

وزارت علوم، تحقیقات و فناوری



دانشگاه سوره

پایان نامه تحصیلی در مقطع کارشناسی ارشد (M.A)

رشته - علوم ارتباطات

گرایش - تبلیغ و ارتباطات فرهنگی

عنوان پایان نامه

بررسی شیوه‌های تبلیغ دینی

«کشیش جول اوستین»

استاد راهنما:

دکتر زهرا طاهری پور

استاد مشاور:

دکتر امید علی مسعودی

پژوهشگر:

وجیهه الهی نصر

تابستان 1398

ب

چکیده

هدف پژوهش حاضر، بررسی ویژگی‌ها و شیوه‌های کشیش اوستین در امر تبلیغ دین می‌باشد. بنابراین سؤال اصلی این پژوهش این است که سبک و شیوه تبلیغ دین توسط کشیش معروف مسیحی - آمریکایی، جول اوستین چگونه است؟ روش تحقیق اسنادی است و تلاش شده است تا موارد نظری و تاریخی لازم برای بررسی آیین پروتستان و تبلیغ دین در آمریکا، مبتنی بر اسناد تاریخی، شرایط خاص فرهنگی، اجتماعی و سیاسی تبلیغ در مسیحیت جمع‌آوری گردد و با بررسی فیش‌های جمع‌آوری شده، بعنوان مهمترین روش تبلیغی کشیش اوستین، پیرامون علم روانشناسی انگیزشی و مثبت‌گرا بحث و گفتگو شده است. بر این اساس به تبیین اخلاق تبلیغ دین کشیش اوستین، تشریح اهداف و برنامه ریزی امور تبلیغی وی و اختصاص چشمگیر زبان بدن به عنوان یکی از مهمترین اصول برقراری ارتباط چهره به چهره و دستیابی به شیوه‌های اقناعی وی در تبلیغ و دلایل گستردگی فعالیت‌های تبلیغی کشیش اوستین و همچنین جذب مخاطبین جهانی از طریق شبکه‌های اجتماعی که مهمترین روش‌های اختصاصی تبلیغی وی را تشکیل می‌دهد، پرداخته شده است. پژوهش حاضر دست‌مایه‌ای است که ما را با روش‌ها و شیوه‌های هر چند بظاهر ساده اما سیستماتیک تبلیغ، که به قطع یقین دارای برنامه - ریزی دقیق و اتاق فکری مدبرانه است، آشنا می‌سازد. کشیش اوستین توانسته با استفاده از ابزارها و تکنولوژی نوین و علم روانشناسی مثبت‌گرا، صاحب بزرگترین کلیسای خصوصی پروتستان در دنیا شود و با اصول متقاعدسازی و استفاده همه‌جانبه از قدرت رسانه‌ها تبلیغات عظیمی در راستای مفاهیم دین مسیحیت انجام دهد.

واژگان کلیدی: تبلیغ دین، شیوه‌های تبلیغ دینی، کشیش جول اوستین، پروتستان.

فهرست مطالب

1	فصل اول: کلیات تحقیق.....
2	1-1- مقدمه.....
3	2-1- بیان مسئله.....
4	3-1- اهمیت و ضرورت انجام تحقیق.....
4	1-3-1- اهمیت و ضرورت نظری تحقیق.....
4	2-3-1- اهمیت و ضرورت عملی تحقیق.....
4	4-1- اهداف تحقیق.....
4	1-4-1- هدف کلی تحقیق.....
5	2-4-1- اهداف جزئی تحقیق.....
5	5-1- تعریف واژگان.....
6	فصل دوم: ادبیات و مبانی نظری تحقیق.....
7	1-2- عصر اصلاح دین (رفورماسیون).....
7	2-2- پروتستان.....
8	2-2-1- نهضت اصلاحات (پروتستان قرن 16م).....
10	3-2- تبلیغ دین در آمریکا.....
10	2-3-1- ایوانجلسم.....
11	2-3-2- تلی وانجیلیست (مبلغ انجیل از تلویزیون).....
11	4-2- زندگینامه کشیش جول اوستین.....
12	2-4-1- جول اوستین و خانواده اش.....
13	2-4-2- کتاب های جول اوستین.....
14	5-2- پیشنهاد تحقیق.....

- 2-6- مبانی نظری تحقیق..... 16
- 2-6-1- ارتباطات..... 16
- 2-6-2- مفهوم ارتباطات مؤثر..... 16
- 2-6-3- تعیین هدف ارتباطات..... 17
- 2-6-4- انتخاب ابزار مناسب برای ارتباط صحیح..... 17
- 2-6-5- برنامه ریزی ارتباطات..... 17
- 2-6-6- نقش رسانه های نوین در تبلیغ دینی..... 18
- 2-6-7- موانع ارتباطات در تبلیغ دین..... 18
- 2-6-8- فرهنگ..... 21
- 2-6-9- محیط..... 22
- 2-7- مخاطب..... 23
- 2-8- اقناع..... 24
- 2-8-1- مفهوم اقناع..... 24
- 2-8-2- تئوری ارسطو مربوط به اقناع..... 25
- 2-8-3- زمینه ارتباطات اقناعی..... 25
- 2-8-4- تئوری یادگیری..... 26
- 2-8-5- انواع اقناع..... 26
- 2-8-6- هدف های کلی اقناع..... 27
- 2-9- تبلیغات..... 27
- 2-9-1- آیه تبلیغ..... 28
- 2-9-2- مفهوم تبلیغ..... 28
- 2-9-3- اصول تبلیغات..... 29
- 2-9-4- اهمیت تبلیغات..... 29

- 29 6-9-2 اخلاق تبلیغ
- 30 7-9-2 شیوه ها و اسلوب های تبلیغی
- 33 8-9-2 چگونگی رهیافت به عرصه های نوین تبلیغی
- 33 9-9-2 تبلیغ در عصر حاضر
- 33 10-9-2 پیشرفت ابزار تبلیغ
- 34 11-9-2 نقش زبان بدن در گفتگو
- 36 12-9-2 خصوصی سازی دین
- 36 10-2 روانشناسی انگیزشی و مثبت گرا
- 36 1-10-2 مفهوم انگیزش
- 37 2-10-2 انواع انگیزش
- 38 3-10-2 نظریه های انگیزش
- 40 4-10-2 شاخصه های قابل توجه بحث انگیزش در تعلیم و تربیت
- 40 11-2 مبلغ
- 41 2-11-2 تعریف مبلغ (پیام دهنده)
- 41 2-11-2 شرایط و نحوه تبلیغ مبلغ
- 44 3-11-2 انگیزه مبلغ
- 44 4-11-2 عوامل مخل و عوامل تقویت کننده اجتماعی در پیام دهنده (مبلغ)
- 48 5-11-2 شناسایی بهترین روش و شیوه تبلیغ اسلامی برای مبلغ
- 49 6-11-2 مدل کوشش درخور (مدلی در تبیین روش های سنتی تبلیغ دینی)
- 50 7-11-2 خصوصیات اخلاقی مبلغ
- 54 12-2 چارچوب مفهومی
- 55 1-12-2 نظریه متقاعدسازی
- 55 2-12-2 نظریه رسانهها / تأثیر رسانهها

- 56 2-12-3 نظریه یادگیری اجتماعی / شناخت اجتماعی و جامعه‌پذیری.....
- 56 2-12-4 تأثیرگذاری رسانه ها بر دین.....
- 58 2-13-1 مدل مفهومی تحقیق.....
- 59 فصل سوم: روش شناسی تحقیق.....
- 60 3-1-1 روش شناسی تحقیق.....
- 60 3-2-2 تعریف روش اسنادی.....
- 61 3-3-3 روش جمع آوری اطلاعات.....
- 61 3-4-4 روش نمونه گیری.....
- 62 3-5-1 هفت مزیت نمونه گیری.....
- 62 3-6-6 پایایی تحقیق.....
- 63 فصل چهارم: یافته های تحقیق.....
- 64 4-1-1 کلیپ های سخنرانی بررسی شده از جول اوستین.....
- 65 4-2-2 محورهای اصلی سخنرانی های جول اوستین.....
- 65 4-3-3 موضوعات مطرح شده در کلیپ های سخنرانی جول اوستین.....
- 68 4-4-4 سبک یا قالب سخنرانی های جول اوستین.....
- 69 4-5-5 اهداف اوستین در سخنرانی ها.....
- 70 4-6-6 نمونه هایی از بهترین سخنان جول اوستین.....
- 72 4-7-7 مهمترین اصول جول اوستین.....
- 72 4-7-1-1 تاثیر باور.....
- 72 4-7-2-2 ناامید نباشید.....
- 73 4-7-3-3 فرصت را از دست ندهید.....
- 73 4-7-4-4 آماده برای پیروزی.....
- 74 4-7-5-5 خدا را شکر کنید.....

74	6-7-4- تفکر بهتر زندگی بهتر.....
75	7-7-4- چرا شروع نمی کنید به فشار دادن دکمه پاک کردن؟.....
76	8-4- تحلیلی بر زبان بدن جول اوستین.....
77	9-4- شیوه‌های علمی روانشناسی مثبت گرا.....
77	1-9-4- تئوری نیازهای آشکار ماری.....
10-4	دلایل گستردگی فعالیت های تبلیغی کشیش اوستین (در آمریکا و سراسر دنیا) و مقایسه آن با سایر کشیشهای مسیحی.....
78	11-4- اکثریت مخاطبین اوستین.....
79	فصل پنجم: جمع بندی، نتیجه گیری و پیشنهادات.....
80	1-5- جمع بندی و نتیجه گیری.....
83	2-5- پیشنهادات.....
85	منابع و مآخذ.....
85	1- منابع فارسی.....
92	1- منابع لاتین.....

فهرست تصاویر

12	تصویر 1- جول اوستین.....
35	تصویر 2- زبان بدن در سخنرانی کشیش جول اوستین.....
35	تصویر 3- اهمیت زبان بدن در سخنرانی.....
58	تصویر 4- مدل مفهومی تحقیق.....

فهرست جداول

64	جدول 1- عناوین کلیه‌های سخنرانی جول اوستین.....
65	جدول 2- محورهای اصلی سخنرانی های جول اوستین.....
65	جدول 3- موضوعات اصلی سخنرانی های جول اوستین.....
69	جدول 4- اهداف جول اوستین.....
70	جدول 5- سخنان جول اوستین.....

فصل اول: کلیات تحقیق

«تبلیغ به سبب کارکردهای اجتماعی، به عنوان ابزار مدیریت افکار و رفتار مورد استفاده قرار می‌گیرد. در واقع، تبلیغ به عنوان متغیری مستقل، بر پدیده‌های اجتماعی تأثیر گذار است و به جهت تأثیر فراگیر تبلیغ در قلمرو فرهنگ، دین، سیاست، اقتصاد، بهداشت، اخلاق و مانند این‌ها، بررسی و مطالعه درباره نقش تبلیغ در ایجاد تحولات اجتماعی در هر زمینه به طور گسترده‌ای جریان دارد.» از ابتدای ظهور ادیان مختلف، ماموریت برای تبلیغ و گسترش دین در میان اقوام مختلف مردم، یکی از روش‌های رویارویی با مذاهب تازه بوده است که در قالب رسالت دینی انجام می‌شد و اکنون نیز در اشکال نوی رسانه‌ای خود ادامه دارد. راه اندازی صداها شبکه تلویزیونی و ماهواره‌ای که به تبلیغ دین می‌پردازند، گواهی برای این جریان تبلیغاتی است.» (حکیم آراء، 1393: 58) نکته بسیار مهم در انجام این مسئولیت بزرگ توجه به این مساله است که گذر زمان می‌تواند در شیوه‌های تبلیغی اثر گذار باشد، بنابراین شیوه‌های تبلیغ بسیار متفاوت تر از گذشته با راهکارهای جدیدتر و به روزتر ارائه شده است. از سوی دیگر در خصوص مسائل و مشکلات خانوادگی و تفاوت نسل‌ها و بوجود آمدن فضاهای مجازی و شبکه‌های اجتماعی، اختلافات در خانواده‌ها اوج بیشتری گرفته و آثار مخربی را در جهت قوام و تحکیم بنیان خانواده ایجاد نموده است. بنابراین در چنین شرایط سخت و دشواری که از یک طرف مبلغین ادیان مختلف و از طرفی دیگر مخالفین دین و خداپرستی نهایت سعی خویش را در دین ستیزی و عقاید ضد دین و رواج دین‌گریزی در بین جوامع در حال توسعه بخصوص جوانان و نوجوانان می‌کنند، بایستی با تیزهوشی فراوان، از روش‌های تبلیغی دیگر ادیان همچون مسیحیت که پیروان زیادی دارند؛ سود جسته تا بتوانیم با استفاده از روش‌های تبلیغی نوین و پیشرفته در جهان، به تبلیغ دین مبین اسلام بیش از پیش بیفزائیم و به تکنولوژی‌های جدید و پیشرفته تبلیغ مجهز گردیم. بدیهی است پیوسته ادیان تلاش داشته‌اند تا پیروان خویش را افزایش داده و اکثریت جوامع بشری را تحت تأثیر عقاید خویش قرار دهند. چنانکه مسیونرهای مذهبی، شدیداً در تکاپوی چنین رقابتی، لحظه‌ای درنگ نکرده و در عرصه تبلیغ جهانی می‌تازند. به همین منظور، در این تحقیق، در صدد شناخت شیوه‌های موفق تبلیغ دین کشیش جول اوستین بر آمده ایم، تا با شناخت و معرفی این شیوه‌ها به مبلغان دین اسلام، یاری رسانیم و بر آن شویم، تا با تبلیغات موثر در جهت فراگیری، نشر و گسترش اسلام، موفق تر و شایسته تر از پیش عمل نماییم.»

1-2- بیان مسئله

امروزه تبلیغات دینی در دنیا نقش مهمی پیدا کرده است و تبلیغ باعث افزایش سطح آگاهی دینی مردم می‌گردد، که پیامد آن اصلاح شیوه‌های زندگی در عرصه‌های سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی است و در نهایت رفاه معنوی و مادی انسان‌ها را در پی دارد. رفتار و عمل ما، هر لحظه مبلغ دین ماست. تبلیغات زمانی اثرگذار است که از سوی مبلغ قوی صورت بگیرد و داشتن فکر و اندیشه‌ای صحیح و شاخص، برای مبلغ ضروری است. اما در عرصه رقابت تنگاتنگ جهانی، می‌توان گفت: تبلیغ، هنوز هم نیازمند به تلاش و کوشش بیشتری است. یکی از مبلغین بسیار موفق دینی در این زمینه، کشیشی پروتستان به نام جول اوستین است که با استفاده از روش‌ها و تکنیک‌های تبلیغی خویش، توانسته خلاف جهت رودخانه پر تلاطم جامعه دین ستیز آمریکا، با توانمندی خاصی شنا کند. وی از تمامی ابزارها و وسایل جدید و پیشرفته ارتباطی بهره‌جسته، تا بتواند با جذابیت سخن‌هایش هر هفته هزاران مسیحی را بطور مستقیم در آمریکا و بطور غیرمستقیم، در نقاط مختلف جهان بسوی ایمان به خدا و خداپرستی و زندگی همراه با آرامش معنوی، سوق دهد. جول اوستین¹ یکی از مشهورترین روانشناسان انگیزشی، نویسنده، واعظ و کشیش ارشد در کلیسای لیکوود در شهر هوستون در ایالت تگزاس آمریکا است، که توانسته با استفاده از شیوه‌های نوین تبلیغی، به ترویج گسترده آموزه‌های مورد نظر خود در سرتاسر دنیا بپردازد. بدیهی است آشنایی با شیوه‌های مذکور می‌تواند سرفصل نوینی را برای تبلیغ علمی در عرصه معارف دینی ایجاد نماید. از این رو پرداختن بدان در حوزه ارتباطات بویژه تبلیغات دینی و فرهنگی از اهمیت خاصی برخوردار است. بنابراین سوال اصلی این پژوهش این است که سبک و شیوه تبلیغ دین توسط کشیش معروف مسیحی - آمریکایی، جول اوستین چگونه است؟ امید است با پژوهش و بهره‌جویی از شیوه‌ها و روش‌هایی در جهت ارتقاء تبلیغ دین، بتوانیم گامی مؤثرتر از پیش در راستای تبلیغات اثربخش دینی برداریم.

¹ Joel Osteen

3-1- اهمیت و ضرورت انجام تحقیق

1-3-1- اهمیت و ضرورت نظری تحقیق

اهمیت و ضرورت موضوع تبلیغ دین بر کسی پوشیده نیست، دین نیاز انسان و جامعه انسانی است، که ضرورتش برابر با نیاز به سعادت و کمال می باشد. بی تردید مسئله تبلیغ دین را می توان به عنوان مسئله خاص و از کارآمدترین و مؤثرترین وظایف در امر اشاعه دین، قلمداد نمود که اساساً به عنوان عامل موثر در شکل دهی به نگرش های انسان ها به شمار می رود. با توجه به آنچه گفته شد، هدف اصلی این تحقیق بررسی شیوه های تبلیغی کشیش جول اوستین است. با توجه به جستجوهای به عمل آمده تا کنون هیچ پژوهش مشابهی در این خصوص انجام نشده و موضوع این تحقیق کاملاً بکر و جدید است و ضرورت کاوش در این حوزه را دوچندان می نماید.

1-3-2- اهمیت و ضرورت عملی تحقیق

تبلیغات دینی بایستی بگونه ای برنامه ریزی شود که در راستای جذب و جلب توجه جوانان بخصوص نیروی زبده و نخبه کشور، مسیر هماهنگ و موازی با دیگر اهداف و برنامه های توسعه کشور را دنبال کند. «در جهان امروز که تحت تأثیر معیارهای تبلیغی غرب عمل می شود، تلاش برای ایجاد تغییرات مطلوب در افکار عمومی ولو با تحریک حساسیت های جنسی و تحریف وقایع اجتماعی و حقایق تاریخی و انحراف افکار عمومی از مسائل حیاتی جامعه بشری اگر منجر به تحقق اهداف مشخص در راستای ارزش های اصیل اسلامی گردد، یک اقدام موفق تبلیغی به شمار می آید (زورق، 1368: 44).

تبلیغ دین یکی از ضروری ترین و برجسته ترین وظایف مبلغان دینی از جمله روحانیت و طلاب در جامعه اسلامی است. بررسی این موضوع تحقیق باعث می شود که اهمیت و جایگاه تبلیغ دین، نوع و ابزار تبلیغ برای طلاب و مبلغان دینی اسلام بدرستی و دقیق شناسانده شود، تا بتوانند از راهکارهای علمی و عملی آن در راستای اهداف خود نهایت بهره را ببرند.

4-1- اهداف تحقیق

1-4-1- هدف کلی تحقیق

- شناخت شیوه های تبلیغ دینی کشیش جول اوستین

1-4-2- اهداف جزئی تحقیق

- شناسایی تکنیک‌ها و شیوه‌های اقناعی کشیش جول اوستین در امر تبلیغ دین
- شناخت اسلوب و شیوه‌های نوین علم روانشناسی انگیزشی و مثبت‌نگرا در تبلیغات دینی جول اوستین
- شناخت چگونگی چینش صحیح ابزار و ادوات تبلیغ در تبلیغات جول اوستین، با هدف "جذب مخاطب جهانی"

1-5- تعریف واژگان

- **تبلیغ:** در زبان فارسی این واژه به معنای رساندن پیام یا خبر و یا مطلبی به مردم است. اما معنای مصطلح آن به این گونه است: تبلیغ به معنای طرح و انتقال پیام برای تحت تاثیر قراردادن مخاطب می‌باشد (نبوی، 1389: 4).
- **تبلیغ دینی:** تلاش برای هدایت و رشد انسان‌ها و تبیین روش گفتاری، رفتاری معارف و زلال دینی با براهین متقن و زیباترین مناظره، موعظه نیکو، بشارت و انداز مردم و با پرهیز از اجبار دیگران بر پذیرش (نبوی، 1389: 11).
- **کشیش:** روحانی مسیحی، کسی که مقامش بالاتر از شماس و پایین تر از اسقف است (فرهنگ معین، 1381: 115).

فصل دوم: ادبیات و مبانی نظری تحقیق

در این فصل تحقیق، به بررسی مفاهیم نظری در حوزه ارتباطات، تبلیغ، مبلغان دینی، مباحث انگیزشی و مثبت‌گرا، ماهیت اقناع و مخاطب‌شناسی در راستای پاسخگویی به سوالات پژوهش خواهیم پرداخت. و همچنین در نهایت به طرح چارچوب مفهومی و مدل مفهومی ارائه شده است.

2-1- عصر اصلاح دین (رفورماسیون)

«برای قرن‌ها کلیسا در تلاش ثروت اندوزی و کسب قدرت بود که منجر به خارج شدنش از مسیر اولیه مسیحیت شده بود. در مبارزه و ضدیت با کلیسای رسمی که از مسیر حقیقی تعالیم و آموزه‌های مسیح خارج شده بود، تلاش‌های زیادی از سوی اندیشمندان و نویسندگان و بویژه علمای دینی تحت عنوان رفورماسیون به منظور حذف و زدودن پیرایه‌های خرافی و ارتجاعی از دین صورت گرفت. ریشه‌های رفورماسیون از دوره رنسانس در قرن چهاردهم و پانزدهم میلادی در میان غیروحانیون بامتهم کردن کلیسای حاکم، به اتهام ثروت اندوزی و قدرت، در آلمان و سپس انگلستان آغاز شد. ولی در قرن شانزدهم، جنبش اصلاح مذهبی شدت بیشتری یافت و تاثیر مهمی در تاریخ اجتماعی غرب برجای گذاشت. در این قرن بود که، اصلاحات دینی در کلیسای کاتولیک رُم صورت گرفت که نتیجه آن پیدایش کلیسای پروتستان بود.» (نوذری، 1379: 23-12). لازم به ذکر است شاخه‌ای از مذهب مسیحیت آیین پروتستان می‌باشد، که ریشه در اصلاحگرایی قرن شانزدهم دارد، در آن عصری که حاکمیت و تسلط کلیسا بر همه جنبه‌های فردی و احکام دینی و مذهبی گرفته تا جنبه‌های اجتماعی و سیاسی و علوم مختلف انکارناپذیر بود، از طرفی هم ضعف‌های علمی و مبانی تئوریک به تدریج منجر به حرکت‌هایی علیه دستگاه پاپ و کلیسا گردید و در پی اصلاحاتی در تعالیم مسیحیت برآمدند. مجموع این حرکت‌ها منجر به شکل‌گیری نهضت بزرگی بر علیه پاپ گردید و سرانجام به رنسانس و مدرنیته منتهی شد. یکی از نتایج رنسانس سکولاریسم است که توسط بنیانگذاران آمریکایی وضع شد. تحولات در غرب از دوره رنسانس تا سکولاریسم باعث گردید تا غرب بتدریج سلطه و استعمار فرهنگی، اقتصادی و سیاسی خود را بر سایر نقاط جهان بگستراند و از آنجا که مبنای فکری غرب مسئله مسیحیت و معرفت مدرنیته است، توانست به پیشرفت‌های زیادی نائل آید. تاریخ حکایت از آن دارد که بسیاری از کشورهای سراسر دنیا با تبلیغات سکولاریسم منجر به گسترش این طرز تفکر در بین مردم جهان شده‌اند.

2-2- پروتستان

در این مبحث به معنی و مفهوم پروتستان و بیان نهضت اصلاحات و ویژگی‌های خاص آن و تبیین عصر روشنگری و تبلیغ دین در آمریکا با طرح مباحث ایوانجلسیم، تلی وانجلسیم‌ها و سپس به معرفی کشیش اوستین پرداخته شده است.

2-2-1- نهضت اصلاحات (پروتستان قرن 16م)

«پروتستان واژه فرانسوی است که از زبان لاتین آمده و معنای آن «معترض» است. با اوج‌گیری مفساد کلیسایی، صدای اعتراض‌ها، روز به روز بلندتر می‌گردید. مصلحان مختلفی در جامعه‌ی مسیحی قیام می‌نمودند اما کلیسا در سرکوب آن‌ها کاملاً موفق بود. مارتین لوتر (1483-1546) در قرن شانزدهم میلادی، قیام نمود. کلیسا همچون گذشته گمان می‌کرد به راحتی می‌تواند این معترض را نیز از سر راه بردارد. اما این بار تاریخ به گونه‌ای دیگر رقم خورد. لوتر که کشیشی آلمانی بود، اعلامیه‌ای 95 ماده‌ای را منتشر نمود و از کلیسا خواست تا مفسد را ریشه‌کن سازد. این اقدام وی، خشم پاپ را به دنبال داشت. در نهایت، پاپ با استفاده از حربه‌ی تکفیر سعی در منفور نمودن لوتر داشت اما مردم آلمان که از وضعیت اسفبار کلیسا به تنگ آمده بودند به حمایت از وی برخاستند. فشارهای کلیسا سبب شد تا لوتر برای مدتی پنهان گردد اما در نهایت پیروزی از آن وی بود. نهضت جدید نام پروتستان را به خود گرفت.

از ویژگی‌های خاص نهضت اصلاحات می‌توان به موارد ذیل اشاره نمود:

- 1- آنان با رهبری انحصاری پاپ، مخالفت می‌ورزیدند.
- 2- از نگاه آنان مرجعیت تنها از آن کتاب مقدس است و سنت‌های کلیسایی نیز از اعتبار کافی برخوردار نیستند.
- 3- آنان بسیاری از تعالیم کلیسای کاتولیک را به دلیل آنکه منبع آن کتاب مقدس نبود و تنها ریشه در سنت داشت، مردود می‌شمردند.» (سلیمانی اردستانی، 1386: 42-12). «تاریخچه مذهب پروتستان، به قرن شانزدهم میلادی باز می‌گردد و از عمر آن، حدود پانصدسال می‌گذرد و از آن جهت که این مذهب در اعتراض به برخی عقاید کلیسای کاتولیک شکل گرفت، نام پروتستان به خود گرفت. پروتست¹ به معنای اعتراض و پروتستان² به معنای معترض است.» (توفیقی، 1379: 205) «اهمیت این نکات وقتی به خوبی روشن می‌شود که مقایسه‌ای هر چند اجمالی و اندک، بین کلیسای کاتولیک و پروتستان انجام دهیم:

1- یکی از عقاید اساسی کلیسای کاتولیک، عصمت پاپ و دوری او از گناه است. پطرس نیز پاپ را جانشین و وصی خود و صاحب اختیار کلیسای جامع، تا ابد، قرار داده است. از این رو، علاوه بر کتاب مقدس، آرا و فتاوی پاپ، مقدس بوده و او دارای مرجعیت دینی است. در مقابل، کلیسای پروتستان، به عصمت پاپ معتقد نیست و تنها مرجع افکار و رفتار دینی

¹ Protest

²Protestan

را کتاب مقدس می‌داند و به آرای پاپ و شورای کلیسا، به دیده تقدیس نمی‌نگرد. از نگاه پروتستان‌ها، در فهم کتاب مقدس، نیازی به تفسیر و تاویل ارباب کلیسا نیست و هر مسیحی می‌تواند پیام آن را با وجدان شخصی خود دریابد.

2- در مورد شرایط حصول سعادت ابدی، کلیسای کاتولیک معتقد است که سعادت‌مندی در گرو دو عامل ایمان یا فیض خداوند و انجام اعمال نیک است. اعمال نیک، اعمالی هستند که با احکام خداوند و قوانین کلیسا، مطابق باشند. احکام خداوند، همان احکام دهگانه عهد عتیق و اخلاق کامل مسیحیت می‌باشند. در مقابل، کلیسای پروتستان معتقد است که سعادت‌مندی و نجات، تنها در گرو ایمان و فیض خداوندی است.

3- در کلیسای کاتولیک، کشیش، واسطه آمرزش گناهان بین گناهکار و خداوند است و فرد گناهکار با اعتراف به گناه خود نزد کشیش و طلب آمرزش از او، آمرزیده می‌شود. در نقطه مقابل، کلیسای پروتستان معتقد به هیچ‌گونه واسطه‌ای بین خدا و خلق نیست و آمرزنده را تنها خداوند می‌داند.

4- کاتولیک‌ها معتقد به وجود عالم برزخ و مؤثر بودن دعا برای مردگان و دریافت نور الهی برای آنان هستند. آنان در تایید مدعای خود، به جملاتی از کتاب دوم مکابیان استناد می‌کنند و از آن جهت که این کتاب نزد پروتستان‌ها فاقد ارزش و اعتبار است، آنان اعتقادی به وجود برزخ و تاثیر دعا برای مردگان ندارند.

5- در کلیسای کاتولیک، کشیشان و روحانیان، مطلقاً مجاز به ازدواج نیستند؛ اما در کلیسای پروتستان، کشیشان می‌توانند ازدواج کنند.

6- کلیسای کاتولیک، به آیین‌های مقدس هفتگانه معتقد است. این آیین‌ها عبارتند از: غسل تعمید، تایید، توبه، عشاء ربانی، دست‌گذاری، ازدواج و تدهین بیماران.

7- در عین عقلگرایی بیشتر کلیسای پروتستان نسبت به کلیسای کاتولیک، پروتستان‌ها نیز همانند کاتولیک‌ها، به تثلیث معتقدند و این اعتقاد را می‌توان یکی از عقاید مشترک بین آن دو دانست. به طور خلاصه، عمده‌ترین ویژگی‌های مذهب پروتستان عبارتند از: آزادی فردی در امور دینی و دنیوی، تساهل دینی، انحصار مرجعیت دینی در کتاب مقدس و عدم اعتقاد به مرجعیت پاپ و شورا و قوانین کلیسا، مسئولیت مستقیم انسان در مقابل خداوند، ممدوح دانستن ثروت و عبادت دانستن کار. «(توفیقی، 1379: 216-210).