

حلقه مفقوده

در تولید علم در حوزه های علمیّه

علیرضا پناهیان

فهرست

یادداشت ناشر

۷

۹

مقدمه

۱۱

تبلیغ؛ علم یا مهارت؟

۱۳

نحوه ارزیابی موفقیت فعالیت‌های تبلیغی

۱۴

عقبه آموزشی و پژوهشی تبلیغ در حوزه

۱۷

حلقه‌های علمی موجود در حوزه و نسبت آن با تبلیغ

۱۹

تولید علم برای عمل

۲۰

تولید علم برای علم

۲۱

اشکال بزرگ در کاربردی کردن این علوم

۲۳

خطر استفاده نابجا از این علوم

۲۵

حلقه مفقوده «تولید علم برای ایجاد انگیزه»

۲۷

ارتباط «علم ایجاد انگیزه» با «علم برای عمل»

۲۸

کافی نبودن علوم حوزوی برای ایجاد انگیزه عمل

۳۰

خطای اکتفا به ذوق مبلغان در فرآیند ایجاد انگیزه

۳۳

ارتباط تبلیغ با «علم ایجاد انگیزه»

۳۵

معنای تبلیغ

۳۸

ارتباط تبلیغ با علم ایجاد انگیزه

۴۱ ضرورت‌های اهتمام به علم ایجاد انگیزه در عصر حاضر

- ۴۳ ۱. مواجهه با دین، به جای مراجعه
- ۴۴ ۲. خطر تبدیل دین‌گریزی به دین‌ستیزی
- ۴۶ ۳. گرایش فزاینده به معنویت در مخاطبان دین
- ۴۶ ۴. فراوانی شبهات و لزوم توجه به انگیزه پذیرش آنها
- ۴۹ ۵. «عملیات روانی» رقبای تبلیغ دین
- ۵۰ ۶. نیاز به محتوای به‌روز برای پاسخ‌گویی به مسائل جدید
- ۵۱ ۷. پیدایش دینداری سکولار

۵۳ علم ایجاد انگیزه، چگونه محتوای تبلیغ را تأمین می‌کند؟

- ۵۵ فهم صحیح دین، باعث انگیزه‌مندی برای دینداری
- ۵۶ کشف ارتباط دین و فطرت، مهم‌ترین عملیات در تبلیغ
- ۵۸ چند مثال از کشف ارتباط دین و فطرت

۶۱ اقدامات لازم برای تولید دانش ایجاد انگیزه دینداری

- ۶۳ مرحله اول: آگاهی از فرایند تولید انگیزه در انسان‌شناسی
- ۷۳ مرحله دوم: آگاهی از نظام معارف و احکام دین
- ۸۱ مرحله سوم: کشف انواع روش‌های انگیزه‌سازی برای دینداری
- ۹۱ معرفی چند نمونه کاربردی و مؤثر در ایجاد انگیزه دینداری
- ۱۰۱ موانع رایج در مسیر تولید این علم

۱۰۹ فهرست منابع

یادداشت ناشر



نوشتار حاضر خلاصهٔ بحثی دربارهٔ یک نقص عمده در جریان تولید علم در حوزهٔ علمیه است؛ علمی که عهده دار تبیین چگونگی ایجاد انگیزه برای انواع رفتارهای متدینانه در مخاطب باشد. «ایجاد انگیزه در مخاطب» علاوه بر «هنر بیان و مهارت های تبلیغی» - که تاحدی در حوزه های علمیه به آن پرداخته شده است - نیازمند دانش، بلکه دانش هایی است که کمتر به آنها اعتنا می شود. متن پیش رو به تبیین نقش برجستهٔ «علم ایجاد انگیزه دینداری» در تبلیغ دین می پردازد و راهکارهایی را برای تولید آن ارائه می دهد و از کاستی های موجود در این زمینه سخن می گوید. این بحث که در دههٔ ۸۰ توسط استاد پناهیان در مؤسسهٔ آموزشی و پژوهشی امام خمینی رحمته الله علیه، نهاد نمایندگی مقام

معظم رهبری در دانشگاه‌ها و مراکز آموزش‌های تخصصی تبلیغ مطرح شده است، اکنون پس از تنظیم و تکمیل توسط مؤسسه بیان معنوی، در اختیار خوانندگان محترم قرار می‌گیرد.