم، باید در افکار و عقائد آنان نفوذ

کتابخانه فیضیه قم

در هر دقیقه چهار جنایت!

واشنگتن - اسوشیتد پرس - اداره کار آگاهی فدرال طبیبی در گزارشی که روز گذشته منتشر کرد اعلام داشت: «سال گذشته در هر دقیقه چهار جنایت در ایالات متحده روی داده است و مجموع جنایات یکساله برابر با یک پنجم کلیه متولدینی است که در طول همین یکسال بر جمعیت امریکا افزوده شده اند.»

در سال ۱۹۶۱ جمعی ۱/۹۲۶/۰۹۰ فقره: قتل، عمل منافی عفت، دزدی ضرب و جرح، سرقت اتومبیل، کلاهبرداری و غیره اتفاق افتاده و این رقم نسبت به تعداد جنایات سال ما قبل ۳ درصد فزونی یافته است.

نکته جالب در این آمار میزان جنایاتی است که توسط جوانان کمتر از ۱۸ سال صورت گرفته است، رقم این جنایات هر سال رو به فزونی است و امسال نیز ۴ درصد بیش از سال گذشته بوده است.

«کمپان شماره ۵۷۰۰»

کرده و مورد تصرف قرار داد، و بالاخره اگر خواستیم با شخصیت یک انسان یا یک جامعه بازی کرده و از او بِنفع خود استفاده کنیم؛ تنها باید با اخلاق و عقائد و افکارش آشنا شده و روی آنها حساب کرد.

تأثیر در روح یک فرد یا جامعه را اصطلاحاً تبلیغ میگویند؛ تبلیغ یعنی فشار آوردن روی روح و جان یک فرد یا اجتماع برای پذیرش یک عقیده و فکر، تبلیغ یعنی کوبیدن چکش های مخصوصی روی روح یک فرد یا اجتماع بمنظور پذیرش یک اندیشه معین. با تبلیغات میشود روحیات و افکار یک فرد یا جامعه ای را تغییر داد. دستگاه تبلیغاتی میتواند عقاید و افکار فرد یا جمعیتی را عوض کند، تبلیغات سازنده شخصیت در فرد و اجتماع است. و بالاخره تبلیغات مقتدر است که یک فرد یا اجتماعی را با سرعت هر چه تمامتر، روبرو شد و سعادت برده، و یا در کمترین زمان بکلی نابودش کرده و از هستی ساقطش کند.



وسائل تبلیغاتی

عواملی که در ساختن شخصیت انسان مورد استفاده قرار میگیرند و از آنها بوسائل تبلیغاتی میتوان تعبیر کرد، بدو دسته تقسیم میشوند: عوامل داخلی، عوامل خارجی.

عوامل داخلی یعنی تمام قوا و غرائزی که هر یک بنوبه خود در روح انسان اثری گذاشته و صورتی میبخشند؛ عوامل داخلی یعنی نیرو-های باطنی و نوامیس روانی که در علوم روانشناسی از آنها و طرز تأثیرشان کاملاً بحث شده است.

نیروی عقل و ادراک، قدرت تخیل و احساس، غریزه حب بذات

یاشهوت و غضب در رأس این عوامل درونی قرار دارند یعنی در مقام تبلیغ در درجه اول باید از عقل و ادراک، و فهم و فطرت یا از غضب و شهوت (حب بذات) بهره برداری و استفاده نمود. برای ایجاد یک فکر یا عقیده در وجود یک انسان یا یک جامعه باید عقل و ادراک را بیدار کرد، و فهم و فطرتش را هوشیار، و یا غضب و شهوتش را تحریک نمود، البته بقیه غرائز نفسانی نیز هر یک بنوبه خود مورد استفاده تبلیغاتی قرار میگیرند.

عوامل خارجی یعنی تمام چیزهایی که در اطراف انسان قرار داشته؛ و معمولاً بعنوان «دیدنیها» و «شنیدنیها» و «خواندنیها» یاد میشوند. عوامل خارجی یعنی چیزهایی که با چشم و گوش انسان سروکار داشته و یا بطور کلی با تن و بدنش مرتبط میشوند.

محیط زندگی که باید گفت قوی ترین عوامل تبلیغاتی است در رأس عوامل خارجی قرار دارد، کلمه «محیط زندگی» گرچه در گفتن و نوشتن آسان و کوچک بنظر میرسد، اما در خارج معنی و مفهوم وسیعی دارد؛ منظور از محیط زندگی چیزهایی است که آدمی را در زندگی احاطه کرده و اطراف انسان قرار دارند، آنچه وجود افراد را از خارج در فشار قرار میدهد محیط، و فشار محیط نام دارد.

چیزهایی که بنام محیط آدمی را در فشار میگذارند یا مربوط به جهات شخصی است که بنام محیط داخلی یا شخصی خوانده میشود و یا مربوط به جهات اجتماعی است که آنرا محیط عمومی میگویند.

منظور از محیط شخصی وضع خانه، همسایه؛ فامیل، زن، بچه،

خوراک؛ لباس و... است.

مقصود از محیط عمومی مردمی هستند که انسان باید با آنها زندگی کند، وضعی است که انسان باید در آن بسربرد، منظور از محیط عمومی جریان اوضاع اجتماعی است، سیاستهای داخلی و خارجی است، وضع صنعت، بهداشت، فرهنگ مردم است، مقصود از محیط عمومی کوچه، بازار، خیابان، دبستان، دبیرستان، دانشکده، دانشگاه، استاد، معلم، رفیق، همکار، همکلاس، مجالس و محافل عمومی، سینماها، تئاترها، گردشگاهها، و شب نشینیاو است. اینها هستند که بنام عامل محیط خوانده میشوند، اینها هستند که بیشتر از هر چیز روی روح و جان انسان اثر میگذارند، اینها هستند که هر کس را در برابر خود تسلیم کرده و برنگ خود در میآورند، اینها هستند که قویترین عوامل درونی را خرد کرده و بتدریج با خود همراه نموده و عاقبت هم رنگ خود میکنند.

عامل محیط تنها عاملی است که کمتر کسی میتواند از قدرت و نفوذش گریخته؛ و بر خلاف او راه و رسمی پیش گرفته، و یا فکر و عقیده ای داشته باشد؛ البته بدیهی است که نتیجه عامل محیط با این همه اهمیت همه جا صد در صد، قطعی نبوده، و گاهی ممکن است افرادی پیدا شوند که نه تنها تسلیم محیط نشده بلکه محیط را برنگ خود در میآورند، جز آنکه این افراد در طول تاریخ انگشت شمار بوده و بسیار معدودند.

تا اینجا باین نتیجه رسیدیم که دستگاههای تبلیغی برای ایجاد یک فکر و عقیده، و ساختن شخصیتهای فردی و اجتماعی باید در روح افراد نفوذ کرده و بر مغز و جان نشان اثر بگذارند، البته همراهی و

استخدام قوای باطنی بزرگترین کمک رادر این راه انجام می‌دهند ، و باز دانستیم که درمیان تمام عوامل تبلیغی ، تنها عامل محیط است که صدی نودونه بنتیجه رسیده و افرادرا تسلیم میکند ، یعنی اگر محیط فردی واجتماعی مردمرا تغییر دادیم نتیجه تقریباً صددرصد بوده ومردم خواه ناخواه تغییر میکنند . اینها همه درست . اما یک مسئله پیش می‌آید و آن این هم آهنگی عوامل درونی و بیرونی و یا کششهای متضادی است که گاهی میان آنها وجود دارد .

درمسأله تبلیغ با این کششهای متضاد چه باید کرد ؟ گاهی میشود که درون وباطن انسان آدمی را برای میخواند و بیرون و خارج ، براه دیگری ، گاهی میشود که درباطن انسان دو کشش متقابل احساس میشود ؛ و یادار تبلیغات خارج دو صدا بگوش رسیده وبدوقطب متخالف دعوت میکنند .

در این زمینه آیا افراد چه میکنند ؟ آیا نتیجه تبلیغ چه - میشود ؟ آیا برنده تبلیغی که خواهد بود ؟ ودستگاه تبلیغاتی چه باید بکند ؟ ! .



کشش‌های متضاد

ما اینجا نمیتوانیم این قسمت از علم وسیع ومفصل روانشناسی را تشریح کرده ؛ وچگونگی این عوامل درونی را بطور تفصیل بحث کنیم چنانچه گفتگو درباره وضع عوامل خارجی نیز از بحث کنونی ما خارج است ، اما آنچه اینجا میتوانیم بگوئیم این است که شرط اول در مسأله تبلیغ یعنی اثر گذاشتن روی جان یک فرد یا اجتماع ،

هماهنگی بین عوامل است ، آنچه اینجا میتوان گفت این است که در درجه اول باید هم آهنگی بین عوامل درونی و بیرونی را در مسئله تبلیغ رعایت کرد ، شرط اول برای موفقیت در تبلیغ ؛ توافق و هم آهنگی خارج و داخل افراد و اجتماع است ، یعنی تا وقتی که باطن و جان يك جامعه ای با عوامل خارجی وفق ندهد هر چه بیشتر روی آنها فشار بیاوریم کمتر نتیجه خواهیم گرفت ، یعنی تا وقتی عوامل و کششهای بیرونی با کششهای درونی و باطنی تطبیق نکنند نه تنها کوچکترین اثری بوجود نیامده بلکه گاهی اثر معکوس خواهد بخشید .

درست است که کششهای درونی و قوای باطنی ، آثاری در روح انسان بوجود میآورند ، صحیح است که عوامل خارجی ، و محیط زندگی ، رنگهایی بجان و دل میبخشند ، اما تا وقتی که این دو نوع عامل توافق نداشته باشند ، تا وقتی که هم آهنگی کاملی بین آنها بوجود نیاید اثر قابل توجهی نخواهند داشت .

عقل و ادراک باطنی بشر را براهی میخواند و تمایلات و شهوات او را براه دیگری دعوت میکند ، غرائز فطری او را بطرفی کشانده و غرائز جنسی وی را بقطعه مقابل میبرد ، عوامل خارجی هم گاهی یکی را کمک کرده و گاهی هردو را تقویت میکند ، افراد اینجا چه میکنند ؟ و کجا میروند ؟ .

گاهی میشود که يك فرد مدتها در میان این کشمکشها سرگردان بوده ، و هر چه میکوشد حق را بیک طرف داده و جنگ را خاتمه بخشد میسر نشده ، و يك سلسله جدال و گفتگوهای در دنیای باطن او را متحیر نگه داشته اند ، عاقبت چه میکنند ؟ !

و گاهی میشود يك اجتماع ماهها و سالها بلکه قرن‌ها سرگردان و متحیر در میان این کشمکشها بسر میرود .

این فرد ، یا اجتماع بین این جاذبه‌های متخالف تقریباً باید گفت بالا راده می‌چرخد، بهر طرف که وی را بکشانند میرود و بالاخره اجتماعی است که پشه‌وار دنبال فشار هوا خواهد رفت بهر طرف که جریان حوادث او را ببرد بدون چون و چرا یعنی بدون قدرت مخالفت همراه میشود . خواهید گفت نتیجه تبلیغات در شرائط متخالف چه میشود ؟ ! .

شما میدانید که يك قطعه فلز در میان دو کشش مغناطیسی در صورت تساوی نسبت بهیچ يك جذب نمیشود ، اگر دو آهن را با دو طرف سوزنی بگذارید هیچ کدام نمیتوانند او را بخود جذب کنند جز آنکه نسبت را بهم زده و یکی را نزدیکتر کنید .

روح و جان يك فرد یا يك اجتماع در برابر کششهای متضاد مذکور درست همین حساب را دارد شما نمی توانید مردم را بیک طرف بکشید مگر اینکه وزنه تبلیغاتی سنگینی بدین منظور در اختیار داشته باشید .

در وجود يك فرد هنگامی راه عقل بر شهوت و تمایل ترجیح داده میشود که این نیرو در وجود او قوی تر باشد، و یادستگاه های خارج بعقل او بیشتر از شهوتش کمک کنند .

در میان يك اجتماع هنگامی راه درست و عقلانی پیش گرفته میشود که قدرت فکر و فرهنگ در آن اجتماع بیشتر بوده، و کششهای عقلی و علمی زیاد تر از کششهای شهوانی و حیوانی باشند .

غیرممکن است يك اجتماعي راهمواره در فکر آب و نون نگه داشته
و همیشه از فرهنگ و بهداشت محروم شده و در عین حال انتظار رشد
و استقلال از او داشته باشیم ، غیرممکن است جمعیتی را از تمام حقوق
اجتماعی محروم نموده و در عین حال انتظار گذشت و فدا کاری در راه

يك اسقف مسیحي

از تعدد زوجات دفاع کرد !

يكی از اسقفهای نیچریه گفت : غریبها بامحکوم کردن تعدد زوجات
ریا کاری میکنند .

در يك جلسه اسقفها در « تورنتو » ناگهان موضوع تعدد زوجات
پیش کشیده شد اسقف « اودوتولا » از آبیان نیچریه گفت که غریبها بامحکوم
کردن تعدد زوجات ریا کاری میکنند زیرا آنها هم باطلاقهای متعددی که
انجام میدهند همین رویه را دارند !

وی اضافه کرد که تعدد زوجات ما عاری از هر گونه ریاست مثلا
یکبار در سال ۱۹۶۳ يك زن میگیریم و چند سال بعد يك زن دیگر ! کدام
بهبتر است تعدد زوجات مادرافریقا و یا آن تعدد زوجاتیکه غریبها دارند ؟
اسقف اودوتولا که ۶۶ ساله و پدر هفت فرزند است در پایان گفت در افریقا
لازم نیست چیزی در این باره مخفی بماند حتی اگر شوهر يك عضو پارلمان
باشد تمام روزنامهها مطلب رامی نویسند و حال آنکه یکنفر مسیحي در غرب
ممکن است امسال بازنی ازدواج کند اما در سال بعد میتواند او را طلاق بدهد
و زن دیگری بگیرد و یا آنطور که از جرائم انگلستان برمیآید ممکن است
رفیقه ای برای خود داشته باشد .

پیشرفت و سعادتش را بکشیم؛ چنین جمعیتی در میان کششهای مختلف درونی و بیرونی سرگردان مانده کمترین فرصت و امکانی برای پیشروی بسوی سعادت نخواهند داشت.

شخصیت بزرگ دینی و انسانی یعنی وجود مقدس امیر المؤمنین علیه السلام وضع چنین جامعه‌هائی را تشریح فرموده و ما کلام حضرتش را بعنوان تبرک اینجا نقل میکنیم:

«قال علی (ع) یا کمیل ان هذه القلوب «اوعیة فخرها و اوعاها فاحفظ عنی ما اقول لك: الناس ثلاثة: فعالم ربانی و متعلم علی سبیل نجاته و همج رعاع اتباع کل ناعق یمیلون مع کل ریح لم یستقیموا بنور العلم و لم یلبجأوا الی رکن و ثیق.»

کمیل! دلها و جانها (همانند) ظرفها هستند که بهترین آنها پر ظرفیت‌ترین آنها است. کمیل! آنچه را میگویم کاملاً حفظ کن مردم را بسه دسته می توان تقسیم کرد:

۱- دانشمندان الهی .

۲- آنکه برای کسب دانش میکوشد و راه نجات در پیش دارد .

۳- و مردم نادان و احمقی که دنبال هر صدائی خواهند رفت و همراه وزش هر باد خواهند شد، همان مردمی که از چراغ دانش نور نگرفته و بدرکن مورد اعتمادی تکیه نکرده اند» .

آری دلیل سرگردانی و تحیر این جمعیتها در این فرمایش یاد شده است مردمی که از چراغ علم و دانش دور مانده و از شعاع فهم و فرهنگ فاصله گرفته اند آن اندازه سبک وزن بار خواهند آمد که هر جاذبه و کششی هر چند هم ناچیز باشد آنها را خواهد برد .

مردم سبک‌وزنی که نمیتوانند خود را در برابر کششهای تبلیغاتی حفظ کنند؛ کوچکترین ارزشی نداشته و اقبال و ادبارشان قابل اعتماد نیست.

وبگفتار و کردار چنین مردمی نباید اعتماد کرد.

از نظر ادیان آسمانی نیز برای چنین مردمی که افکار و عقائد دینی و مذهبی‌شان در این پایه است ارزشی نبوده و روی آنها زیاد حساب نشده است

ادیان آسمانی مخصوصاً دین مقدس اسلام بمردمی نیازمندند که يك سلسله افکار و عقاید مقدسی تمام شخصیت آنها را ساخته باشد، با افرادی احتیاج دارند که فکر و روح مقدس را با هیچ عاملی نشود از آنها سلب کرد.

متد تبلیغ در اسلام

دستگاه تبلیغات اسلامی طوری تنظیم شده که عقاید و افکار مقدس را با مغز و جان مردم در می آمیزد. محصول تبلیغات اسلامی مردمی هستند که هرگز حال تحیر و تردید در آنها پیدا نشده و همواره بایک اطمینان کاملی بعقائد و افکار مقدس خود مینگرند.

دستگاه تبلیغات اسلامی طوری اداره می‌شود که آثار آن در عمق روح و جان مردم ریشه دوانده و با هیچ قیمتی نمیشود آنرا از آنها پس گرفت.

مردمی که در سایه تبلیغات اسلامی رشد می‌کنند سبک‌فکر و اخلاق و عقائدشان چنان است که هیچ قدرتی نمی‌تواند آنها را عوض کند. اجتماعی که با تبلیغات اسلامی سروکار دارد اجتماعی است که نه