

بسمه تعالیٰ

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: مليحه گلمکانی

سال تحصیلی: ۱۳۸۸

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِيْمِ

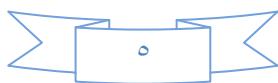
فهرست مطالب

۷	چکیده
۸	مقدمه
فصل اول: کلیات	
۹	تعریف و تبیین موضوع
۹	اهداف موضوع
۱۰	اهمیت موضوع
۱۳	ضرورت موضوع
۱۴	پیشینه موضوع
۱۶	روش تحقیق
۱۶	سوالات تحقیق
۱۷	فرضیه
۱۷	کلیدواژه
فصل دوم: مفهوم شناسی	
۱۸	معنای لغوی
۱۹	معنای اصطلاحی
فصل سوم: مبانی و کارکردهای تبلیغ	
۲۱	(۳-۳) مبانی تبلیغ
۲۱	۱-۱-۳) توجه به اولویت های تبلیغ

۲۴(۳-۱) روانشناسی تبلیغ	۲
۲۸(۳-۲) کارکردهای تبلیغ	۲
۲۸(۳-۲-۱) کارکردهای دینی	
۳۰(۳-۲-۲) کارکردهای فرهنگی	
۳۱(۳-۲-۳) کارکردهای اجتماعی	
فصل چهارم: وظایف و صفات مبلغ		
۳۳(۴-۱) وظایف مبلغ	۱
۳۳(۴-۱-۱) خودسازی و تبلیغ عملی	
۳۴(۴-۱-۲) آشنایی با علوم اسلامی و احکام شرعی	
۳۴(۴-۱-۳) حضور در صحنه	
۳۵(۴-۱-۴) تبلیغ ولایت و رهبری	
۳۵(۴-۱-۵) تعلیم و تربیت	
۳۶(۴-۱-۶) احترام به دیگران	
۳۶(۴-۱-۷) استمداد از خداوند	
۳۷(۴-۲) صفات مبلغ	۲
۳۷(۴-۲-۱) آگاهی	
۳۷(۴-۲-۲) علم و عمل	
۳۸(۴-۲-۳) سعه صدر و استقامت	
۳۹(۴-۲-۴) نرمخو، مهربان و دلسوز و مهربان	



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



۲-۵) راهکارهای تبلیغ

اینک به برخی از راهکارهای مناسب در این جهت برای رونق بخشیدن و بهتر شدن این وظیفه‌ی الهی در جوامع اسلامی و غیر اسلامی اشاره می‌شود.

۱. ایجاد مراکز تربیت مبلغ در سطوح مختلف و با اهداف والا و ارزشمند، مراکزی از قبیل سازمان

تبلیغات، دفتر تبلیغات، حوزه‌های علمیه و ... که اکنون در این راستا مشغول به فعالیت هستند.

۲. مراکزی که برای تبلیغ فعالیت می‌کنند با استیضاح تمامی امکانات مادی و معنوی مورد نیاز

برخوردار باشند تا بتوانند با خیالی آسوده و به دور از هر گونه دغدغه‌ی خاطر به فعالیت خویش

پردازنند.

۳. تشکیل دوره‌های آموزشی برای مبلغین جهت ارتقاء سطح تبلیغ و آشنایی مبلغ با روش‌های

نوین تبلیغی و بحث و بررسی موقعیت‌های مختلف اجتماعی و جغرافیایی و فرهنگی جهت آشنایی

هر چه بیشتر مبلغ لا آداب و رسوم و عقاید و فرهنگ‌های ملل و اقوام مختلف.

۴. تشکیل کارگاه‌های آموزشی جهت آسیب‌شناسی تبلیغ یکی از ضروری‌ترین نیازها به نظر می‌

رسد که باید در این کارگاه‌ها مسائل همچون مشکلات مبلغین، چرا ثاثیرگذاری شیوه‌های کنونی و یا

ناکار آمد بودن تبلیغ در حوزه‌های مختلف علت یابی گردد.

۵. توجه دادن طلاق به وضعیت کنونی دنیای امروز و هجمه‌ی دشمنان به اسلام و شیعیون

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 مهم‌تر، 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 می‌گردد، اگر مبلغی درد دین داشت و این دغدغه‌ی دینی برای او مهم‌تر از هزینه و پول باشد تأثیر دارد و آلا اگر به خاطر گرفتن هزینه و درآمد باشد هر چند با بهترین شیوه‌های تبلیغ کند تأثیر درونی ندارد. لذا باید در طلاق درد دین ایجاد کرد. این امر مسئله مهمی است که متاسفانه در حال حاضر در بین طلاق بسیار غریب است.

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

یکی از بزرگ‌ترین راه‌های تبلیغ که سخن مبلغ را به گوش افراد زیادی می‌رساند، استفاده از رسانه‌ها است. تبلیغ از طریق رسانه، کار آسانی نیست و مدت زمان زیادی می‌طلبید تا فیلمی بر پرده سینما بالا رود یا سایتی درایترنوت فعال گردد، اما اگر این سختی را به تن بخریم تأثیر آن را بیشتر خواهیم دید. به علاوه یکی از راه‌های مقابله با دشمن استفاده از صلاحی است که خود آن‌ها استفاده می‌کنند. و چون امروزه فیلم‌های زیادی علیه اسلام ساخته شده و سایت‌های فراوانی در این موضوع فعالیت می‌کند، پس مبلغ اسلامی باید از همین راه‌ها پاسخ آن‌ها را داده و حرف حق خود را ثابت کنند.

نتیجه

با توجه به اینکه در دنیای امروز با صرف مدت زمان کوتاه و با فشار دادن چند دکمه می‌توان 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 می‌کند. در چنین وضعیتی بر ما است که به عنوان مبلغان اسلامی از بزرگ‌ترین و مؤثرترین راه‌های ارتباطی، دین اسلام را، که حق مطلق است، رواج داده و از کوچک‌ترین فرصتی غافل نشویم.

درکشورهای شاید علمای زیادی وجود داشته باشند اما چرا بسیاری از مردم حق جو وتشنه پس تنها علم آموزی کافی نیست که زکات علم، نشر آن است. علاوه بر بالابردن توان وسطح علمی بایستی به دانسته‌هایمان عمل کنیم و دربرابر شبهات روزکه افراد جامعه اسلامی به خصوص نوجوانان و جوانان را حاطه کرده خود را باصلاح علم و قلم مسلح نموده و به دفاع پردازیم بالاخص در حال حاضر که وظیفه مبلغ دینی دوچندان است. انشالله 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، عبدالواحدین محمد تمیمی، غررالحكم 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 ۲ و ۳.

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، ۱۳۶۱ بهمن ۲۲، جلد ۱.

۱۱. قرائتی، محسن، تفسیر نور، ج ۳، مرکز فرهنگی درس هایی از قرآن، ۱۳۷۶.

۱۲. قرائتی، محسن، قرآن و تبلیغ، مرکز فرهنگی درس هایی 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، بحار الانوار، 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.