

چکیده

خلاصه اینکه تبلیغات به معنای مجموعه اعمال گفتاری نوشتاری رفتاری و تصویری است که به منظور نفوذ و تاثیرگذاری در شخصیت افکار عقاید و احساسات مخاطبان سازماندهی می شود و برای جهت بخشیدن به آنان در راستای هدف و مقصودی مشخص هویت پیدا می کند.

با دقت در تعاریف و مطالب فوق درمیابیم که هر تبلیغی از چهار عنصر و رکن اصلی و اساسی تشکیل گردیده است:

۱- مبدا پیام: هر قدر مبدا پیام برای پیام گیرنده با ارزش باشد توجه به پیام او بیشتر خواهد بود.

۲- پیام: اعتقاد، اندیشه، یا گرایشی است که پیام دهنده قصد دارد ان را به پیام گیرنده منتقل کند و ممکن است بار اعتقادی سیاسی اقتصادی و... داشته باشد.

۳- پیام رسان: که همان رسول و مبلغ است. در سیر تاریخی دینی اولین مبلغان پیامبران بودند که پیام وحی الهی را به مردم روزگار خود ابلاغ می کردند و در پی آنان امام معصومین، علماء، روحانیون و... عهده دار چنین مسئولیتی گردیدند تا پیام دین را به صورت قابل فهم و ساده و بدون تحریف برای دیگر مردمان بیان کنند.

۴- پیام گیرنده: چهارمین رکن تبلیغ مخاطب است که با وجود او تبلیغ معنا پیدا میکند.

