

محتوای لسانی

جامع تریست کرا

باتکبیر آیات و روایات

تألیف

امیر جهانی فرد، محمد جواد دانی، حسین علیرزاده و محبت میری

عنوان و نام پدیدآور : محتوای لسانی تبلیغ تربیت گرا با تکیه بر آیات و روایات
 مشخصات نشر : تهران: سازمان تبلیغات اسلامی، پژوهشکده باقر العلوم (ع) ۱۳۹۴
 مشخصات ظاهری : ۶۳۶ ص.
 شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۵۵۲۹-۳۳-۳
 وضعیت فهرست‌نویسی : فیای مختصر
 یادداشت : فهرست‌نویسی کامل این اثر در نشانی: <http://opac.nlai.ir> قابل دسترسی است.
 یادداشت : تألیف امیر جهانی فرد، محمد جواد دیانی، حسین علیزاده، مجتبی میری.
 شناسه افزوده : جهانی فرد، امیر، ۱۳۵۴ -
 شناسه افزوده : سازمان تبلیغات اسلامی، پژوهشکده باقر العلوم (ع)
 شماره کتابشناسی ملی : ۳۸۱۳۵۸۶



انتشارات پژوهشکده باقر العلوم و روایات

عنوان:	محتوای لسانی تبلیغ تربیت گرا با تکیه بر آیات و روایات
نویسندگان:	امیر جهانی فرد، محمد جواد دیانی
	حسین علیزاده، مجتبی میری
ناشر:	انتشارات پژوهشکده باقر العلوم و روایات
نوبت و سال چاپ:	اول / پاییز ۱۳۹۴
چاپخانه:	چاپ طه
شمارگان:	۳۰۰۰ نسخه
قیمت:	۱۹۰۰۰ تومان

مرکز پخش: قم، بلوار نیایش، جنب مصلی قدس، پژوهشکده باقر العلوم و روایات

تلفن ۰۲۵ - ۳۷۷۴۰۳۶۹

نشانی پایگاه اطلاع رسانی: www.pbshop.ir



فهرست مطالب

۱۱	تکاتی برای اسماة بهتر از کتاب
۱۳	سخن پژوهشکده
۱۷	دیباچه
۱۸	الف) تعریف محتوای تبلیغ لسانی
۲۳	ب) توجه به محتوا در تبلیغ لسانی
۲۹	ج) جایگاه محتوا در تبلیغ تربیت‌گرا
۳۲	د) تقسیم‌های محتوای بخش لسانی
۳۹	فصل اول: گستره محتوای تبلیغ لسانی
۴۰	۱. بخش‌های مختلف زندگی
۴۳	۲. ارتباط‌های چهارگانه
۴۹	فصل دوم: ابعاد محتوای تبلیغ لسانی
۵۳	۱. ایمان و شرک
۶۳	۲. جوارحی و جوانحی
۶۹	فصل سوم: امتداد محتوای تبلیغ لسانی
۶۹	۱. محتوایی برای دنیا و آخرت
۷۳	۲. محتوایی برای کوتاه‌مدت و درازمدت

فصل چهارم: عناصر محتوای تبلیغ لسانی ۷۷

۱. بینات ۸۰

۱-۱. انواع بینات ۸۲

۱-۲. مصادیق بینات ۸۳

۱-۳. انواع برخورد‌ها با بینات ۸۷

۲. کتاب ۹۳

۲-۱. ویژگی‌های کتاب خداوند ۹۶

۲-۲. حواء برخورد با کتاب خداوند ۹۸

۲-۳. طر‌های آگاهی از کتاب ۱۰۲

۳. میزان ۱۰۹

۳-۱. ویژگی‌های میزان ۱۱۳

۳-۲. مصادیق میزان ۱۱۴

فصل پنجم: ویژگی‌های محتوای تبلیغ لسانی ۱۲۵

۱. فقط گفتن ذکر خدا ۱۲۶

۲. سادگی و دل‌نشینی ۱۳۰

۳. کوتاهی سخن ۱۳۶

۴. رعایت اهمیت ۱۳۹

۵. اهتمام به گوناگونی‌ها ۱۴۰

۶. آینده‌نگری ۱۴۶

فصل ششم: انواع محتوای تبلیغ لسانی ۱۴۹

۱. تعلیمی و تذکری ۱۵۵

۲. حق و باطل ۱۵۹

۳. صدق و کذب ۱۶۸

۴. سودمند، سالم و مضر ۱۷۲

۵. خیر و شر ۱۷۴

۱۷۷	۶. کلام و محاسن کلام
۱۸۱	۷. عمومی و سرّی
۱۹۸	۸. حرام و حلال
۲۰۴	۹. معروف و منکر
۲۱۰	۱۰. ضروریات و لغویات
۲۱۶	۱۱. کلام محترمانه، تند و زشت
۲۲۵	فصل هفتم: محتوای ممنوع تبلیغ لسانی
۲۲۷	۱. ممنوعیت دادن مبالغه
۲۲۸	۲. ممنوعیت و محالّات
۲۳۳	۳. ممنوعیت و موضوع
۲۳۴	۴. ممنوعیت و انواع محتوا
۲۳۶	۵. ممنوعیت و نیت
۲۴۰	۶. محتوایی برای بدعت
۲۴۴	۷. قول زور
۲۵۳	۸. ممنوعیت و نتایج
۲۶۱	فصل هشتم: منابع محتوای تبلیغ لسانی
۲۶۱	۱. انواع منابع
۲۶۳	۱-۱. قرآن
۲۷۴	۱-۲. سنت
۲۹۰	۱-۳. عقل
۲۹۹	۱-۴. تجربه
۳۱۰	۱-۵. تاریخ
۳۱۶	۲. شیوه‌های دریافت از منابع
۳۲۸	۳. روش‌های بهره‌برداری از منابع

۳۴۸	۴. فرایند سنجش نتایج
۳۵۵	فصل نهم: محتوای تبلیغ لسانی در گفتگوی با انسان‌ها
۳۵۶	۱. گونه شناسی بر اساس تعداد کلمات
۳۵۶	۱-۱. سخنان کوتاه
۳۶۱	۱-۲. سخنان بلند
۳۶۷	۲. گونه شناسی بر اساس ساختار سخنان
۳۷۱	فصل دهم: محتوای تبلیغ لسانی در گفتگوی با خدا
۳۷۷	۱. کارکردهای دعا در تبلیغ
۳۷۷	۱-۱. استفاده به زبان یکی از عوامل ارتقای بخش در تبلیغ
۳۸۳	۱-۲. استفاده به عنوان مستندی برای محتوای تبلیغ لسانی
۳۸۸	۱-۳. استفاده به عنوان نسخه یا دارو در تبلیغ لسانی
۳۹۳	۲. ابعاد دعا
۴۰۸	۳. انواع ادعیه
۳۹۸	۳-۱. ادعیه با محوریت زمان‌ها
۳۹۹	۳-۲. ادعیه با محوریت مکان‌ها
۳۹۹	۳-۳. ادعیه با محوریت اصناف و اشخاص
۴۰۰	۳-۴. ادعیه با محوریت حالات
۴۰۱	۳-۵. ادعیه با محوریت اعمال
۴۰۲	۴. نکات پایانی بخش گفتگوی با خدا
۴۰۷	فصل یازدهم: محتوا و کلیات تبلیغ تربیت‌گرا
۴۰۷	۱. محتوا و انواع تبلیغ تربیت‌گرا
۴۰۸	۱-۱. دعوت
۴۱۵	۱-۲. ابلاغ
۴۱۹	۱-۳. امر به معروف و نهی از منکر
۴۲۳	۱-۴. کفالت
۴۲۵	۲. محتوا و رویکردهای تبلیغ تربیت‌گرا

۴۲۷	۲-۱. تبشیر
۴۳۰	۲-۲. انذار
۴۳۳	۲-۳. محبت
۴۳۸	۲-۴. شایستگی
۴۴۰	۲-۵. شکر
۴۴۳	۳. محتوا و حیطه‌های تأثیرگذاری
۴۵۰	۴. محتوا و اهداف تبلیغ
۴۵۹	فصل دوازدهم: تهیه و تنظیم محتوای تبلیغ لسانی
۴۵۹	۱. انتخاب موضوع
۴۶۰	۱-۱. انتخاب موضوع توسط مبلغ
۴۶۶	۱-۲. انتخاب موضوع توسط مخاطب
۴۷۰	۲. آماده‌سازی محتوا
۴۷۲	۲-۱. با محوریت شخص
۴۷۲	۲-۲. با محوریت جامعه
۴۷۲	۲-۳. با محوریت عمل
۴۷۳	۲-۴. با محوریت موضوع
۴۷۳	۲-۵. با محوریت مسأله
۴۷۳	۳. ارزشیابی
۴۷۵	۳-۱. معیارهای ارزیابی محتوایی وابسته به مخاطب
۴۸۰	۳-۲. معیارهای ارزیابی محتوایی وابسته به محتوا
۴۸۴	۳-۳. معیارهای ارزیابی محتوایی وابسته به مبلغ
۴۸۹	فصل سیزدهم: نظام موضوعات تبلیغ لسانی
۴۹۹	۱. عناصر مؤثر در نظام موضوعات
۵۰۳	۲. انواع نظام موضوعات
۵۰۷	۳. ترجیحات نظام موضوعات
۵۱۸	۴. نظام موضوعات بر اساس سن

۵۳۱.....	فصل چهاردهم: محتواهای متناسب با قالب‌های تبلیغ لسانی
۵۳۵.....	۱. مشاوره
۵۵۳.....	۲. چهره به چهره
۵۶۵.....	۳. کارگاه
۵۷۱.....	۴. سخنرانی
۵۸۸.....	۵. کلاس‌داری
۵۹۴.....	۶. دعاخوانی
۵۹۶.....	۷. هم‌انایشی
۶۰۷.....	۸. مرثیه‌خوانی
۶۱۱.....	۹. مناظره
۶۲۵.....	منابع



نکاتی برای استفاده بهتر از کتاب

قبل از مطالعه نوشته پیش، و توجه به نکات زیر، امکان استفاده بهینه از آن را فراهم می‌کند:

۱. در پژوهش‌هایی که در عرصه دانش تبلیغ انجام شده است، «محتوا» و زوایای مختلف آن مورد توجه جدی پژوهشگران قرار نگرفته است. مجموعه پیش رو «محتوا» را در بخش لسانی تبلیغ تربیت‌گرا ترسیم می‌کند. «محتوا» قسمتی از بخش لسانی تبلیغ است که در بالا بردن سطح کیفی برنامه تبلیغ، تأثیر زیادی دارد. این کتاب زمینه مدیریت هرچه بهتر و دقیق‌تر محتوای لسانی تبلیغ را فراهم می‌نماید.

۲. همه عناصر و اجزای خُرد و کلان تبلیغ تربیت‌گرا بر پایه آیات و روایات بنا می‌شود و در جای‌جای آن، با تمسک به متن دین (قرآن و سنت)، مفاهیم، تبیین می‌شوند؛ از این رو، استفاده حداکثری از مفاهیم ثقلین با رعایت شیوه‌های استاندارد استناد به آیات و روایات، مورد اهتمام مؤلفان می‌باشد.

۳. مخاطبان این نوشته، همه کسانی هستند که برای انتشار و بالندگی اسلام، با زبان و قلم خویش تلاش می‌کنند؛ اعم از مبلغان، مدرسان، مشاوران، مربیان، مجریان و

دیگر کسانی که به قدرت کلام پی برده‌اند و از آن برای روشن کردن راه رشد، بهره می‌برند.

۴. برای سرعت در مطالعه، خوانندگان محترم می‌توانند از استندهای وارد شده در میان متن بگذرند و تنها برای آگاهی از مستندات به آنها توجه پیدا کنند. «استندها»، قسمت‌هایی از آیات و روایات هستند که در متن، بین دو پرانتز، قرار گرفته‌اند.
۵. در این نوشته مستندات به دو صورت جداگانه و آمیخته در متن به کار گرفته شده است. بخش‌هایی از مستندات که در متن درج شده‌اند، اسناد متن قبلی خود را روشن می‌کنند. مستداتی که به صورت جداگانه در پایان متن بیان شده‌اند، زمینه‌ای را برای دانشوران فراهم می‌کنند که با دقت و تفکر در آنها می‌توانند برداشت مکملی را داشته باشند.



سخن پژوهشگر

محتوا و اطلاعاتی که در اختیار بشر قرار گرفته است، آمیخته‌ای از حق و باطل است که با تکیه بر شاخص‌های وجدانی، امکان جداسازی و استفاده بهینه از آنها فراهم می‌شود. کارشناسانی که صرفاً دینی را منتشر می‌کنند، باید قدرت تحلیل و مدیریت محتوا را داشته باشند تا محرمانگی مبتنی بر حق، در اختیار مخاطب قرار دهند. زندگی بشر در عصر حاضر از سرعت و پیچیدگی بیشتری برخوردار شده است. مفاهیمی که انسان، زندگی خود را بر اساس آنها سازمان‌دهی می‌کند، از نظر اهمیت، درجات مختلفی دارند؛ برخی از آنها، از مفاهیم ضروری هستند که با تمسک به آنها، زندگی دنیوی و اخروی انسان تأمین می‌شود و بعضی دیگر مفاهیمی لغو و غیرضروری هستند که استعداد انسان را در این دنیا هدر داده و رمین نارزدی ابدیت او را فراهم می‌کنند. مجموعه پیش رو «محتوای لسانی تبلیغ تربیت‌گرا با تکیه بر آیات و روایات» می‌باشد که به دسته‌بندی و طبقه‌بندی پیام لسانی تبلیغ می‌پردازد.

مؤلفان، تشکر وافر خویش را به ریاست محترم پژوهشگر، جناب آقای دکتر قشقایی؛ ناظران محترم کتاب، حجج اسلام سید محمدحسین تقوی و علی‌باقر شیخانی، تقدیم می‌دارند که هر کدام در تولید این اثر، همکاری مجدانه‌ای با گروه تبلیغ داشته‌اند.

پژوهشکده، برای مؤلفان محترم، حجج اسلام امیر جهانی‌فرد، حسین علیزاده، محمدجواد دیانی و مجتبی میری که با توکل بر خداوند و همکاری جمعی و مخلصانه، اثری جدید و نظام‌مند، مبتنی بر قرآن کریم و معالم اهل بیت علیهم‌السلام خلق کردند، توفیق روزافزون را از درگاه خداوند منان درخواست می‌کند؛ ان شاء الله این اثر گامی نو و جهت‌بخش در مسیر انتشار ولایت الله باشد.

با توجه به ظرفیت و کارآرایی عظیم نقد سازنده، از همه فرهیختگان ناقد درخواست می‌گردد که به منظور بالندگی و ارتقای تبلیغ تربیت‌گرا، نقدهای سازنده خود را از این محله، دریغ نفرمایند.

پژوهشکده باقرالعلوم علیه‌السلام