

تبلیغات موثر از دیدگاه مقام معظم رهبری

الهام افشاری^۱

چکیده

تبلیغ و تبلیغات چیزی نیست که در یک برهه زمان به وجود آمده باشد بلکه سابقه آن به ابتدای تاریخ برمی گردد در هر عصری طبق ویژگی‌ها و شرایط آن عصر تبلیغ صورت می گرفته است امروزه تبلیغ نسبت به گذشته از اهمیت بسیار برخوردار است؛ چرا که با پیشرفت تکنولوژی گمراهی مردم از طرق مختلف بیشتر می شود. مبلغان با ایمان و واقعی باید از این اوضاع به درستی استفاده کرده و با تبلیغات صحیح اصول جامعه را به راه راست هدایت کنند و فقط تبلیغ صحیح نجات بخش خواهد بود.

کلمات کلیدی: تبلیغ، موثر

مقدمه

تبلیغ و تبلیغات مساله ای است که در طول تاریخ جاری و ساری بوده و اگر دقت شود متوجه میشویم که از همان اول جز مسائل پر اهمیت بوده چرا که از همان زمان پیامبران تبلیغ جز شرایط رسالتشان بوده امروز نیز علما و مضلا و طلاب که ادامه دهنده و پیرو راه آنها هستند همان رویه را در پیش خواهند گرفت و باید نسبت به ان اهمیت دهند نمونه بارز در این روزگار امام خمینی(ره) که نتیجه تبلیغاتشان پیروزی انقلاب بوده است و معلوم میشود اگر تبلیغی صحیح باشد و طبق اصول و قواعد باشد آنقدر تاثیر می گذارد که یک انقلاب پیروز می شود یک کافر مسلمان می شود.

^۱ دانشجوی کارشناسی دروس حوزوی، حوزه علمیه خاوران الزهراء، e.afshari.z.7329@gmail.com

در جوامع امروز که همه چیز پیچیده شده و زیر نظر دشمنان بوده و مردم درگیر شبهه های بسیار شده اند طبق فرمایش مقام معظم رهبری تبلیغ است که راه نجات و رفع نیاز جامعه می شود اگر از راه صحیحش باشد.

یافته‌ها، بحث و بررسی، تحلیل

مفهوم تبلیغ

تبلیغ از ماده بلغ به معنی رسیدن به آخرین حد و بالاترین مرحله است. کلمه تبلیغ به معنای (رساندن) و (ابلاغ) کردن است و هم چنین به معنای (رساندن خبر یا پیام) و نیز (پیام یا مطالبی را به اطلاع مردم رساندن) است. این واژه در قرآن کریم به معنای (ابلاغ) به صورت های گوناگون در موارد متعدد تکرار شده است.^۱ مانند: (لَقَدْ أَرْسَلْنَاكَ رَسَالَةً نَّبِیِّ)

تعریف تبلیغات

تبلیغات همان شناساندن خوبی ها و تشویق به انجام آن و ترسیم بدی ها و نشان دادن راه گریز و منع از آن است، که از اصول بسیار مهم اسلام است.^۲

نگاهی به تاریخ تبلیغ و تبلیغات

تبلیغات نیز مانند ارتباطات تاریخی عمر بشر دارد. اولین مبلغان، پیامبران الهی بودند که از قدیمی ترین ایام تاریخ تمامی همت و تلاش خود را در محبت رساندن پیام وحی و فرامین پروردگار به افراد بشر و شناساندن خوبی ها و تشویق به انجام آن و ترسیم بدی ها و مبارزه با آن به کاربرده اند. بخش عمده ای از کتاب های تورات و انجیل و نیز قرآن کریم شامل تاریخ سراسر مبارزه پیامبران در راستای دعوت به حق و حقیقت، مقابله با ستمگران است. در

^۱. مروی، شیوه های تبلیغی امام خمینی

^۲. صباغ پور، تبلیغات از دیدگاه امام خمینی (هنر رسانه)

قرآن کریم نام ۲۵ پیامبر آمده است و چگونگی دعوت تبلیغ آنان به صورت مختصر و مفصل ذکر شده است.^۱

البته همانطور که همه می دانند، عده پیامبران بسیار زیاد است و در هر عمر و دوره ای تا زمان ختم رسولان این مردان الهی و پیروان آنان، مبلغان راه حق بوده اند. در زمان ما نیز امام خمینی(ره) این وظیفه الهی را با توکل به خداوند و با قدرت تمام و جهاد مستمر به انجام رساندن و نمونه کامل یک مبلغ اسلامی است. مفهوم تبلیغ حتی در دوره های ماقبل تاریخ بود انسان ها بیگانه نبوده است و بسیاری از بناها و نشانه ها و نقاشی ها در واقع نوعی ابزار تبلیغی نیز محسوب می شده است. باید توجه داشت که امروز تبلیغات جهانی صرفا از طریق کارهای تبلیغاتی و رسانه ای انجام نمی شود، بلکه به موازات آن، اقدامات عملی دیگری جهت سلطه جویی صورت می گیرد که با جریان تبلیغات مکمل یکدیگرند. مساله تبلیغات از صدر اسلام تا ابد یکی از اموری است که اسلام بر آن پافشاری کرده است و در این زمان که ما هستیم یک اولویت خاص دارد. تبلیغات مساله ای است پر اهمیت و حساس، یعنی انبیا با تبلیغات حرکت می کند. آن قدری که دشمنان از حربه تبلیغات استفاده می کنند از طریق دیگری نمی کنند و هم باید به مساله تبلیغات بسیار اهمیت داده شود و از هر چیز بیشتر باید به آن توجه شود.

ضرورت و اهمیت تبلیغ در اسلام

تبلیغ اسلام یک دستور الهی است و آیات متعددی در قرآن کریم به این مطلب تاکید دارد. استاد شهید مطهری می گویند: «اگر بگویم مقام تبلیغ اسلام، رساندن پیام اسلام به عموم مردم، معرفی و شناساندن اسلام به صورت یک مکتب از مرجعیت کمتر نیست، تعجب نکنید». این نتیجه گیری جای تعجب ندارد، چرا که اساسا تبلیغ به مفهوم اسلامی آن به وظیفه اصلی پیامبران است و امروز همه مسلمانان خصوصا علمای اسلام این وظیفه را بر عهده دارند که امام خمینی(ره) می گوید: مسلمانان مخصوصا علمای اسلام موظفند اسلام را، احکام آن را گسترش دهند و به مردم دنیا معرفی نمایند. در دنیای امروز تبلیغات با مراسم و عنوان و شیوه ای، ابزار اصلی سلطه جویی کشورها و قدرت های بزرگ است و امام خمینی(ره)

^۱ مروی، شیوه های تبلیغی امام خمینی

می گوید: «که مساله تبلیغات از مسائل پر اهمیت است و مع الاسف باید بگویم که از اول نهضت تا به حال، تبیغاتمان در خارج صفر بوده است و فقط در داخل، مسائل را برای یکدیگر گفته ایم و ...»^۱.

ویژگی مبلغ

مبلغ اسلامی دارای خصوصیتی است که در سایر مکاتب وجود ندارد. اکثر کتاب هایی که درباره تبلیغات اسلامی نوشته شده است برای مبلغ، صفات و خصوصیتی را طبق قرآن و احادیث شمرده اند که دارای اهمیت زیادی است. در واقع در اسلام تبلیغ وظیفه همه مسلمانان است، اما این وظیفه شرایطی هم دارد، از جمله این شرایط خصوصیات مبلغ است. ویژگی های مبلغ از این قرار است: معنویت و تقوای الهی، اخلاص و صداقت، تبلیغ عملی، تواضع و صلابت، زهد و ساده زیستی، معرفت سیاسی و شجاعت.

در کتاب قرآن و تبلیغ برای مبلغ ویژگی هایی ذکر شده که عبارتند از: آگاهی، مومن به هدف و با اراده، به وعده های الهی امیددار باشد، دارای پشتکار در عمل و ادامه تحصیل، پیشگام و بااخلاص، به دوراز حب و بغض، حامی محرومان، نرمخو و مهربان و دلسوز، مردمی و درد آشنا، خوش سابقه، دارای عزت نفس^۲.

وظایف مبلغ

برای مبلغان اسلامی در کتاب های گوناگون وظایف متعددی ذکر شده است که از جمله: اهتمام به امور مسلمین، مطالعه و شناخت معضلات و مقتضیات زمان، عنایت خاص به جوانان، ابهام زدایی و معرفی اسلام ناب، خنثی نمودن تبلیغات دشمنان، فراگیری زبان های زنده دنیا، مخاطب شناسی، خودسازی و تبلیغ عملی، افشاگری، توجه به برداشت های غلط، مبارزه با طاغوت، احترام به دیگران، شناخت گروه های مخالف و چگونگی برخورد با آن ها، آشنایی با احکام شرعی، استعاده و استمداد از خداوند، پرهیز از دنیا طلبی، بدعت، تعریف و التقاط، دوری از سخن گفتن بدون علم و عمل.

^۱ مروی، شیوه های تبلیغی امام خمینی

^۲ مروی، شیوه های تبلیغی امام خمینی

شیوه های تبلیغ

شیوه های تبلیغ چه در اسلام و چه در ادیان دیگر و نیز از طرف دیگران، شامل ۲ دسته اقدامات موازی است:

اول: ساخت پیام و انتشار آن، دوم اقداماتی که در تقویت اهداف پیام انجام می شود. مثلاً کشورهای قدرتمند از یک طرف با تبلیغات همه جانبه، برتری و قدرت خویش را طی پیام هایی گوناگون و پیچیده از اخبار گرفته تا فیلم های سینمایی و... به مردم جهان القا می کنند و از طرف دیگر با تهدید ها و دخالت های سیاسی و نظامی این برتری را در عمل به نمایش می گذارند. امام خمینی(ره) می گوید: غربیان و در سابق انگلستان و بعد از او آمریکا و سایر کشورهای قدرتمند دنبال این بودند که با تبلیغات دامنه دار خودشان به ممالک ضعیف بیاوراند که ناتوانند. یکی از محققان، شیوه های تبلیغی را در سه محور اساسی دسته بندی کرده است^۱:

(۱) شیوه های گفتاری

(۲) شیوه های مرتب

(۳) شیوه های عملی

تبلیغ از دیدگاه مقام معظم رهبری

بنا بر دیدارهای مقام معظم رهبری با اقشار مختلف در مورد تبلیغ چنین می فرمایند: تبلیغ یکی از اصلی ترین و مهمترین ابزارهای دین مبین اسلام است که از دیرباز برای پیشبرد و نشر معارف اسلامی توسط مبلغان دین انجام می شد. سیره ای که از پیامبران، امام و بزرگان دین سینه به سینه منتقل شده و تا عصر حاضر به ما رسیده است. رهبر انقلاب اسلامی در دیدار با روحانیون یکی از اصلی ترین وظایفشان را تبلیغ دانسته و بارها بر آن تأکید کرده اند: مسأله تبلیغ، یکی از مسائل اساسی در حیات اجتماعی است و مخصوص یک دوره نیست. تبلیغ که از آن در قرآن به «بلاغ»، «بیان»، «تبیین» و از این قبیل تعبیر شده است، یکی از وظایف مقدّس، وظیفه انبیا، وظیفه علما، وظیفه متفکران و دانایان و مصلحان است. تبلیغ،

^۱ مروی، شیوه های تبلیغی امام خمینی

هواهای نفسانی کار دستشان می‌دهد. این، مشکلترین وضع است که افراد را به شبهه می‌اندازد؛ به طوری که اصحاب عبدالله بن مسعود می‌آیند خدمت حضرت، می‌گویند «اَنَا قَدْ شَكْنَا فِي هَذَا الْقِتَالِ»^۱ چرا باید شک کنند؟ این شک خواص، پایه‌ی حرکت صحیح جامعه‌ی اسلامی را مثل مورانه می‌چود. اینی که خواص در حقایق روشن تردید پیدا کنند و شک پیدا کنند، اساس کارها را مشکل می‌کند. مشکل کار امیرالمؤمنین، این است. امروز هم همین است. امروز در سطح دنیا که نگاه کنید، همین جور است؛ در سطح داخل جامعه‌ی خودمان که نگاه کنید، همین جور است. تبیین لازم است.^۲

تبلیغ، یعنی رساندن. ابزار رساندن، به حسب شرایط متفاوت است. یک وقت هست که شما می‌خواهید چیزی را به اتاق بغلی برسانید؛ میشود آن را در پشت گرفت و به آن جا برد؛ اما گاهی یک فرسخ فاصله هست؛ گاهی تا آن طرف دنیا باید بروید؛ گاهی حجابها و دیوارها هست؛ گاهی از کوهها و گردنه‌ها باید عبور کنید؛ گاهی آنچه را که بردید، طرف طوعاً و رغبتاً می‌پذیرد؛ گاهی باید با لطایف‌الحیل آن را به او بدهید؛ گاهی دیگری آن جا ایستاده و نمی‌گذارد آن چیزی که شما برده‌اید، به او برسد؛ بنابراین، تبلیغ انواع و اقسامی دارد. در هر شرایطی، نحوه‌ی رساندن به گونه‌ی است. آن چیست که تشخیص می‌دهد ابزار و نحوه‌ی رساندن کدام است؟ آن، ابتکار و ذوق و سلیقه و فهم و سرعت انتقال شماست.^۳

جامعه روحانیت و حوزه‌های مبارکه علمیه نباید این را به هیچ قیمت از دست بدهند. البته همین‌طور هم هست؛ هم طلاب و فضلا و عاملان تبلیغ در این راه قدر این تبلیغ را میدانند، هم بزرگان تا سطح عالی مراجع معظّم به این سبک تبلیغ اهمیت می‌دهند و باید هم اهمیت بدهند؛ چون بسیار حائز اهمیت واقعی است. این تبلیغ دارای سه رکن اصلی است که من مختصراً عرض می‌کنم: یک رکن، منشأ این تبلیغ است؛ یک رکن، هدف این تبلیغ است؛ یک رکن، ابزار و وسایل و شیوه‌های این تبلیغ است.

منشأ این تبلیغ چیست و چه باید باشد؟ منشأ این تبلیغ باید فکر، اندیشه، خردمندی، اخلاص و معنویت باشد؛ یعنی تبلیغ باید از یک منبع نورانی سرچشمه بگیرد

^۱ وقعة صفین: «ما در این جنگ شک داریم» ص ۱۱۵

^۲ بیانات در دیدار با جمعی از طلاب و روحانیون ۱۳۸۸/۰۹/۲۲

^۳ بیانات در دیدار مسؤولان سازمان تبلیغات اسلامی

به آثار تبلیغی برخی از بزرگان نگاه کرد! اغلب کتابهای مرحوم آیه‌الله شهید مطهری سخنرانیهای اوست؛ یعنی تبلیغات اوست که با همین روش و سبکی که امروز انجام میگیرد، ابلاغ شده است، تبلیغ شده است، رسانده شده است و ببینید چقدر پرمایه و پرمغز است. از این قبیل، الی ماشاءالله چه در دوران قبل از انقلاب و چه بعد از آن وجود دارد. همچنین منشأ باید همان اخلاص و صفا و عشق و علاقه به مخاطبان را داشته باشد؛ «عزیز علیه ما عنتم حریص علیکم بالمؤمنین رؤوف رحیم». این، خصوصیت آن مبلغِ اوّل و داعیِ اوّل است که شما دنبالش حرکت میکنید. باید با مردم این‌گونه بود. با این منشأ باید با مردم حرف زد. وقتی که مبلغ با این احساس و با آن مایه فکری سخنش وارد میدان میشود، مثل مغناطیس دلها را جذب میکند، مثل قطرات آب زلال در سخت‌ترین سنگها هم اثر میگذارد و در زمین مناسب باروری میدهد؛ (والبلد الطّیب یخرج نباته بإذن ربّه)

آنچه که از این زلال معنوی به سرزمین دلهای مردم و ذهنهای مردم سرازیر می شود، فوراً پرورش مییابد و رشد میکند، که نمونه‌های آن را در زندگیهای خودمان مشاهده کردیم و یک نمونه‌اش همین انقلاب است. این انقلابِ عظیم، مهمترین رکن و عاملش همین تبلیغات بود؛ حال تحلیلگران مادی هرطور میخواهند تبلیغ کنند، بکنند. آنچه که ما دیدیم و حس کردیم، این است و هر هدف بزرگی هم با این تأمین خواهد شد.

هدف باید «صراط الله» باشد؛ «صراط الله العزيز الحميد»، «انک علی صراط مستقیم»، «ادع الی سبیل ربّک». هدف تمام پیامبران، کشاندن مردم به صراط مستقیم است و صراط مستقیم هم یعنی عبودیت؛ «و ان اعبودنی هذا صراط مستقیم». باید مردم را به عبودیت الهی که همان صراط مستقیم است، سوق دهید. البته این عبودیت، در زمینه اخلاق، در زمینه عمل فردی و در زمینه عمل اجتماعی کاربرد دارد، که وقتی بحث عمل اجتماعی پیش آمد، آن وقت بحثهای سیاسی، تحلیلهای سیاسی - تبیین سیاسی - هم در حوزه کار شما قرار میگیرد.

اشتباه کسانی که در گذشته مسائل سیاسی را از تبلیغ کنار میگذاشتند، در این بود که عبودیت را به منطقه فردی منحصر میکردند. آنها این‌جا را غلط میفهمیدند و غلط عمل میکردند. بله؛ هدف، کشاندن مردم به عبودیت است؛ منتها عبودیت منطقه وسیعی در زندگی انسان دارد و آن منطقه به عمل شخصی منحصر نیست. وقتی که عمل جامعه، عمل یک

مجموعه عظیم انسانی و مردم یک کشور، عمل اقتصادی، عمل سیاسی و موضع‌گیری‌های سیاسی مشمول بحث عبودیت شد، آن وقت دعوت هم می‌تواند شامل این مسائل باشد و باید هم باشد؛ چاره‌ای نیست.

ما توصیه نمی‌کنیم که منبرها و سخنرانی‌ها را به جنبه‌های فردی و شخصی منحصر کنید؛ نه. ممکن است یک سخنرانی، یک منبر، یک سلسله منبر، منحصر به این معانی باشد - مانعی ندارد - اما در کنار آن بایستی صحنه زندگی اجتماعی - سیاسی انسان هم میدان عبودیت الهی باشد. آن‌جا هم بایستی طواغیت ازاله و زدوده شوند و افشا گردند.

عامل سوم، عبارت از روش است. روشها خیلی مهم است. در همین آیه مبارکه «ادع الی سبیل ربک بالحکمة»، روش را بیان فرموده است. سخن حکمت‌آمیز، یعنی سخن محکم، سخن غیرمشتبه، سخن غیرموهون و غیر ضعیف. حکمت، همه اینها را دارد. سخن حکیم است، یعنی هم حکمت‌آمیز است، هم مستحکم است، هم در مقابل متشابه است؛ «بالحکمة والموعظة الحسنة و جادلهم بالتي هي احسن». گفتگو، مذاکره، با ذهنها مواجه شدن، مخاطب قراردادن دلها و ذهنها، با لسان مبین و با روش برادرانه حرف زدن، بسیار بسیار مهم است. از جمله چیزهایی که در تبلیغ بسیار مهم است، این است که شما پاسخ استفهام‌های مخاطبان خود داده شود.

از این بالاتر، نیازهای جماعت مردم است. گاهی یک نیاز تبلیغی در جامعه وجود دارد، آحاد هم به آن توجه ندارند؛ ولی شما میدانید که این نیاز هست. مثلاً تبلیغات دشمن را گوش کردید، دیدید که دشمن متمرکز و متوجه به چیست؛ می‌فهمید که باید این را مورد توجه قرار دهید و ازاله پلیدی و دفن تبلیغات کذب دشمن را بکنید؛ در حالی که ممکن است خود آن مخاطبان به آن توجه نداشته باشند. این میشود رفع نیاز.

اگر نگاه شود همه دستگاه‌های تبلیغی دشمن دست به دست هم داده‌اند و تبلیغات خود را بر روی چند نقطه متمرکز کرده‌اند

امروز متأسفانه کشور امریکا، دولت امریکا، کنگره امریکا، در زمینه‌های گوناگون - مالی، تبلیغاتی، فرهنگی و غیره - اسیر طلسم صهیونیستند. تبلیغات رسانه‌ای دنیا هم غالباً در اختیار اینهاست.

وظیفه مبلّغ دین و مبلّغ معنویت و پیام‌آور حقیقت این است که مردم را امیدوار کند و یأس را از آنها بزدايد.^۱

نتیجه گیری

با بررسی هایی که در این مقاله انجام شد دانسته شد که تبلیغ از زمانی که انسان وجود داشته وجود دارد ولی هر تبلیغی نمی تواند آن آثار که انتظار می رود را داشته باشد طبق نظر مقام معظم رهبری تبلیغ باید اصول و شرایطی داشته باشد تا تاثیر گذار باشد و در در این زمینه دشمنان قویتر از ما عمل می کنند اما اگر علما فقها و طلاب و... آن شرایط و قواعد را رعایت کنند نه تنها تبلیغ ما قویتر از دشمن خواهد بود بلکه تاثیر گذار تر خواهد بود و فرد مبلّغ هم خود باید ویژگی هایی داشته باشد تا بتواند در مخاطب خود تاثیر گذار باشد در این صورت کشور ما پیشرفت خوبی خواهد داشت چرا که با تبلیغات خوب موثر اتحاد و انسجام کشور حفظ شده و بیشتر خواهد شد.

^۱بیانات در دیدار جمعی از روحانیون ۱۳۷۶/۱۰/۰۳

فهرست منابع

صباغ پور، علی اصغر، تبلیغات (هنر و رسانه) از دیدگاه امام خمینی (ره)، تهران، موسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (ره)، چاپ اول، ۱۳۸۱

مروی، ابوالفضل، شیوه های تبلیغی امام خمینی (ره)، تهران، چاپ و نشر عروج، چاپ اول، ۱۳۸۵

سعادت‌مند، رسول، تبلیغات از دیدگاه امام خمینی (ره)، قم، تسنیم، چاپ اول، ۱۳۷۹

سایت مقام معظم رهبری مدظله العالی بیانات و سخنرانی ها در مورد تبلیغ