

بسم الله الرحمن الرحيم

شنبه 1400/7/3

حجه الاسلام صالحیان

موضوع: ضرورت های تبلیغی فرهنگی در جامعه

1 دو جمله مهم در شروع بحث:

(تبلیغات فرهنگی): نمونه آن استفاده از بانوان در تبلیغات شاهنشاهی

(فرهنگ تبلیغات): در تمامی موارد (از جمله تبلیغات) جامعه باید فرهنگ داشته باشد.

* هر دو مورد به ما مربوط میشود.

2 تبلیغات: رساندن پیام: یک کوشش آگاهانه و حساب شده ای انجام میشود به منظور اینکه درک و

فکر طرف مقابل را تغییر دهیم و با خود همسو کنیم.

3 تعریف فرهنگ: مجموعه از باورها آیین ها رسوم ها ارزش ها که در مردم نظام فکری میشود.

4 یک مبلغ دین باید فرهنگ تبلیغ سازی داشته باشد.

*ارتباط بین تبلیغ و فرهنگ : تبلیغ ابزاری است برای فرهنگ

چند ابزار فرهنگ ساز: منبر_ محراب_ خون شهدا

*تبلیغ فرهنگی استاندارد: فرهنگ سازی و تبلیغی که بار آموزشی داشته باشد.

5 چند نکته برای فرهنگ سازی و تبلیغ :

الف) موضوعی را که برای تبلیغ فرهنگ استفاده می کنیم، با مبانی دینی مغایرت نداشته باشد.

ب) برخلاف موازین عقلی و منطقی نباشد.

ج) ضرر و زیان به مخاطب نرساند.

د) ترویج فرهنگ باید از سوی افراد مورد اعتماد بیان و انجام شود.

پ) وقتی مطلبی را بیان می کنیم باید فایده ای از آن متصور شود.

ت) رفتارهای عاملان فرهنگ ساز نباید تصنعی باشد (یعنی فرد باید به حقانیت موضوع آگاه باشد و

به موضوع اعتقاد راسخ داشته باشد).

*امام علی علیه السلام: ای مردم چیزی را که به آن امر میکنم ، قبلیش به آن عمل کردم و چیزی را

که از آن نهی می کنم، خودم آن را ترک کردم.

ث) گاهی ترویج و تبلیغ فرهنگ با از علائم هنری هم برخوردار باشد.

ح) تا حد امکان در ترویج فرهنگ باید از روش عامرانه و تک گویی پرهیز کنیم، بهترین راه در ترویج فرهنگ مذاکره و گفتگو است. (دوسویه بودن بهترین راه است)

6 زمانی تبلیغ فرهنگی ارزشمند است که بتوانیم بر فکر طرف نفوذ کنیم.

الف) تبلیغات فرهنگ زمانی جواب میدهد که همه همسو باشند.

ب) در تبلیغات فرهنگی شناخت مخاطب مهم است. (شناخت علایق، نیازها و ...)

پ) در نظر گرفتن الویت ها و ضرورت ها حائز اهمیت است.

ت) کشف مشترکات خورده فرهنگ ها

* اگر مبلغ دینی مخرج مشترک خورده فرهنگ ها در دستش باشد، به تبلیغش کمک می کند.

ث) در تبلیغ فرهنگ دینی، همراه با تغییرات باید تغییر کنیم

* مقام معظم رهبری مدظله العالی: در (سیر) شهید مطهری نباید متوقف شوی.

د) هرچه مبلغ در بین مردم محبوب باشد، اثر بخشی آن هم بیشتر است.

7 تبلیغات: 1_ تبلیغات مستقیم 2_ تبلیغات غیر مستقیم

8 تهاجم فرهنگی: تلاش برنامه ریزی شده دشمن برای تحمیل فرهنگ غلط خود.

9 عوامل موثر فرهنگ:

1_ ذاتی (مربوط به خوده فرهنگ (مثل فرهنگ ایثار))

2_ عوامل مربوط به درون جامعه (فرهنگ ما سنجیده حرام را شمارش کرده و سنجیده حلال را شمارش کرده)

3_ عوامل بیرونی: به بیرون از مرز دین هم توجه داشته باشد که آنها چکار کرده اند.

(برای مثال قرآن وقتی از حیا صحبت می کند، از دختران حضرت شعیب هم می گوید،

قرآن از حضرت مسیح و تولد وی نیز صحبت میکند و...)

* این باعث می شود تا در ترویج دین انصاف و عدالت داشته باشیم.

* دینی که بر اساس عدالت باشد، پایداری خواهد داشت.

❖ مفهوم نکته 3 این است که (این فقط ارزشی نیست که اسلام از آن صحبت می کنید) مورد فوق باعث میشود تا سخن ارزش محتوایی و نفوذ بیشتری داشته باشد.

10 سرمایه های فرهنگی :

الف) سرمایه های فرهنگی ملموس (مثل مسجد شیخ لطف الله)
ب) سرمایه فرهنگی غیر ملموس (مثل عملی که در هر خیمه در راهپیمایی اربعین به نمایش گذاشته میشود، ان ایثار ، گذشت و ..)

11 شوک فرهنگی : وارد شدن از یک فرهنگ به فرهنگ دیگر

علائم: مردمی که احساس تنهایی دارند، عصبانیت، خشم باید تشخیص داد که آیا شوک فرهنگی وارد شده یا خیر

اینکه ببینیم دشمن چقدر وارد شده باید ببینیم مردم چقدر احساس تنهایی دارند؟
آیا حال مردمی که اعتقادات دارند، توسل دارند، ائمه را قبول دارند، باید این باشد؟

اتمام جلسه یک

اللهم عجل لولیک الفرج

التماس دعای شهادت