

تسلیمات از دیدگاه امام خمینی رحمۃ اللہ علیہ

مکمل، آوری و تنظیم:

رسول سلامند

این اثر دارای مجوز نشر به شماره ۱۹۲-۱۳۹۴/۲/۲
از مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی رحمۃ اللہ علیہ است.

سرشناسه:	سعادت‌مند، رسول، ۱۳۳۶-۰
عنوان و پدیاور:	تبلیغات از دیدگاه امام خمینی(ره) / گردآوری و تنظیم رسول سعادت‌مند
مشخصات نشر:	قمر: تسنیم، ۱۳۹۴
مشخصات ظاهری:	۱۲۰ ص.
شابک:	۹۷۸-۹۶۴-۵۸۶۴-۵۲-۹
وضعیت فهرست‌نویسی:	فبا
بازدادن:	کتابنامه به صورت زیرنویس
موضوع:	خمینی، روح الله، رهبر انقلاب و بنیانگذار جمهوری اسلامی ایران، ۱۲۷۹-۱۳۸۰- نظریه در باره تبلیغات
موضوع:	خمینی، روح الله، رهبر انقلاب و بنیانگذار جمهوری اسلامی ایران، ۱۲۷۹-۱۳۸۰- پیامها و سخنرانیها تبلیغات از دیدگاه امام خمینی
اسم افزوده:	تبلیغات از دیدگاه امام خمینی
رده‌بندی سنگره:	DSR ۱۵۷۴/۵/۹ ص ۷
رده‌بندی دیویی:	۹۵۵/۰۸۴۲



تبلیغات از دیدگاه امام خمینی

گردآوری و تنظیم:	رسول سعادت‌مند
ناشر:	انتشارات تسنیم
طراح جلد:	روح‌الله سعادت‌مند
نوبت چاپ:	اول، ۱۳۹۴
شمارگان:	۱۰۰۰ جلد
بها:	۴۰۰۰ ریال
شابک:	۹۷۸ - ۹۶۴ - ۵۸۶۴ - ۵۲ - ۹
تلفن مرکز پخش:	۰۲۵ - ۳۷۷۳۴۰۸۰
نمابر:	۰۲۵ - ۳۷۷۳۴۰۸۲

فهرست مطالب

پیشگفتار	۱۱
----------------	----

فصل اول: اهمیت و نقش تبلیغات

تبلیغات از اصول بسیار مهم اسلام عزیز	۱۶
❖ برای تبلیغات کنید	۱۶
❖ دنیا پر از تبلیغات است	۱۷
❖ دنیا با تبلیغات حرکت می کند	۱۷
❖ سلاح تبلیغات، بر سه متغیر سلاح ها	۱۷
❖ معرفی اسلام با تبلیغات صحیح	۱۹
❖ شکست مکاتب با عرضه صحیح اسلام	۱۹
❖ عرضه غلط اسلام، شکست اسلام	۱۹
❖ دفاع از حق و حقیقت را افزون کنیم	۲۰

فصل دوم: مسئولیت علما و حوزه ها در تبلیغات

❖ جهاد علما و گویندگان تبلیغ است	۲۱
❖ دفاع از اسلام و حوزه ها، وظیفه علما و مبلغین	۲۴
❖ اعتقاد قلبی در سخنگوی اسلامی	۲۵
❖ تناسب تبلیغات با نیازها	۲۶
❖ از قم نباید چیز خلافی منتشر شود	۲۷
❖ نظارت حوزه علمیه بر تبلیغات	۲۷
❖ تعطیل کردن درس و بحث برای حفظ اسلام	۲۷

- ❖ لزوم استمرار اعزام مبلغ در طول سال ۲۸
- ❖ جنبه الهی تبلیغات در نقاط دور افتاده بیشتر است ۲۹

فصل سوم: تبلیغات و تعظیم شعائر اسلامی

- ❖ زنده کردن شعائر اسلام، هدف انقلاب ما ۳۳
- ❖ تبلیغات در جهت تضعیف شعائر و مظاهر اسلامی ۳۴
- ❖ محتوای تبلیغ در مجالس مذهبی ۳۵
- ❖ نقش عظیم مجالس عزاداری در اتحاد و پیروزی ۳۵
- ❖ اسلام را با دست مردم نگه دارید ۳۶
- ❖ زنده نگه داشتن عاشورا، مسأله بسیار مهم سیاسی - عبادی ۳۷
- ❖ بر حجر و عقیقه زنده نگه دارنده اسلام ۳۸
- ❖ زنده نگه داشتن عاشورا، مایه حفظ کشور ۳۹
- ❖ ملت گریه اسلام را ۳۹
- ❖ انقلاب ایران ثمره محال را ۴۱
- ❖ طرح مسائل سیاسی - اجتماعی در مجالس عزاداری ۴۲
- ❖ مسائل انقلاب را در منابر فراموش نکنید ۴۲
- ❖ رعایت موازین اسلامی در مجالس مذهبی ۴۳

فصل چهارم: صدور انقلاب و تبلیغ آن

- ❖ نقش مهم تبلیغات در صدور انقلاب ۴۷
- ❖ انقلابمان را به دنیا بشناسانیم ۴۸
- ❖ وظیفه دولت و علما در تقویت تبلیغات ۴۸
- ❖ نقش حساس وزارت امور خارجه در ارائه موجودیت اسلامی ایران ۴۸
- ❖ مسئولیت وزارت خارجه در گسترش تبلیغات ۴۹
- ❖ صدور انقلاب با عمل و اخلاق ۴۹
- ❖ انتشار مجله برای تبلیغ و دفاع از انقلاب ۵۰
- ❖ همکاری فیضیه و دانشگاه در گسترش تبلیغات ۵۱
- ❖ تبلیغات باید براساس معنویات باشد ۵۱

- ❖ خط معنویت و توجه به مردم، اساس تبلیغات ۵۲
- ❖ فراگیری زبان‌های خارجی، عبادتی بزرگ ۵۲
- ❖ فراگیری زبان‌های زنده دنیا ۵۳
- ❖ وصیت به وزارتخانه‌های ارشاد و امور خارجه ۵۳

فصل پنجم: کمبودها و کاستیهای تبلیغاتی

- ❖ اهمیت هماهنگی در تبلیغات ۵۹
- ❖ لزوم هماهنگی وزارت ارشاد و شورای عالی تبلیغات ۶۰
- ❖ ضعف تبلیغاتی در معرفی بهترین و بزرگترین انقلاب دنیا ۶۰
- ❖ ضعف تبلیغاتی ما و قوت تبلیغات دشمن ۶۱
- ❖ تبلیغات ما خارج صفر بوده است ۶۱
- ❖ انقلاب خوش پیش رفته ۶۲
- ❖ آثار زیانبار کمبود تبلیغات و اعزام مبلغ ۶۲

فصل ششم: اهداف و روش‌های تبلیغاتی دشمن

- ❖ هجوم بی‌سابقه تبلیغاتی علیه انقلاب ۶۷
- ❖ تبلیغات دامن‌دار بر ضد اسلام و روحانیت ۶۷
- ❖ ترس از گسترش اسلام ۶۹
- ❖ تبلیغات علیه اسلام است نه علیه من و شما ۶۹
- ❖ از خود بیگانه ساختن ملت ۷۰
- ❖ تبلیغات برای جلوگیری از اتحاد مسلمین و مستضعفین ۷۱
- ❖ اظهار تأسف از دروغ پراکنی مطبوعات غربی ۷۱
- ❖ نقش تبلیغات در خودباختگی ملت ۷۲
- ❖ عصر ما، عصر فدا شدن ارزش‌ها ۷۳
- ❖ نقش صهیونیسم در تخریب افکار عمومی مردم آمریکا ۷۴
- ❖ شیوه‌های دروغ پراکنی رادیوهای بیگانه ۷۴
- ❖ شایعه پراکنی یکی از نقشه‌های بزرگ دشمن ۷۵
- ❖ صلح دوستی رئیس جمهور آمریکا مثل عدالت گستری انوشیروان ۷۶

- ❖ ایجاد دشمنی و سوء ظن در میان مردم ۷۷
- ❖ ترساندن ایرانیان از مراجعت به وطن ۷۷
- ❖ تأثیر تبلیغات در عقب ماندگی کشورهای مسلمان و مستضعف .. ۷۷
- ❖ بزرگنمایی قدرت آمریکا و انگلیس ۷۹
- ❖ نقش رادیوهای بیگانه در تهاجم نظامی علیه ایران ۸۰
- ❖ الان جنگ قلم است ۸۰
- ❖ دست جنایتکار آمریکا در آستین صاحبان قلم‌های جنایت بار ۸۱
- ❖ آمریکا با قلم می‌آید ۸۱
- ❖ قلم‌های مسموم و ادعای کهنه بودن اسلام و قوانین آن ... ۸۲
- ❖ سوء استفاده توطئه‌گران از احساسات جوانان ۸۳
- ❖ تبلیغات دشمن در مایوس نمودن ملت ۸۴
- ❖ تحریک هیئت‌های عسکری اسلامی ۸۵
- ❖ اشکال ترازوی برای ضعیف ملت ۸۶
- ❖ هراس منحرفین از تحقق اسلام ۸۷
- ❖ زمینه سازی برای دخالت نظامی ۸۷
- ❖ تحمل تهمت‌ها ۸۸
- ❖ برجسب ارتجاع پوششی برای مخالفت با اسلام ۸۸
- ❖ تبلیغات برای ترور شخصیت افراد مؤثر ۹۰
- ❖ گذشتن از خوبی‌ها و ایستادگی بر تهمت‌ها ۹۱
- ❖ ناتوان جلوه دادن اسلام در اداره کشورها ۹۱
- ❖ القاء ناتوانی به ملت‌ها برای استعمار آنان ۹۲
- ❖ ترس از صدور ارزش‌های اسلامی و انقلابی ۹۲
- ❖ ایجاد اختلاف در ملت ۹۳
- ❖ مصیبت تعریف دشمنان شکست خورده ۹۴
- ❖ بدگویی رسانه‌های غربی بهتر از تعریف کردن آنهاست ۹۴

فصل هفتم: مقابله با تبلیغات دشمن

- ❖ چگونگی کشف اهداف دشمن و مقابله با آن ۹۷

- ❖ با تبلیغات دشمن ساده برخورد نکنید ۹۷
- ❖ احساس ضعف نمودن در برابر توطئه‌ها ۹۸
- ❖ لزوم تقویت و توسعه تبلیغات ۹۹
- ❖ ارزنده‌ترین خدمت برای اسلام ۱۰۰
- ❖ جبران تبلیغات مسموم ۱۰۰
- ❖ مقابله با بوق‌های آمریکایی و صهیونیستی ۱۰۱
- ❖ بغض شخصی، عامل کمک به تبلیغات خارجی ۱۰۱
- ❖ به تبلیغات خارجی کمک نکنید ۱۰۲
- ❖ رسالت میهمانان خارجی در بیان واقعیات ایران ۱۰۲
- ❖ تحلیل عمیق ملت، باطل کننده تحلیل دشمنان ۱۰۴
- ❖ دلیل ترجیح ناسیونال‌دگان، گویندگان و ۱۰۵
- ❖ سوالات مسابقه ۱۰۷

میشگفتار

مسئله تبلیغات در ابعاد گوناگونی قابل بررسی است که عمدتاً به این ابعاد عبارتند از:

۱. ابزار تبلیغات
۲. اهداف تبلیغات
۳. آثار تبلیغات

که در بخش ابزار تبلیغات ما با تحولات و دگرگونیهای عظیمی روبرو هستیم. منشأ این تحولات، گراف، درک عمیق متولیان امور تبلیغات در سطح جهان از تأثیر گسترده تبلیغات می باشد که همین امر باعث سرمایه گذاری های عظیم برای توسعه و تنوع ابزار و شیوه های تبلیغاتی گردیده است. قدرتهای بزرگ و مسلط جهان که روزگاری ابزار سلطه خود بر منابع جهان را منحصرأ در قدرت نظامی و کشتی های پرپر می دیدند، امروزه توجه شان به شبکه های گسترده تبلیغاتی معطوف گردیده و بوسیله انواع قالبها از جمله قالب فریبنده اطلاع رسانی، سلطه خود را عمیق تر از گذشته نه تنها بر سرزمینها و منابع مادی که بر مغزها و فرهنگها تحمیل می کنند، که این خود خطرناکتر از اشغال نظامی مستقیم است چه اینکه اشغال نظامی به لحاظ ویژگیهای خاص خود سریعاً موجب

تحریک ملت‌های زیر سلطه می‌گردد و به همین جهت برای مدت زیادی قابل دوام نیست اما ایجاد وابستگی فکری و فرهنگی که مهمترین هدف تبلیغاتی قدرتهای جهانی می‌باشد باعث سلطه پایدار قدرتهای سلطه‌گر بر ملتها و منابع آنان خواهد بود.

امام خمینی علیه السلام با درک هوشمندانه و عمیق خود به این نکته واقف بودند و با این جمله کوتاه و بسیار رسا (سلاح تبلیغات برنده‌تر از کاربرد سلاح در میدان جنگ است) اهمیت و تأثیر تعیین کننده تبلیغات را برای همه مردم و مسؤولان امور تبلیغی کشور بیان فرمودند.

از ابتدای پیروزی انقلاب و حتی قبل از آن دستگاه تبلیغاتی استخبارات جهانی با زاری عظیم را علیه امام و انقلاب به راه انداخته و پرستار طرح موضوعات مختلف و شیوه‌های گوناگون سعی در خنثی کردن پیروزی انقلاب داشتند و پس از پیروزی انقلاب نیز به سبب بدی با انقلاب اسلامی برخاستند و با توطئه‌های مختلف داخلی و خارجی با بحران‌سازی قصد شکست انقلاب را داشته و دارند امام علیه السلام در حیات پربرکت خویش یک تنه به مقابله با این تبلیغات شوم پرداختند و با بر ملا کردن نیات پلید پشت پرده این تبلیغات، امت اسلامی را از دامهای فریب تبلیغاتی بر حذر می‌داشتند.

اکنون این رسالت همچنان باقی است چه اینکه توطئه‌ها بعد از ارتحال ایشان نه تنها فرو ننشسته بلکه بر شدت و دامنه آن افزوده نیز شده است. امام علیه السلام با نگرشی ارزشی به مسأله تبلیغات بر بکارگیری دستگاههای مختلف تبلیغی کشور در جهت خنثی کردن تبلیغات سوء دشمنان داخلی و خارجی و نیز رساندن پیام انقلاب اسلامی به سراسر جهان، تأکید بسیاری می‌ورزیدند و بارها از کمبودها و کاستیهای دستگاههای مسؤول تبلیغی سخن گفته‌اند.

مجموعه مختصری که پیش روی دارید، در بر دارندهٔ رهنمودهای آن امام عظیم‌الشان پیرامون تبلیغات و ابعاد مختلف آن می‌باشد، که می‌توان همچون سایر رهنمودهای ایشان، روشنگر راه کوشندگان در عرصه‌های تبلیغی باشد.

در پایان تذکر نکاتی چند، ضروری به نظر می‌رسد:

۱. تکرار یک موضوع تحت عناوین مختلف در این مجموعه ضمن این که حاوی نکات دیگری می‌باشد، بیانگر اهتمام اکید و حساسیت بسیار امام علیه السلام نسبت به موضوع مورد نظر است.
۲. عناوین این مجموعه یا عیناً بخشی از کلام امام راحل و یا مأخذ از مناوای کلام ایشان است که توسط تنظیم‌کننده گزینش شده است لذا از خوانندگان محترم خواهشمند است که در انتساب عناوین به امام علیه السلام این نکته را رعایت فرمایند.
۳. در پایان کتاب، از مطالب آن سئوالاتی تنظیم گردیده است که نهادها، سازمان‌ها و مراکز فرهنگی جهت برگزاری مسابقه فرهنگی می‌توانند استفاده نمایند.

سول سعادت‌مند