



دانشکده الهیات و معارف اسلامی  
رساله دوره دکتری رشته علوم قرآن و حدیث

عنوان:

# تبیین مؤلفه‌های تبلیغ دین از منظر قرآن کریم و روایات با تأکید بر آسیب شناسی آن

استاد راهنما:

دکتر محمد تقی دیاری بیدگلی

استاد مشاور:

دکتر محمد هادی مفتاح

دانشجو:

نعمت فیروزی

شهریور ماه ۱۳۹۸

## چکیده:

رشد و شکوفایی مکاتب دینی به تناسب گستره و افقی است که از حصارها و مرزهای تنگ فکری و جغرافیایی اوج می گیرند. همه ی مکاتب برای شناساندن و پاسداری از اصول و مبانی خود و همچنین برای حفظ پیروان و تقویت بنیه ی معنوی و آگاهی آنان، جذب و همراهی دیگران، پاسخ گویی به شبهات و جلوگیری از انحرافات و بدعتها و حضور در صحنه ی بین المللی، نیاز به تبلیغ دارند. آیین اسلام نیز مبتنی بر جاودانگی رسالت خویش، مستمر، پویا و همگانی بودن آن، دعوت و تبلیغ را بیش از مکاتب دیگر طلب می کند. معارف و تعالیم زنده و والای این آیین جاودان اگر به صورت مستمر تبیین، تفسیر و ابلاغ نگردد، نه تنها مکتب و دین مهجور گشته بلکه بشریت گرفتار جهل و اسیر زنجیرهای استکبار و رهسپار راه شقاوت خواهد شد.

قرآن کریم مهم ترین رسالت انبیاء الهی را ابلاغ و رساندن پیام دین می داند. افزون بر این، قرآن کریم، دعوت الی الله را بهترین گفتار و داعیان الی الله را برترین امت و فلاح و رستگاری جامعه ی اسلامی را مرهون تلاش ایشان دانسته و هدایت انسانها را به مثابه اهدای دوباره ی حیات تعبیر فرموده است. توجه به شاخصه های قرآنی تبلیغ، مبین این نکته است که جریان تبلیغ، صرف اعلام و انتقال پیام نیست بلکه موفقیت آن حاصل نگاه عالمانه و راهبردی نسبت به ابعاد پیچیده ی تبلیغ و عناصر دخیل در آن است. این پژوهش با بهره مندی از معارف عمیق قرآن کریم، سیره ی علمی و عملی اهل بیت عصمت و طهارت علیهم السلام و نیز مبتنی بر مطالعات و بررسی های میدانی تجربیات و دستاوردهای نهادهای تبلیغ دینی و به ویژه بهره مندی از نگاههای نخبگان برتر تبلیغی، اساتید و مؤلفان این عرصه و همچنین چهره های بین المللی تبلیغ دینی به آسیب شناسی ارکان تبلیغ در حوزه ی سیاستگذاری، پیام رسانان، مخاطبان، پیام، ابزار و روش ها، ارزیابی و اثرسنجی این امر خطیر دست می یابد. نبود درک جامع از وجوه تمایز، اهداف و کارکردهای مختلف تبلیغ دین، عدم تدوین و اولویت گذاری نظام موضوعات تبلیغ، نداشتن طرح های جامع بلند محور، عدم طراحی نظام جامع مشارکت و نیز عدم وجود نظام جامع رصد، ارزیابی و پایش مستمر تبلیغ از جمله ی این آسیب هاست. از سوی دیگر بررسی و آسیب شناسی آثار و اقدامات این حوزه نشان می دهد که منابع و رویکردهای موجود «غالباً به شیوه های تبلیغ فردی و تبیین الگوهای درون دینی» تمرکز داشته و به ندرت رویکردی جامع و دقیق نسبت به انسجام و پیوستگی اجزاء و ابعاد مکمل آن ارائه می نماید. در همین راستا و مبتنی بر تبلیغ راهبردی جامع نگر، ترویج و نهادینه نمودن اصل دین در جامعه با نگاه های بخشی، جزئی نگر، اقدامات کوتاه مدت و مقطعی حاصل نخواهد شد؛ بلکه تمامی این اقدامات باید مبتنی بر بنیادهای اصیل دینی و بر محور ترسیم دقیق چشم اندازها، تبیین منطقی نقش و جایگاه هر یک از اجزاء، ابعاد، ارکان و برنامه ریزی های همسو و هم جهت انجام پذیرد. تبلیغ دین، آسیب شناسی تبلیغ، بایسته های تبلیغ، قرآن کریم، اهل بیت علیهم السلام

## فهرست مطالب

فصل اول:	۱.....
کلیات و مفاهیم پژوهش	۱.....
۱-۱. مسأله ی تحقیق:	۲.....
۱-۱-۱. بیان مسأله و اهمیت موضوع:	۲.....
۱-۱-۲. سوالات پژوهش:	۴.....
۱-۱-۳. فرضیه‌ها:	۴.....
۱-۱-۴. ضرورت انجام تحقیق:	۵.....
۱-۱-۵. پیشینه ی پژوهش	۶.....
۱-۱-۶. اهداف و کاربردهای پژوهش	۱۲.....
۱-۱-۷. جنبه جدید بودن پژوهش	۱۳.....
۱-۱-۸. روش پژوهش	۱۳.....
۲-۱. واژه‌ها و مفاهیم	۱۴.....
۲-۱-۱. دین	۱۴.....
۲-۱-۲-۱. سیر تکاملی دین	۱۶.....
۲-۲-۱. قرآن کریم	۲۰.....
۲-۲-۱-۱. جامعیت قرآن کریم	۲۰.....
۲-۲-۲-۱. جاودانگی و جهانی بودن قرآن	۲۱.....
۲-۲-۳-۱. تبلیغ	۲۳.....
۲-۳-۱-۱. مفهوم شناسی تبلیغ	۲۵.....
۲-۳-۲-۱. پیشینه ی تبلیغ	۲۶.....
۲-۳-۲-۱-۳. تبلیغ در فرهنگ اسلامی	۲۸.....
۲-۳-۲-۱-۴. تبلیغات در دنیای امروز	۲۹.....
۲-۳-۲-۱-۵. واژگان همسو با تبلیغ	۳۰.....
۲-۳-۲-۱-۵-۱. ایصال	۳۰.....
۲-۳-۲-۱-۵-۲. دعوت	۳۲.....
۲-۳-۲-۱-۵-۳. موعظه	۳۳.....

۳۴	..... ۱-۲-۳-۵-۴. تبشیر و انذار
۳۶	..... ۱-۲-۳-۵-۵. تبیین و روشنگری
۳۷	..... ۱-۲-۳-۵-۶. تذکر
۳۸	..... ۱-۲-۳-۵-۷. امر به معروف و نهی از منکر
۴۲	..... ۱-۲-۴. آسیب شناسی:
۴۴	..... فصل دوم:
۴۴	..... اهداف و کارکردهای بنیادین تبلیغ دین
۴۵	..... مقدمه:
۴۵	..... ۱-۲. تبلیغ دین به مثابه بازگشت در مدار دین یابی فطرت مدار
۴۶	..... ۱-۲-۱. چالش‌های تبلیغ دینی فطرت گریز
۵۰	..... ۲-۱-۲. راهبرد دین یابی جایگزین دین دهی
۵۲	..... ۲-۲. تبلیغ دین به مثابه استخراج ابعاد و لایه‌های به روز دین
۵۳	..... ۲-۲-۱. قداست، طهارت و معنویت دین
۵۳	..... ۲-۲-۲. هماهنگی با فطرت
۵۴	..... ۲-۲-۳. هماهنگی با عقل و خرد بشری
۵۴	..... ۲-۲-۴. جامعیت و برتری
۵۶	..... ۲-۲-۵. طراوت، بالندگی و امیدآفرینی
۵۷	..... ۲-۲-۶. پاسخگویی اسلام به نیازهای اساسی انسان بر اساس اقتضای زمان
۵۹	..... ۲-۳. تبلیغ دین به مثابه مبارزه با ابعاد و مبانی فرهنگ جاهلیت
۶۰	..... ۲-۳-۱. مفهوم شناسی جاهلیت
۶۰	..... ۲-۳-۲. شاخصه‌ها و انواع جاهلیت
۶۶	..... ۲-۳-۳. حقیقت و عقلانیت اسلام و جاهلیت (روش و منطق متفاوت حقیقت یابی)
۶۷	..... نگاه جاهلیت:
۶۹	..... ۲-۴. تبلیغ دین به مثابه مبارزه با جنگ نرم و تهاجم فرهنگی و دینی دشمن
۷۰	..... ۲-۴-۱. خدعه، فریب و تحریک افکار عمومی
۷۰	..... اول؛ بازداشتن نیروهای تحت فرمان از پیوستن به جریان حق،
۷۲	..... ۲-۴-۲. قدرت نمایی و ارعاب
۷۳	..... ۲-۴-۳. راه اندازی هیاهو و جنجال‌های سیاسی
۷۵	..... ۲-۴-۴. تضعیف رهبری جریان حق

۷۷	۲-۴-۵. توطئه، تهدید و برخورد با منادیان و داعیان دینی
۷۸	۲-۴-۶. شایعه سازی
۸۰	۲-۴-۷. نفوذ
۸۱	۲-۴-۸. استحاله ی فرهنگی
۸۲	۲-۴-۹. تجددخواهی
۸۴	۲-۵-۵. تبلیغ دین به مثابه حمایت و پشتیبانی از نظام و حاکمیت دینی
۸۹	۲-۵-۱. هجمه به حاکمیت دینی در کالبد حکومت آخوندی
۹۰	۲-۵-۲. هجمه به مبلغان دینی در کالبد آخوندهای حکومتی
۹۱	۲-۵-۳. تبیین چرایی تکرار این شبهه
۹۲	۲-۵-۳-۱. تمهید جدایی دین از سیاست
۹۳	۲-۵-۳-۲. جلوگیری از بهره مندی جریان حاکمیت دینی از متخصصین
۹۴	۲-۵-۳-۳. به رکود علمی کشاندن نهادهای تبلیغ دین
۹۵	۲-۵-۳-۴. بدنام شدن نهادهای دینی در عدم خدمت به مردم
۹۵	۲-۵-۳-۵. انزوای اجتماعی، سیاسی در قالب حربه ی حفظ قداست دین و منادیان دینی
۹۷	۲-۶-۶. تبلیغ دین به مثابه دیپلماسی بین المللی و حضور جهانی اسلام
۱۰۶	فصل سوم:
۱۰۶	آسیب شناسی ارکان تبلیغ
۱۰۷	مقدمه:
۱۰۷	۳-۱-۱. ابعاد آسیب شناسی دینی
۱۰۷	آسیب شناسی عقاید دینی
۱۰۷	آسیب شناسی معرفت دینی
۱۰۷	آسیب شناسی جامعه دینی:
۱۰۷	آسیب شناسی دینداری:
۱۰۷	آسیب شناسی نهادهای دینی:
۱۰۷	آسیب شناسی فهم دین:
۱۰۸	۳-۱-۱. عوامل آسیب دیدگی نگرش های دینی
۱۰۸	۳-۱-۱-۱. اسلام
۱۰۹	۳-۱-۱-۲. مسلمین
۱۰۹	۳-۱-۱-۳. دینداران
۱۱۰	۳-۱-۱-۴. دین شناسان

- ۱۱۰..... ۳-۱-۱-۴. مرحله ی فهم
- ۱۱۰..... ۳-۱-۱-۴. مرحله ی عرضه
- ۱۱۱..... ۳-۱-۱-۵. عوامل بیگانه
- ۱۱۲..... ۳-۲. آسیب شناسی مدیریت و سیاستگذاری تبلیغ دین
- ۱۱۳..... ۳-۲-۱. نداشتن جایگاه بایسته ی تبلیغ در میان اندیشمندان و فرهیختگان
- ۱۱۶..... ۳-۲-۲. نگرش مقطعی و بخشی به جریان تبلیغ دین(رویکردهای گذرا و مناسبتی)
- ۱۱۸..... ۳-۲-۳. ابهام وضعیت نظام موضوعات و مسئله‌های بنیادین تبلیغ(نبود درک جامع نگرانه)
- ۱۲۰..... ۳-۲-۴. عدم تمرکز مدیریت تبلیغ دینی(وجود ساختارهای موازی و ناهماهنگ)
- ۱۲۲..... ۳-۲-۵. عدم ارتباط صحیح با نهادهای علمی و نخبگان دینی
- ۱۲۴..... ۳-۲-۶. کمبود الگوها و مدل‌های مطلوب مدیریت تبلیغ دینی
- ۱۲۵..... ۳-۲-۷. کاستی های کمی و کیفی مدیران تبلیغ دین
- ۱۲۶..... ۳-۲-۸. شکل گیری اقلیم‌های جغرافیایی متراکم و متکثر در مقابل موقعیت‌های بی بضاعت
- ۱۲۹..... ۳-۲-۹. نبود رویکردهای تمدنی و گفتمان ساز وحدت در جهان اسلام و بسندگی به الگوهای سنتی تقریبی
- ۱۲۹..... ۳-۲-۹-۱. ضرورت تزریق رویکردهای تمدنی به جهان اسلام
- ۱۲۹..... ۳-۲-۹-۲. نگاه ایجابی و گفتمان ساز به جای الگوهای سنتی تقریب
- ۱۳۰..... ۳-۲-۹-۳. عدم درک جامعیت و ابعاد پیچیده ی مواجهه با جهان اسلام
- ۱۳۳..... ۳-۲-۹-۴. حفره‌ی اجتماعی تقریب
- ۱۳۴..... ۳-۳. آسیب شناسی مبلغان
- ۱۳۴..... ۳-۳-۱. کم توجهی به تربیت الگویی
- ۱۳۸..... ۳-۳-۲. اولویت ندادن به شایستگیهای علمی
- ۱۴۰..... ۳-۳-۳. عدم آشنایی با جریان شناسی و آگاهی از مسائل روز (عدم شناخت مقتضیات زمان)
- ۱۴۲..... ۳-۳-۳-۱. نبود تخصص و مهارت تأمین نیازهای روانی جامعه
- ۱۴۳..... ۳-۳-۴. اولویت ندادن به شایستگیهای تقوایی
- ۱۴۷..... ۳-۳-۵. حاکمیت تفکر سلبی و نابودی تدریجی ظرفیت‌ها
- ۱۴۸..... ۳-۳-۶. حاکمیت رویکرد تبلیغی بخشی نگر
- ۱۵۰..... ۳-۳-۷. ناهماهنگی و بی نظمی در اهداف و عملکردها
- ۱۵۱..... ۳-۳-۸. شتاب زدگی و انتظار تحقق نتایج آنی

- ۱۵۳.....۳-۳-۹. دنیاطلبی و آمال و آرزوهای بی پایان
- ۱۵۵.....۳-۳-۹-۱. فرصت طلبی
- ۱۵۶.....۳-۳-۹-۲. دستاویز قرار دادن مقدسات
- ۱۵۷.....۳-۳-۹-۳. رویکردها و برخوردهای دوگانه
- ۱۵۸.....۳-۳-۱۰. تکلف آور شدن اهداف و اقدامات
- ۱۶۰.....۳-۳-۱۱. عوام زدگی مبلغان
- ۱۶۰.....۳-۳-۱۲. کاستی پذیرفتن پیوندهای مهرورزانه
- ۱۶۱.....۳-۳-۱۳. عدم شناخت عوامل ایجاد و شتاب دهنده ی چالش‌های دینی جامعه
- ۱۶۱.....۳-۳-۱۴. محدودیت علمی و اجرایی مهارت‌های ارتباطی مبلغان دینی
- ۱۶۲.....۳-۳-۱۵. حاکمیت ناملموس توطئه انگاری
- ۱۶۳.....۳-۳-۱۵-۱. استناد به منابع مجهول الهویه در موضوع دشمن‌هراسی
- ۱۶۵.....۳-۳-۱۶. محدودیت و انحصار تبلیغ دینی به فهم متعارف مرسوم
- ۱۶۶.....۳-۳-۱۷. چالش ناشی از وجود نگاه حداقلی یا نگاه حداکثری
- ۱۶۷.....۳-۳-۱۸. استعلاء و برتری طلبی عزلت نشین
- ۱۶۹.....۳-۳-۱۹. تأیید و ترویج نگرش‌های سلبی به فقه سیاسی دین
- ۱۷۱.....۳-۳-۲۰. بحران اعتماد و تغییر الگوی مرجعیت
- ۱۷۲.....۳-۳-۲۱. چالش مفهومی نسبت دین و مردم سالاری
- ۱۷۳.....۳-۳-۲۲. چالش مفهومی نسبت دین، نشاط و معنویت
- ۱۷۴.....۳-۳-۲۳. عدم رعایت حقوق مردم در بزرگداشت‌ها و برنامه‌های دینی
- ۱۷۵.....۳-۳-۲۴. عدم رعایت تناسب احساس و عقلانیت
- ۱۷۵.....۳-۳-۲۵. وجود نوعی تقابل و مبارزه با فطریات و غرایز بشر
- ۱۷۵.....۳-۳-۲۶. اظهار نظرهای غیر متخصصانه
- ۱۷۶.....۳-۳-۲۷. التقاط و در هم تنیدگی ناآگاهانه
- ۱۷۸.....۳-۳-۲۸. حاکمیت کم بسندگی و کم تحرکی در تبلیغ دینی
- ۱۷۸.....۳-۳-۲۹. منازعات و چالش‌ها در مقابل ابزارها و روش‌های سنتی
- ۱۷۹.....۳-۴-۴. آسیب شناسی پیام
- ۱۷۹.....۳-۴-۱. عدم درک زمینه‌ها و بسترهای ارایه پیام

- ۱۸۱-۳-۴-۱. ویژگی‌های پیام در جهان امروز ..... ۱۸۱
- ۱۸۳-۳-۴-۲. عوامل تاثیرگذار در جذب و موفقیت پیام ..... ۱۸۳
- ۱۸۷-۳-۴-۲. عدم کشف حلقه ی مفقوده در امر تبلیغ دین ..... ۱۸۷
- ۱۸۷-۳-۴-۲. حلقه‌های موجود (علم برای عمل و عمل برای علم) ..... ۱۸۷
- ۱۸۸-۳-۴-۲. حلقه ی مفقوده (علم برای ایجاد انگیزه) ..... ۱۸۸
- ۱۹۱-۳-۴-۲. عدم توجه به تشکیکی بودن نیاز به انگیزه بخشی دینی ..... ۱۹۱
- ۱۹۲-۳-۴-۲. راهکارهای رفع نیاز ..... ۱۹۲
- ۱۹۳-۳-۴-۳. عدم فهم عمیق و کارکردگرایانه ی مفهوم ترکیبی حکمت، موعظه و جدال ..... ۱۹۳
- ۱۹۵-۳-۴-۵. محتوای مبتنی بر اطلاعات و داده‌های ناقص و نادرست ..... ۱۹۵
- ۱۹۵-۳-۴-۵. شایعه، سوء ظن و ارتباط با نا اهلان ..... ۱۹۵
- ۱۹۷-۳-۴-۶. تمسک به متشابهات دینی ..... ۱۹۷
- ۱۹۷-۳-۴-۷. نبود انسجام و پیوستگی در ارائه ی مطالب ..... ۱۹۷
- ۱۹۸-۳-۴-۸. طرح یک بعدی مباحث و چالش‌های آن ..... ۱۹۸
- ۱۹۹-۳-۴-۹. نداشتن مهارت‌های ادبی گفتمان ساز ..... ۱۹۹
- ۲۰۰-۳-۴-۱۰. بی توجهی به شرایط و اقتضائات زمانی در تفسیر دین ..... ۲۰۰
- ۲۰۱-۳-۴-۱۱. عدم تمییز میان سنت حسنه و بدعت ..... ۲۰۱
- ۲۰۳-۳-۴-۱۲. تمسک به قواعد فقهی در توجیه برخی بدعت‌های مرتبط با شعائر دینی ..... ۲۰۳
- ۲۰۴-۱. قاعده ی تعظیم شعائر الهی: ..... ۲۰۴
- ۲۰۴-۲. قاعده ی تسامح در ادله سنن: ..... ۲۰۴
- ۲۰۵-۳. حساسیت دستگاه امام حسین ..... ۲۰۵
- ۲۰۶-۴. ترس از تضعیف اصل عزاداری و دینداری مردم: ..... ۲۰۶
- ۲۰۷-۵. قاعده ی بکاء و ابکاء و تباکی: ..... ۲۰۷
- ۲۰۷-۳-۴-۱۳. چالش‌ها و آسیب‌های نظام آموزشی - محتوایی مبلغان دینی ..... ۲۰۷
- ۲۱۱-۳-۴-۱۴. کمبودها و چالش‌های ترجمه متون دینی به زبان‌های روز دنیا ..... ۲۱۱
- ۲۱۲-۳-۵. آسیب شناسی مخاطبان ..... ۲۱۲
- ۲۱۲-۳-۵-۱. عدم ترسیم راهبرد مبتنی بر تغییر نگرش ..... ۲۱۲
- ۲۱۴-۳-۵-۲. عدم شناخت درجه ی ایمان و آگاهی‌های متفاوت ..... ۲۱۴
- ۲۱۵-۳-۵-۳. عدم درک ظرفیت، قابلیت و فاعلیت‌های متفاوت مخاطبان ..... ۲۱۵



- ۳-۵-۴. عدم تمرکز اقدامات به مخاطبان اولویت دار ..... ۲۱۶
- ۳-۵-۵. نگرانی از بهانه جویی و واکنش‌های منفی مخاطبان ..... ۲۱۶
- ۳-۵-۶. خودمعیارپنداری تفرقه افکن و اختلاف برانگیز(محدود شدن قلمرو دینداران) ..... ۲۱۷
- ۳-۵-۷. شکل‌گیری جریان خرافه و بدعت در بافت پیدا و نهان دینی ..... ۲۱۹
- ۳-۵-۷-۱. زمینه سازی شرک و تضعیف تدریجی جریان‌های توحیدی ..... ۲۱۹
- ۳-۵-۷-۲. زمینه ساز جدایی امت از امام ..... ۲۲۰
- ۳-۵-۷-۳. زمینه ساز سست باوری و دین‌گریزی ..... ۲۲۲
- ۳-۵-۷-۴. شکل‌گیری جریان عافیت طلبی دینی ..... ۲۲۳
- ۳-۵-۷-۵. شکل‌گیری اباحی‌گری دینی ..... ۲۲۳
- ۳-۵-۷-۶. خرد‌گریزی و عقب‌ماندگی علمی ..... ۲۲۵
- ۳-۵-۷-۷. گسترش نابسامانیهای اجتماعی ..... ۲۲۶
- ۳-۵-۷-۸. بهره برداری استعمار از انحرافات فکری ..... ۲۳۰
- ۳-۵-۷-۹. رسالت مبلغان دینی در مقابله با افکار انحرافی ..... ۲۳۲
- ۳-۶-۶. آسیب‌شناسی روش‌ها ..... ۲۳۳
- ۳-۶-۱. آسیب‌شناسی وضعیت موجود ..... ۲۳۵
- ۳-۶-۲. نبود درک و مهارت مناسب در روش تبلیغ چهره به چهره ..... ۲۳۷
- ۳-۶-۲-۱. شکل‌گیری ادبیات ارزشی صرف به جای ادبیات همه فهم و کارآمد ..... ۲۳۸
- ۳-۶-۳. آسیب‌شناسی ادبیات منبر، موعظه و خطابه ..... ۲۳۹
- ۳-۶-۴. روش‌های مروج سطحی‌نگری ..... ۲۴۲
- ۳-۶-۵. نبود مهارت مرتبط با روش‌های نفوذ تدریج محور ..... ۲۴۴
- ۳-۶-۶. وجود ابهام در ابعاد و زوایای روش الگومحور ..... ۲۴۵
- ۳-۶-۷. آموزشی و مهارت‌افزا نبودن برخی روش‌ها ..... ۲۵۰
- ۳-۶-۸. عدم تبیین کارکردهای متمایز روش‌های سلبی و ایجابی ..... ۲۵۰
- ۳-۶-۹. عدم درک مزیت روش‌های مبتنی بر تنوع، تکثر و گستردگی موضوعات فرهنگی ..... ۲۵۲
- ۳-۷-۷. آسیب‌شناسی نظام رصد، ارزیابی و اثرسنجی تبلیغ دینی ..... ۲۵۴
- ۳-۷-۱. کمبود شاخص‌های دقیق و کاربردی در نظام ارزیابی(شاخص‌های کیفی و سنجه‌های عینی): ..... ۲۵۵
- ۳-۷-۲. عدم ترسیم شبکه معیارهای نظارت و ارزیابی ..... ۲۵۷
- ۳-۷-۲-۱. ضرورت احراز جامعیت، دقت، صحت و عدالت در ارزیابی ..... ۲۵۸

۲۵۹.....	۲-۲-۷-۳. پرهیز از قضاوت عجولانه و کم درنگ
۲۶۰.....	۳-۲-۷-۳. پرهیز از قضاوت مقطعی
۲۶۱.....	۴-۲-۷-۳. پرهیز از نظارت و ارزیابی نا به هنگام
۲۶۱.....	۵-۲-۷-۳. عدم رعایت تناسب و انعطاف
۲۶۴.....	۳-۷-۳. عدم بهره مندی جامع از انواع روش‌های نظارت
۲۶۴.....	۱-۳-۷-۳. نظارت مستقیم
۲۶۵.....	۲-۳-۷-۳. نظارت غیر مسقیم
۲۶۶.....	۳-۳-۷-۳. نظارت عمومی(مبتنی بر ارائه اخبار و اطلاعات)
۲۶۶.....	۴-۳-۷-۳. اصل امر به معروف و نهی از منکر
۲۶۷.....	۵-۳-۷-۳. خود نظارتی(خود کنترلی)
۲۶۸.....	۶-۳-۷-۳. نظرسنجی(بازخوردگیری)
۲۷۳.....	<b>فصل چهارم :بایسته‌های راهبردی در تبلیغ دین</b>
۲۷۴.....	مقدمه:
۲۷۴.....	۱-۴. بازنگری در تولید دانش تبلیغ دین
۲۷۵.....	۲-۴. تشکیل جبهه ی تبیین و دفاع از جامعیت و تمامیت دین
۲۷۶.....	۳-۴. بازتعریف رویکردها و کارکردهای بنیادین تبلیغ
۲۷۶.....	۱-۳-۴. آموزش و دعوت عملی
۲۷۷.....	۲-۳-۴. مصاحبت، مجالست و ماندگاری
۲۷۹.....	۳-۳-۴. اصل مسامحت و همراهی
۲۷۹.....	۴-۳-۴. ارائه ی گفتمان قابلیت و ضرورت اجتماع
۲۸۱.....	۵-۳-۴. اتمام حجت و مقابله در برابر جریان انحراف و باطل
۲۸۱.....	۴-۴. تدوین نظام موضوعات و شبکه ی مسائل تبلیغ
۲۸۲.....	۱-۴-۴. چند بعدی بودن موضوع تبلیغ (ضرورت پرهیز از نگاه یک بعدی)
۲۸۲.....	الف) اقتصاد و امنیت تبلیغ
۲۸۳.....	ب) دیپلماسی و فرامرز بودن تبلیغ:
۲۸۴.....	۵-۴. نظام جامع تربیت و کادرسازی تخصصی
۲۸۵.....	۶-۴. طراحی نظام جامع مشارکت و هم افزایی
۲۸۵.....	۱-۶-۴. پیشگیری از شکل گیری نظام های طبقاتی، اختصاصی و انحصاری دینی
۲۸۶.....	۲-۶-۴. تعریف جایگاه و تسهیل نقش آفرینی مخاطبان
۲۸۷.....	۳-۶-۴. تقویت و شبکه سازی جریان های همراه
۲۸۸.....	۷-۴. ارائه ی الگوی استمرار و تکامل تدریجی در تبلیغ دین

- ۲۸۸ ..... ۸-۴. ایجاد ساختار رصد، پایش و جریان شناسی مستمر
- ۲۸۹ ..... ۱-۸-۴. شناخت نیازهای آنی و آتی
- ۲۸۹ ..... ۲-۸-۴. شناخت دشمن و تحلیل جریان رقیب
- ۲۹۰ ..... ۳-۸-۴. بازنگاهی به الگوی نظارت و ارزیابی
- ۲۹۱ ..... ۹-۴. خلاقیت و نوآوری اساس تحول تبلیغی
- ۲۹۴ ..... ۱-۹-۴. تبلیغ دینی، محیط رشد استعدادهاى خلاق
- ۳۰۱ ..... جمع بندی، تحلیل و پیشنهادات
- ۳۰۹ ..... کتاب شناسی: