

تعاریف فوق مفهوم اصطلاحی تبلیغ علی‌العموم را شامل می‌شود اما آنچه در این جا منظور نظر است تبلیغ اسلامی است. بنابر این آنچه که تحت عنوان « پروپاگاندا » در فرهنگ غرب معمول است. با تبلیغ دینی تفاوت بسیار دارد.

هدف غایی از انتقال مفاهیم دینی یا تبلیغ اسلام، گونه‌ای اطلاع‌رسانی برای معرفی حقایق ارزشمند انسانی و الهی و سوق دادن مخاطبان به سوی آنهاست اما در پروپاگاندا چیزی به عنوان اصلاح یا پرورش انسان‌ها مطرح نیست بلکه مسخ فکری و استتعاله فرهنگی یکی از مبانی اصلی آن است.

فن تاثیر پذیری

لامول در این باره می‌نویسد: « تبلیغ در گسترده ترین معانی آن، فن تاثیر گذاری بر عمل انسانی به وسیله تغییر مظاهر فکری است. در تبلیغ، فرد بی طرف نیست بلکه هدفی خاص دارد ؛ هدفش نیز نه ارائه اطلاعات درست بلکه تاثیر گذاری بر دیگری است. بنابر این با تحریف وقایع و تخمین و حتی مسخ انسان‌ها سر و کار دارد. » اما تبلیغ اسلامی عبارت است از رساندن پیام الهی به شیوه روشنگرانه که از طریق ایجاد ارتباط و تشویق به پذیرش محتوای مورد نظر با استفاده از ابزارهای مشروع هر عصر صورت می‌پذیرد و در حقیقت تبلیغ اسلامی « شناساندن خوبی‌ها و تشویق به انجام آن و ترسیم بدی‌ها و راه‌گریز و منع از آن است. »

ابعاد علمی و نظری

متاسفانه به‌رغم گذشت حدود سه دهه از استقرار نظام اسلامی در ایران و تلاش‌های بسیار دامنه دار و خوبی که در زمینه تبلیغات دینی صورت پذیرفته اما هنوز ابعاد نظری و عملی این موضوع برای متصدیان امر روشن نیست.

به‌ویژه آنکه سامانه این نوع تبلیغ که با نوع مشابه آن در حوزه امور سیاسی و اقتصادی تفاوتی بنیادی دارد نتوانسته

متاسفانه به‌رغم گذشت حدود سه دهه از استقرار نظام اسلامی در ایران و تلاش‌های بسیار دامنه دار و خوبی که در زمینه تبلیغات دینی صورت پذیرفته اما هنوز ابعاد نظری و عملی این موضوع برای متصدیان امر روشن نیست

است خود را با تحولات بسیار سریع و روز به روز اجتماعی و علمی هماهنگ سازد.

آسیب شناسی تبلیغ

خوب موعظه کنیم



تبلیغ به‌ویژه تبلیغات نوین، تلاشی است پیگیر برای ایجاد یا شکل دادن ر خداده‌ها به‌منظور تحت تاثیر قرار دادن روابط عامه مردم با کاری فکری یا گروهی. در واقع می‌توان گفت تبلیغات، کوشش کم و بیش عمدی و سنجیده است که هدف نهایی آن نفوذ در عقاید یا رفتار افراد برای تامین مقاصد از پیش تعیین شده است. اما شاید بلیغ ترین تعریف در این زمینه عبار تست از: رساندن مجموعه اطلاعاتی به مخاطب به منظور اقناع و برانگیختن احساسات وی به سود یا بر ضد یک موضوع در اینجا با آسیب های تبلیغات بیشتر آشنای شویم.

ک دعوت و تبلیغ از دیدگاه اسلام می‌بایست مبتنی بر حکمت و موعظه حسنه باشد. چنانکه خداوند رحمان در قرآن کریم خطاب به پیامبر اکرم(ص) می‌فرماید: «دع الی سبیل ربک بالحکمه و الموعظه الحسنه و جادلهم بالتی هی احسن.» «در دنیای کنونی، شیوه‌های تبلیغی، مبتنی بر تهمت ،دروغ و شانتاژهای سیاسی و مبالغه‌گویی است. این‌گونه تبلیغ، مورد تایید اسلام نیست زیرا در این روش، هدف وسیله را توجیه می‌کند. آری در مکتب اسلام دروغ و فریب در تبلیغ جایز نیست اگر چه به قیمت شکست یا پیروزی حق تمام شود.» در حقیقت دین حنیف اگر حقگرا و مبتنی بر برهان و دانش و خرد بماند و آلوده دست باند‌های سیاسی و اقتصادی نشود و خود را از این اصل غیر توحیدی که : هدف وسیله را توجیه می‌کند مصون دارد متکای قیمی برای تبلیغ دینی خواهد بود. اندیشه دینی به خودی خود قادر است زاویه‌های پنهان روح آدمی را آشکار و عیان سازد و وظیفه مبلغ دینی آن است که با آگاهی بخشی به مخاطب خود، او را بر آن دارد تا پنجره دل را بر آن حقایق متعالی بگشاید و خود را در معرض نسیم دل‌انگیز وحی قرار دهد.

عناصر تبلیغی دینی

تشویق به تفکر: « آنچه که از معنی آیه فوق استنباط می‌شود آن است که خداوند وظیفه تبیین دین و شریعت را بر عهده پیامبر اکرم(ص) قرار داده‌است و این بدان معنی است که پیامبر علاوه بر ابلاغ، به تبیین و تفهیم آیین اسلام نیز مبادرت می‌ورزیده است. و ادامه آیه بیانگر آن است که خداوند از ابلاغ و تبیین دین، «و لعلهم یفکرون» را انتظار دارد.

خداوند، تعبد بی پشتوانه عقل و اندیشه را نمی‌خواهد. لذا از مسلمانان می‌خواهد که در بیانات الهی و روشننگری‌هایی که پیامبر انجام داده اندیشه کنند زیرا پذیرشی که پس از دریافت صحیح و تفکر و تأمل باشد ارزشمند است و دوام دارد و در روح انسان رسوخ می‌کند.

صرف تعبد اگر چه در حد خودش یک ارزش است اما آن ارزشی که اسلام به آن بها می‌دهد نیست. «بر این اساس مبلغ دین که خود وام‌گیرنده شانیت تبلیغ از پیامبران الهی است علاوه بر ارائه و اطلاع‌رسانی در خصوص آموزه‌های دینی، وظیفه تشریح و توضیح و تشویق به تفکر و تعقل را نیز مخاطب خود دارد چرا که

دفعه نهایی آیه فوق لعلهم یفکرون است. خداوند نفرمود لعلهم یتعبدون و یا لعلهم یتسلمون و این مطلب نکته بسیار مهمی است که مبلغان می‌بایست توجه خاصی نسبت به آن مبذول دارند و اساساً پذیرش تعقلی دین بر پذیرش تعبدی آن شرافت و برتری دارد.

حکمت

در این آیه خداوند کریم واژه حکمت را به صورت مطلق بیان فرموده و هیچ قیدی برای آن قرار نداده‌است. چنانکه در آیه دیگری می‌فرماید: «و من یوتی الحکمه فقد اوتی خیراً کثیراً» به هر کس حکمت اعطا شود همانا خیر بسیار هدیه شده‌است. «دین در ذات و جوهر خود بر حکمت استوار است.» به عبارت دیگر این صرفاً در حد یک انتخاب ساده و تمرین یک رفتار خلاصه نمی‌شود. پذیرش دین نیازمند درک ابعاد حکمت آمیز و خردمندانه آن است. این مهم از نظر ماهیت با آنچه در تبلیغات به معنای مرسوم جاری است کاملاً متفاوت می‌نماید. تبلیغ دینی در طراحی روش‌ها و اصول خود و نیز در بهره‌برداری و سازماندهی امکانات خود باید طرفی مناسب با این ویژگی بیابد. »

موعظه بلیغ و نیکو

از دیگر عناصر اثربخش و کلیدی تبلیغ، وعظ و اندرز مخاطبان بر روال و مشی نیک و پسندیده است. چنانکه قرآن کریم واژه حکمت را علی‌الاطلاق و بدون توصیف به کار برده‌است اما در خصوص موعظه آن را به وصف حسنه متصف ساخته‌است. موعظه نیکو، موعظه آگاهانه است و موعظه آگاهانه پندی است که با موازین عقل و احساس سازگار باشد و مراتب و شرایطی دارد که هر کس را توانایی تحمل و تکافل آن نیست.

امیرالمومنین علی(ع) فرموده: نصیحت یک انسان در بین مردم به منزله کوبیدن وی است. بی‌شک، ضربه زدن به حیثیت و شخصیت مسلمانان در حین سخنرانی موعظه نیست. «اگر لحن موعظه به صورتی باشد که ایهام تزکیه نفس از آن بر خیزد، ناروا و بی‌اثر است؛ به عنوان مثال بگوید: « شما که می‌خواهید آدم بشوید» یعنی من آدم شده‌ام یا دیگران که مستقیماً موعظه نکند بلکه در لفافه روایات و آیات یا از لسان دیگران منظور خویش را بیان کند. مثلاً بگوید: فلان استناد اخلاق چنین می‌فرمود. یا در قرآن کریم و نهج البلاغه چنین آمده است.» (پژوهه)