



شورای عالی حوزه علمیه قم

مرکز مدیریت حوزه های علمیه خاوران

معاونت آموزشی-مدیریت تحصیلات تکمیلی

پایان نامه سطح ۳ (کارشناسی ارشد)

موضوع: روش شناسی تبلیغات دینی

استاد راهنما: حجت الاسلام والمسلمین جناب آقای علی اکبر نوانی

استاد مشاور: سرکار خانم عذرا مرادی

نگارش: طاهره سید رحیم زاده

بهار ۱۳۹۰

چکیده

دین مقدس اسلام برای بقای خود، نیازمند اصل مهمی به نام «تبلیغ» است که بعد از پیامبر اکرم صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ این وظیفه‌ی مهم بر دوش ائمه اطهار عَلَيْهِمُ السَّلَام قرار داده شده و در زمان غیبت امام زمان عجل الله تعالی فرجه الشریف علمای اسلام به عنوان مبلغان این مکتب الهی و آسمانی با توجه به شرایط حاکم بر جامعه و مردم با اشکال گوناگون به تبلیغ دست زدند و با عشق و سوز، به نشر و گسترش اسلام و هدایت دیگران پرداختند. و ایشان از زمینه‌ها و مناسبت‌های مختلف تبلیغی همچون محرم و صفر، اعیاد و وفیات، ماه رمضان، نماز جمعه و ... در رساندن پیام دین به مردم و استحکام عقاید آنان، استفاده می‌کردند.

لذا برای رسیدن به یک نظام تبلیغاتی مطلوب و رفع مشکلات و کاستی‌های تبلیغات موجود، باید اقداماتی مهم و اساسی صورت گیرد. از جمله باید از شیوه‌های نوین و روش‌های کارآمد و بهره‌گیری از ابزارهای تبلیغ و هنر استفاده کرد، لذا مبلغان دینی باید این ابزارها و شیوه‌ها و تکنیک‌های تبلیغاتی را بشناسند و از آن، در راه معرفی و نشر اسلام و مقابله با این جریان‌های مهاجم استفاده کنند.

لذا این رساله با هدف تبیین و بررسی جایگاه روش‌شناسی در تبلیغات دینی با توجه به نیازهای عصر در چهار بخش تنظیم شده است.

بخش اول، تعریف لغوی و اصطلاحی روش و روش‌شناسی و تبلیغ و دین آغاز شده است و در مورد قدمت تبلیغ در صدر اسلام و ارزش و اهمیت تبلیغ از دیدگاه قرآن و روایات و از منظر بزرگان و شخصیت‌ها سخن به میان آمده، همچنین در مورد ارکان تبلیغات و ویژگی‌های مبلغ سخن گفته شده است.

در بخش دوم، به روش‌شناسی تبلیغات دینی در قرآن کریم و سنت نبوی و سیره معصومین اشاره شده و انواع روشها مورد بررسی قرار گرفته است.

بخش سوم به روش‌های تبلیغی در آیین‌های دیگر اشاره شده از جمله روش‌های تبلیغی یهود و شیوه‌های تبلیغ مسیحیت و استفاده یهود و مسیحیت از ابزارهای تبلیغی و تهاجم فرهنگی غرب علیه فرهنگ دینی و پیچیدگی اقدامات فرهنگی و تبلیغی سخن به میان آمده است.

در بخش چهارم به روش‌های اثربخش در تبلیغات دینی اشاره شده و در ادامه به ابزارهای تبلیغات دینی، اعم از ابزارهای سنتی و ویژگی‌های آن و ابزارهای غیر سنتی (رسانه‌ها)، تبلیغات دیداری، تبلیغات شنیداری، تبلیغات دیداری و شنیداری اشاره شده است.

لذا دنیای امروز دنیای ارتباطات و رسانه‌هاست و مشکل اصلی انسان در عصر جدید، ایمان و محرومیت از نظام عقیدتی اخلاقی متکی بر وحی و هدف است. لذا مبلغان اسلامی شایسته است محتوای عقیدتی مبتنی بر

وحی خود را از طریق ابزارها و روش‌های پیشرفته به انسانهای تشنه‌ی ایمان برسانند. در نتیجه مهم‌ترین هدف تبلیغ روش‌مند کردن کار مبلغان دینی است و ارائه‌ی روش‌های صحیح و کارآمد است و بهترین روش تبلیغات دینی که در گذشته بود و هم اکنون نیز مؤثر است روش چهره به چهره است.

کلید واژگان: روش، روش‌شناسی، تبلیغ، مبلغ، تبلیغات دینی، ارکان تبلیغ، اهداف تبلیغ، ارکان تبلیغ، ابزارهای تبلیغ، روش‌های تبلیغی

فهرست مطالب

مقدمه

۱	تعریف و تبیین موضوع
۱	انتیژه انتخاب موضوع و ضرورت بحث درباره آن
۲	تاریخچه بحث درباره موضوع
۳	پیشینه بحث درباره موضوع
	سئوالات اصلی و فرعی
۳	الف) اصلی
۳	ب) فرعی
۴	فرضیه‌های تحقیق
۴	نوع روش

بخش اول: مفاهیم و کلیات

فصل اول: مفاهیم و کلیات تبلیغ

۵	تعریف روش
۵	تعریف روش شناسی
۵	موضوع روش شناسی
۵	تفاوت روش و روش شناسی
۶	روش شناسی تبلیغات
۶	مفهوم تبلیغ
۶	تفاوت تبلیغ و ایصال
۷	تعریف اصطلاحی تبلیغ
۷	مفهوم دین
۸	تعریف اصطلاحی دین
۹	قدمت تبلیغ

- تبلیغ در صدر اسلام ۱۰
- چیستی تبلیغ اسلامی ۱۰
- ارزش و اهمیت تبلیغ از دیدگاه قرآن و روایات ۱۱
- ارزش و اهمیت تبلیغ از منظر بزرگان و شخصیت‌ها ۱۴
- جایگاه و تبلیغات دینی در دنیای معاصر ۱۶

فصل دوم: ارکان و اهداف تبلیغ

۱. ارکان تبلیغ ۱۸
۲. اهداف تبلیغات اسلامی ۱۹
۳. محتوای پیام تبلیغ ۲۱
۴. هماهنگی محتوا با نسل جدید ۲۳

فصل سوم: بایستگی‌های مبلغ

۱. تزکیه و تهذیب ۲۷
۲. اخلاص ۲۸
۳. توکل به خدا ۲۹
۴. اهل علم و عمل ۳۰
۵. صداقت ۳۱
۶. باادب و مهربان و دلسوز ۳۳
۷. متواضع و باگذشت ۳۴
۸. انتقاد پذیر ۳۵
۹. عقل و تدبیر ۳۵
۱۰. جدیت و پشتکار ۳۶
۱۱. ساده زیستی و مردم گرایی ۳۶

بخش دوم: روش شناسی تبلیغات دینی در قرآن و سنت نبوی

فصل اول: روش شناسی تبلیغات دینی در قرآن کریم

- ذاتی بودن تبلیغ در قرآن و سنت نبوی ۳۸
۱. روش حکمت ۳۹

- ۱-۱- مفهوم حکمت یا استدلال عقلی منطقی..... ۳۹
- ۱-۲- حکمت در قرآن کریم..... ۳۹
- ۱-۳- حکمت در روایات..... ۴۰
- ۱-۴- حکمت و بصیرت..... ۴۰
۲. روش برهان منطقی..... ۴۲
۳. روش جدال احسن..... ۴۳
۴. روش موعظه و نصیحت..... ۴۴
۵. روش بشارت و انذار..... ۴۵
- ۵-۱- مزده به نعیم دنیوی و اخروی..... ۴۵
- ۵-۲- انذار از نعمت‌های دنیوی و اخروی..... ۴۷
- ۵-۳- بشارت مقدم بر انذار..... ۴۸
۶. روش اجرایی رعایت و مساوات..... ۴۸
۷. روش تحریک عواطف..... ۴۹
۸. روش توجه به نیازهای مادی در ارائه پیام تبلیغی..... ۵۰
۹. روش دعوت منفی..... ۵۱
۱۰. روش جنگ و انقلاب..... ۵۲

فصل دوم: روش‌شناسی تبلیغات دینی در سیره پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله

- موقعیت جغرافیایی و زمانی دعوت..... ۵۴
- محتوای دعوت یا اصل پیام..... ۵۵
- روش‌های اثربخشی دعوت..... ۵۶
۱. بهره‌گیری از حق..... ۵۶
۲. مدارا و تدریج..... ۵۷
۳. بهره‌گیری از سرشت انسان‌ها..... ۵۸
۴. مرحله ای بودن دعوت پیامبر
- ۴-۱- مرحله اول: خودسازی..... ۶۰
- ۴-۲- مرحله دوم: دعوت مخفی..... ۶۰
- ۴-۳- مرحله سوم: دعوت اقوام و خویشان..... ۶۱

۴-۴- مرحله چهارم: دعوت جزیره العرب در مکه ۶۲

۴-۵- مرحله پنجم: دوران دعوت جزیره العرب به اسلام در مدینه ۶۳

۴-۵-۱- ساختن مسجد ۶۴

۴-۵-۲- برپایی نماز و نماز جمعه ۶۴

۴-۵-۳- تشکیل دولت ۶۴

۴-۵-۶- شیوهی برخورد پیامبر در دوران مدینه ۶۵

۴-۶- مرحله ششم: حرکت جهانی و دعوت جهانی پیامبر صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ ۶۶

شیوه‌های تبلیغی پیامبر صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ

۱. شیوهی گفتاری ۶۷

جلسات پرسش و پاسخ پیامبر صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ ۶۸

توصیه‌های خصوصی پیامبر صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ ۶۹

۲. شیوهی نوشتاری

نامه رسانی ۶۹

پیمان‌ها و قراردادها ۷۰

صلح حدیبیه ۷۱

۳. شیوهی عملی

ساده زیستی پیامبر صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ ۷۲

آراستگی ظاهر پیامبر صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ ۷۴

تواضع پیامبر صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ ۷۵

فصل سوم: روش‌شناسی تبلیغات دینی در سیره‌ی معصومین عَلَيْهِمُ السَّلَام

۱. روش تربیت با بردباری ۷۷

۲. روش تمثیل ۷۷

۳. روش استفاده از وسائل ارتباط جمعی ۷۸

۴. روش توصیه به وحدت ۷۹

۵. روش پند و اندرز ۸۰

۶. روش دعوت عملی ۸۰

۷. روش مهر ورزی ۸۱

۸. روش مناظره و احتجاج ۸۲
۹. روش قهری ۸۸
۱۰. روش تغییر رفتار ۸۹
۱۱. روش اعتدال و اصلاح الگوی مصرف ۹۰
۱۲. روش محقق شدن عدالت ۹۰

بخش سوم: روش‌های تبلیغی در آیین‌های دیگر

فصل اول: روش‌های تبلیغی یهود

- ترویج اسلام آمریکایی توسط یهود ۹۳
- سیطره‌ی فرهنگی یهود ۹۵
- سلطه‌ی یهود بر وسایل ارتباطی نوین ۹۶
- سیطره‌ی یهود بر خبرگزاری‌ها و مطبوعات ۹۶
- نقش تخریبی مبلغان ادیان انحرافی ۹۸

فصل دوم: شیوه‌های تبلیغ مسیحیت صهیونیستی

- جایگاه تبلیغ و تبشیر در مسیحیت ۱۰۳
- استفاده مسیحیت از ابزارهای تبلیغی ۱۰۴
- روش تبلیغ مسیحیت در ایران ۱۰۷
- تبلیغات در کشورهای غربی برای مسلمانان مقیم ۱۰۷
- تهاجم فرهنگی غرب بر علیه فرهنگ دینی
- پیچیدگی اقدامات فرهنگی و تبلیغی ۱۰۹

بخش چهارم: روش‌های اثربخش در تبلیغات دینی

فصل اول: روش‌های اثربخش

- گوناگونی روش‌ها ۱۱۳
- لزوم گزینش روش‌های اثربخش ۱۱۳
۱. روش ایجاد محبت به خدای متعال ۱۱۳

- ۱-۱- نعمت استقلال و آزادی ۱۱۴
- ۱-۲- نعمت وحدت ۱۱۴
- ۱-۳- نعمت رزق و روزی ۱۱۴
- ۱-۴- نعمت پیروزی بر دشمن ۱۱۴
- ۱-۵- نعمت رهبری و هدایت ۱۱۴
۲. روش درونی کردن دستورات ۱۱۵
۳. روش تکریم و تشویق مخاطبان ۱۱۶
۴. روش تهدید و انذار ۱۱۹
۵. روش چهره به چهره ۱۲۱

اصول تبلیغ چهره به چهره

- ۱-۵- رفع مانع‌ها و ایجاد امنیت درونی ۱۲۲
- ۲-۵- تغییر ارزش‌ها ۱۲۲
- ۳-۵- مراقبه ۱۲۲
- ۴-۵- مصاحبه ۱۲۲
- ۵-۵-۱- مصاحبه‌ی مستقیم ۱۲۳
- ۵-۵-۲- مصاحبه‌ی غیر مستقیم ۱۲۳

شرایط و نکات مهم در مصاحبه

- الف- ایجاد رابطه حسنه ۱۲۳
- ب- گوش دادن ۱۲۳
- ج- انعکاس افکار ۱۲۴
- د- مشاهده ۱۲۴
- ه- تعیین وقت دیگر ۱۲۴
۶. روش الگویی ۱۲۴
۷. روش تذکر و تکرار ۱۲۶
۸. روش مقایسه کردن ۱۲۸
۹. روش قصه گویی ۱۲۹
۱۰. روش بیان تاریخ و سرنوشت پیشینیان ۱۳۰

فصل دوم: ابزارهای تبلیغات دینی

ابزارهای سنتی

- ۱۳۲.....تبلیغ سنتی و ویژگی‌های آن
- ۱۳۶.....۱. اذان
- ۱۳۷.....۲. مسجد
- ۱۳۷.....۳. منبر
- ۱۳۸.....۴. وعظ
- ۱۳۸.....۵. خطابه
- ۱۳۹.....۶. خطبه نماز جمعه
- ۱۴۲.....۷. سخنرانی
- ۱۵۳.....۸. زبان
- ۱۵۴.....۹. مناظره
- ۱۵۹.....۱۰. روضه
- ۱۶۰.....۱۱. الگوی حسنه
- ۱۶۱.....۱۲. کتاب
- ۱۶۲.....۱۳. شعر
- ۱۶۴.....۱۴. هنر
- ۱۶۶.....۱۵. مثل

ابزارهای غیر سنتی (رسانه‌ها)

- ۱۶۷.....۱. تبلیغات دیداری
- ۱۶۸.....روزنامه و مطبوعات
- ۱۷۰.....خبرگزاری‌ها
- ۱۷۱.....۲. تبلیغات شنیداری (رادیویی)
۳. تبلیغات دیداری و شنیداری
- ۱۷۲.....تلویزیون
- ۱۷۳.....تئاتر
- ۱۷۴.....سینما

۱۷۴.....	بازی‌های صوتی و تصویری.....
۱۷۶.....	سمینار.....
۱۷۷.....	ماهواره.....
۱۷۹.....	اینترنت.....
۱۸۳.....	لوازم اثربخشی تبلیغات دینی.....
۱۸۳.....	سن.....
۱۸۴.....	جنسیت.....
۱۸۴.....	تحصیلات.....
۱۸۵.....	تعداد مخاطبان.....
۱۸۵.....	مهم‌ترین اثرات ثمربخشی.....
۱۸۵.....	عناصر بنیادی ثمربخشی.....
۱۸۶.....	ویژگی‌های اثربخشی.....
۱۸۷.....	خاتمه.....
۱۸۸.....	فهرست منابع.....