



بسمه تعالی

پایان نامه دفتر تبلیغات اسلامی خراسان رضوی

دوره جنبش علمی حوزه

گرایش دوره عالی تبلیغ و تربیت اسلامی

عنوان: بایسته های تبلیغ دینی

استاد مشاور: سرکار خانم مهوش

نگارنده: ملیحه گلماکانی

سال تحصیلی: ۱۳۸۸



فهرست مطالب

چکیده	۷
مقدمه	۸

فصل اول: کلیات

تعریف و تبیین موضوع	۹
اهداف موضوع	۹
اهمیت موضوع	۱۰
ضرورت موضوع	۱۳
پیشینه موضوع	۱۴
روش تحقیق	۱۶
سوالات تحقیق	۱۶
فرضیه	۱۷
کلیدواژه	۱۷

فصل دوم: مفهوم شناسی

معنای لغوی	۱۸
معنای اصطلاحی	۱۹

فصل سوم: مبانی و کارکردهای تبلیغ

۳-۱) مبانی تبلیغ	۲۱
۳-۱-۱) توجه به اولویت های تبلیغ	۲۱

۲۴ روانشناسی تبلیغ (۳-۱-۲)

۲۸ کارکردهای تبلیغ (۳-۲)

۲۸ کارکردهای دینی (۳-۲-۱)

۳۰ کارکردهای فرهنگی (۳-۲-۲)

۳۱ کارکردهای اجتماعی (۳-۲-۳)

فصل چهارم: وظایف و صفات مبلغ

۳۳ وظایف مبلغ (۴-۱)

۳۳ خودسازی و تبلیغ عملی (۴-۱-۱)

۳۴ آشنایی با علوم اسلامی و احکام شرعی (۴-۱-۲)

۳۴ حضور در صحنه (۴-۱-۳)

۳۵ تبلیغ ولایت و رهبری (۴-۱-۴)

۳۵ تعلیم و تربیت (۴-۱-۵)

۳۶ احترام به دیگران (۴-۱-۶)

۳۶ استمداد از خداوند (۴-۱-۷)

۳۷ صفات مبلغ (۴-۲)

۳۷ آگاهی (۴-۲-۱)

۳۷ علم و عمل (۴-۲-۲)

۳۸ سعه صدر و استقامت (۴-۲-۳)

۳۹ نرمخو، مهربان و دلسوز و مهربان (۴-۲-۴)

- ۳۹ (۴-۲-۵) متواضع و باگذشت
- ۳۹ (۴-۲-۶) ایمان به هدف
- ۴۰ (۴-۲-۷) اخلاص
- ۴۰ (۴-۲-۸) پیشگام
- ۴۱ (۴-۲-۹) قاطع و باشهامت
- ۴۲ (۴-۲-۱۰) مردمی و درد آشنا
- ۴۲ (۴-۲-۱۱) صبر و بردباری
- ۴۲ (۴-۳) اصول و ویژگی های تبلیغ در قرآن
- ۴۳ (۴-۳-۱) اصل اختیار در تبلیغات دینی
- ۴۳ (۴-۳-۲) اصل آگاهی در دو مسیر متضاد
- ۴۴ (۴-۳-۳) اصل مسئولیت پذیری
- ۴۴ (۴-۳-۴) اصل قدرت تغییر دهندگی
- ۴۴ (۴-۳-۵) اصل تفاوت های فردی
- ۴۵ (۴-۳-۶) اصل فطری بودن تربیت دینی
- ۴۵ (۴-۳-۷) اصل زیبایی دوستی و زیبا نمائی
- ۴۵ (۴-۳-۸) اصل خردورزی و اندیشه ورزی
- ۴۶ (۴-۳-۹) اصل شهود و درک قلبی

فصل پنجم: موانع و راهکارهای تبلیغ

- ۴۷ (۵-۱) موانع تبلیغ



۲-۵) راهکارهای تبلیغ

اینک به برخی از راهکارهای مناسب در این جهت برای رونق بخشیدن و بهتر شدن این وظیفه ی الهی در جوامع اسلامی و غیر اسلامی اشاره می شود.

۱. ایجاد مراکز تربیت مبلغ در سطوح مختلف و با اهداف والا و ارزشمند، مراکزی از قبیل سازمان تبلیغات، دفتر تبلیغات، حوزه های علمیه و ... که اکنون در این راستا مشغول به فعالیت هستند.
۲. مراکزی که برای تبلیغ فعالیت می کنند بایستی از تمامی امکانات مادی و معنوی مورد نیاز برخوردار باشند تا بتوانند با خیالی آسوده و به دور از هر گونه دغدغه ی خاطر به فعالیت خویش پردازند.
۳. تشکیل دوره های آموزشی برای مبلغین جهت ارتقاء سطح تبلیغ و آشنایی مبلغ با روش های نوین تبلیغی و بحث و بررسی موقعیت های مختلف اجتماعی و جغرافیایی و فرهنگی جهت آشنایی هر چه بیشتر مبلغ لا آداب و رسوم و عقاید و فرهنگ های ملل و اقوام مختلف.
۴. تشکیل کارگاه های آموزشی جهت آسیب شناسی تبلیغ یکی از ضروری ترین نیازها به نظر می رسد که باید در این کارگاه ها مسائل همچون مشکلات مبلغین، چرا تاثیرگذاری شیوه های کنونی و یا ناکار آمد بودن تبلیغ در حوزه های مختلف علت یابی گردد.
۵. توجه دادن طلاب به وضعیت کنونی دنیای امروز و هجمه ی دشمنان به اسلام و شیخون فرهنگی و کم رنگ کردن نقش اسلام و انقلاب در تعالی بشر و
۶. اعزام مبلغ به مناطق دور افتاده و مجاور با مرزها و از همه مهم تر، اعزام مبلغ به خارج از کشور جهت توسعه و گسترش دین به سرتاسر جهان.

یکی از مسائل مهم که باید در نظر گرفته شود این است که بیشتر تأثیر گذاری تبلیغ به خود مبلغ بر می گردد، اگر مبلغی درد دین داشت و این دغدغه ی دینی برای او مهم تر از هزینه و پول باشد تأثیر دارد و آلا اگر به خاطر گرفتن هزینه و درآمد باشد هر چند با بهترین شیوه های تبلیغ کند تأثیر درونی ندارد. لذا باید در طلاب درد دین ایجاد کرد. این امر مسئله مهمی است که متاسفانه در حال حاضر در بین طلاب بسیار غریب است.

خطابه، موعظه و سخنرانی اینگونه مراسم تأثیر مثبتی در روحیه و عملکرد مردم و مخاطب می گذارد. اما چرا باید به افراد محدود اکتفا کرد؟

یکی از بزرگ ترین راه های تبلیغ که سخن مبلغ را به گوش افراد زیادی می رساند، استفاده از رسانه ها است. تبلیغ از طریق رسانه، کار آسانی نیست و مدت زمان زیادی میطلبد تا فیلمی بر پرده سینما بالا رود یا سایتی در اینترنت فعال گردد، اما اگر این سختی را به تن بخریم تأثیر آن را بیشتر خواهیم دید. به علاوه یکی از راه های مقابله با دشمن استفاده از صلاحی است که خود آن ها استفاده می کنند. و چون امروزه فیلم های زیادی علیه اسلام ساخته شده و سایت های فراوانی در این موضوع فعالیت می کند، پس مبلغ اسلامی باید از همین راه ها پاسخ آن ها را داده و حرف حق خود را ثابت کند.

نتیجه

با توجه به اینکه در دنیای امروز با صرف مدت زمان کوتاه و با فشار دادن چند دکمه می توان با سراسر دنیا ارتباط برقرار کرد و دنیای کفر با استفاده از این امکانات، حرف ناحق خود را ترویج داده و افراد زیادی را گمراه می کند. در چنین وضعیتی بر ما است که به عنوان مبلغان اسلامی از بزرگ ترین و مؤثرترین راه های ارتباطی، دین اسلام را، که حق مطلق است، رواج داده و از کوچک ترین فرصتی غافل نشویم.

در کشورهای اسلامی شاید علمای زیادی وجود داشته باشند اما چرا بسیاری از مردم حق جو و تشنه در کشورهای دیگر در فقر فرهنگی دست و پا می زنند؟!

پس تنها علم آموزی کافی نیست که زکات علم، نشر آن است. علاوه بر بالابردن توان و سطح علمی بایستی به دانسته هایمان عمل کنیم و در برابر شبهات روز که افراد جامعه اسلامی به خصوص نوجوانان و جوانان را احاطه کرده خود را با سلاح علم و قلم مسلح نموده و به دفاع بپردازیم بالاخص در حال حاضر که وظیفه مبلغ دینی دوچندان است. انشاءالله که بتوانیم به عنوان مبلغ دینی به وظایف خود عمل نماییم

فهرست منابع

*قرآن کریم

*نهج البلاغه، محمد دشتی،

۱. احدی، حسن، محسنی، یک چهره (روان شناسی رشد)، انتشارات رشد، بی تا.

۲. آمدی، عبدالواحد بن محمد تمیمی، **غررالحکم و درالکلم**، ترجمه محمدعلی انصاری، قم،

موسسه انتشاراتی امام عصر(ع) چاپ دوم، زمستان ۱۳۸۲.

۳. جوادی آملی، عبدالله، **تفسیر موضوعی قرآن کریم**، مرکز نشر فرهنگی اسراء، چاپ سوم،

۱۳۸۳، جلد ۶.

۴. حریری، یوسف، **فرهنگ اصطلاحات قرآنی**، انتشارات هجرت، ۱۳۷۸.

۵. حیدری، احمد رضا، **خلاصه مقاله تبلیغ و تبلیغات**، انتشارات سازمان تبلیغات اسلامی، ۱۳۷۱.

۶. دشتی، سیدمصطفی، **معارف و معاریف (دایره المعارف جامع اسلامی)**، موسسه فرهنگی

آرایه، چاپ اول، ۱۳۶۹، جلد ۳ و ۲.

۷. رازقی، احمد، **اهمیت و ضرورت تبلیغات**، مرکز چاپ و نشر سازمان اسلامی، تهران، ۱۳۷۲.

۸. طباطبایی، محمد حسین، **تفسیر المیزان**. (نرم افزار سلیم)

۹. علی کرمی، رضا، **روش های تبلیغ**، انتشارات دارالثقلین، ۱۳۷۸.

۱۰. فضل الله، محمدحسین، **گام‌هایی در راه تبلیغ**، ترجمه احمد بهشتی، مرکز چاپ و نشر

سازمان تبلیغات اسلامی، چاپ اول، ۲۲ بهمن ۱۳۶۱، جلد ۱.

۱۱. قرائتی، محسن، **تفسیر نور**، ج ۳، مرکز فرهنگی درس‌هایی از قرآن، ۱۳۷۶.

۱۲. قرائتی، محسن، **قرآن و تبلیغ**، مرکز فرهنگی درس‌هایی از قرآن، ۱۳۷۸.

۱۳. کرمی، علیرضا، **روش‌های تبلیغ**، دارالثقلین، قم، چاپ دوم، تابستان ۱۳۷۸.
۱۴. کریمی، عبدالعظیم، **راهبردهای روان شناختی تبلیغ**، ستاد اقامه نماز، ۱۳۸۱.
۱۵. مجلسی، محمدباقر، **بحارالانوار**، موسسه الوفای بیروت، ۱۴۰۴.
۱۶. محمدی ری‌شهری، محمد، **تبلیغ در قرآن و حدیث**، ترجمه علی نصیری، مرکز تحقیقات دارالحدیث، چاپ اول، ۱۳۸۰.
۱۷. مکارم شیرازی، ناصر و دیگران، **تفسیر نمونه**، انتشارات دارالکتاب الاسلامیه، ۱۳۷۱.
۱۸. ملک محمودی الیگودرزی، امیر، **راهنمای تبلیغ**، چاپخانه قلم، قم، چاپ اول، زمستان ۷۹.
۱۹. نبوی، محمد محسن، **ماهنامه مبلغان**، سردبیر: حسین ملانوری.

