

آشنایی با

روش‌های تبلیغی

جلد دوم

بهروز اثباتی



نشر ساقی، ۱۳۹/۸۸

اشانی، بهروز، ۱۳۳۸.

آشنایی با روش های تبلیغی / بهروز اشانی. - تهران: ساقی، چاپ اول: ۱۳۸۸.

تهران: ۱۳۰۰ نسخه، جلد دوم، ص ۲۲۹، ج ۲.

ISBN 978-964-5675-93-4

۲۶۰۰۰ ریال، ج ۲.

فهرست نویسی بر اساس اطلاعات قبیه.

تبلیغات

۳۰۶،۳۷۵

کتاب: ۱۳۳۱/۸۸

۱۳۸۸

۲۰۳۰۸۹۰

کتابخانه ملی ایران



آشنایی با روش‌های تبلیغی (جلد ۲)

بهروز اثباتی

نوبت چاپ: اول، ۱۳۸۹، شمارگان: ۲۲۰۰ نسخه

ویراستار: حسین افشار

طراح جلد: صفا تهرانی

ناظر چاپ: حمید علی‌محمدی

لیتوگرافی: مقدم، چاپ جلد: آوازه، چاپ متن: پایدار

شابک ۹۳-۴-۵۶۷۵-۹۶۴-۹۷۸، قیمت: ۳۶۰۰۰ ریال

حقوق چاپ و نشر برای انتشارات روایت فتح محفوظ است. تلفن: ۸۸۸۰۹۷۴۸

فهرست

مقدمه	۱
خلاصه‌ی کتاب اول: کلیات	۵
فصل اول: آشنایی با اصل و مبانی روش‌های ترغیبی - اقناعی	۳۷
فصل دوم: آشنایی با تعدادی از روش‌های ترغیبی - اقناعی	۷۵
فصل سوم: روش‌های شرطی تبلیغات	۹۵
فصل چهارم: آشنایی با اصول و مبانی روش‌های القایی	۱۱۵
فصل پنجم: آشنایی با تعدادی از روش‌های القایی	۱۳۹
فصل ششم: روش‌های تبلیغات اسلامی	۱۶۱
کتابنامه	۲۰۱
اعلام	۲۰۷

مقدمه

تبلیغات دنیایی از سادگی و پیچیدگی، سایه و روشن، درگیری و دوستی، حق و باطل را به انسان عرضه می‌کند؛ حقیقتی که با جهان بشری آمیخته است و این امکان را به او می‌دهد که راه صلاح و خیر و نیکی را انتخاب کند یا خود و هستی‌اش را در اختیار شیطان قرار دهد و با این انتخاب است که می‌تواند راه رسیدن به اعلیٰ علیین را طی کند و به بهشت نعیم برسد یا به اسفل السافلین افتاده و مخلد در آتش عذاب بماند.

این انتخاب برای بشر به راحتی قابل دستیابی نیست و به این سبب است که ذات اقدس الهی، آن مبلغ مطلق، تمامی نیازمندی‌های تبلیغ انسان را پاسخ می‌دهد و گواه ما صد و بیست و چهار هزار نبی و رسول، انعمی منتخب الهی، علما و صلحا که همگی مأمور به انجام رسالت و تبلیغ دین مبین اسلام بوده‌اند. یا نزول وحی و ارسال کتب الهی به ویژه قرآن کریم به عنوان معجزه‌ی الهی که به واسطه رسول گرامی اسلام حضرت محمد(ص) فرستاده شده است.

تبلیغات با این جایگاه در خلقت، باید قانون‌مند می‌بود، که هست و خداوند متعال آن را به عنوان یک علم، هنر، فن، نبوغ و... قرار داد و برای تمامی ابعاد آن

۲ ■ آشنایی با روش‌های تبلیغی

اصول، قواعد، ویژگی، شرایط و... برقرار کرد. انسان به مرور با شناخت و کشف آن‌ها جوانه‌ی علم تبلیغ را در سرزمین فکر و اندیشه‌ی خود غرس کرد. اکنون پس از طی هزاران سال، تبلیغات به عنوان یک علم، دارای ریشه‌ای محکم، تنه‌ای سترگ، شاخه و برگ‌ی گسترده و میوه‌های مهیا و اثرگذار می‌باشد. البته این میوه‌ها هم می‌تواند به سبب توجه و کوشش‌های متولیان تبلیغ خیر و صالح باشد یا به واسطه‌ی پاره‌ای کاستی‌ها و آسیب‌ها، تلخ و فاسد باشد.

صلاح و فساد تبلیغ نیز خود از قوانین دقیق و سامان‌یافته‌ای حاصل می‌شود. اصول علمی تبلیغات این مهم را به ما درس می‌دهد. باید نگاه توده‌ای و عمومی از تبلیغ را به دست فراموشی سپرده و جایگزین آن، نگاه علمی و آگاهانه به تبلیغ داشت. علمی نه از جنس «ساینس» غربی بلکه علمی پرداخته از «حکمت الهی».

روش‌های تبلیغ یکی از مهم‌ترین فرازهای جهان ارتباطات و اصول دانش تبلیغ می‌باشد. روش در کنار چهار عامل دیگر یعنی مبلغ، مخاطب، هدف و ابزار ارکان تبلیغ را شکل می‌دهد. وقتی سخن از رکن بودن روش می‌شود، یعنی یکی از پنج اصل اساسی هویت‌دهی به تبلیغ، یعنی تشخیص‌دهنده به تبلیغ و ضد تبلیغ، یعنی همان وجه ممیز و روشن‌کننده بین خیر و صلاح یا شر و فساد.

جالب آن است که روش‌های تبلیغ با تمامی اهمیتی که برای آن قائل‌اند، از فقر متون بنیادین رنج می‌برد و تعداد کتبی که در زبان فارسی صرفاً به تبیین جایگاه، نقش، اصول، ویژگی‌ها، شرایط شکل‌گیری، نوع طراحی، چگونگی اجرا و... روش‌های تبلیغ پرداخته باشد، به عدد انگشتان دو دست هم نمی‌رسد. در حالی که این درباره‌ی کل مباحث روش است و مسئله‌ی متون آموزشی تخصصی در باب روش‌های تبلیغات از این هم فقیرتر است. مباحث روش عمدتاً به شکل پراکنده و گذرا در کتب عمومی تبلیغات، ارتباطات، جنگ روانی و حتی تجارت و علوم سیاسی قابل مطالعه می‌باشد.

این‌که چرا ما تا این حد از متون مرجع فقیر و بی‌چیز هستیم، خود نیاز به

مطالعه‌ی بیش‌تری دارد. اما می‌توان گفت بر ایرانی با چند هزار سال سابقه‌ی تمدنی یا پیشینه‌ی هزاران سال فرهنگ، آن هم فرهنگی دین‌مدارانه و خداپرستانه که همیشه بر این سرزمین حکومت کرده است، ایرانی که خود دین اسلام را انتخاب کرد، که معنی دیگر این سخن، پذیرش پیام تبلیغی اسلام است، ایرانی انقلابی و آرمان‌ساز، ایرانی مبارز و متعهد به نور و خیر و صلاح بشر که امروز با جنگ و دندان به جنگ «شیطان بزرگ» رفته است، زینده نیست و باید به یک نهضت علمی در حوزه‌ی تبلیغات فکر کرد و آن را سامان داد.

خلاصہ ی کتاب اول

کلیات