

بسم الله الرحمن الرحيم

www.ketab.ir

☐ پژوهشی درباره تبلیغ

موضوع:
تبلیغ و مبلغ: ۸۱

گروه مخاطب:
- تخصصی (طلاب و دانشجویان)

شماره انتشار کتاب (چاپ اول): ۲۰۴۹
مسلسل انتشار (چاپ اول و با چاپ): ۵۴۷۰

www.ketab.ir

رهبر، محمدتقی، ۱۳۱۴ -

پژوهشی درباره تبلیغ / محمدتقی رهبر. - قم: مؤسسه بوستان کتاب (مرکز چاپ و نشر دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم)،

۱۳۹۱.

[۵۷۲] ص. - (مؤسسه بوستان کتاب: ۲۰۴۹) (تبلیغ و مبلغ: ۸۱)

ISBN 978-964-09-1268-3

فهرست نویسی براساس اطلاعات فیفا.

Mohammadtaghi Rahbar. A research on preaching

ص.ع. به انگلیسی:

کتابنامه: ص. [۵۲۹] - ۵۲۳ همچنین به صورت زیرنویس.

نمایه.

۱. اسلام - تبلیغات. ۲. اسلام - تبلیغات - بررسی و شناخت. الف. دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم. مؤسسه بوستان

کتاب. ب. عنوان.

۲۹۷ / ۰۴۵

۴ پ ۹ ر ۱۱ / ۶۲ / BP

شماره کتابشناسی ملی: ۲۵۰۰۲۱۷

۱۳۹۱

پژوهشی دربارهٔ تبلیغ

محمدتقی رهبر

www.ketab.ir

بوستان کتاب
۱۳۹۱

بوستان کتاب

پژوهشی درباره تبلیغ

• نویسنده: محمدتقی ربیع
• ناشر: مؤسسه بوستان کتاب
(مرکز چاپ و نشر دفتر تبلیغات اسلامی - اه - ضمیمه قم)
• لیتوگرافی، چاپ و صحافی: چاپخانه مؤسسه بوستان کتاب
• نوبت چاپ: اول / ۱۳۹۱ • شمارگان: ۱۰۰ • بها: ۱۸۰۰۰ تومان

تمامی حقوق © محفوظ است

printed in the Islamic Republic of Iran

• دفتر مرکزی: قم، خ شهدا (صفایه)، ص پ ۹۱۷ / ۳۷۱۸۵، تلفن: ۷۷۴۲۱۵۵-۷، فاکس: ۷۷۴۲۱۵۶، تلفن پخش: ۷۷۴۲۴۲۶
• فروشگاه مرکزی: قم، چهارراه شهدا (عرضه ۱۲۰۰۰ عنوان کتاب با همکاری ۱۷۰ ناشر)
• فروش عمده و مرکز اطلاع رسانی: قم، چهارراه شهدا، جنب ورودی دفتر تبلیغات اسلامی، تلفن: ۷۴۲۱۱۹
• فروشگاه شماره ۲: تهران، میدان فلسطین، خ طوس، کوچه تبریز، پلاک ۳۰، تلفن: ۸۸۹۵۶۹۲۲ - ۰۹۳۹۵۰۳۲۰۸۹
• فروشگاه شماره ۳: مشهد، چهارراه خسروی، مجتمع پاس، جنب دفتر تبلیغات اسلامی شعبه خراسان رضوی، تلفن: ۲۲۳۳۶۷۲
• فروشگاه شماره ۴: اصفهان، چهار راه کرمانی، جنب دفتر تبلیغات اسلامی شعبه اصفهان، تلفن: ۲۲۲۰۳۷۰
• فروشگاه شماره ۵: اصفهان، میدان انقلاب، جنب سینما ساحل، تلفن: ۲۲۲۱۷۱۲
• پخش پکتا (پخش کتب اسلامی و انسانی)، تهران، خ حافظ، نرسیده به چهار راه کالج، نبش کوچه بامشاد، تلفن: ۸۸۹۴۰۳۰۳

انتشارات: اداره چاپ و نشر بوستان کتاب (کتابخانه) - اداره چاپ و نشر بوستان کتاب (کتابخانه) - اداره چاپ و نشر بوستان کتاب (کتابخانه)

پست الکترونیک مؤسسه: E-mail: info@bustaneketab.com

جدیدترین آثار مؤسسه و آشنایی بیشتر با آن در وب سایت: <http://www.bustaneketab.com>

با قدردانی از همکاری که در تولید این اثر نقش داشته‌اند:

• اعضای شورای بررسی آثار: دبیر شورای کتاب: جواد آهنگر • سرپرستار: ابوالفضل طریقه‌دار • ویراستار: عباس جباری‌مقدم • چکیده عربی: خلیل المصامی
• چکیده انگلیسی: یحیی داوری • فیبا: مصطفی محفوظی • مسئول واحد حروفنگاری: احمد مؤتمنی • اصلاحات حروفنگاری: منصوره حسینی‌مجرد و الهام قره‌گزلو
• صفحه آرای: عزیزه همتی و احمد مؤتمنی • کارشناس و کنترل نمونه‌خوانی: محمدجواد مصطفوی • نمونه‌خوانی: سیدکاظم رضوی، ابوالحسن مسیب‌نژاد، حمیدرضا خادمی‌نیا و ابوالفضل سلیمانی • نظارت و کنترل آماده‌سازی: ولی قربانی • کنترل فنی صفحه‌آرایی: سیدرضا موسوی‌منش • کارشناس طراحی و گرافیک: مسعود نجابتی • طراح جلد: محمد ارزندی • مدیر تولید: عبدالهادی اشرفی • اداره آماده‌سازی: حمید رضا تیموری • اداره چاپخانه: مجید مهدوی و سایر همکاران لیتوگرافی، چاپ و صحافی.

رئیس مؤسسه
اسماعیل اسماعیلی

فهرست مطالب

۱۷ مقدمه چاپ دوم

۱۹ پیش‌گفتار

بخش اول:

تاریخچه تبلیغ

۲۷ محور تبلیغات و ابزار تبلیغ

۲۹ تبلیغات به شیوه فطری تجربی و شیوه کلاسیک

بخش دوم:

سیر تاریخی تبلیغ در اسلام

۳۳ تبلیغ در ادیان الهی

۳۹ تاریخچه تبلیغ در اسلام

۴۱ هجرت به مدینه

۴۲ مرحله جدید تحول تبلیغ در اسلام

۴۲ پس از پیامبر اکرم ﷺ

۴۴	 قرن سوم هجری و عصر غیبت
۴۵	 تبلیغ و سوگواری در شیعه
۴۶	 تطور تبلیغات در اسلام
۴۸	 امداد و تبلیغ
۴۹	 تبلیغات مردمی بین المللی
۵۰	 یک مبلغ اسیر، اسلام را به اروپای شرقی برد
۵۱	 گسترش طبیعی اسلام و ضعف تبلیغاتی مسلمین
۵۲	 جریان های ضد تبلیغ در جهان اسلام
۵۳	 فعالیت های بشیری بر ضد اسلام
۵۴	 عوامل درونی ضد تبلیغ
۵۶	 تبلیغ در قالب مباحث علمی
۵۸	 کلاس آموزش خطابه در قرن سوم هجری
۶۱	 فاطمیان و سازمان منظم تبلیغی

بخش سوم:

تبلیغات در دوره معاصر

۶۳	 دانش جدید و تبلیغات و جنگ
۶۵	 تحول تبلیغ در سایه تکنولوژی
۶۷	 تبلیغ در قالب دروس دانشگاهی
۶۹	 دانشگاهی شدن تبلیغ در کشورهای اسلامی
۷۲	 نارسایی تبلیغاتی ما
۷۳	 زمینه های بین المللی اسلام
۷۵	 پرچم بلندی که امام برافراشت

بخش چهارم:

کلیات تبلیغ

۷۹	واژه‌ها و مفاهیم
۷۹	الف) تبلیغ
۸۰	ب) دعوت و دعایه
۸۲	پ) اعلام
۸۳	ت) پروپاگاندا (propaganda)
۸۴	تعاریف واژه‌های تبلیغ
۸۴	مفهوم تعریف
۸۴	الف) تعریف تبلیغ
۸۷	ب) تعریف پروپاگاندا
۹۰	پروپاگاندا در فرهنگ غربی
۹۳	پ) تعریف اعلام
۹۶	ت) تعریف دعایه
۹۸	تعریف تبلیغ در اسلام

بخش پنجم:

ماهیت و چیستی تبلیغ

۱۰۷	فلسفه و علم
۱۱۰	ویژگی‌های معرفت تجربی
۱۱۲	هنر چیست؟
۱۱۳	منشأ و خاستگاه هنر

۱۱۴	تقلید طبیعت
۱۱۴	ابداع و خلاقیت
۱۱۶	نظریه ترکیب
۱۱۷	دو بعدی بودن هنر
۱۱۷	هنر و زیبایی
۱۱۷	جایگاه زیبایی
۱۱۹	زیبایی و زیبایی‌شناسی
۱۲۰	رابطه زیبایی و هنر
۱۲۲	تعریف و ماهیت هنر
۱۲۳	نگرشی بر تعاریف هنر
۱۲۵	نگرشی بر مفهوم و تعریف هنر
۱۲۷	لئون تولستوی و تعریف هنر
۱۲۹	هنر و انتقال اندیشه‌ها
۱۳۱	هنر متافیزیکی و مذهبی
۱۳۳	مبدأ زیبایی
۱۳۵	مراتب زیبایی و مبدأ
۱۳۷	جلوه‌های زیبایی از دیدگاه قرآن
۱۴۰	زیبایی و هنر معنویت و اخلاق
۱۴۲	هدف هنر
۱۴۴	مسخ هنر در چنگال بی‌اعتقادی
۱۴۵	هنر و جامعه
۱۴۷	تبلیغ علم است یا هنر؟
۱۴۹	

۱۵۲.....	دانش تبلیغ در اسلام.....
۱۵۴.....	رابطه تبلیغ با هنر.....
۱۵۶.....	رابطه تبلیغ با سایر علوم.....
۱۶۱.....	دانش‌های تبلیغ و مبلغ.....

بخش ششم:

عناصر تبلیغ

۱۶۴.....	۱. پیام‌دهنده = مبلغ.....
۱۶۵.....	تعریف.....
۱۶۵.....	جایگاه و نقش مبلغ.....
۱۶۹.....	جایگاه مبلغ در اسلام.....
۱۷۰.....	اهداف و انگیزه‌های مبلغ.....
۱۷۱.....	عوامل پرو پاگاند.....
۱۷۲.....	مبلغ و مبدأ پیام.....
۱۷۴.....	سیاست و تاکتیک مبلغ.....
۱۷۷.....	۲. پیام‌گیرنده.....
۱۸۲.....	تبلیغ و آزادی مخاطب.....
۱۸۶.....	افکار عمومی و تبلیغ.....
۱۸۷.....	تعریف افکار عمومی.....
۱۸۹.....	تبلیغات سیاسی و افکار عمومی.....
۱۹۰.....	راهنمایان فکری و افکار عمومی.....
۱۹۱.....	عوامل تکوین افکار عمومی.....
۱۹۴.....	شورش علیه افکار عمومی.....

۱۹۷	اکثریت محکوم
۲۰۰	زمینه‌های تأثیرپذیری مخاطب
۲۰۰	الف) توجه به ارزش‌هایی که جامعه یا افراد بدان ایمان دارند
۲۰۱	ب) تأثیر اجتماعی با جامعه‌پذیری
۲۰۱	پ) مقاومت مخاطبان و چگونگی مقابله با آن
۲۰۳	ت) توجه به رهبران فکری و واسطه‌ها
۲۰۳	ث) تمرکز موضوع دعوت
۲۰۳	ج) نوگرایی و نوآوری
۲۰۴	۳. پیام و محتوای پیام
۲۰۵	تقسیمات پیام

بخش پنجم:

خط مشی یا استراتژی تبلیغات

۲۱۳	مسئولیت اجتماعی یا نظریه جزر و مد
۲۱۴	آزادی و شست و شوی مغزی
۲۱۴	بعد استراتژیکی تبلیغ
۲۱۶	سیاست تبلیغاتی کشورهای بزرگ
۲۱۸	۱. مسیحیت و تبلیغ
۲۲۱	ویکتور هوگو و مسیحیت قرون وسطی
۲۲۴	تغییر تاکتیک تبشیری
۲۳۱	۲. استراتژی یهود در تبلیغ
۲۳۴	یهود و فراماسونری
۲۳۶	صهیونیسم

۲۳۶	صهیونیسم و تبلیغات
۲۳۹	۳. امپریالیسم و استراتژی تبلیغ
۲۴۲	امپریالیسم و تبلیغ در جهان سوم
۲۴۵	استراتژی تبلیغاتی امپریالیسم جهانی
۲۴۶	۴. استراتژی مارکسیسم در تبلیغات
۲۵۱	استراتژی و تغییر تاکتیک
۲۵۲	۱. سیطره کامل بر نهادهای تبلیغی:
۲۵۲	۲. تشنج آفرینی:
۲۵۳	۳. اصلاح علمی و تکنولوژی:

بخش هشتم:

خط مشی یا استراتژی تبلیغ در اسلام

۲۵۹	تبیین حکمت
۲۶۶	معرفت و شناخت در تبلیغ
۲۶۷	زیربنای موعظه
۲۷۲	تبلیغ و آزادی
۲۷۵	خط مشی تبلیغ و روایات
۲۸۰	دعوت و جهاد
۲۸۷	دعایه و جنگ روانی
۲۸۹	تعریف جنگ روانی
۲۹۰	جنگ روانی و سیاست و جنگ
۲۹۱	شیوه‌های دعایه و جنگ روانی
۲۹۴	دعایه از دیدگاه اسلام

۲۹۹	سیره نبوی و علوی
۳۰۲	ظهور دعایه در اسلام
۳۰۵	عمر و عاص پرده از چهره معاویه برمی دارد
۳۰۸	تبلیغات سپاه امویان
۳۰۹	معاویه و خون عثمان
۳۱۱	دسیسه و تحریف در تبلیغ
۳۱۵	دعایه عباسی

بخش نهم:

ابزار تبلیغ

۳۱۷	تعریف، تقسیم و ماهیت ابزار
۳۱۹	۱. مروری بر تاریخچه ابزار تبلیغ
۳۲۱	وسایل ارتباط قبایل و جمعیت ها
۳۲۳	ابزار در نشیب و فراز تاریخ
۳۲۴	ابزار تبلیغ در کشورهای پیشرفته
۳۳۳	نگرشی بر دیگر دست آویزهای تبلیغ در جهان
۳۳۷	عوامل نفوذ فرهنگی غرب بر شرق اسلامی
۳۳۷	معرکه نبرد اجتماعی
۳۳۹	۳. مسیحیت و ابزار تبلیغ
۳۴۲	ابزار تبلیغاتی مسیحیت از دیدگاه قرآن و در صدر اسلام
۳۴۳	۱. رشک و حسد
۳۴۴	۲. خود بزرگ بینی
۳۴۵	۳. دعوی حقانیت انحصاری

۳۴۶	۴. جبهه مشترک اهل کتاب با تضاد درونی علیه اسلام
۳۴۸	۵. تکیه بر دنیا و ارباب ثروت و قدرت
۳۵۰	سومین مرحله در عصر اخیر
۳۵۰	۱. نفی، مسخ و تحریف اسلام
۳۵۱	۲. فرصت طلبی و سازش مطلق
۳۵۳	۳. عنوان خدمات انسانی
۳۵۵	۴. مدارس و فعالیت های فرهنگی
۳۵۸	۵. زبان
۳۵۹	۶. مسیحی و تبشیر
۳۶۰	همکاری تبشیر و استعمار
۳۶۲	۷. کتاب و نشریه
۳۶۳	۸. رسانه های تبلیغاتی
۳۶۳	۹. دیگر وسایل و ابزارها
۳۶۴	در حاشیه تبلیغات مسیحیت

بخش دهم:

ابزار تبلیغ در اسلام

۳۷۰	استراتژی ابزار تبلیغ در اسلام
۳۷۱	ابزار تبلیغ در عصر پیامبر ﷺ
۳۷۲	۱. ابزارهای سنتی و متداول عصر پیامبر ﷺ
۳۷۵	فرهنگ اسلام در ادبیات عرب
۳۷۷	حرکات تبلیغی غیر علنی - دعوت سری
۳۷۹	سخن و خطابه

۳۸۱	ویژگی خطابه اسلامی
۳۸۲	قرآن در خطابه‌ها
۳۸۳	خطبه جمعه:
۳۸۳	بیان و بلاغت
۳۸۵	بیان و بلاغت در اسلام
۳۹۱	۲. ابزارهای ویژه تبلیغ در اسلام
۳۹۱	۱. قرآن
۴۰۲	۲. حدیث و سنت نبوی
۴۰۵	۳. استحکام عقل و وجدان = کلمه طیبه
۴۰۷	۴. اسوه حسنه = الگای تبلیغ با عمل
۴۱۱	سیره صالحان:
۴۱۳	دعوت با عمل
۴۱۵	۵. قصه = داستان و تاریخ
۴۱۷	رابطه داستان با فرهنگ و فلسفه و اندیشه‌ها
۴۱۸	قصه در آیات و روایات
۴۲۳	۶. شعر و شاعری
۴۳۰	شعر در میدان کارزار
۴۳۳	مدایح و مناقب
۴۳۵	۷. پیک پیام
۴۳۶	نامه‌های پیامبر ﷺ
۴۳۷	الف) نامه کسری امپراتور ایران
۴۳۸	ب) نامه به سران اهل کتاب
۴۴۲	پ) نامه به سران قبایل و راهنمایان فکری مردم

۴۴۳	ث) نامه به گروه‌ها و طوایف و دعوت آنان به اسلام:
۴۴۴	نکاتی در پیرامون نامه و نامه‌رسان‌ها
۴۴۶	پیام‌رسانان پیامبر
۴۴۸	پیام‌رسان پیامبر نزد مقوقس
۴۵۱	۸. «وفود» و ارتباطات مردمی
۴۵۳	۹. موسم حج و مسئله تبلیغ
۴۵۸	مانور عظیم اسلامی در قالب حج
۴۶۱	۱۰. اذان یکی از وسایل ارتباط جمعی میدانی
۴۶۳	دیگر شعائر
۴۶۷	۱۱. اعرام تبلیغ و میث‌های تبلیغی
۴۶۹	۱۲. سفر و حجرت
۴۷۰	پیامبر در سفر
۴۷۱	۱۳. جهاد و دعوت
۴۷۵	پیامبر و دعوت در صحنه جهاد
۴۷۹	جنگ روانی
۴۸۲	ابتکار عمل در جنگ‌های روانی
۴۸۷	جنگ سرد و تبلیغات
۴۸۸	۱۴. هنر و تبلیغ
۴۸۹	اعجاز فنی و هنری قرآن
۴۹۱	قرآن کتاب روح و دل
۴۹۲	کنترل و هدایت هنر
۴۹۳	صدا و آهنگ
۴۹۸	جوانه‌های هنر در مذهب و عرفان

۵۰۰	۱۵. زبان ابزار تبلیغ.....
۵۰۲	۱۶. روان‌شناسی و تبلیغ.....
۵۰۹	۱۷. امثال و حکم.....
۵۱۲	ویژگی امثال قرآن.....
۵۱۲	الف) دقت و واقعیت.....
۵۱۴	ب) تأثیر روانی.....
۵۱۶	پ) ترغیب و تحذیر.....
۵۱۸	امثال در روایات.....
۵۱۹	۱۸. سوگند.....
۵۲۱	سوگند، ابزار تبلیغ.....
۵۲۱	۱. تقویت وجه پیام‌رسان.....
۵۲۳	۲. تحکیم مبانی پیام.....
۵۲۵	۳. سوگند و اقناع مخاطب.....
۵۲۶	خلاصهٔ بحث و چند تذکر لازم.....
۵۲۹	کتاب‌نامه.....
۵۳۵	نمایه.....

مقدمه چاپ دوم

از چاپ نخست کتاب پژوهشی درباره تبلیغ که تحقیق گسترده دانشگاهی است، چند سال می‌گذرد و اینک چاپ مجدد آن به همت مؤسسه بوستان کتاب (مرکز چاپ و نشر دفتر تبلیغات اسلامی حوزة علمیه قم) تقدیم جامعه فرهنگی و حوزوی می‌شود. در این سال‌ها، پژوهشگران و نویسندگان بسیاری این اثر را ستوده‌اند که مسئله تبلیغ را به شیوه علمی - تحقیقی بررسی کرده است و البته عرصه تبلیغ بیش از این‌ها به تتبع و کاوش نیاز دارد که فضلا و دانشمندان باید آن را به انجام رسانند.

همان‌گونه که خوانندگان محترم در متن کتاب مطالعات عمیق‌تر، مسئله تبلیغ چه از منظر ادیان الهی به ویژه اسلام، به عنوان آخرین رسالت آسمانی، و چه مکتب‌ها، فرهنگ‌ها، احزاب و جمعیت‌ها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و جایگاه تبلیغات در عرصه‌های دینی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی به ویژه امروزه نقش تعیین‌کننده دارد. به علاوه تبلیغ همچنان‌که این کتاب به تشریح آن پرداخته است، یک علم و فن و هنر و صنعت است و نیاز به تحقیق، تدریس، تفحص و تخصص دارد که مبلغان از آن بی‌نیاز نیستند و خوشبختانه در کتاب و سنت و سیره مبارکه همه این موارد را می‌توان کاوید و بر مبنای آن به تربیت مبلغان شایسته و آموزش دیده پرداخت و این رسالت حوزه‌های علمیه است که بار چنین مسئولیتی را به دوش کشند.

همان‌گونه که حضرت امام خمینی علیه السلام با نگاه جهان‌شمول خود فرمودند: «جهان

تشنه اسلام ناب محمدی ﷺ است». در چنین شرایطی که میلیون‌ها انسان از سلطه استکبار جهانی به ستوه آمده و از فرهنگ و تمدن بشری غربی و شرقی سرخورده شده و چشم‌ها و گوش‌های‌شان در انتظار شنیدن پیام‌های بخش اسلام است؛ ما حق نداریم فرصت‌سوزی کنیم و آن‌ها را از پیام حیات بخش اسلام محروم سازیم.

اکنون که موج بیداری اسلامی مرزهای بین‌المللی را درنور دیده و امت اسلام در جست‌وجوی هویت خویش است و موج بیداری علاوه بر خاورمیانه و آفریقا از مرزهای اروپا و آمریکا در حال عبور است و به رغم تبلیغات زهرآگین دجال‌های خبری امپریالیستی و صهیونیستی و فعالیت رسانه‌های غرب بر ضد اسلام و پیام آسمانی قرآن کریم، صدها میلیون انسان شیفته معنویت و بالندگی و پویایی اسلام عزیز به آیین حقیقت رسیده و برای استکبار جهانی کابوس وحشت آفریده‌اند، در چنین شرایطی رسالت حوزه‌ها، علماء، اندیشمندان و مبلغان و نخبگان بیش از هر زمان دیگر سنگین است، همان‌گونه که مسئولین و رسانه‌های مانیز چنین مسئولیتی را برعهده دارند و می‌بایست حقایق اسلام ناب و فرهنگ متعالی تشیع را به هر وسیله ممکن و به شیوه‌ها و به زبان‌های مختلف در اختیار جهان‌شان قرار دهند و این بستگی دارد به ایمان عمیق به مسئولیت و شناخت درست از مسئل تبلیغ و شیوه‌ها و روش‌ها و ابزارها و بایستگی‌های آن تا وفق تازه‌ای را پیش روی بگشاید.

این کتاب به بخش‌هایی از این مباحث پرداخته و ابواب دیگری نیز به قلم آمده که در فرصتی دیگر تقدیم خوانندگان گرامی خواهد شد. از خداوند بزرگ می‌خواهیم همه دلسوزان و شیفتگان معنویت را به انجام این رسالت اسلامی یاری داده و حرکت توفنده بیداری اسلامی را به دولت حق منجی عالم بشریت، موعود آسمانی اسلام پیوند دهد. آمین یا رب العالمین.