

منابر و شیوه‌های تبلیغ

حجی صادق دانشیار

سرنامه	: دانشمند، حجتی صادق، ۱۳۵۴ -
عنوان و نام پدیدآور	: عناصر و شیوه‌های تبلیغ / گردآورنده حجتی صادق دانشمند.
مشخصات نشر	: قم: طلیعه سبز، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	: ۱۰۴ ص.
شاب	: 2 - 31 - 6055 - 600 - 978
وضعیت فهرست‌نویسی	: فیا
موضوع	: اسلام - تبلیغات
موضوع	: اسلام - تبلیغات - روش‌شناسی
رده ی کتکر	: ۹۱۳۹۱ ع ۲ / ۶۲ / ۱۱ BP
ردیفی در	: ۲۹۷/۰۴۵
شماره - پشتام	: ۲۷۰۳۰۳۲

عناصر و شیوه‌های تبلیغ

نویسنده: حجتی صادق دانشمند
 ناشر: طلیعه سبز / ۰۹۱۱۷۵۰۶۵۳۶
 لیتوگرافی، چاپ و صحافی: اصلیل
 نوبت چاپ: اول / ۱۳۹۷
 شمارگان: ۱۰۰۰
 بها: ۸۸۰۰ تومان

حق چاپ برای مؤلف محفوظ است

فهرست مطالب

مقدمه	۹
-------	---

بخش اول: کلیات تبلیغ

فصل اول: واژه‌ها و تعاریف آنها	۱۳
۱- واژه تبلیغ و معنای لغوی آن	۱۳
واژه دعوت و معنای لغوی و اصطلاحی آن	۱۴
۲- تعریف اصطلاحی تبلیغ از دیدگاه صاحب نظران	۱
۳- تعریف اصطلاحی تبلیغ از دیدگاه اسلام	۶
۴- مفهوم دین	۱۱
مفهوم دین از دیدگاه اسلام	۱۹
تفاوت دین فهمی با دینداری	۲۰
فصل دوم: ماهیت و چیستی تبلیغ	۲۱
الف) اقسام هنر	۲۴

ب) تبلیغ شامل کدام یک از این اقسام می‌شود؟ ۲۵

بخش دوم: عناصر و ابزار تبلیغ ۲۷

فصل اول: عناصر تبلیغ ۲۹

اجزای تشکیل دهنده تبلیغ ۲۹

۱- مبلّغ، رسان یا مبلغ ۲۹

۲- مخاطب، مخاطب یا مخاطب ۳۲

نتیجه ۳۵

۳- پیام ۳۶

جایگاه پیام از دید قرآن و روایات ۳۶

انگیزش در مخاطب و جایگاه آن در روایات ۳۷

فصل دوم: ابزار تبلیغ و تعریف آن ۳۹

۱- ابزار مشروع و نامشروع ۴۰

۲- ابزارهای تبلیغ در اسلام ۴۱

۲-۱ دیدگاه‌های مختلف ۴۱

۲-۲ نظر مختار و تقسیم ابزار تبلیغ ۴۲

۲-۲-۱ جایگاه قلم در اسلام ۴۳

۲-۲-۲ جایگاه عمل در اسلام ۴۴

بخش سوم: آداب و آفات تبلیغ ۴۷

فصل اول: ویژگی‌های علمی مبلغ ۵۱

شناخت خود، خدا و اهل بیت (علیهم‌السلام) ۵۱

۵۱	۱-۱- خودشناسی
۵۲	۱-۲- خداشناسی
۵۳	۱-۱- اهل بیت شناسی
۵۴	۲- دین فهمی و دین شناسی
۵۶	۳- نام و نامهای مخاطب شناسی
۵۶	۴- شیوه ساسی
۵۸	۶- برتری م. ر. ق. م. و سخن
۶۱	فصل دوم: ویژگی های اخلاقی و فردی مبلغ
۶۱	۱- اخلاص در عمل
۶۲	۲- ایمان به هدف
۶۳	۳- پیشگام در عمل
۶۵	۴- سعه صدر
۶۶	۵- صبر و بردباری - استقامت و پایداری
۶۷	۶- شجاعت و قاطعیت
۶۸	۷- صداقت و عدالت
۶۹	۸- تواضع و فروتنی
۷۰	۹- مؤدب و منظم
۷۱	۱۰- ساده زیست و بی تکلف
۷۳	۱۱- انتقاد پذیر
۷۴	۱۲- تمیز، خوشبو و آراسته ظاهر
۷۷	فصل سوم: ویژگی های اخلاقی و اجتماعی مبلغ
۷۷	۱- خوش سابقه بودن

- ۷۸-۲- مردمی و درد آشنا.....
- ۷۹-۳- خیر خواهی مردم و حامی محرومان.....
- ۸۰- صفت مذارا و مهربانی.....

بخش چهارم: آسیب شناسی شیوه‌های تبلیغ ۸۳

- ۸۵- فصل اول: مخاطبان تبلیغ.....
- ۸۹- فصل دوم: شیوه‌های تبلیغ.....
- ۸۹- مفهوم «مجادله».....
- ۹۰- مفهوم «موعظه».....
- ۹۰- مفهوم «مجادله».....
- ۹۱- ۱- شیوه بیان حکمت و.....
- ۹۲- ۲- شیوه‌های موعظه و مخاطبان آن.....
- ۹۳- ۳- شیوه مجادله و مخاطبان آن.....
- ۹۵- ۴- تبشیر و انذار.....
- ۹۵- ۵- انذار و بیم دادن.....
- ۹۷- ۶- آسان گرفتن و نرمش.....
- ۹۸- ۷- القاء غیر مستقیم.....
- ۹۹- فهرست منابع.....

مقدمه

از زبانها و فرهنگها و اصطلاحات گوناگون واژه‌های مختلفی به منظور بیان مفهوم تبلیغ استعمال می‌شود، مثلاً در لغت عرب، «تبلیغ» دعوت، اعلام و دعایه و امثال آن در فرهنگ فارسی بیشتر از واژه‌های تبلیغ استفاده می‌شود که واژه لاتینی به «واژه‌گری» نیز ترجمه شده است. به همین نحو، هر زبانی واژه خاصی دارد.^۱ چون بحث از تبلیغ و امور مربوط به آن می‌باشد می‌بایست به اصطلاحات و تعاریف مربوطه بیشتر از پیش آشنا شویم لذا در ادامه به این مهم می‌پردازیم.

۱. محمدتقی رهبر، پژوهش در تبلیغ، چاپ اول، انتشارات سازمان تبلیغات، تاسستان