مطالعات تبلیغ دینی

فصلنامه علمی ـ تخصصی

سال اول / شماره اول/ تابستان ۱۴۰۲

صاحب امتیاز: مرکز پژوهش‌های تبلیغی مجتمع آموزشی پژوهشی تبلیغ

مدیرمسئول: حسین ملانوری

سردبیر: محمدحسین پورامینی

مدیر اجرایی: محمد افضلی

اعضای هیئت تحریریه (به‌ترتیب حروف الفبا):

مهدی ابوطالبی (استادیار مؤسسه آموزشی پژوهشی امام خمینی)

حجت‌الله بیات (استادیار دانشگاه قرآن و حدیث)

محمدحسین پورامینی (پژوهشگر فقه سیاسی و دکتری حقوق بین‌الملل)

محمدصفر جبرئیلی (دانشیار پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی)

ابوالحسن حقانی (استادیار مؤسسه آموزشی پژوهشی امام خمینی)

علی راد (دانشیار دانشگاه تهران)

سیدحسین شرف‌الدین (استاد تمام مؤسسه آموزشی پژوهشی امام خمینی)

احمد کوهی (دکتری آینده‌پژوهی)

حسین ملانوری (استاد سطوح عالی حوزه علمیه قم)

علی نهاوندی (استاد سطوح عالی حوزه علمیه قم)

مترجم چکیده عربی: محمد سعدی

مترجم چکیده انگلیسی: سید محمد حسن مدرسی

ویراستار: ع. صهبا

صفحه‌پردازی: عظیم قهرمانلو

نشانی مجله: قم ــ خیابان شهید صدوقی ، خیابان فجر، خیابان دانش، مجتمع آموزشی پژوهشی تبلیغ، فاز ۷، اتاق ۱۲۷، دفتر فصلنامه مطالعات تبلیغ دینی، کد پستی: ۳۷۱۳۱۶۶۴۴۷، تلفن: ۳۳۱۳۲۵۱۵ (۰۲۵)،

سامانه نشریه : https://fmtd.ismc.ir

رایانامه : fmtd@hemail.com

کانال ایتا : https://eitaa.com/fmtd1401

شاپای چاپی: ۲۹۸۰ - ۹۵۵X

شاپای الکترونیکی: ۲۹۸۰ - ۹۵۶۸

فصلنامه مطالعات تبلیغ دینی که با رویکرد علمی پژوهشی به بحث و تبادل نظر درباره دانش تبلیغ و ارزیابی و نقد نظریات مطرح در این عرصه می‌پردازد، در محورهای علمی ذیل مقاله می‌پذیرد:

- تبلیغ سنتی
- تبلیغ در عرصه بین الملل
- تبلیغ، هنر، رسانه و فضای مجازی
- تبلیغ، اخلاق و علوم تربیتی
- تبلیغ و روان‌شناسی
- تبلیغ و انقلاب اسلامی
- تبلیغ و مدیریت
- تبلیغ و آینده‌پژوهی
- تبلیغ و جامعه‌شناسی
- تبلیغ و فقه
- تبلیغ، کلام و علوم عقلی
- و...

راهنمای تنظیم و ارسال مقالات

لطفاً به هنگام تنظیم و ارسال مقالات به موارد زیر توجه فرمایید:

۱. نام، نام خانوادگی، میزان تحصیلات، رتبه علمی نویسنده و مترجم، شغل، نشانی، کد پستی و شماره تلفن مؤلف (در صفحه ثبت‌نام) ذکر گردد.

۲. فایل نهایی مقاله، به سامانه فصلنامه مطالعات تبلیغ دینی به‌آدرس https://fmtd.ismc.ir/ ارسال گردد.

۳. حجم مقاله بیش از ۲۵ صفحه ۳۰۰ کلمه‌ای نباشد.

٤. چکیده فارسی مقاله، حداکثر در ۲۰۰ کلمه باشد. چکیده آیینه تمام‌نمای مقاله است که شامل بیان مسئله، هدف پژوهش، روش و اجمالی از یافته‌های مهم پژوهش می‌باشد. کلیدواژه‌ها فهرست موضوعی مقاله است.

۵. مقدمه مقاله شامل، تعریف مسئله، پیشینه اجمالی پژوهش، ضرورت و اهمیت، جنبه نوآوری بحث، پرسش‌های اصلی و فرعی است.

٦. سامان‌دهی بدنه اصلی مقاله باید واجد یکی از شرایط ذیل باشد: ارائه نظریه و یافته جدید علمی، ارائه تقریر و تبیین جدید از یک نظریه؛ ارائه استدلال جدید برای یک نظریه؛ ارائه نقد جامع علمی یک نظریه.

۷. نتیجه‌گیری: بیانگر یافته‌های تفصیلی تحقیق که به‌صورت گزاره‌های خبری موجز بیان می‌گردد.

۸. مقاله ارسالی نباید در هیچ نشریه داخلی چاپ شده باشد.

۹. مقاله ارسالی نباید همزمان به دیگر مجلات یا مجموعه‌ها برای چاپ فرستاده شده باشد.

۱۰. معادل لاتین اسامی و اصطلاحات مهجور، بلافاصله پس از آنها باید داخل هلالین درج شود.

۱۱. منابع مورد استفاده، در مقاله به این شکل نوشته شود: نام خانوادگی نویسنده، تاریخ انتشار و شماره جلد (درصورتی که اثر دارای بیش از یک جلد باشد) و شماره صفحه (مظفر، ۱۳۵۷، ج۲، ص۱۹٤). درصورت تکرار منبع، به نام خانوادگی و کلمه «همان» و ذکر شماره جلد و صفحه اکتفا شود (مظفر، همان، ج۱، ص۱۹) و در صورت تعدد آثار منتشره در سال واحد از یک مؤلف، برای نمایاندن ترتیب انتشار از حروف الف، ب، ج و... استفاده شود. فهرست منابع با رعایت ترتیب الفبایی نام خانوادگی نویسندگان، به‌شکل ذیل در آخر مقاله درج گردد:

أ) برای کتاب: نام‌خانوادگی، نام نویسنده؛ نام کتاب؛ نام مترجم؛ شماره جلد، نوبت چاپ، محل انتشار: ناشر، سال انتشار.

ب) برای مقاله: نام خانوادگی، نام نویسنده؛ «عنوان مقاله»، عنوان مجموعه (مجله)؛ شماره مجله، فصل و سال انتشار، صفحات ابتدا و انتهای مقاله.

❑ مقالات و مطالب منتشره در مجله مطالعات تبلیغ دینی، لزوماً بیان‌کننده دیدگاه‌های مجله نیست.

❑ مجله در تلخیص و ویرایش مقالات و مطالب آزاد است. ❑ نقل مطالب با ذکر مأخذ، بلامانع است.

مطالعات تبلیغ دینی

۵ / تبلیغ دین با محوریت نقش روان‌شناختی ـ تربیتی جذبه ولایت اهل بیت / سیداحمد رهنمایی

۲۳ / کاربست شیوه‌های اقناعی در تبلیغ دینی با تبیین قرآنی و روایی/ حسین حاجی‌پور و حجت‌اللّه بیات

۵۱ / سناریوهای آینده کارکردهای فرهنگی تبلیغی مسجد/ احمد کوهی، ابراهیم عبدی، حمید عزیزی و علی یاوری

۸۱ / مسئله‌شناسی روان‌شناختی تبلیغ دینی با تأکید بر فریضه امر به‌معروف و نهی ازمنکر/ علی ابوترابی

۱۰۷ / رویکرد برهانی معصومان در تبلیغ دینی/ محمدعلی محمدی

۱۳۱ / سیاست‌گذاری فرهنگی حوزه‌های علمیه در تعامل با جریان تبلیغی فتح‌اللّه گولن/ محمدمهدی محققی