



دبیرخانه شورای عالی حوزه علمیه خراسان

رشته تخصصی

تبلیغ

باگرایش رسانه و فضای مجازی

(مقطع تخصصی)



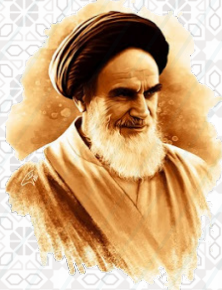
کمیسیون تخصصی آموزش شورای عالی حوزه علمیه خراسان







الْأَزْهَرُ



امام خمینی رحمه الله علیه:

لازم است علما و مدرسین محترم نگذارند در درس‌هایی که مربوط به فقه است، و حوزه‌های فقهی و اصولی از طریقه مشایخ معظم که تنها راه برای حفظ فقه اسلامی است منحرف شوند و کوشش نمایند که هر روز بر دقت‌ها و بحث و نظرها و ابتکار و تحقیق‌ها افزوده شود و فقه سنتی که ارث سلف صالح است و انحراف از آن سست شدن ارکان تحقیق و تدقیق است محفوظ بماند و تحقیقات بر تحقیقات اضافه گردد و البته در رشته‌های دیگر علوم به مناسبت احتیاجات کشور و اسلام برنامه‌هایی تهیه خواهد شد و رجالی در آن رشته تربیت باید شود.

صحیفه امام خمینی (ره)، ج ۲۱، ص ۴۲۵ و ۴۲۶



مقام معظم رهبری مدظله العالی:

نظام آموزشی حوزه، باید نیازهای جامعه را در نظر بگیرد و متناسب با آن، مواد، متون و مباحث آموزشی، رشته‌های تخصصی، تعداد دانش‌پژوهان هر رشته، توزیع امکانات و ... را سامان بدهد. نظام آموزشی حوزه، باید خود را به واقعیات جامعه نزدیک کند و مشکلات فقهی، اقتصادی، حقوقی، اخلاقی و ... جامعه خود و جوامع بشری را پیدا و مطابق با آن‌ها برنامه‌ریزی آموزشی بکند.

سخنرانی در جمع طلاب مدرسه ی عالی شهید مطهری، ۱۳۶۲/۹/۳۰



مشخصات سند	تنظیم و ویرایش	دریافت کنندگان سند
۱. تاریخ تنظیم و ویرایش: ۱۳۹۸ ۲. تاریخ تصویب: ۱۴۰۰/۱۱/۰۶ ۳. تاریخ ابلاغ: ۱۴۰۰/۱۱/۲۴ ۴. شماره مصوبه و سند: ۳۹۱، ۱۲۶۸۹۴۶	۱. تنظیم: دفتر طرح و برنامه دبیرخانه شورای عالی حوزه علمیه خراسان؛ ۲. ویرایش اول: کمیسیون تخصصی تبلیغ شورای عالی حوزه علمیه خراسان؛ ۳. ویرایش دوم: کمیسیون تخصصی آموزشی شورای عالی حوزه علمیه خراسان.	۱. مدیر حوزه علمیه خراسان؛ ۲. معاونت آموزشی حوزه علمیه خراسان؛ ۳. سایر معاونت‌ها و دفاتر حوزه علمیه خراسان؛ ۴. مدیران استانی خراسان شمالی و جنوبی؛ ۵. مدارس و مراکز تخصصی حوزه علمیه خراسان؛ ۶. دبیرخانه شورای عالی حوزه‌های علمیه (قم)؛ ۷. مرکز مدیریت حوزه‌های علمیه (قم).

تأیید کنندگان سند

این رشته در یکصد و چهل و چهارمین جلسه شورای عالی حوزه علمیه خراسان
در تاریخ ۱۴۰۰/۱۱/۰۶ به تصویب رسید.

محمدباقر فرزانه
دبیر شورای عالی حوزه علمیه خراسان

امضاء و تاریخ:



فهرست

فصل اول: کلیات.....	۶
مقدمه.....	۷
ضرورت.....	۲۱
اهداف.....	۲۲
فصل دوم: برنامه‌های آموزشی/پژوهشی تعداد کل واحدهای آموزش.....	۲۳
تعداد واحدهای درسی.....	۲۴
جدول عناوین و واحدهای درسی.....	۲۴
فصل سوم: عناوین و سرفصل‌های دروس.....	۲۹
علوم قرآن و حدیث.....	۳۰
روش برداشت از قرآن.....	۳۳
مهارت تحلیل حدیث.....	۳۶
احکام کاربردی و مهارت‌های بیان احکام.....	۳۹
مخاطب‌شناسی.....	۴۱
روش تحلیل تاریخ و سیره.....	۴۴
تبلیغ در اسلام.....	۵۲
نظام فکری اندیشمندان.....	۵۴
مهارت‌های ادعیه‌شناسی و ادعیه‌خوانی.....	۵۷
مهارت‌های ارتباط مؤثر.....	۵۹
مهارت‌های پاسخ به شبهات و مناظره.....	۶۱
فقه رسانه.....	۶۳
جامعه‌شناسی تبلیغ.....	۶۷
جنگ نرم.....	۶۹
رسانه در اندیشه امام و رهبری.....	۷۴
رسانه‌شناسی.....	۷۸
آسیب‌شناسی رسانه و فضای مجازی.....	۸۲
گفتمان مواجهه با فناوری‌های نوظهور ارتباطی.....	۸۶
زبان انگلیسی.....	۹۰
جریان‌شناسی رسانه‌های معاصر.....	۹۲
اخلاق رسانه.....	۹۷
ساختارشناسی فنی فضای مجازی.....	۱۰۱
اقتصاد و فضای مجازی.....	۱۰۵
امنیت فضای مجازی.....	۱۰۹
مسائل حقوقی فضای مجازی.....	۱۱۴
تحلیل و نقد رسانه‌های مجازی.....	۱۱۹
روش تبلیغ در فضای مجازی.....	۱۲۴
مهارت‌های تبلیغ فضای مجازی.....	۱۲۸
مهارت‌های تولید محتوا در فضای مجازی.....	۱۲۹
آینده‌پژوهی فضای مجازی.....	۱۳۰
فلسفه فناوری، رسانه و فضای مجازی.....	۱۳۴
مدیریت فضای مجازی.....	۱۳۸
پدیده‌های نوین فضای مجازی.....	۱۴۲
آشنایی با بازی‌های ویدئویی.....	۱۴۴
تفسیر تربیتی.....	۱۴۸
فصل چهارم: جدول پیشنهادی دروس تخصصی و گرایش‌ی به تفکیک سال درسی.....	۱۵۰

فصل اول

کلیات



مقدمه

یکی از مهم‌ترین علل تأسیس حوزه علمیه، عمل کردن به رسالت ذاتی طلاب علوم دینی، یعنی تبلیغ است. تبلیغ دین خدا، واجبی الهی است که از دیرباز تاکنون توسط علمای دین، انجام پذیرفته است.

تبلیغ نیز همانند بسیاری از امور دیگر، نیازمند کسب مهارت است. از این رو لازم است طلاب برای کسب توان‌مندی لازم در تبلیغ دین، آموزش‌های لازم را دیده و مهارت‌های لازم را کسب نمایند.

نیز با توجه به روزآمد شدن ابزارهای تبلیغی و پیچیده شدن آن، لازم است برخی طلاب، ضمن آشنایی با ابزارهای جدید تبلیغی، با مسائل آن آشنا شده و حتی توان مدیریت آن در جهت منافع ملی را داشته باشند.

فضای مجازی، از جدیدترین و گسترده‌ترین ابزارهای تبلیغ نوین است که برای بهره‌برداری حداکثری در راستای تبلیغ دین، لازم است طلاب علوم دینی، آشنایی کامل با آن داشته و توان بکارگیری، کنترل و نقد و بررسی کامل آن را داشته باشند.

اکنون، با توجه به گستره معارف الهی و نیازمندی‌های مبلغ در عصر کنونی، این اقتضا وجود دارد تا رشته تخصصی تبلیغ با گرایش رسانه و فضای مجازی ایجاد و مبلغان توانمند در این زمینه تربیت شوند؛ لذا کمیسیون تخصصی تبلیغ شورای عالی حوزه علمیه خراسان در راستای رسالت خویش و براساس بند ۵ از محور زیرساخت‌های نظام جامع تبلیغ حوزه علمیه خراسان پیگیری تدوین رشته تخصصی تبلیغ با گرایش رسانه و فضای مجازی را در دستور کار خود قرار داد.

این رشته بعد از فرایند تدوین و بررسی توسط کارشناسان متخصص در این زمینه در دستور کار کمیسیون گذاشته شد و بعد از بررسی به کمیسیون آموزش شورای عالی جهت بررسی نهایی و ارسال به شورای عالی ارایه گردید.

در نهایت این رشته در جلسه کمیسیون آموزش شورای عالی بررسی و مورد تأیید قرار گرفت و در تاریخ ۱۴۰۰/۱۱/۶ به تصویب شورای عالی حوزه علمیه خراسان رسید.

عنوان رشته

به زبان فارسی: تبلیغ با گرایش رسانه و فضای مجازی

به زبان عربی:

به زبان انگلیسی:

تبیین اجمالی رشته/گرایش

رشته «تبلیغ با گرایش رسانه و فضای مجازی»، یکی از رشته‌های تخصصی حوزه علمیه خراسان می‌باشد که طلاب حوزه پس از اتمام سطح یک، در آن شرکت می‌نمایند. در این رشته، گرایش‌های تخصصی گوناگونی در نظر گرفته شده است. گرایش فضای مجازی، یکی از چند گرایش مطرح در این رشته است. در این گرایش تحصیلی، طلاب، علاوه بر آشنایی اجمالی با مسائل عموم رسانه‌ها، به صورت تخصصی، با فضای مجازی در ابعادهای گوناگون آن آشنا می‌شوند. لازم به ذکر است علاوه بر مسائل حوزه موضوع شناسی، طلاب در دو حوزه مهارتی و مبانی، برای مواجهه حکیمانه با فضای مجازی مهیا می‌شوند. این طلاب با توجه به استعداد خود پس از اتمام سطح دو و سه پیوسته، در زمینه‌ی نظریه پردازی، مدیریت و تبلیغ رسانه‌ای توانایی پیدا می‌کنند.

مقطع مربوطه

☐ مقطع عالی

☒ مقطع تخصصی

تاریخچه رشته/گرایش

تاریخچه مختصر رشته در نظام‌های آموزشی حوزوی در سطح ملی و بین‌المللی. به دلیل نو بودن رشته تبلیغ و رسانه و همچنین گرایش فضای مجازی در حوزه علمیه، جهت بررسی تاریخچه مربوط به این رشته باید به رشته مشابه در این زمینه یعنی رشته تبلیغ توجه، که در ادامه به تاریخچه این رشته می‌پردازیم. برای نخستین بار در سال ۱۳۷۱، سطح ۴ تخصصی تبلیغ در قم راه‌اندازی شد. سپس در سال ۱۳۷۸ مقطع سطح ۲ تبلیغ تحت عنوان سفیران هدایت در قم راه‌اندازی شد و به تبع آن در شهرهای دیگر و در مجموع صد و ده مرکز سفیران هدایت راه‌اندازی گردید. در سال ۱۳۷۹ رشته تربیت راهنما در سطح دو برای تربیت طلاب سطح یک بلندمدت به عنوان زیر مجموعه تخصصی تبلیغ قرار گرفت. در سال ۱۳۸۳ سطح ۳ تبلیغ تحت عنوان مبلغان ویژه راه‌اندازی گردید، که ۷ گرایش خطابه، هنر و رسانه، مشاوره، ادیان، نویسندگی، مدیریت و خارج کشور تا سال ۱۳۹۱ زیر مجموعه این رشته قرار گرفتند. در سال ۱۳۹۵ در همین سطح، سفیران هدایت در حوزه علمیه قم با گرایش خطابه و سخنوری، کودک و نوجوان و نویسندگی راه‌اندازی گردید. علاوه بر قم در مشهد توسط گروه آموزشی تبلیغ مدرسه علمیه عالی نواب، رشته تخصصی تبلیغ طراحی و به وسیله گروه علمی تبلیغ مرکز مدیریت حوزه علمیه خراسان بررسی، اصلاح و در تاریخ ۹۳/۸/۲۵ به امضا مدیران محترم اجرایی مرکز مدیریت رسید. این دوره‌ها در سطح دو و سه پیوسته تخصصی تبلیغ برگزار شده است.





نظام آموزشی بین‌المللی: با توجه به اینکه در این زمینه نیاز به تسلط به زبان خارجی می‌باشد، لذا نیازمند زمان بیشتری جهت انجام تحقیقات می‌باشد.

تاریخچه مختصر رشته/گرایش در نظام‌های آموزشی غیر حوزوی در سطح ملی و بین‌المللی
تبلیغات در معنای عام مقوله‌ای نیست که چندان جدید باشد و به سال‌های اخیر مربوط گردد؛ بلکه ریشه در زندگی اجتماعی انسان دارد. با این همه آن‌چه ما به عنوان تبلیغات نو و جدید می‌شناسیم، ریشه در سال‌های آخر قرن ۱۹ و سال‌های اولیه قرن ۲۰ و کشور آمریکا دارد. به این صورت که تبلیغات به تدریج وارد حوزه‌ی کسب و کار شد و رفته رفته توسعه پیدا کرد، زیرا لزوم آن احساس می‌شد.

اولین حرکت مشابه در این زمینه در ایران مربوط به دانشگاه امام صادق علیه‌السلام است که در سال ۱۳۶۶ مقطع کارشناسی ارشد پیوسته رشته "معارف اسلامی و تبلیغ" را به تصویب وزارت علوم رسانید. همچنین دوره اول پذیرش دانشجوی دکتری این دانشگاه سال ۱۳۷۴ و دوره اول پذیرش دانشجوی کارشناسی ارشد پیوسته سال ۱۳۸۲ بوده است. بنابراین باید پایه گذار این رشته به صورت آکادمی در دانشگاه‌های ایران را دانشگاه امام صادق علیه‌السلام و جمعی از دانشجویان با انگیزه رشته معارف اسلامی دانست.

پس از آن بود که دانشگاه‌های دیگر در سال ۱۳۸۴، مقطع کارشناسی پیوسته رشته "معارف اسلامی گرایش تبلیغ و ارتباطات" و در سال ۱۳۹۰ در مقطع کارشناسی ارشد ناپیوسته رشته "دین و رسانه" راه‌اندازی شد.

همچنین در سال ۱۳۹۱ در مقطع کارشناسی ناپیوسته رشته "کارشناسی حرفه‌ای تربیت مبلغ علوم اسلامی (به زبان انگلیسی)" و در مقطع کارشناسی ارشد ناپیوسته دو رشته، "تبلیغ دین" و "توسعه و تبلیغ فرهنگ دینی" و در سال ۱۳۹۴ در مقطع کارشناسی ناپیوسته رشته "کارشناسی حرفه‌ای مروج اندیشه و تربیت اسلامی" به تصویب وزارت علوم تحقیقات و فناوری رسیده است.

نظام آموزشی بین‌المللی: با توجه به این‌که در این زمینه نیاز به تسلط به زبان خارجی می‌باشد، لذا نیازمند زمان بیشتری جهت انجام تحقیقات می‌باشد.

ذکر رشته/گرایش‌های مشابه

رشته/گرایش‌های زیادی مرتبط با رسانه و فضای مجازی تاکنون تاسیس شده است. برخی از این رشته/گرایش‌ها منسوخ شده و برخی دیگر نیز فعال هستند. در لیست ذیل، صرفاً رشته/گرایش‌های فعال جهت استحضار معرفی می‌گردد.



ردیف	عنوان رشته	مقطع تحصیلی	تاریخ تصویب	وضعیت
۱	ادبیات نمایشی	ارشد نایب‌رسته	۱۳۷۳/۰۴/۱۲	فعال
۲	ادبیات نمایشی	کارشناسی پیوسته	۱۳۸۸/۰۲/۲۶	فعال
۳	ارتباط تصویری	ارشد نایب‌رسته	۱۳۹۲/۰۶/۰۳	فعال
۴	ارتباط تصویری	کارشناسی نایب‌رسته	۱۳۸۱/۰۲/۲۹	فعال
۵	ارتباط تصویری	کارشناسی پیوسته	۱۳۹۷/۰۴/۱۷	فعال
۶	ارتباطات اجتماعی گرایش تبلیغات فرهنگی	ارشد نایب‌رسته	۱۳۸۴/۰۹/۰۵	فعال
۷	آموزش ارتباط تصویری	کارشناسی پیوسته	۱۳۹۴/۰۹/۲۸	فعال
۸	پژوهش هنر	دکتری تخصصی	۱۳۷۴/۱۰/۱۰	فعال
۹	پژوهش هنر	ارشد نایب‌رسته	۱۳۹۲/۰۶/۳۱	فعال
۱۰	تاریخ تطبیقی و تحلیلی هنر اسلامی	دکتری تخصصی	۱۳۸۶/۰۴/۳۰	فعال
۱۱	تاریخ هنر ایران اسلامی	ارشد نایب‌رسته	۱۳۸۶/۰۴/۳۰	فعال



ردیف	عنوان رشته	مقطع تحصیلی	تاریخ تصویب	وضعیت
۱۲	تاریخ هنر جهان اسلام	ارشد نایب‌سته	۱۳۸۶/۰۴/۳۰	فعال
۱۳	تبلیغ حج و زیارت	کارشناسی پیوسته	۱۳۹۰/۱۰/۱۰	فعال
۱۴	تبلیغ دین	ارشد نایب‌سته	۱۳۹۱/۰۱/۳۰	فعال
۱۵	تبلیغ و ارتباطات	ارشد نایب‌سته	۱۳۸۷/۰۸/۱۱	فعال
۱۶	تصویر سازی	ارشد نایب‌سته	۱۳۶۹/۰۹/۱۸	فعال
۱۷	تصویر متحرک	ارشد نایب‌سته	۱۳۶۹/۱۰/۱۶	فعال
۱۸	تلویزیون و هنرهای دیجیتال	کارشناسی پیوسته	۱۳۸۳/۰۳/۲۳	فعال
۱۹	توسعه و تبلیغ فرهنگ دینی	ارشد نایب‌سته	۱۳۹۱/۰۱/۳۰	فعال
۲۰	توسعه و تبلیغ فرهنگ دینی	ارشد نایب‌سته	۱۳۹۵/۰۴/۱۲	فعال
۲۱	تولید سیما	ارشد نایب‌سته	۱۳۷۸/۰۷/۲۵	فعال
۲۲	تولید سیما	کارشناسی پیوسته	۱۳۷۰/۰۷/۲۱	فعال
۲۳	تهیه کنندگی	ارشد نایب‌سته	۱۳۸۳/۰۱/۲۹	فعال

ردیف	عنوان رشته	مقطع تحصیلی	تاریخ تصویب	وضعیت
۲۴	تهیه کنندگی گرایش آموزشی	ارشد ناپیوسته	۱۳۸۳/۰۱/۲۹	فعال
۲۵	تهیه کنندگی گرایش مستند	ارشد ناپیوسته	۱۳۸۳/۰۱/۲۹	فعال
۲۶	تهیه کنندگی گرایش نمایشی	ارشد ناپیوسته	۱۳۸۳/۰۱/۲۹	فعال
۲۷	تئاتر	دکتری تخصصی	۱۳۹۴/۰۳/۱۶	فعال
۲۸	تئاتر - ادبیات نمایشی	کاردانی پیوسته	۱۳۸۰/۰۷/۰۱	فعال
۲۹	حکمت هنر اسلامی	ارشد ناپیوسته	۱۳۹۰/۱۲/۰۴	فعال
۳۰	حکمت هنرهای دینی	دکتری تخصصی	۱۳۹۰/۱۱/۱۷	فعال
۳۱	دین و رسانه	ارشد ناپیوسته	۱۳۹۰/۱۰/۱۰	فعال
۳۲	دین و رسانه	ارشد ناپیوسته	۱۳۹۱/۰۶/۰۹	فعال
۳۳	رادیو	ارشد ناپیوسته	۱۳۸۶/۰۶/۱۷	فعال
۳۴	رادیو گرایش سردبیری و تهیه کنندگی	ارشد ناپیوسته	۱۳۸۶/۰۶/۱۷	فعال
۳۵	رادیو گرایش نویسندگی	ارشد ناپیوسته	۱۳۸۶/۰۶/۱۷	فعال





ردیف	عنوان رشته	مقطع تحصیلی	تاریخ تصویب	وضعیت
۳۶	روزنامه‌نگاری	ارشد ناپیوسته	۱۳۹۵/۰۹/۰۷	فعال
۳۷	روزنامه‌نگاری رادیو و تلویزیون	ارشد ناپیوسته	۱۳۹۱/۰۷/۳۰	فعال
۳۸	سینما	ارشد ناپیوسته	۱۳۷۲/۰۴/۱۳	فعال
۳۹	عکاسی	ارشد ناپیوسته	۱۳۹۲/۰۶/۰۳	فعال
۴۰	عکاسی	کارشناسی پیوسته	۱۳۹۷/۰۴/۱۷	فعال
۴۱	علوم ارتباطات	دکتری تخصصی	۱۳۷۳/۱۰/۲۵	فعال
۴۲	علوم ارتباطات اجتماعی	ارشد ناپیوسته	۱۳۷۲/۰۲/۰۵	فعال
۴۳	علوم ارتباطات اجتماعی	کارشناسی پیوسته	۱۳۹۴/۰۳/۱۶	فعال
۴۴	علوم شناختی - مطالعات نظری هنر	ارشد ناپیوسته	۱۳۹۵/۰۳/۲۲	فعال
۴۵	علوم شناختی گرایش رسانه	ارشد ناپیوسته	۱۳۹۵/۰۶/۲۰	فعال
۴۶	فرهنگ و ارتباطات	دکتری تخصصی	۱۳۷۳/۱۰/۱۱	فعال
۴۷	فرهنگ و رسانه	دکتری تخصصی	۱۳۹۲/۰۶/۳۱	فعال

ردیف	عنوان رشته	مقطع تحصیلی	تاریخ تصویب	وضعیت
۴۸	فلسفه هنر	دکتری تخصصی	۱۳۹۲/۰۶/۳۱	فعال
۴۹	فلسفه هنر	ارشد ناپیوسته	۱۳۹۲/۰۶/۳۱	فعال
۵۰	فیلم سازی - تدوین	کاردانی پیوسته	۱۳۷۸/۰۴/۲۰	فعال
۵۱	فیلم سازی - عکاسی و فیلم برداری	کاردانی پیوسته	۱۳۷۸/۰۴/۲۰	فعال
۵۲	فیلم سازی - کمک کارگردانی	کاردانی پیوسته	۱۳۷۸/۰۴/۲۰	فعال
۵۳	فیلم سازی - نقاشی متحرک	کاردانی پیوسته	۱۳۷۸/۰۴/۲۰	فعال
۵۴	کاردانی حرفه‌ای امور فرهنگی	کاردانی ناپیوسته	۱۳۹۱/۰۶/۱۹	فعال
۵۵	کاردانی حرفه‌ای انیمیشن	کاردانی ناپیوسته	۱۳۹۱/۰۶/۱۹	فعال
۵۶	کاردانی حرفه‌ای تبلیغات	کاردانی ناپیوسته	۱۳۹۱/۰۶/۱۹	فعال
۵۷	کاردانی حرفه‌ای تربیت مربی امور فرهنگی کودکان و نوجوان	کاردانی ناپیوسته	۱۳۹۲/۰۶/۰۴	فعال
۵۸	کاردانی حرفه‌ای خبرنگاری	کاردانی ناپیوسته	۱۳۹۱/۰۲/۲۴	فعال
۵۹	کاردانی حرفه‌ای روابط عمومی	کاردانی ناپیوسته	۱۳۹۱/۰۶/۱۹	فعال





ردیف	عنوان رشته	مقطع تحصیلی	تاریخ تصویب	وضعیت
۶۰	کاردانی حرفه‌ای سینما - تدوین فیلم	کاردانی ناپیوسته	۱۳۹۱/۱۰/۱۰	فعال
۶۱	کاردانی حرفه‌ای سینما - تصویربرداری	کاردانی ناپیوسته	۱۳۹۱/۱۰/۱۰	فعال
۶۲	کاردانی حرفه‌ای سینما - تهیه و تولید فیلم	کاردانی ناپیوسته	۱۳۹۱/۱۰/۱۰	فعال
۶۳	کاردانی حرفه‌ای سینما - فیلم‌سازی	کاردانی ناپیوسته	۱۳۹۱/۱۰/۱۰	فعال
۶۴	کاردانی حرفه‌ای شبیه‌خوانی	کاردانی ناپیوسته	۱۳۹۴/۰۹/۱۵	فعال
۶۵	کاردانی حرفه‌ای عکاسی خبری	کاردانی ناپیوسته	۱۳۹۱/۰۶/۱۹	فعال
۶۶	کاردانی حرفه‌ای کارگردانی و طراحی بازی‌های رایانه‌ای	کاردانی ناپیوسته	۱۳۹۱/۰۶/۱۹	فعال
۶۷	کاردانی حرفه‌ای کارگردانی و طراحی بازی‌های رایانه‌ای	کاردانی ناپیوسته	۱۳۹۱/۰۶/۱۹	فعال
۶۸	کاردانی حرفه‌ای کارگردانی هنری بازی‌های رایانه‌ای	کاردانی ناپیوسته	۱۳۹۱/۰۶/۱۹	فعال
۶۹	کاردانی حرفه‌ای هنرهای نمایشی - دستیاری کارگردان	کاردانی ناپیوسته	۱۳۹۱/۱۰/۱۰	فعال
۷۰	کاردانی حرفه‌ای هنرهای نمایشی - طراحی صحنه	کاردانی ناپیوسته	۱۳۹۱/۱۰/۱۰	فعال
۷۱	کاردانی حرفه‌ای هنرهای نمایشی - نمایش عروسکی	کاردانی ناپیوسته	۱۳۹۱/۱۰/۱۰	فعال

ردیف	عنوان رشته	مقطع تحصیلی	تاریخ تصویب	وضعیت
۷۲	کاردانی حرفه‌ای هنرهای نمایشی - نمایش عروسکی	کاردانی نایب‌رسته	۱۳۹۱/۰۶/۱۹	فعال
۷۳	کاردانی فنی بازی سازی رایانه‌ای	کاردانی نایب‌رسته	۱۳۹۱/۰۶/۱۹	فعال
۷۴	کارشناسی حرفه‌ای تربیت مبلغ علوم اسلامی (به زبان انگلیسی)	کارشناسی نایب‌رسته	۱۳۹۱/۰۷/۱۶	فعال
۷۵	کارشناسی حرفه‌ای خبرنگاری - سیاسی و اقتصادی	کارشناسی نایب‌رسته	۱۳۹۱/۰۷/۱۶	فعال
۷۶	کارشناسی حرفه‌ای خبرنگاری - اجتماعی و فرهنگی	کارشناسی نایب‌رسته	۱۳۹۱/۰۷/۱۶	فعال
۷۷	کارشناسی حرفه‌ای خبرنگاری - قرآنی و مذهبی	کارشناسی نایب‌رسته	۱۳۹۱/۰۷/۱۶	فعال
۷۸	کارشناسی حرفه‌ای روابط عمومی - امور رسانه	کارشناسی نایب‌رسته	۱۳۹۱/۰۷/۱۶	فعال
۷۹	کارشناسی حرفه‌ای روابط عمومی - رفتار اجتماعی و افکارسنجی	کارشناسی نایب‌رسته	۱۳۹۱/۰۷/۱۶	فعال
۸۰	کارشناسی حرفه‌ای روابط عمومی - امور رسانه	کارشناسی نایب‌رسته	۱۳۹۱/۰۷/۱۶	فعال
۸۰	کارشناسی حرفه‌ای روایتگری دفاع مقدس	کارشناسی نایب‌رسته	۳۹۵/۰۳/۱۲	فعال
۸۲	کارشناسی حرفه‌ای سینما - تدوین فیلم	کارشناسی نایب‌رسته	۱۳۹۱/۱۰/۱۰	فعال
۸۳	کارشناسی حرفه‌ای سینما - تصویر سازی	کارشناسی نایب‌رسته	۱۳۹۱/۱۰/۱۰	فعال





ردیف	عنوان رشته	مقطع تحصیلی	تاریخ تصویب	وضعیت
۸۴	کارشناسی حرفه‌ای سینما - کارگردانی	کارشناسی ناپیوسته	۱۳۹۱/۰۷/۱۶	فعال
۸۵	کارشناسی حرفه‌ای عکاسی - تبلیغات	کارشناسی ناپیوسته	۱۳۹۱/۰۷/۱۶	فعال
۸۶	کارشناسی حرفه‌ای عکاسی خبری	کارشناسی ناپیوسته	۱۳۹۱/۰۷/۱۶	فعال
۸۷	کارشناسی حرفه‌ای فیلم‌سازی	کارشناسی ناپیوسته	۱۳۹۱/۰۷/۱۶	فعال
۸۸	کارشناسی حرفه‌ای فیلم‌نامه‌نویسی	کارشناسی ناپیوسته	۱۳۹۱/۰۷/۱۶	فعال
۸۹	کارشناسی حرفه‌ای مجری‌گری	کارشناسی ناپیوسته	۱۳۹۱/۰۷/۱۶	فعال
۹۰	کارشناسی حرفه‌ای مدیریت امور فرهنگی - برنامه ریزی فرهنگی	کارشناسی ناپیوسته	۱۳۹۱/۰۷/۱۶	فعال
۹۱	کارشناسی حرفه‌ای مدیریت امور فرهنگی - برنامه ریزی فعالیت‌های قرآنی و مذهبی	کارشناسی ناپیوسته	۱۳۹۱/۰۷/۱۶	فعال
۹۲	کارشناسی حرفه‌ای مدیریت امور فرهنگی - ارزیابی فرهنگی	کارشناسی ناپیوسته	۱۳۹۱/۰۷/۱۶	فعال
۹۳	کارشناسی حرفه‌ای مدیریت امور فرهنگی - دیپلماسی و ارتباطات فرهنگی	کارشناسی ناپیوسته	۱۳۹۱/۰۷/۱۶	فعال
۹۴	کارشناسی حرفه‌ای مدیریت امور هنری	کارشناسی ناپیوسته	۱۳۹۴/۰۲/۲۳	فعال



ردیف	عنوان رشته	مقطع تحصیلی	تاریخ تصویب	وضعیت
۹۵	کارشناسی حرفه‌ای مدیریت تبلیغات تجاری	کارشناسی ناپیوسته	۱۳۹۱/۰۷/۱۶	فعال
۹۶	کارشناسی حرفه‌ای مدیریت تبلیغات سیاسی	کارشناسی ناپیوسته	۱۳۹۱/۰۷/۱۶	فعال
۹۷	کارشناسی حرفه‌ای مدیریت تبلیغات فرهنگی	کارشناسی ناپیوسته	۱۳۹۱/۰۷/۱۶	فعال
۹۸	کارشناسی حرفه‌ای مروج اندیشه و تربیت اسلامی	کارشناسی ناپیوسته	۱۳۹۴/۰۳/۰۶	فعال
۹۹	کارشناسی حرفه‌ای هنرهای نمایشی - تئاتر کاربردی	کارشناسی ناپیوسته	۱۳۹۱/۱۰/۱۰	فعال
۱۰۰	کارشناسی حرفه‌ای هنرهای نمایشی - طراحی صحنه	کارشناسی ناپیوسته	۱۳۹۱/۰۷/۱۶	فعال
۱۰۱	کارشناسی حرفه‌ای هنرهای نمایشی سنتی و آیینی	کارشناسی ناپیوسته	۱۳۹۱/۰۷/۱۶	فعال
۱۰۲	کارگردانی	کارشناسی پیوسته	۱۳۶۵/۰۳/۰۳	فعال
۱۰۳	کارگردانی تلویزیون	کارشناسی پیوسته	۱۳۸۳/۰۳/۲۳	فعال
۱۰۴	کارگردانی نمایش	ارشد ناپیوسته	۱۳۷۵/۰۳/۲۷	فعال
۱۰۵	مدیریت رسانه	ارشد ناپیوسته	۱۳۹۵/۱۱/۲۳	فعال
۱۰۶	مدیریت رسانه	دکتری تخصصی	۱۳۹۵/۱۱/۲۳	فعال



ردیف	عنوان رشته	مقطع تحصیلی	تاریخ تصویب	وضعیت
۱۰۷	مدیریت فرهنگی هنری	کارشناسی پیوسته	۱۳۹۵/۰۴/۱۲	فعال
۱۰۸	مدیریت فرهنگی هنری	کارشناسی پیوسته	۱۳۷۹/۰۷/۱۰	فعال
۱۰۹	مدیریت ورزشی گرایش مدیریت رسانه‌های ورزشی	ارشد ناپیوسته	۱۳۹۰/۰۷/۰۴	فعال
۱۱۰	مطالعات ارتباطی	کارشناسی پیوسته	۱۳۹۵/۱۱/۲۳	فعال
۱۱۱	مطالعات رسانه-رادیو و تلویزیون	دکتری تخصصی	۱۳۹۲/۰۶/۳۱	فعال
۱۱۲	مطالعات فرهنگی و رسانه	ارشد ناپیوسته	۱۳۸۳/۰۷/۲۱	فعال
۱۱۳	معارف اسلامی گرایش تبلیغ و ارتباطات	کارشناسی پیوسته	۱۳۸۴/۰۲/۳۱	فعال
۱۱۴	معارف اسلامی و تبلیغ (خاص دانشگاه امام صادق علیه السلام)	ارشد ناپیوسته	۱۳۶۶/۰۸/۰۹	فعال
۱۱۵	نمایش	کارشناسی پیوسته	۱۳۶۵/۰۳/۰۳	فعال
۱۱۶	نمایش عروسکی	کارشناسی پیوسته	۱۳۸۸/۰۲/۲۶	فعال
۱۱۷	نمایش عروسکی	ارشد ناپیوسته	۱۳۸۸/۰۸/۰۲	فعال
۱۱۸	هنر اسلامی	ارشد ناپیوسته	۱۳۹۶/۱۰/۳۰	فعال

ردیف	عنوان رشته	مقطع تحصیلی	تاریخ تصویب	وضعیت
۱۱۹	هنر اسلامی گرایش مطالعات تاریخی هنر اسلامی	ارشد ناپیوسته	۱۳۹۶/۱۰/۳۰	فعال
۱۲۰	هنر اسلامی گرایش مطالعات کتابت و نگارگری	ارشد ناپیوسته	۱۳۹۶/۱۰/۳۰	فعال
۱۲۱	هنر اسلامی گرایش مطالعات نظری هنر اسلامی	ارشد ناپیوسته	۱۳۹۶/۱۰/۳۰	فعال
۱۲۲	هنرهای اسلامی	دکتری تخصصی	۱۳۹۴/۰۲/۱۹	فعال
۱۲۳	هنرهای تجسمی	دکتری تخصصی	۱۳۹۶/۰۲/۲۳	فعال
۱۲۴	هنرهای تجسمی - نقاشی	کارشناسی ناپیوسته	۱۳۸۹/۰۶/۰۶	فعال
۱۲۵	هنرهای تجسمی - نقاشی	کاردانی پیوسته	۱۳۷۵/۰۳/۱۳	فعال
۱۲۶	هنرهای رایانه‌ای گرایش تولید بازی‌های رایانه‌ای	ارشد ناپیوسته	۱۳۹۳/۱۱/۱۸	فعال
۱۲۷	هنرهای رایانه‌ای گرایش طراحی شبیه‌ساز هوشمند	ارشد ناپیوسته	۱۳۹۳/۱۱/۱۸	فعال
۱۲۸	هنرهای رایانه‌ای گرایش هنرهای چندرسانه‌ای	ارشد ناپیوسته	۱۳۹۳/۱۱/۱۸	فعال
۱۲۹	هنرهای سنتی	کاردانی ناپیوسته	۱۳۶۷/۱۲/۲۱	فعال
۱۳۰	هنرهای نمایشی	کاردانی ناپیوسته	۱۳۶۷/۰۷/۰۹	فعال





ضرورت

در عصر کنونی، رسانه‌ها، مهم‌ترین ابزار تبلیغاتی به شمار می‌روند. با توجه به اقبال عموم مردم، دشمن نیز سرمایه‌گذاری وسیعی برای تاثیرگذاری بر مخاطبان رسانه‌های مجازی انجام داده است. از سوی دیگر، به دلیل ماهیت بین‌المللی رسانه‌های مجازی در جهان، کاربران از سراسر جهان در این محیط حضور دارند و به همین دلیل، رسانه‌های مجازی تبدیل به عرصه نبد افکار شده است. نیز آسیب‌های فراوانی از قبل فضای مجازی به کاربران ایرانی و جهانی رسانه‌های مجازی تحمیل شده است. حجم و گستره آسیب‌ها روز به روز در حال افزایش است و کاربران در حوزه‌های فردی (اعتقادی، اخلاقی و رفتاری)، خانواده و اجتماعی (فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، علمی، امنیتی) آسیب دیده‌اند.

برای کاهش معضلات فضای مجازی و استفاده حداکثری از فرصت‌های رسانه‌های مجازی با کمبود شدید نیرو و در سه حوزه مدیریت، کارشناس و نظریه پرداز و مبلغ رسانه‌های مجازی مواجه هستیم و لازم است برای تربیت نیرو و در این زمینه‌ها، اقدام لازم به عمل آید. علوم انسانی ناظر بر رسانه‌های مجازی نیز کاملاً غربی بوده ادامه وضعیت بغرنج فعلی را تشدید می‌کند و لازم است مطابق با فرهنگ اسلامی ایرانی، تغییری بنیادین در آن رخ دهد. از آنجایی که حوزه‌های علمیه مسئولیت دین داری مردم، حفاظت از انقلاب و ترویج معارف دینی را بر عهده دارند، لازم است در عرصه رسانه‌های مجازی، مطابق با تکالیف و وظایف خود اقدام کرده و در این زمینه ورودی مبتکرانه و اثرگذار داشته باشد. یکی از اقدامات اثرگذار در این زمینه، راه‌اندازی رشته تبلیغ و رسانه با گرایش رسانه‌های مجازی است.

امتیازات این رشته/گرایش در مقایسه با رشته/گرایش‌های مشابه

برخی از امتیازات این رشته موارد زیر می‌باشد:

۱. نگاه راهبردی به عرصه رسانه‌های مجازی با معرفی ابعاد، لایه‌ها و ارکان رسانه‌های مجازی؛
۲. تلاش برای رفع کاستی‌ها، عیوب و نواقص رشته/گرایش‌های مشابه جهت و استفاده از تجربیات آن‌ها؛
۳. بهره‌مندی از ظرفیت اساتید، خبرگان و نخبگان عرصه فضای مجازی در تدوین دروس، اهداف و سرفصل‌ها؛
۴. آشناسازی توانمندان طلاب با موضوع، مبانی و مهارت‌های لازم برای تبلیغ مؤثر و جریان‌ساز با فضای مجازی با نگاهی آینده‌پژوهانه؛
۵. اهتمام ویژه به موضوع‌شناسی دقیق فضای مجازی و کاربردی‌سازی آن مبتنی بر فقه و مبانی اندیشه‌ای امامین انقلاب.

اهداف و کارکردها

اهداف کلی

- الف: تربیت طلاب توانمند تبلیغ دین در رسانه با تأکید بر:
۱. تحلیل و نقد آثار و وضعیت موجود عرصه فضای مجازی؛
 ۲. تولید محتوای مؤثر و کاربردی متناسب با بسترهای گوناگون رسانه‌های مجازی؛
 ۳. استفاده از رسانه‌های مجازی برای انتقال مؤثر مفاهیم دینی به مخاطبان مختلف.
- ب: تربیت طلاب توانمند جهت مدیریت و راهبری مراکز و جریان‌های رسانه‌ای فضای مجازی.

اهداف جزئی:

- راه‌اندازی این رشته باعث تأمین اهداف ذیل می‌شود:
۱. زمینه‌سازی برای اسلامی‌سازی علوم انسانی مرتبط با محیط مجازی؛
 ۲. گفتمان‌سازی در خصوص نحوه مواجهه حکیمانه با فضای مجازی و بالابردن سواد رسانه‌ای دینی در مردم؛
 ۳. تجهیز فراگیران به مبانی دینی (نقل و عقل) برای مواجهه حکیمانه با فضای مجازی؛
 ۴. ارتقاء و کارآمدی شیوه‌های تبلیغ در محیط مجازی؛
 ۵. ممانعت مؤثر از رخنه دشمن در محیط مجازی؛
 ۶. شناسایی، مدیریت و استفاده صحیح از رسانه‌های مجازی؛
 ۷. جهت‌دهی و هدایت پژوهش‌ها، پایان‌نامه‌ها و رساله‌های سطح ۳ متناسب با موضوعات گوناگون مرتبط با فضای مجازی.

کیفیت اجرای رشته/گرایش

حضوری ☒ غیر حضوری ☐ نیمه حضوری مجازی ☐

ساختار دوره

آموزشی ☐ پژوهشی ☐ آموزشی - پژوهشی ☒

تبصره: دو الزام برای راه‌اندازی این رشته مد نظر است:

۱. تدوین متون آموزشی برای دروسی که متن اصلی ندارند؛
۲. تربیت اساتید جهت تدریس دروس در مشهد.



فصل دوم

برنامه‌های آموزشی - پژوهشی
تعداد کل واحدهای آموزشی

تعداد واحدهای درسی

ردیف	عنوان	تعداد واحد
۱	دروس مشترک (فقه و اصول)	۶۰
۲	دروس تخصصی	۴۵
۳	دروس اختصاصی گرایش	۴۲
۴	دروس پیش نیاز	۸
۵	پایان نامه	۶
جمع کل		۱۶۱

جدول عناوین و واحدهای درسی

۱. دروس مشترک (فقه و اصول)

ردیف	ماده آموزشی	متن درسی	تعداد واحد	ساعت
۱	اصول فقه ۱	رسائل بخش ۱ / الحلقة الثالثة بخش ۱	۱۰	۱۶۰
۲	اصول فقه ۲	رسائل بخش ۲ / الحلقة الثالثة بخش ۲	۱۰	۱۶۰
۳	اصول فقه ۳	رسائل بخش ۳ / الحلقة الثالثة بخش ۳	۱۰	۱۶۰
۴	فقه ۱	المکاسب بخش ۱	۱۰	۱۶۰
۵	فقه ۲	المکاسب بخش ۲	۱۰	۱۶۰
۶	فقه ۳	المکاسب بخش ۳	۱۰	۱۶۰
جمع کل			۶۰	۹۶۰



۲. دروس تخصصی

ردیف	ماده آموزشی	متن درسی	تعداد واحد
۱	علوم قرآن و حدیث (بوم تبلیغی)	روش ها و گرایش های تفسیر قرآن، محمدعلی رضائی اصفهانی، قرآن و مستشرقان، محمدحسن زمانی، تفسیرشناسی سید محمود طیب حسینی تاریخ حدیث شیعه، سید کاظم طباطبائی، حدیث شناسی، علی نصیری، روش فهم حدیث، عبدالهادی مسعودی	۲
۲	روش برداشت از قرآن	روش برداشت از قرآن، آیت الله بهشتی، روش برداشت از قرآن، علی صفائی حائری، جزوه استاد برگرفته از منابع فرعی	۴
۳	مهارت های تحلیل حدیث	روش فهم حدیث عبدالهادی مسعودی، اصول و قواعد فقه الحدیث، محمد حسن ربانی، جزوه استاد برگرفته از منابع فرعی	۴
۴	مهارت های سخنوری	روش سخنرانی دینی، محمد مهدی ماندگار، حسین ملانوری، علیرضا پناهیان، محمد رضا برادران، عبدالله ضابط، چگونه سخنرانی کنیم، حسین ملانوری	۵
۵	مهارت های بیان احکام	درآمدی بر آموزش احکام، محمد وحیدی، شیوه های بیان احکام، محمود اکبری	۴
۶	مخاطب شناسی	اصول مخاطب شناسی تبلیغی، نویسنده: عبدالمجید صادقی، مخاطب شناسی اجتماعی، مؤسسه امیر بیان، راهبردهای روان شناختی تبلیغ با مخاطبان جوان، دکتر عبدالعظیم کریمی	۴
۷	روش تحلیل تاریخ و سیره	انسان ۲۵۰ ساله حلقه سوم مقام معظم رهبری، سیری در سیره نبوی ۹، رسول جعفریان، روش شناسی تاریخ، احمد پاکتنچی، درس نامه تاریخ تشیع، غلامحسن محرمی	۸





۸	تبلیغ در اسلام	تبلیغ در قرآن و حدیث، محمد محمدی ری شهری	۲
۹	نظام فکری اندیشمندان شیعه	منظومه فکری امام خمینی، عبدالحسین خسرو پناه / منظومه فکری آیت الله خامنه‌ای، عبدالحسین خسرو پناه، بینش مطهر، مشکات مصباح	۴
۱۰	مهارت‌های ادعیه‌شناسی و ادعیه‌خوانی	جزوه استاد برگرفته از منابع فرعی	۲
۱۱	مهارت‌های ارتباط موثر	ارتباط مؤثر بارویکرد اسلامی، علی خیاط، جزوه استاد برگرفته از منابع فرعی	۳
۱۲	مهارت‌های پاسخ به شبهات و مناظره	روش پاسخ به شبهات رضا محمدی، روش مناظره، رضا علی کرمی	۳
۴۵	جمع کل		

۳. دروس اختصاصی گرایشی

ردیف	ماده آموزشی	متن درسی	تعداد واحد
۱	فقه رسانه	جزوه استاد برگرفته از منابع فرعی	۴
۲	جنگ نرم	اندیشه‌های راهبردی، دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی اصول و مبانی جنگ نرم، علی محمد نائینی	۲
۳	رسانه در اندیشه امام و رهبری	صحیفه امام، مجموعه آثار امام خمینی، اندیشه‌های راهبردی، دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی؛ منشور رسانه، علی اصغر جعفری، تبلیغات (هنر و رسانه) از دیدگاه امام خمینی، علی اصغر صباغ‌پور	۱



۴	رسانه‌شناسی	جزوه استاد برگرفته از منابع فرعی	۲
۵	آسیب‌شناسی رسانه و فضای مجازی	اندیشه‌های راهبردی، دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی	۲
۶	گفتمان‌های مواجهه با فناوری‌های نو ظهور ارتباطی	نقد و بررسی گفتمان‌های مواجهه با فضای مجازی، محمد صادق رستمی	۲
۷	زبان انگلیسی	جزوه استاد برگرفته از منابع فرعی	۴
۸	جریان‌شناسی رسانه‌های معاصر	جزوه استاد برگرفته از منابع فرعی	۲
۹	اخلاق و رسانه	اندیشه‌های راهبردی، دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی	۲
۱۰	جامعه‌شناسی و تبلیغ	کاربرد جامعه‌شناسی در تبلیغ، شمس‌الله مریجی	۲
۱۱	ساختارشناسی فنی فضای مجازی	جزوه استاد برگرفته از منابع فرعی	۲
۱۲	اقتصاد و فضای مجازی	جزوه استاد برگرفته از منابع فرعی	۱
۱۳	امنیت فضای مجازی	جزوه استاد برگرفته از منابع فرعی	۲
۱۴	مسائل حقوقی فضای مجازی	جزوه استاد برگرفته از منابع فرعی	۱
۱۵	تحلیل و نقد رسانه‌های مجازی	جزوه استاد برگرفته از منابع فرعی	۲
۱۶	روش تبلیغ در فضای مجازی	جزوه استاد برگرفته از منابع فرعی	۲



۱۷	آینده پژوهی فضای مجازی	آخرین پیشرفت‌ها در روش‌شناسی‌های آینده نگاری، بارتولومئو سایپو، ماریا جائوتسی، آینده پژوهی راهبردی، آلفرد آلن مارکوس، آینده پژوهی دولت الکترونیک، سید سعیدرضا عاملی، حکومت الکترونیک، علی پیران نژاد	۲
۱۸	فلسفه فناوری، رسانه و فضای مجازی	جزوه استاد برگرفته از منابع فرعی	۲
۱۹	مدیریت فضای مجازی	قدرت در لبه فرماندهی و کنترل در عصر اطلاعات، دیوید استیون آلبرتس	۱
۲۰	پدیده‌های نوین فضای مجازی	برگزاری به صورت سمینار	۲
۲۱	آشنایی با بازی‌های رسانه‌ای	جزوه استاد برگرفته از منابع فرعی	۲
جمع کل			۴۲

۴. دروس پیش‌نیاز

ردیف	ماده آموزشی	متن درسی	تعداد واحد
۱	مهارت کار با ابزارهای ارتباطی	آموزش چندرسانه‌ای	۴ عملی
۲	مهارت تولید محتوای رسانه‌ای	آموزش چندرسانه‌ای	۴ عملی
جمع کل			۸

تبصره: طلابی که دروس پیش‌نیاز را در مراکز معتبر گذرانده باشند، در صورت مطابقت هشتاد درصدی سرفصل‌ها از گذراندن این دروس معاف هستند.

معاونت آموزش می‌تواند دروس پیش‌نیاز را به صورت دوره‌های پودمانی برای طلاب برگزار کند و گواهی صادره معاونت آموزش مبنی بر گذراندن این دروس به منزله قبولی در دروس پیش‌نیاز است.

فصل سوم

عناوین و سرفصل‌های دروس

علوم قرآن و حدیث (بوم تبلیغی)

شیوه ارزشیابی			پیش نیاز		شیوه اجرا				نوع درس		عنوان درس
تجربی	تئوری	مجموعی									
			دارد	ندارد	مجازی	تجربه حضوری	حضوری	تعداد ساعات	تعداد واحد	تجربی	علوم قرآن و حدیث (بوم تبلیغی)
		*	*				*	۳۲	۲	*	

اهداف

قرآن

۱. شناخت مبانی و قواعد تفسیر قرآن کریم؛
۲. شناخت وجوه اعجاز قرآن و بررسی دلایل و شواهد اعجاز؛
۳. فهم رابطه قرآن و علوم جدید؛
۴. شناخت کاربرد قرآن در فرهنگ زمانه و اقتضائات امروز دنیا؛
۵. کتاب شناسی تفسیری فریقین.

حدیث

۱. آشنایی با مبانی، اصول و روش های فهم حدیث؛
۲. آشنایی با جایگاه و کارکرد حدیث و تأثیر آن در تبلیغ دین؛
۳. آشنایی با انواع دانش های حدیثی و کارکردهای آنها؛
۴. آشنایی با تاریخ حدیث، محدثان و منابع حدیثی شیعه.

سرفصل ها

قرآن

۱. روش های تفسیر قرآن (قرآن به قرآن، روایی، عقلی، علمی، اجتماعی)؛
۲. گرایش های تفسیری قرآن (فقهی، کلامی، ادبی و...؛
۳. قواعد تفسیر قرآن؛
۴. آشنایی با تفاسیر مهم شیعه و سنی.





حدیث

■ کلیات:

- تعریف فقه الحدیث / جایگاه فقه الحدیث / ضرورت فقه الحدیث / فواید و آثار فقه الحدیث / پیشینه فقه الحدیث / پیش نیازهای فهم حدیث.
- مبانی فهم متن حدیث: فهم مفردات؛
- فهم ترکیبات: اعراب، اصطلاحات مرکب، مجازها؛
- مبانی فهم مقصود حدیث:
- گردآوری قرائن / یافتن اسباب ورود حدیث / تشکیل خانواده حدیث (جامع نگری) / بهره گیری از دستاوردهای بشری.
- ماهیت حدیث و جایگاه آن در هندسه معارف دینی؛
- حجیت حدیث: پیامبر / امامان / صحابه و تابعان؛
- تأثیر حدیث در دانش های بشری؛
- انواع علوم حدیث و کارکردهای آنها؛
- تاریخ حدیث شیعه در عصر غیبت:
- دوره تدوین جوامع اولیه حدیثی؛
- دوره رکود فعالیت های حدیثی؛
- دوره تکمیل و تنظیم جوامع حدیثی.
- آشنایی با کتب اربعه؛
- آشنایی با جوامع ثانویه؛
- دوره فترت در فعالیت های حدیثی؛
- دوره فعالیت های حدیثی معاصر.

منابع

قرآن

منابع اصلی:

۱. روش ها و گرایش های تفسیر قرآن، محمد علی رضائی اصفهانی، مرکز جهانی علوم اسلامی، ۱۳۸۵؛
۲. قرآن و مستشرقان، محمد حسن زمانی، بوستان کتاب، ۱۳۸۸؛
۳. تفسیرشناسی (مبانی، منابع، قواعد، روش ها و گرایش ها)، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، سید محمود طیب حسینی، ۱۳۹۷.

منابع فرعی:

۱. روش های تفسیر قرآن، سیدرضا مؤدب، دانشگاه قم، ۱۳۹۰؛
۲. التفسیر والمفسرون، آیت الله معرفت، دانشگاه رضوی، ۱۳۹۱؛
۳. مبانی و روش های تفسیر قرآن کریم، عمید زنجانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۷؛
۴. پژوهشی در اعجاز علمی قرآن، محمدعلی رضایی اصفهانی، پژوهشگاه تفسیر علوم قرآن، ۱۳۸۵؛
۵. منطق تفسیر قرآن، محمدعلی رضایی اصفهانی، مرکز جهانی اهل البیت علیهم السلام، ۱۳۸۵؛
۶. جریان شناسی تفسیر تطبیقی، علی اسعدی، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، ۱۳۹۷.

حدیث:

منبع اصلی

۱. تاریخ حدیث شیعه، سید کاظم طباطبایی؛
۲. حدیث شناسی، علی نصیری؛
۳. روش فهم حدیث، عبدالهادی مسعودی.

منابع فرعی:

۱. حدیث پژوهی ۱ و ۲، مهدی مهریزی؛
۲. رابطه متقابل کتاب و سنت، علی نصیری؛
۳. نظریه السنه، حیدر حب الله؛
۴. الأصول العامة للفقهاء المقارن، محمد تقی حکیم؛
۵. السنه و مکانتها فی التشریع الاسلامی، مصطفی سباعی؛
۶. شناخت حدیث، مجید معارف؛
۷. دانش حدیث، مدرسان دانشکده علوم حدیث؛
۸. پیام پیامبر، بهاء الدین خرمشاهی؛
۹. دانشنامه جهان اسلام (مدخل حدیث)؛
۱۰. تاریخ حدیث، کاظم مدیر شانه چی؛
۱۱. تاریخ حدیث، سید رضا مؤدب؛
۱۲. جوامع حدیثی شیعه، هادی حجت؛
۱۳. مقدمه معجم احادیث بحار الانوار، محمدعلی مهدوی راد.



روش برداشت از قرآن

شیوه ارزیابی			پیش نیاز		شیوه اجرا				نوع درس		عنوان درس
تجربی	شفاهی	کتابی									
			ندارد	دارد	مجازی	غیر حضوری	حضوری	تعداد ساعات	تعداد واحد	تجربی	شفاهی
	*	*		*			*	۶۴	۴		*

اهداف

۱. آشنایی با روش های برداشت از قرآن؛
۲. کسب توان مندی در برداشت صحیح و کاربردی از قرآن؛
۳. توان مندی در تولید محتوای موضوعی؛
۴. توان مندی در کشف موضوعات مستحده از قرآن.

سرفصل ها

۱. روش استطلاعی:

- تعریف روش استطلاعی؛
- قواعد برداشت استطلاعی؛
- فواید برداشت استطلاعی؛
- گام های روش برداشت؛
- لغت شناسی قرآن کریم؛
- مصداق یابی کاربردی از آیات.

۲. روش استنتاجی:

- تعریف روش برداشت استنتاجی؛
- ضرورت روش برداشت استنتاجی؛
- مبنای علمی روش برداشت استنتاجی؛
- مراحل عملیاتی روش برداشت؛
- کشف پنج موضوع کاربردی از قرآن به روش استنتاجی.



۱. روش منظومه‌ای:

- تعریف روش برداشت منظومه‌ای؛
- ضرورت روش برداشت منظومه‌ای؛
- برداشت با محوریت منظومه ادات؛
- برداشت با محوریت منظومه موضوعات محض؛
- برداشت با محوریت موضوعات وصفی؛
- برداشت با محوریت موضوعات تقابلی.

۲. روش اجتهادی:

- تعریف روش برداشت اجتهادی؛
- ضرورت روش برداشت اجتهادی؛
- مبنای علمی روش برداشت اجتهادی.

۳. مراحل عملیاتی روش برداشت:

- طرح سوال از حروف؛
- طرح سوال از کلمات؛
- طرح سوال از آیه؛
- طرح سوال از ارتباطات آیات؛
- طرح سوال از سوره.

منابع

منبع اصلی

۱. روش برداشت از قرآن، آیت‌الله بهشتی؛
۲. روش برداشت از قرآن علی صفائی حائری؛
۳. جزوه استاد.

منابع فرعی

۱. تفسیر پیام قرآن، ناصر مکارم شیرازی؛
۲. تفسیر نور، محسن قرائتی؛
۳. روش‌های تفسیر، سیدرضا مؤدب، محمدرضا عزتی فردوئی؛
۴. المیزان فی تفسیر القرآن، علامه طباطبائی؛
۵. تسنیم، تفسیر قرآن کریم عدالله جوادی آملی؛
۶. اضاء البیان فی ایضاح القرآن بالقرآن، محمدامین بن محمد مختار شنقیطی؛
۷. التفسیر القرآنی للقرآن، عبدالکریم خطیب شافعی؛
۸. الفرقان فی تفسیر القرآن بالقرآن و السنه، دکتر محمد صادقی تهرانی؛





۹. الاشتقاق، ابدريد، محمد بحس، تحقيق و شرح عبدالسلام محمد هارون، قم: ذوی القربی، ۱۹۳۱؛
۱۰. اعجاز بياني قرآن، بنت الشاطي، عايشه عبدالرحم، مترجم: حسين صابري، پرويز اتابكي، تهران؛
۱۱. درآمدی بر دانش مفردات قرآن، سيد محمود طيب حسيني، قم، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه؛
۱۲. مفردات، راغب اصفهاني؛
۱۳. الفروغ اللغويه، ابو هلال عسکری؛
۱۴. التحقيق في كلمات القرآن، مصطفىوى.

مهارت‌های تحلیل حدیث

عنوان درس			نوع درس		تعداد واحد		تعداد ساعت		شیوه اجرا			پیش نیاز		شیوه ارزشیابی		
مهارت‌های تحلیل حدیث			تقریری	عملی	تعداد واحد	تعداد ساعت	حضور	غیبه حضور	غیبه محازی	دارد	ندارد	کتابی	شناختی	تحقیقی		
			*		۴	۶۴	*			*		*		*		

اهداف

۱. شناخت اصول و قواعد تحلیل حدیث؛
۲. شناخت مهارت‌های تحلیل احادیث؛
۳. مهارت کار با احادیث تربیتی، اجتماعی، سیاسی، به صورت روشمند.

سر فصل‌ها

۱. فواید تحلیل ضابطه‌مند حدیث؛
۲. گونه‌شناسی مفاهیم دینی و منابع کشف مفاهیم دینی؛
۳. آشنایی با فاکتورهای تحلیل حدیث.

تحلیل حدیث با محوریت تربیتی:

- تحلیل احادیث با موضوع تربیت؛
- تحلیل احادیث با موضوع امید؛
- تحلیل احادیث با موضوع مسئولیت؛
- تحلیل احادیث با موضوع لذت؛
- تحلیل احادیث با موضوع دوراندیشی.

تحلیل حدیث با محوریت اخلاقی:

- تحلیل احادیث با موضوع حسن خلق؛
- تحلیل احادیث با موضوع عفو؛
- تحلیل احادیث با موضوع شکر؛





- تحلیل احادیث با موضوع صبر؛
- تجلیل احادیث با موضوع دنیا.

تحلیل حدیث با محوریت سیاسی:

- تحلیل احادیث با موضوع جهاد؛
- تحلیل احادیث با محوریت عدالت؛
- تحلیل احادیث با محوریت وحدت؛
- تحلیل احادیث با محوریت حکومت.

منابع

منابع اصلی:

۱. روش فهم حدیث، عبدالهادی مسعودی؛
۲. اصول و قواعد فقه الحدیث، محمد حسن ربانی؛
۳. جزوه استاد.

منابع فرعی:

۱. درایة الحدیث، کاظم مدیر شانه‌چی، مشهد، دانشگاه فردوسی، ۱۳۹۷ق، ۱۵۷ص؛
۲. نگاهی به سرگذشت حدیث، مرتضی العسکری، تهران، انتشارات روزبه [بی تا]، ۴۰ص؛
۳. مهارت‌های حدیث‌خوانی روشمند، مهدی غلام‌علی، انتشارات دارالحدیث؛
۴. حدیث پژوهی ۱ و ۲، مهدی مهریزی؛
۵. فقه الحدیث، ضابطه‌ها و نمونه‌ها، حسن نقی‌زاده؛
۶. جامع الاحادیث شکر، علیرضا برازش؛
۷. جامع الاحادیث دنیا، علیرضا برازش؛
۸. جامع الاحادیث صبر، علیرضا برازش؛
۹. الحیاء، ج ۲، باب ۹ و ۱۰؛
۱۰. نهج البلاغه، سیدرضی؛
۱۱. پیام امام، ناصر مکارم شیرازی؛
۱۲. میزان الحکمه (مدخل‌های سیاست، حکومت و...): محمد محمدی ری‌شهری؛
۱۳. سیاست و حکومت در قرآن، کاظم قاضی‌زاده؛
۱۴. مبانی حکومت اسلامی، حسین جوان آراسته؛
۱۵. حکومت اسلامی، احمد واعظی؛
۱۶. مرآت العقول، محمدباقر مجلسی؛
۱۷. شرح اصول الکافی، ملا صالح مازندرانی؛
۱۸. توحیدالامامیه، محمدباقر ملکی میانجی.

منابع فرعی:

۱. روش‌های سخنرانی، صادقی اردستانی؛
۲. فن خطابه، علی نظری منفرد؛
۳. روش‌های تبلیغ و سخنرانی، احمد صادق اردستانی، بوستان کتاب قم؛
۴. درباره سخن و سخنوری پیشینه، انواع و شیوه‌های سخن‌وری و گفتگو، محمد باقر شریعتی سبزواری؛
۵. مهارت‌های سخن‌وری، ایرج پورباقر، جامعه‌شناسی در عرصه تبلیغات دینی، دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم؛
۶. آداب سخن و سخن‌وری، جعفر اسلامی، مرکز تحقیقات حج؛
۷. فن بیان، علی نظری منفرد، انتشارات نصایح؛
۸. فن بیان: تمرین‌های عملی، رضا شیرمرز، قطب‌الدین صادقی، قطره؛
۹. شرح دعای سحر، امام خمینی رحمت‌الله علیه؛
۱۰. بر درگاه دوست (شرح فرازهایی از دعا‌های افتتاح، ابوحمزه و مکارم الاخلاق)، آیت‌الله محمدتقی مصباح یزدی، عباس قاسمیان؛
۱۱. کتاب ترجمه و شرح دعای افتتاح، محمدرضا مهدوی کنی، دفتر نشر فرهنگ اسلامی؛
۱۲. کتاب شرح دعای ابوحمزه ثمالی، جلد اول، داود صمدی آملی، روح و روحان؛
۱۳. زیارت آل یاسین، نظر به مقصد جان هر انسان، اصغر طاهرزاده؛
۱۴. زیارت عاشورا، اتحادی روحانی با امام حسین علیه السلام، اصغر طاهرزاده؛
۱۵. اسماء حسنا، دریچه‌های نظر به حق (شرحی بر دعای سحر)، اصغر طاهرزاده؛
۱۶. بررسی محتوایی زیارت جامعه کبیره، مقاله‌ای از محمد سند، ترجمه عدنان درخشان؛
۱۷. مهارت‌های مسأله‌یابی و تصمیم‌گیری، مینا رحیمی؛
۱۸. مهارت‌های مسأله‌یابی و تصمیم‌گیری، محمدعلی گودرزی، عبدالرضا مجدالدین، ابراهیم مزاری، نیلوفر مهدوی؛
۱۹. معضلات و آسیب‌های اجتماعی نسل جوان در جوامع امروزی، شهلا رضایی؛
۲۰. معضل‌یابی و مسئله‌شناسی فرهنگی، نورمحمد حسینی سوق؛
۲۱. مشکلات خانواده و آسیب‌های اجتماعی، معصومه زارعی مصلح؛
۲۲. پاتولوژی فردی و اجتماعی، رسول ربانی خوراسگانی.



احکام کاربردی و مهارت‌های بیان احکام

عنوان درس			نوع درس		تعداد واحد		تعداد ساعت		شیوه اجرا		پیش نیاز		شیوه ارزشیابی	
احکام کاربردی و مهارت‌های بیان احکام	تئوری	عملی	*	*	۴	۶۴	*	مجازی	تجزیه و تحلیل	مجازی	دارد	ندارد	تجزیه و تحلیل	تئوری
											*	*	*	*

اهداف

۱. آشنایی با احکام اقتصادی اسلام (بانک، ارز دیجیتال، بیت کوین، محاسبه خمس، وقف)؛
۲. آشنایی با احکام عبادی اسلام (احکام وضو، تیمم، غسل، احکام میت، عقیقه، ذبح)؛
۳. آشنایی با احکام اجتماعی اسلام (خوراک و پوشاک)؛
۴. آشنایی با شیوه‌های بیان احکام؛
۵. کسب تجربه عملی در تبیین احکام شرعی.

سرفصل‌ها

۱. احکام بانک در اسلام؛
۲. معاملات مشروع در اسلام؛
۳. شرایط عقود اسلامی؛
۴. شیوه‌های کاربردی محاسبه خمس؛
۵. احکام وقف؛
۶. احکام وضو، نماز، غسل، تیمم و قبله‌یابی به صورت عملی؛
۷. راه‌های تشخیص خوراکی‌های حلال از حرام (حیوانات و ماهی‌ها)؛
۸. احکام ذبح و نحر و شیوه کارکشتار گاه‌های صنعتی؛
۹. اهمیت یادگیری و آموزش احکام از نظر قرآن و سنت؛
۱۰. اصول تبلیغ احکام عملی؛
۱۱. شیوه‌های بیان احکام عملی؛
۱۲. روش‌های بیان و ترغیب به انجام عبادت؛



۱۳. شیوه‌های آموزش احکام؛

۱۴. روش عملی، قاعده‌ای، رمزی، معمایی.

منابع

منابع اصلی:

۱. درآمدی بر آموزش احکام، محمد وحیدی؛

۲. شیوه‌های بیان احکام، محمود اکبری.

منابع فرعی:

۱. آموزش احکام، محمدحسین فلاح؛

۲. درس‌نامه تبلیغی احکام، حسن هرمز و محمود محمدی؛

۳. توضیح المسائل مراجع؛

۴. نرم‌افزارهای آموزش احکام؛

۵. منهاج الصالحین.



مخاطب‌شناسی

شیوه ارزیابی			عنوان درس	نوع درس		تعداد واحد	تعداد ساعت	شیوه اجرا				پیش‌نیاز	
نظری	تجربی	مجموعی		تئوری	عملی			حضوری	بیمه‌حضور	غیرحضور	مجازی	دارد	ندارد
		*		*		۴	۶۴	*				*	*

اهداف

۱. مخاطب‌شناسی سن:

- آشنایی با روحیات کودکان؛
- ویژگی‌های شناختی، عاطفی و رفتاری جوانان؛
- شیوه‌های تأثیر بر جوانان؛
- روش‌های تبلیغ مؤثر برای بزرگسالان.

۲. مخاطب‌شناسی جنسیت:

- آشنایی با ویژگی‌های زنان؛
- آشنایی با تفاوت‌های مرد و زن؛
- شیوه‌های مؤثر در تبلیغ برای بانوان.

۳. مخاطب‌شناسی اجتماعی:

- آشنایی با مخاطبین اصناف اجتماعی؛
- تبیین ضرورت مخاطب‌شناسی اجتماعی؛
- گونه‌شناسی مخاطبین اجتماعی؛
- دانشجویان، کارمندان، فرهنگیان، زندانیان، بیماران، کارگران، مسجیدی‌ها، هیئت‌ها.

۴. مخاطب‌شناسی زائران رضوی.



سرفصل‌ها

۱. ضرورت مخاطب‌شناسی؛
۲. ویژگی‌های کلی کودکان؛
۳. ویژگی‌های شناختی، عاطفی و رفتاری جوانان (ذهنی، عقلی و فکری)؛
۴. شیوه‌های تأثیر بر جوانان، بحران هویت در جوانان؛
۵. ویژگی‌های بزرگسالان و سالمندان؛
۶. روش‌های تبلیغ مؤثر برای بزرگسالان؛
۷. تفاوت‌های زن و مرد؛
۸. ویژگی‌های روانی و عاطفی زنان؛
۹. شیوه‌های مؤثر در تبلیغ برای بانوان؛
۱۰. ویژگی‌های مخاطب دانشجوی؛
۱۱. ویژگی‌های مخاطب فرهنگی؛
۱۲. ویژگی‌های مخاطب کارمند؛
۱۳. ویژگی‌های مخاطب سرباز؛
۱۴. انسان‌شناسی قرآنی؛
۱۵. انسان‌شناسی عرفانی؛
۱۶. انسان‌شناسی فلسفی؛
۱۷. ویژگی‌های زائران رضوی؛
۱۸. شیوه تبلیغ در ظرفیت‌های بومی زائر محور.

منابع

منابع اصلی:

۱. اصول مخاطب‌شناسی تبلیغی، عبدالمجید صادقی؛
۲. مخاطب‌شناسی اجتماعی (شیوه‌های آماده‌سازی و پرورش کلام)، مؤسسه امیر بیان؛
۳. راهبردهای روان‌شناختی تبلیغ با مخاطبان جوان، عبدالعظیم کریمی.

منابع فرعی:

۱. روان‌شناسی و تبلیغات با تأکید بر تبلیغ دینی، محمد کاویانی، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه؛
۲. مراحل تعلیم و تربیت، غلام‌حسین شکوهی؛
۳. مجموعه کتاب‌های مهارت‌های زندگی، مهدی فتاحی؛
۴. نگاهی دوباره به تربیت اسلامی، خسرو باقری؛
۵. اصول مخاطب‌شناسی تبلیغی، عبدالمجید صادقی، سال نشر ۱۳۸۴؛





۶. مخاطب‌شناسی، دنیس مک کوایل، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، مترجم: مهدی منتظرالقائم، ۱۳۸۳؛
۷. انسان‌شناسی، رضا فیروزی؛
۸. انسان در مراحل ششگانه، سید جواد آل علی حسینی شاهرودی، پردیسان، پاییز ۱۳۷۹؛
۹. انسان و خودسازی، محمد جواد باهنر، تهران، دفتر نشر فرهنگ اسلامی، ۱۳۷۰؛
۱۰. انسان در قرآن، (ج ۲)، شهید مرتضی مطهری، قم، کانون نشر طریق القدس، ۱۳۶۱؛
۱۱. انسان در افق قرآن، محمد تقی جعفری تبریزی، به ضمیمه سه سخنرانی دیگر؛
۱۲. انسان در اسلام، عبدالله جوادی آملی، تهران، مرکز نشر فرهنگی رجاء، ۱۳۷۲؛
۱۳. انسان در قرآن، حسن حسن‌زاده آملی، چ ۳، الزهرا، ۱۳۷۴؛
۱۴. انسان کامل از دیدگاه نهج البلاغه، حسن حسن‌زاده آملی، قم، قیام، ۱۳۷۲؛
۱۵. مسئولیت و سازندگی، علی صفائی، هجرت، ۱۳۹۸ ه.ق؛
۱۶. انسان از دیدگاه اسلام، احمد واعظی، تهران، سمت ۱۳۷۷؛
۱۷. انسان در عرف عرفان، حسن‌زاده آملی، حسن، چ ۲، تهران، سروش، ۱۳۷۷؛
۱۸. دروس معرفت نفس، حسن حسن‌زاده آملی، چ ۳، تهران، شرکت انتشارات علمی فرهنگی، ۱۳۷۲؛
۱۹. انسان‌شناسی، محی‌الدین حائری یزدی، قم، شفق، ۱۳۷۲؛
۲۰. ادراک حسی از دیدگاه ابن سینا، محمد تقی فعالی، قم، دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم، ۱۳۷۶؛
۲۱. انسان موجود ناشناخته، آلکسیس کارل، ترجمه حمید عنایت، چ ۲، تهران، شهریار، بی‌تا؛
۲۲. انسان‌شناسی فلسفی، لاندمن، ترجمه صدر نبوی، مشهد، توس، ۱۳۵۰؛
۲۳. اصول و روش‌های ارایه مفاهیم دینی.

روش تحلیل تاریخ و سیره

شیوه ارزشیابی			پیش نیاز		شیوه اجرا				تعداد ساعت	تعداد واحد	نوع درس		عنوان درس
تجربی	تفصیلی	تفصیلی	ندارد	دارد	مجازی	غیرحضوری	حضوری	حضوری			عملی	تقریری	روش تحلیل تاریخ و سیره
		*	*				*		۱۲۸	۸		*	

اهداف

۱. آشنایی با تاریخ، سیره و زندگانی معصومین علیهم السلام؛
۲. ایجاد توانمندی در برداشت و تحلیل تاریخ و سیره معصومین علیهم السلام؛
۳. تبیین و تحلیل زمینه‌های پیدایش تشیع؛
۴. تبیین عوامل گسترش و پایداری تشیع و فرقه‌های شیعی.

سرفصل‌ها

۱. ویژگی‌های عصر جاهلیت؛
۲. تطبیق ویژگی‌ها با جاهلیت مدرن؛
۳. آثار بعثت نبوی؛
۴. مهم‌ترین فرازهای زندگی پیامبر صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم؛
۵. از بعثت تا حکومت؛
۶. از حکومت تا رحلت؛
۷. تبلیغ مخفیانه؛
۸. دعوت آشکار در میان مردم (شیوه تبلیغ، عکس‌العمل مشرکین، شروع آزار و شکنجه مسلمانان، چگونگی حمایت از پیامبر صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم توسط ابوطالب، تلاش در جهت تطمیع پیامبر صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم، اولین شهادت و ...)
۹. محاصره اقتصادی مسلمانان (شعب ابوطالب، امداد الهی، مرگ ابوطالب و حضرت خدیجه سلام‌الله‌علیها)؛
۱۰. هجرت؛
۱۱. پیمان‌های اجتماعی (پیمان برادری، پیمان با یهود، پیمان با قبایل اطراف یشرب)؛





۱۲. سلوک اجتماعی پیامبر صلی الله علیه و آله وسلم (شیوه برخورد با افراد، شیوه نشستن در جمع، برخورد با کودکان و سالخورده‌گان، برخورد با زنان و...)
۱۳. سلوک عبادی پیامبر صلی الله علیه و آله وسلم (نماز جماعت، شب‌زنده‌داری، روزه، اعتکاف و...)
۱۴. سلوک مدیریتی پیامبر صلی الله علیه و آله وسلم (راه‌اندازی بازار، تقسیم بیت‌المال بالسویه، برقراری عدالت اجتماعی و مبارزه با تبعیض، تشویق به علم‌آموزی و کتابت وحی و...)
۱۵. تبلیغ فرمانطقه‌ای اسلام (نامه به سران روم، ایران، مصر، عکس‌العمل‌ها در برابر این تبلیغ)، (نامه به اسقف نجران و ماجرای مباحله)
۱۶. حجه‌الوداع (شیوه حضور پیامبر صلی الله علیه و آله وسلم دستورات حج نبوی، آیه اکمال، غدیر خم، بیعت مسلمین)
۱۷. رحلت پیامبر صلی الله علیه و آله وسلم (جیش اسامه، بحران در مدینه، ممانعت از امامت ابوبکر، ممانعت از کتابت وصیت، وفات پیامبر صلی الله علیه و آله وسلم، سقیفه بنی ساعده)
۱۸. ولادت امیرالمؤمنین علیه السلام
۱۹. هجرت امیرالمؤمنین علیه السلام (شب‌بیتوته، وصی پیامبر در مکه، مأمور رساندن فواطم به مدینه)
۲۰. امیرالمؤمنین علیه السلام در مدینه (پیمان برادری، مأموریت‌های حضرت علی علیه السلام و منافقین، حضرت علی علیه السلام و تازه‌مسلمانان و...)
۲۱. امیرالمؤمنین علیه السلام در جنگ‌ها (پرچم‌دار، مبارز در بدر، مدافع پیامبر در احد، قاتل عمرو بن عبدود، فاتح قلعه خیبر، جانشین در تبوک، نابودکننده بت‌های کعبه، مبارز در حنین و...)
۲۲. امیرالمؤمنین علیه السلام و رحلت پیامبر صلی الله علیه و آله وسلم (آخرین وصیت‌ها، غسل و کفن و دفن پیامبر، عمل به توصیه جمع قرآن)
۲۳. مخالفان و موافقان سقیفه (مخالفان: اصحاب کبار پیامبر صلی الله علیه و آله وسلم، بنی‌هاشم، برخی قبایل) (موافقان: اصحاب کبار پیامبر، انصار، قبایل تازه‌مسلمان)
۲۴. امیرالمؤمنین علیه السلام و خلفا (اعتراض به غصب خلافت، مماشات با خلفا، راهنمایی و ارشاد، اعتراض به بدعت‌ها)
۲۵. امیرالمؤمنین علیه السلام و خلافت
۲۶. سیاست‌های اجتماعی امیرالمؤمنین علیه السلام (کوتاه کردن دست بنی‌امیه از مناصب، برقراری مساوات و عدالت اجتماعی در بهره‌گیری از بیت‌المال و امکانات، مقابله با گروه‌های معترض ناکثین، قاسطین و مارقین، تلاش در جهت آبادسازی شهرها، تغییر مرکز حکومت از مدینه به کوفه، تعیین جانشین)
۲۷. سیاست‌های فرهنگی امیرالمؤمنین علیه السلام (جمع‌آوری قرآن، مبارزه با بدعت‌ها، آزادسازی تدوین حدیث، ارایه الگوی اسلامی خلافت)
۲۸. ولادت فاطمه زهرا سلام الله علیها (دستورات الهی در مقدمات ولادت، دوران بارداری حضرت خدیجه سلام الله علیها، سال ولادت، نحوه ولادت، سرزنش‌های قریش، سوره کوثر)



۲۹. فاطمه زهرا سلام الله علیها در مکه (دفاع از پیامبر، همراهی با پیامبر، هجرت به مدینه)؛
۳۰. فاطمه زهرا سلام الله علیها در مدینه (ازدواج فاطمه زهرا سلام الله علیها، حضور فعال در جنگ‌ها، تربیت فرزندان)؛
۳۱. فاطمه زهرا سلام الله علیها پس از رحلت پیامبر (تعزیت بر پیامبر، تقاضای ارث، مقابله عملی با خلیفه)؛
۳۲. موضع فاطمه زهرا سلام الله علیها درباره خلافت (اعتراض، همراهی با علی علیه السلام، خطبه خوانی، تحریم کلامی خلیفه)؛
۳۳. شهادت فاطمه زهرا سلام الله علیها (شهادت یا وفات؟، وصیت فاطمه، نحوه دفن، عکس العمل‌ها)؛
۳۴. فاطمه زهرا در نگاه امیر المؤمنین علیه السلام؛
۳۵. سلوک عبادی فاطمه زهرا سلام الله علیها (شب زنده‌داری، روزه‌داری و...)؛
۳۶. سلوک اجتماعی فاطمه زهرا سلام الله علیها (تقسیم کار در منزل، توجه به فقرا، سادگی زندگی، پوشش، آموزش به بانوان و...)؛
۳۷. امام حسن در زمان امیر المؤمنین علیه السلام؛
۳۸. سیاست‌های اجتماعی امام حسن علیه السلام (ادامه راه امیر المؤمنین علیه السلام، جنگ با معاویه، صلح امام حسن علیه السلام، مواد صلح‌نامه، اهداف صلح‌نامه، عکس‌العمل شیعیان در برابر صلح امام حسن علیه السلام نتایج صلح)؛
۳۹. سیاست‌های فرهنگی امام حسن علیه السلام، حرکت به سمت مدینه، بهره‌گیری از قرارداد صلح در ایجاد امنیت ده‌ساله برای شیعیان، تربیت نیرو و تقویت مکتب حدیثی مدینه)؛
۴۰. امام حسین علیه السلام در زمان پیامبر اسلام، امام حسین علیه السلام در زمان خلفا، امام حسین علیه السلام در زمان امیر المؤمنین علیه السلام؛
۴۱. امام حسین در زمان امام حسن علیه السلام (در جنگ، صلح، مدینه)؛
۴۲. امام حسین علیه السلام در زمان خلافت معاویه (تأیید حرکت برادر و ادامه آن، اعتراض به برخی اعمال معاویه هم‌چون بی‌عدالتی، قتل حجر بن عدی، جانشینی یزید بن معاویه)؛
۴۳. امام حسین علیه السلام در زمان خلافت یزید بن معاویه (عدم بیعت با یزید بن معاویه، خروج از مدینه و استقرار در مکه، دعوت کوفیان و حرکت به سمت کوفه، واقعه عاشورا)؛
۴۴. فلسفه قیام امام حسین علیه السلام، تأثیر عاشورا بر تحولات اجتماعی پس از خود هم‌چون جنبش‌های غیر شیعی، تأثیر عاشورا بر جامعه شیعه؛
۴۵. قیام‌های حسینیون در تاریخ اسلام؛
۴۶. امام سجاد علیه السلام در زمان امام حسن علیه السلام؛
۴۷. امام سجاد علیه السلام و واقعه عاشورا (اسارت، افشاگری در مسیر، تأثیر گذاری بر مردم شام و آشناسازی آنان با اسلام واقعی، بازگشت به مدینه)؛
۴۸. قیام‌های خونخواهانه عاشورایی (قیام توابین، قیام مختار، قیام مردم مدینه، حصر شدید)؛
۴۹. تلاش‌های فرهنگی امام سجاد علیه السلام (احیای ظرفیت‌های فرهنگی مدینه، تغییر بافت فرهنگی جمعیت مدینه، ایجاد منبع اخلاقی عبادی صحیفه سجادیه)؛



۵۰. نقش امام سجاد علیه السلام در ماندگاری قیام عاشورا؛
۵۱. امام باقر علیه السلام در زمان امام حسین علیه السلام و امام سجاد علیه السلام؛
۵۲. تحولات اجتماعی زمان امام باقر علیه السلام؛
۵۳. خلفای بنی مروان در زمان امام باقر علیه السلام؛
۵۴. ضعف و انحطاط سلسله بنی امیه؛
۵۵. شکوفایی نهضت ترجمه؛
۵۶. گسترش جهان اسلام؛
۵۷. حضور فعال موالی در امور علمی؛
۵۸. امام باقر علیه السلام و قیام‌های شیعی، قیام زید بن علی پایه‌گذاری فقه شیعی؛
۵۹. مبارزه با افکار انحرافی، غالیان، صوفیه و روایات جعلی، انشعابات شیعی؛
۶۰. شهادت امام باقر علیه السلام؛
۶۱. تحولات اجتماعی و فرهنگی زمان امام صادق علیه السلام؛
۶۲. موضع امام صادق علیه السلام در برابر درگیری‌های سیاسی؛
۶۳. ظهور مکاتب فقهی و کلامی در زمان امام صادق علیه السلام؛
۶۴. فعالیت‌های فرهنگی امام صادق علیه السلام؛
۶۵. مبارزه با افکار انحرافی، صوفیه، غالیان، اسرائیلیات؛
۶۶. انشعابات شیعی؛
۶۷. امام کاظم علیه السلام و حاکمان عباسی (منصور، مهدی، هادی و هارون عباسی)؛
۶۸. تحولات اجتماعی و فرهنگی زمان امام کاظم علیه السلام؛
۶۹. نفوذ ایرانیان در دربار خلفای عباسی؛
۷۰. گسترش جهان اسلام؛
۷۱. قیام‌های زمان امام کاظم علیه السلام؛
۷۲. اوج‌گیری سیستم و کالت در زمان امام کاظم علیه السلام؛
۷۳. امام کاظم علیه السلام و فرق انحرافی شیعه، امام کاظم علیه السلام و مکاتب اهل سنت؛
۷۴. تحولات اجتماعی و فرهنگی زمان امام رضا علیه السلام؛
۷۵. شورش‌های اجتماعی، شورش‌های علویان؛
۷۶. ولایت عهدی امام رضا علیه السلام؛
۷۷. فعالیت‌های فرهنگی امام رضا علیه السلام؛
۷۸. مناظره با ارباب فرق و ادیان مختلف؛
۷۹. حضور امام زادگان در ایران؛
۸۰. سبک زندگی رضوی؛
۸۱. امام جواد علیه السلام و مسئله صغر سن در امر امامت؛
۸۲. امام جواد علیه السلام در زمان مأمون؛



۸۳. امام جواد علیه السلام در زمان معتصم؛
۸۴. امام جواد علیه السلام و مناظرات علمی؛
۸۵. گسترش سیستم و کلا در زمان امام جواد علیه السلام؛
۸۶. امام جواد علیه السلام و فرق انحرافی شیعه؛
۸۷. امام جواد علیه السلام و دیگر فرق اسلامی؛
۸۸. خلفای زمان امام هادی علیه السلام؛
۸۹. اصحاب و شاگردان امام هادی علیه السلام؛
۹۰. امام هادی علیه السلام و حصر شدید سیاسی؛
۹۱. امام هادی علیه السلام و قیام‌های ضد خلافت؛
۹۲. امام هادی علیه السلام و فرق انحرافی، امام هادی علیه السلام و مکاتب اهل سنت؛
۹۳. امام هادی علیه السلام و موضوع مهدویت؛
۹۴. خلفای زمان امام حسن عسکری علیه السلام؛
۹۵. اصحاب و شاگردان امام حسن عسکری علیه السلام؛
۹۶. امام حسن عسکری علیه السلام و حصر شدید سیاسی؛
۹۷. امام حسن عسکری علیه السلام و قیام‌های ضد خلافت؛
۹۸. امام حسن عسکری علیه السلام و فرق انحرافی؛
۹۹. امام حسن عسکری علیه السلام و موضوع مهدویت؛
۱۰۰. معرفی امام زمان عجل الله تعالی فرجه (نام و کنیه لقب، توصیفات ظاهری ایشان در روایات، اخلاقیات ایشان در روایات)؛
۱۰۱. تمهیدات؛
۱۰۲. ولادت آن حضرت (زمان، مکان، مخفی بودن بارداری و ولادت، شاهدان، گزارش‌های شیعه و سنی، واکنش عباسیان)؛
۱۰۳. شیعیان و آشنایی با امام زمان عجل الله تعالی فرجه پیش از دوران امامت؛
۱۰۴. امام زمان عجل الله تعالی فرجه و نواب خاصه، توقیعات امام زمان عجل الله تعالی فرجه، ملاقات با امام زمان عجل الله تعالی فرجه تا پیش از غیبت کبرا؛
۱۰۵. مکان‌های منسوب به امام زمان عجل الله تعالی فرجه (سرداب، مسجد سهله، ذی طوی، کوه رضوی، وادی السلام، جزیره خضراء، مسجد جمکران)؛
۱۰۶. تأثیرات غیبت صغرا بر جامعه شیعه، انشعابات شیعه در دوران غیبت صغرا؛
۱۰۷. علمای شیعه و تلاش در تبیین مفهوم غیبت برای شیعیان؛
۱۰۸. تأثیر غیبت بر اندیشه‌های کلامی شیعه (علل غیبت، ضرورت امام در حالت غیبت، هدایت‌گری امام در غیبت و...)
۱۰۹. بررسی وضعیت تشیع در دوران خلفا؛
۱۱۰. نقش تشیع در گسترش علوم فرهنگ و تمدن اسلامی؛



۱۱۱. بررسی قیام‌های شیعی در طول تاریخ؛
۱۱۲. حکومت‌های شیعی و نقش آنان در گسترش تشیع؛
۱۱۳. روابط شیعه با فرق دیگر اسلامی؛
۱۱۴. خاندان‌های شیعی در تاریخ اسلام؛
۱۱۵. پیشوایان و اندیشمندان شیعی و آثار آنان؛
۱۱۶. نقش قبایل شیعی در گسترش تشیع.

منابع

منابع اصلی:

۱. انسان ۲۵۰ ساله حلقه سوم، مقام معظم رهبری ^{مدظله العالی}؛
۲. سیری در سیره نبوی ^{صلی الله علیه و آله وسلم}، رسول جعفریان؛
۳. روش‌شناسی تاریخ، احمد پاکتچی؛
۴. درس‌نامه تاریخ تشیع، غلامحسین محرمی.

منابع فرعی:

۱. سیره المصطفی، هاشم معروف الحسنی؛
۲. السیره النبوی الاعظم، علامه مرتضی عاملی؛
۳. فقه السیره النبویه، محمد سعید رمضان البوطی؛
۴. سنن النبی، کاظم شانه‌چی؛
۵. سنن النبی، علامه طباطبائی؛
۶. زندگی پیامبر اسلام ^{صلی الله علیه و آله وسلم}، محسن امین؛
۷. روش‌شناسی مطالعات دینی، احد فرامرز قراملکی؛
۸. اعلام الهدایه، سید منذر حکیم؛
۹. زندگانی فاطمه زهرا ^{سلام الله علیها}، جعفر شهیدی؛
۱۰. تاریخ و سیره سیاسی امیرالمؤمنین ^{علیه السلام}، رسول جعفریان؛
۱۱. زندگانی امام حسن ^{علیه السلام}، باقر شریف القرشی؛
۱۲. زندگانی امام علی بن الحسین ^{علیه السلام}، جعفر شهیدی؛
۱۳. الامام باقر ^{علیه السلام}، باقر شریف القرشی؛
۱۴. زندگانی امام صادق ^{علیه السلام}، ناصر رفیعی؛
۱۵. تحلیلی از زندگانی امام کاظم ^{علیه السلام}، باقر شریف القرشی؛
۱۶. ابعاد شخصیت و زندگی حضرت رضا ^{علیه السلام}، احمد پاکتچی؛
۱۷. حیات الامام محمد الجواد ^{علیه السلام}، باقر شریف القرشی؛
۱۸. حیات الامام علی الهادی ^{علیه السلام}، باقر شریف القرشی؛
۱۹. حیات الامام الحسن العسکری ^{علیه السلام}، نجم‌الدین طبسی؛



۲۰. فرهنگ نامه مهدویت، خدا مراد سلیمان؛
۲۱. خصائص امیرالمؤمنین علی بن ابی طالب علیه السلام، احمد بن شعیب نسائی؛
۲۲. حیات فکری و سیاسی امامان شیعه علیهم السلام، رسول جعفریان؛
۲۳. الصحیح من سیره الامام علی علیه السلام، علامه جعفر مرتضی؛
۲۴. درس نامه تدبر در سیره مبانی و مبادی، محمدحسین الهی زاده؛
۲۵. دانش نامه امام علی علیه السلام، جمعی از نویسندگان؛
۲۶. اسمی المطالب فی سیره امیرالمؤمنین علی بن ابیطالب علیه السلام، علی محمد صلابی؛
۲۷. اتحاف السائل بما لفاطمه من المناقب و الفضائل؛
۲۸. سیده نساء اهل الجنة فاطمة الزهراء سلام الله علیها، شیخ محمد عبدالرؤوف؛
۲۹. الموسوعة الكبرى عن فاطمة الزهراء سلام الله علیها، اسماعیل انصاری؛
۳۰. تحلیل سیره حضرت فاطمه سلام الله علیها، علی اکبر بابا زاده؛
۳۱. شخصیت و سیره فاطمه زهرا سلام الله علیها، آیت الله خامنه ای مد ظله العالی؛
۳۲. سیره و سنت فاطمه زهرا سلام الله علیها، علیرضا مسجد جامعی؛
۳۳. تدبر در سیره حضرت زهرا سلام الله علیها، محمدحسین الهی زاده؛
۳۴. زندگانی سیاسی امام حسن علیه السلام، سید هاشم محلاتی؛
۳۵. الامام المجتبی علیه السلام، حیات و مقاماته عن کتب اهل السنه و صحاحهم و تواریخهم، حسن مصطفوی؛
۳۶. الحیة السیاسیة للامام الحسن علیه السلام، فی عهد الرسول، سید جعفر مرتضی؛
۳۷. تدبر در سیره امام حسن مجتبی علیه السلام، محمدحسین الهی زاده؛
۳۸. حیات فکری و سیاسی امامان شیعه علیهم السلام، رسول جعفریان؛
۳۹. بحار الانوار، علامه مجلسی؛
۴۰. حیاة الامام السجاد علیه السلام، باقر الشریف القرشی؛
۴۱. مسند امام سجاد علیه السلام، عزیز الله عطاردی؛
۴۲. تدبر در سیره امام سجاد علیه السلام، محمدحسین الهی زاده؛
۴۳. مسند امام باقر علیه السلام، عزیز الله عطاردی؛
۴۴. تدبر در سیره امام باقر علیه السلام، محمدحسین الهی زاده؛
۴۵. پرتوی از زندگانی امام صادق علیه السلام، نورالله علیدوست؛
۴۶. پیشوای صادق علیه السلام، مقام معظم رهبری مد ظله العالی؛
۴۷. اوضاع و شرایط عصر امام صادق علیه السلام، بابایی؛
۴۸. تدبر در سیره امام صادق علیه السلام، محمدحسین الهی زاده؛
۴۹. حیاة الامام موسی بن جعفر علیه السلام، باقر شریف القرشی؛
۵۰. مسند الامام کاظم علیه السلام، عزیز الله عطاردی؛
۵۱. تدبر در سیره امام کاظم علیه السلام، محمدحسین الهی زاده؛



۵۲. الحیاه السیاسیه للامام الرضا علیه السلام، جعفر مرتضی عاملی؛
۵۳. مسند الامام الرضا علیه السلام، عزیز الله عطاردی؛
۵۴. ولا يتعهدی امام رضا علیه السلام، مقام معظم رهبری رحمته الله علیه؛
۵۵. خصائص الرضویه آموزه‌هایی از سیره علمی و عملی امام رضا علیه السلام، محمدعلی قائمی؛
۵۶. الحیاه السیاسیه للامام الجواد علیه السلام، سید جعفر مرتضی؛
۵۷. مسند الامام الجواد علیه السلام، عزیز الله عطاردی؛
۵۸. موسوعه الامام الجواد علیه السلام، ابوالقاسم خزعلی؛
۵۹. تدبر در سیره امام جواد علیه السلام، محمدحسین الهی زاده؛
۶۰. مسند الامام الهادی علیه السلام، عزیز الله عطاردی؛
۶۱. موسوعه الامام الهادی علیه السلام، سید ابوالفضل طباطبائی اشکذری؛
۶۲. تدبر در سیره امام هادی علیه السلام، محمدحسین الهی زاده؛
۶۳. الامام الحسن العسکری علیه السلام، من المهد الی اللحد، سید محمد کاظم حائری قزوینی؛
۶۴. حیاه الامام العسکری علیه السلام، محمدجواد طبسی؛
۶۵. مسند الامام العسکری علیه السلام، عزیز الله عطاردی؛
۶۶. تدبر در سیره امام حسن عسکری علیه السلام، محمدحسین الهی زاده؛
۶۷. دانش نامه حضرت مهدی عجل الله تعالی فرجه، محمد محمدی ری شهری؛
۶۸. بحار الانوار، علامه مجلسی جلد ۱۳؛
۶۹. معجم احادیث امام مهدی عجل الله تعالی فرجه، مؤسسه معارف الاسلامی؛
۷۰. تأسیس الشیعه العلوم الاسلام، سید حسن الصدر؛
۷۱. تاریخ تشیع در ایران، رسول جعفریان؛
۷۲. مبارزات شیعیان در دروه نخست خلافت عباسیان، سمیره مختار لیشی؛
۷۳. افق‌های تازه در تاریخ تشیع بر اساس کتاب معجم اعلام الشیعه، رسول جعفریان؛
۷۴. تاریخ تشیع، سید احمد رضا خضری؛
۷۵. خاستگاه تشیع و پیدایش فرقه‌های شیعی در عصر امامان، علی آقا نوری؛
۷۶. مکتب در فرایند تکامل، سید حسین مدرسی؛
۷۷. گزیده کتاب‌شناسی تاریخ تشیع، مصطفی صادقی حامد قرائتی.

تبلیغ در اسلام

شیوه ارزشیابی			پیش نیاز		شیوه اجرا				نوع درس	عنوان درس
تجزیه	شناسی	تجذیب			مجازی	غیر حضوری	نیمه حضوری	حضوری		
		*	*	دارد				*	۳۲	۲
				ندارد						*

اهداف

۱. آشنایی با تبلیغ در قرآن؛
۲. آشنایی با سیره تبلیغی پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله وسلم؛
۳. آشنایی با سیره تبلیغی ائمه معصومین علیهم السلام.

سرفصل ها

۱. تبلیغ در قرآن؛
۲. سیره تبلیغی پیامبر صلی الله علیه و آله وسلم ناظر به جهل زدایی از جامعه؛
۳. سیره تبلیغی پیامبر صلی الله علیه و آله وسلم ناظر به غفلت زدایی از جامعه؛
۴. سیره تبلیغی پیامبر ناظر به استغناء زدایی از افراد؛
۵. سیره تبلیغی اهل بیت علیهم السلام ناظر به مبارزه با خرافات؛
۶. سیره تبلیغی اهل بیت علیهم السلام ناظر به مبارزه با انحرافات فکری؛
۷. سیره تبلیغی اهل بیت علیهم السلام ناظر به مبارزه با ظلم؛
۸. قالب های تبلیغ اهل بیت علیهم السلام؛
۹. ابزار تبلیغ اهل بیت علیهم السلام؛
۱۰. اهمیت تبلیغ در سیره اهل بیت علیهم السلام؛
۱۱. اقدامات اهل بیت علیهم السلام ناظر به فرهنگ سازی تبلیغ.



منابع اصلی:

تبلیغ در قرآن و حدیث، محمد محمدی ری شهری، انتشارات دارالحدیث، ۱۳۸۰.

منابع فرعی:

۱. پژوهشی در تبلیغ، محمد تقی رهبر، تهران، مرکز چاپ و نشر سازمان تبلیغات اسلامی، ۱۳۷۱؛
۲. تبلیغ در قرآن، محسن قرائتی؛
۳. روش تبلیغ در اسلام، علی گلستانی، قم، انتشارات انصاریان، ۱۳۸۰؛
۴. سیره تبلیغی پیامبر اکرم صلی الله علیه وآله وسلم (درآمدی بر سیاست تبلیغی اسلام در عصر ارتباطات)، اصغر افتخاری، تهران، مرکز چاپ و نشر سازمان تبلیغات اسلامی، ۱۳۷۷؛
۵. فرازی از سیره تبلیغی امام علی علیه السلام، نصرت الله جمالی، قم، انتشارات مهدیه، ۱۳۸۰؛
۶. قرآن و تبلیغ، محسن قرائتی، تهران، مرکز فرهنگی درس‌هایی از قرآن، ۱۳۷۸؛
۷. درآمدی بر آسیب‌شناسی تبلیغات دینی، عبدالله آکوچکیان، تهران، چاپ نهضت، ۱۳۷۸.



نظام فکری اندیشمندان شیعه

عنوان درس			نوع درس		شیوه اجرا		پیش نیاز			شیوه ارزشیابی
نظام فکری اندیشمندان شیعه			تئوری	عملی	ضروری	نیجه ضروری	ضروری مجازی	دارد	ندارد	تحقیقی
			*			*			*	*
				۴	۶۴					

اهداف

۱. آشنایی با منظومه فکری امام خمینی رحمت الله علیه؛
۲. آشنایی با منظومه فکری آیت الله خامنه‌ای مدظله العالی؛
۳. آشنایی با نظام فکری شهید مرتضی مطهری؛
۴. آشنایی با نظام فکری آیت الله مصباح یزدی.

سر فصل‌ها

۱. نظام فکری چیست؟؛
۲. نظام سیاسی اسلام در اندیشه امامین انقلاب؛
۳. نظام اجتماعی اسلام در اندیشه امامین انقلاب؛
۴. نظام تربیتی اسلام در اندیشه امامین انقلاب؛
۵. نظام تبلیغی اسلام در اندیشه امامین انقلاب؛
۶. نظام سیاسی اسلام در اندیشه آیت الله مطهری؛
۷. نظام اجتماعی اسلام در اندیشه آیت الله مطهری؛
۸. نظام تربیتی اسلام در اندیشه آیت الله مطهری؛
۹. نظام تبلیغی اسلام در اندیشه آیت الله مطهری؛
۱۰. نظام سیاسی اسلام در اندیشه آیت الله مصباح یزدی؛
۱۱. نظام اجتماعی اسلام در اندیشه آیت الله مصباح یزدی؛
۱۲. نظام تربیتی اسلام در اندیشه آیت الله مصباح یزدی؛
۱۳. نظام تبلیغی اسلام در اندیشه آیت الله مصباح یزدی.



۱. منظومه فکری امام خمینی رحمت الله علیه، عبدالحسین خسرو پناه؛
۲. منظومه فکری آیت الله خامنه‌ای مد ظله العالی، عبدالحسین خسرو پناه؛
۳. بینش مطهر؛
۴. مشکات مصباح.

۱. امام خمینی رحمت الله علیه برای نسل سوم، سیدعلی قادری، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی؛
۲. امام خمینی رحمت الله علیه و خودآگاهی تاریخی، اصغر طاهرزاده، نشر لب المیزان؛
۳. عصر امام خمینی رحمت الله علیه، احمدرضا حاجتی، مؤسسه بوستان کتاب قم؛
۴. الگوی رهبری امام خمینی رحمت الله علیه، عباس شفيعی، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه؛
۵. سیری در ساحل، محمدتقی مصباح یزدی، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی رحمت الله علیه؛
۶. کتاب انقلاب؛ شرح و تاملی بر صحیفه امام خمینی رحمت الله علیه، محمدرضا زائری، دفتر نشر فرهنگ اسلامی؛
۷. سخن عشق، دیدگاه‌های عرفانی امام خمینی رحمت الله علیه و ابن عربی، فاطمه طباطبایی، پژوهشگاه امام خمینی رحمت الله علیه و انقلاب اسلامی؛
۸. اندیشه سیاسی، اجتماعی امام خمینی رحمت الله علیه، غلام حسین مقیمی، سید سجاد علوی؛
۹. اندیشه‌های سیاسی مقام معظم رهبری مد ظله العالی، احمد عارفخانی؛
۱۰. طرح کلی اندیشه اسلامی در قرآن، انتشارات صهبا؛
۱۱. ولی مجدد یا رهبر احیاگر، نعیم قاسم؛
۱۲. زندگی و زمانه حضرت آیت الله سیدعلی خامنه‌ای مد ظله العالی، جعفر شیرعلی نیا؛
۱۳. شرح اسم، هدایت الله بهبودی، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های سیاسی، ۱۳۹۰؛
۱۴. بهار روح، استاد مطهری و نسل جوان، سیدمحمد صالحی (به اهتمام)، نبوغ، ۱۳۸۵؛
۱۵. مطهری و پرسشگری، محمد منصورنژاد، جوان پویا، ۱۳۸۵؛
۱۶. یادداشت‌های استاد مطهری، مرتضی مطهری، صدرا؛
۱۷. نامه تاریخی استاد مطهری به امام خمینی رحمت الله علیه، مرتضی مطهری، صدرا، ۱۳۸۶؛
۱۸. افلاکیان زمین، آیت الله مرتضی مطهری، محمدحسین عباسی ولدی، نشر شاهد، ۱۳۸۷؛
۱۹. اندیشه سیاسی آیت الله مطهری، نجف لک‌زایی، منصور میراحمدی، محمدحسن قدردان قراملکی، حمید پارسانیا و حسین توسلی، بوستان کتاب قم، ۱۳۸۸؛
۲۰. سیری در زندگانی استاد مطهری، صدرا، ۱۳۸۸؛



۲۱. استاد مطهری، ناصر نادری، مدرسه، ۱۳۸۸؛
۲۲. مقایسه معرفت شناسی مطهری و کانت، مسعود امید، علم، ۱۳۸۸؛
۲۳. خاطرات من از استاد شهید مطهری، علی دوانی، صدرا، ۱۳۸۸؛
۲۴. آینده بشریت از دیدگاه شهید مطهری، سیدسعید حسینی، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی رحمت الله علیه، ۱۳۸۸.



جزوه استاد.

منابع فرعی:

۱. شرح دعای سحر امام خمینی رحمه الله علیه؛
۲. شرح دعای کمیل آیت الله مظاهری؛
۳. شرح دعای صباح، رضی الدین محمد شوشتری؛
۴. شرح دعای ندبه، سید جلال الدین محدث ارموی؛
۵. شرح دعای سمات، ملا عبدالرسول مدنی کاشانی؛
۶. کتاب شناسی ادعیه، شهرام اصغر نیاوند، فاطمه عبادی آق قلعه؛
۷. کتاب شناسی نیایش: کتاب شناسی ادعیه، اسماء الحسنی، ذکریه ها، زیارات، مزارات، نیایش نامه ها، سید رضا باقریان موحد، بوستان کتاب، قم.



مهارت‌های ارتباط مؤثر

عنوان درس		نوع درس		تعداد واحد	تعداد ساعت	شیوه اجرا				شیوه ارزشیابی				
مهارت‌های ارتباط مؤثر		نظری	عملی			حضوری	نیمه حضوری	غیرحضوری	مجازی	پیش نیاز	دارد	ندارد	کلی	شفاف
*	*	*	*	۳	۴۸	*				*	*	*	*	*

اهداف

۱. آشنایی با مهارت‌های ارتباط مؤثر؛
۲. آشنایی با آداب معاشرت در اسلام؛
۳. آشنایی با اخلاق تبلیغ مؤثر؛
۴. آشنایی با تکنیک‌های برقراری ارتباط؛
۵. آشنایی با مهارت‌های جذب، رشد و تثبیت مخاطب.

سرفصل‌ها

۱. گونه‌شناسی ارتباط؛
۲. ویژگی‌های ارتباط کلامی مؤثر؛
۳. ویژگی‌های ارتباط غیر کلامی؛
۴. مهارت شنیدن؛
۵. مهارت شروع و برقراری ارتباط؛
۶. مهارت‌های جلب اعتماد مخاطب؛
۷. مهارت‌های تأثیرگذاری؛
۸. نقش زبان بدن در برقراری ارتباط با مخاطب.

منابع

منابع اصلی:

۱. ارتباط مؤثر با رویکرد اسلامی دکتر خیاط؛
۲. جزوه استاد.



منابع فرعی:

۱. ارتباط مؤثر، ارتباط موفق، مریم مهرانفر؛
۲. مهارت‌های ارتباطی میان فردی، ایرج هاشمی؛
۳. راه نفوذ بر دل‌ها، برایان تریسی - ران آردن، مترجم: مهدی قراچه داغی؛
۴. چگونه با دیگران صحبت کنیم؟، لیل لوندز؛
۵. هفت چالش ارتباط، دنیس ریورز؛
۶. ارتباط مؤثر، ساندرا هیلز، ریچارد ال ویوور، مترجم: عباس بهزادی مقدم، عفت یحیایی، رقیه ارجی، فاطمه کاظم‌زاده؛
۷. گفتگوهای سرنوشت‌ساز، کری پترسون، ژوزف گرنی، رون مک‌میلان، ال سوئیزلر، مترجم: مهرنوش عابر؛
۸. اسرار زبان بدن آلن و باربارا پیز، مترجم: سعید گل‌محمدی، گیتی شهیدی؛
۹. فقط گوش کن، مارک گولستون، مترجم: بهزاد رحمتی؛
۱۰. مهارت ارتباط با مردم، لس گیلین، مترجم: حمیرا حسینی یگانه.



مهارت‌های پاسخ به شبهات و مناظره

عنوان درس			نوع درس		تعداد واحد		تعداد ساعت		شیوه اجرا				پیش‌نیاز			شیوه ارزشیابی		
مهارت‌های پاسخ به شبهات و مناظره			فکری	عملی	تعداد واحد		تعداد ساعت		حضوری	بهره‌حضوری	غیرحضوری	مجازی	دارد	ندارد		تلفظی	تفکری	عملی
			*	*			۴۸		*					*	*	*	*	*

اهداف

۱. کسب مهارت‌های لازم برای پاسخ به شبهات و مناظره؛
۲. شناخت روش‌های گوناگون در پاسخ به شبهات و افزایش توان دانش‌پژوه در این زمینه؛
۳. شناخت شیوه‌های اقناع خصم و تسلط بر آن.

سرفصل‌ها

۱. فرآیند تحلیل و نقد شبهات؛
۲. کیفیت تفکیک عناصر شبهه‌ساز، تجزیه به عامل‌های اول و نحوه پاسخ علمی، ضوابط لازم در بررسی و پاسخ به شبهات؛
۳. بررسی برخی شبهات مستحدثه کلامی؛
۴. آداب پاسخگویی؛
۵. مناظره (مفاهیم و کلیات، اصول و قواعد، آداب، روش‌ها، مراحل، ارزیابی، اجرای مناظره)؛
۶. تحلیل چند مناظره مهم؛
۷. بررسی برخی شبهات مستحدثه کلامی.

منابع

منابع اصلی:

۱. روش پاسخ به شبهات، استاد محمدی؛
۲. روش مناظره، رضا علی کرمی.



منابع فرعی:

۱. شبهه‌شناسی، ایروانی؛
۲. شبهه‌شناسی، علی اصغر رضوانی؛
۳. شیوه مناظرات انبیا و امام صادق علیه‌السلام، فاطمه حسینی میرصفی؛
۴. مجموعه کتب پرسش و پاسخ دانشجویی (۱۶جلد)، نهاد نمایندگی رهبری در دانشگاه‌ها؛
۵. الاحتجاج، طبرسی؛
۶. میزان الحق شبهات و ردود، سید جعفر مرتضی‌العاملی؛
۷. آداب گفتگو و مناظره از دیدگاه قرآن و روایات، علی اصغر رضوانی؛
۸. روش مناظره، محمد رضا مظفر؛
۹. بحث آزاد در اسلام، محمد محمدی ری شهری؛
۱۰. مناظرات در قرآن و عترت، حسینی؛
۱۱. مناظرات علی شبکات الانترنت (۹جلد)؛
۱۲. المراجعات؛
۱۳. المناظرات فی العقاید و الاحکام، عبدالله حسن؛
۱۴. المناظرات بین فقهاء السنه و فقهاء الشيعه، صالح وردانی؛
۱۵. آداب مناظره با وهابیت، سیدمجتبی عصیری رشید.



فقه رسانه

عنوان درس		نوع درس		تعداد واحد	تعداد ساعت	شیوه اجرا				پیش نیاز			شیوه ارزشیابی	
فقه رسانه	تقریری	عملی	حضوری			یستمه حضوری	غیر حضوری	مجازی	دارد	ندارد	کتابی	تجربی	تحقیقی	
	*		۴	۴۸	*				*		*		*	

اهداف

شناخت و بررسی استدلالی احکام مرتبط با رسانه بر اساس آیات و روایات.

سرفصل‌ها

۱. کلیات: مفاهیم، ضرورت و اهمیت، پیشینه و منابع.
۲. موضوع‌شناسی و انواع فقه رسانه:
 - نقش موضوع‌شناسی در تشخیص حکم؛
 - بررسی نمونه‌هایی از موضوع‌شناسی فقهی رسانه؛
 - عوامل مؤثر در موضوع‌شناسی فقهی رسانه؛
 - فرآیند موضوع‌شناسی فقهی رسانه؛
 - انواع تقسیمات در فقه رسانه؛
 - با معیار تولید، توزیع، مصرف و اثر؛
 - با معیار ساختار، سیاست‌گذاری، مدیریت، مخاطب و محتوا.
۳. قواعد پر کاربرد در فقه رسانه:
 - قاعده نفی سبیل؛
 - قاعده لاضرر؛
 - قاعده عدم تعاون بر اثم؛
 - قاعده ضرورت؛
 - قاعده ارشاد جاهل؛
 - قاعده لا حرج؛



■ قاعده حفظ نظام؛

■ قاعده وجوب تعظیم شعائر؛

■ قاعده نفی اختلال نظام؛

■ قاعده مصلحت؛

■ قاعده احترام؛

■ و....

۴. بررسی مسائل کاربردی فقهی رسانه‌ها (مهم‌ترین سؤالات در هر یک از رسانه‌ها، میزان پیاده‌سازی فقه در هر یک از رسانه‌ها و رویه‌های خلاف فقه در هر یک از رسانه‌ها):

■ رسانه‌های هنری:

■ معماری؛

■ نقاشی؛

■ مجسمه؛

■ موسیقی؛

■ خط؛

■ تئاتر؛

■ و....

■ رسانه‌های مکتوب:

■ کتاب؛

■ روزنامه؛

■ مجله؛

■ و....

■ رسانه‌های سمعی و بصری:

■ چهره به چهره؛

■ پرسش و پاسخ؛

■ کلاس درس و تدریس؛

■ منبر و سخنرانی؛

■ مداحی؛

■ تلاوت؛

■ مناجات؛

■ عزاداری؛

■ تعزیه؛

■ رادیو؛





- تلویزیون؛
- ماهواره؛
- پخش کننده‌های صوتی و تصویری.
- رسانه‌های مجازی:
- بازی‌های ویدئویی؛
- شبکه‌های اجتماعی؛
- موتورهای جستجو؛
- ایمیل؛
- پایگاه‌های اینترنتی؛
- پادکست
- نرم‌افزارهای چندرسانه‌ای؛
- و....

منابع

منابع اصلی:

جزوه استاد برگرفته از منابع فرعی.

منابع فرعی:

۱. غنا (متن درس خارج فقه رهبر معظم انقلاب^{مدظله‌العالی}) در موضوع غنا و موسیقی، انتشارات انقلاب اسلامی، نشر فقه روز، ۱۳۹۶؛
۲. نظام مسائل فقه هنر و رسانه، علی نهانندی، قم، انتشارات مرکز فقهی ائمه اطهار علیهم السلام، ۱۳۹۸؛
۳. مبانی فقهی جنگ نرم رسانه‌ای، علی نهانندی، قم، انتشارات مرکز فقهی ائمه اطهار علیهم السلام، ۱۳۹۹؛
۴. مجموعه گفتارهای فقه رسانه و ارتباطات (دو جلد)، علی نهانندی، مشهد مؤسسه چاپ و انتشارات آستان قدس رضوی، ۱۳۹۸؛
۵. سلسله مباحثی درباره فقه رسانه (سلسله بحوث حول فقه الاعلام)، علی نهانندی، مرکز پژوهش و سنجش افکار صدوسیما، ۱۳۹۵؛
۶. فقه رسانه، مهدی طائب، به کوشش خبرگزاری رسا، قم، نشر تسنیم اندیشه، ۱۳۹۲؛
۷. قواعد فقه در میدان فرهنگ و ارتباطات، احمدعلی قانع، تهران، نشر دانشگاه امام صادق علیه السلام، خرداد، ۱۳۹۷؛
۸. قواعد فقهی فرهنگ و ارتباطات، سیدعلی حسینی، تهران، نشر دانشگاه امام

صادق علیه السلام، ۱۳۹۶؛

۹. موسیقی و رسانه: فقه موسیقی و معیارهای کاربردی، محمد سلیمی، مصطفی حسینی رودباری، قم، مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما، چاپ اول، ۱۳۹۷؛

۱۰. فقه رسانه در اسلام، خلیل منصوری، قم مرکز بین‌المللی ترجمه و نشر جامعه المصطفی صلوات الله علیه و آله وسلم، ۱۳۹۶؛

۱۱. فقه رسانه: بایدها و نبایدها، خلیل منصوری، همای غدیر، چاپ اول، ۱۳۹۵؛

۱۲. پژوهشی در فقه خبر و خبرگزاری، جواد فخار طوسی، قم، پژوهشکده فقه و حقوق پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، بوستان کتاب، ۱۳۹۶؛

۱۳. جایگاه سواد رسانه‌ای در فقه رسانه، افسانه مظفری، محمدرضا راضی، سیدمرتضی موسویان، تهران، نشر پشتیبان، چاپ اول، ۱۳۹۶.



جامعه‌شناسی و تبلیغ

شيوه ارزشيابی			پیش‌نیاز		شيوه اجرا				نوع درس		عنوان درس
تحقیق	شفاي	کتابي			مجازي	غير حضوري	پيمه‌حضوري	حضوري	تعداد ساعات	تعداد واحد	جامعه‌شناسی و تبلیغ
*		*	*					*	۳۲	۲	*

۶۸



اهداف

آشنایی با مباحث علم جامعه‌شناسی به‌ویژه خصوصیات و ویژگی‌های طبقات، نهادها و گروه‌های اجتماعی، برای موفقیت بیشتر در انجام رسالت تبلیغی.

سرفصل‌ها

۱. کلیات: مفاهیم، ضرورت و اهمیت، پیشینه و منابع؛
۲. عمده‌ترین دیدگاه‌های جامعه‌شناسی:
 - کارکردگرایی؛
 - تضاد و ستیز؛
 - کنش متقابل نمادین.
۳. شناخت فرهنگ‌ها و تبلیغ دین؛
۴. نقش و پایگاه اجتماعی طلاب در جامعه؛
۵. اجتماعی شدن و نقش طلاب در اجتماعی کردن؛
۶. خصوصیات طبقات، نهادها و گروه‌های اجتماعی:
 - طبقات اجتماعی؛
 - گروه‌های اجتماعی؛
 - نهادهای اجتماعی.
۷. نظارت اجتماعی با رویکرد دینی و جایگاه طلاب و مبلغان در آن؛
۸. انحرافات تغییرات اجتماعی.

منابع

منابع اصلی:

کاربرد جامعه‌شناسی در تبلیغ، شمس‌الله مریجی، قم، تپش، ۱۳۸۷.

منابع فرعی:

۱. مبانی جامعه‌شناسی، بروس کوئن، ترجمه غلام‌عباس توسلی و رضا فاضل، تهران، سمت، ۱۳۹۱؛

۲. جامعه‌شناسی، آنتونی گیدنز، ترجمه حسن چاوشیان، تهران، نشر نی، ۱۳۸۹؛

۳. زمینه جامعه‌شناسی، آگ برن و نیم کوف، ترجمه ا.ح. آریان پور، تهران، دانشگاه تهران، ۱۳۳۴؛

۴. جامعه و تاریخ، محمد تقی مصباح یزدی، تهران، مرکز چاپ و نشر سازمان تبلیغات اسلامی، ۱۳۶۹؛

۵. آناتومی جامعه، فرامرز رفیع پور، تهران، شرکت سهامی انتشار، ۱۳۷۷.



جنگ نرم

شيوه ارزشيابی			پيش‌نياز		شيوه اجرا				نوع درس		عنوان درس
تلفظي	تفکري	پيچي	دارد	ندارد	مجازي	غيرحضوري	تيم‌حضوري	حضوري	تعداد ساعت	تعداد واحد	جنگ نرم
*		*	*					*	۳۲	۲	*

اهداف

شناخت مهم‌ترین عوامل، بسترها، شیوه‌ها، ابزارها و کارکردهای عملیات روانی دشمن و راه‌های مقابله با آن با تاکید بر بهره‌گیری از رسانه‌ها در جنگ‌های ترکیبی (هیبریدی).

سرفصل‌ها

۱. کلیات: مفاهیم، ضرورت و اهمیت، پیشینه و منابع؛
 - شکل‌های تغییر در ساختار حکومت‌ها: کودتا، شورش، اصلاحات، جنبش اجتماعی، انقلاب، انقلاب رنگی، انقلاب مخملی، تهاجم نظامی، جنگ داخلی؛
 - چرایی جنگ نرم؛
 - ویژگی‌های جنگ نرم؛
 - اهداف جنگ نرم؛
 - فرآیند جنگ نرم: جذب، نفوذ و تأثیرگذاری؛
 - ابعاد جنگ نرم: فرهنگی، دینی، اجتماعی، اقتصادی، امنیتی، سیاسی و....
۲. انواع جنگ نرم:
 - استراتژیکی و تاکتیکی؛
 - تحکیمی و تشییتی.
۳. روش‌های جنگ نرم:
 - روش‌های گفتاری: عملیات روانی، عملیات ادراکی، دیپلماسی عمومی، فریب استراتژیکی؛
 - روش‌های رفتاری: اعتراض، عدم همکاری با دولت، مداخله غیرخوشنوت‌آمیز، جذب مخالفان؛





■ روش‌های شبکه‌ای: دیجیتالی، الکترونیکی.

۴. تاکتیک‌های عملیات روانی در جنگ نرم:

■ سانسور، تحریف، پاره‌حقیقت‌گویی، محک زدن، ادعا به جای واقعیت، اغراق، تفرقه، ترور شخصیت، شایعه، ماساژ پیام و...

۵. ابزارهای جنگ نرم:

■ سخت‌افزاری: کتاب، مجله، پوشاک، لوازم التحریر، اسباب بازی، نمای ساختمان، رادیو، تلویزیون، سینما، ادوات موسیقی، دستگاه بازی، تلفن همراه، تبلت، رایانه، ماهواره، ابزارهای هوشمند و...

■ نرم‌افزاری: بازی، فیلم، سریال، موسیقی، انیمیشن، مستند، خبر، تبلیغات و...

۶. بسترها و زمینه‌های موفقیت دشمن در جنگ نرم:

■ عقب‌ماندگی علمی؛

■ سطحی شدن فکر و تحلیل مردم؛

■ فقر اقتصادی؛

■ رشد و گسترش سبک زندگی غربی؛

■ به قدرت رسیدن جریان سکولار؛

■ توسعه کشور بر مبنای اسناد تحمیلی بین‌المللی (در برخی موارد)؛

■ دسترسی آسان مردم به تحلیل‌های دشمن؛

■ دسترسی آسان دشمن به افکار عمومی؛

■ فقر در شناخت لازم از ابزارها و فن‌آوری‌های مدرن؛

■ علوم انسانی برگرفته از غرب؛

■ شکاف‌های اجتماعی؛

■ و...

۷. جنگ‌های ترکیبی و رسانه‌ای:

■ جنگ اطلاعاتی؛

■ جنگ ادراکی؛

■ جنگ شناختی؛

■ جنگ سرد؛

■ چستی جنگ ترکیبی؛

■ ابزارهای جنگ ترکیبی؛



- روش های جنگ ترکیبی؛
- جایگاه رسانه در جنگ های ترکیبی؛
- نمونه هایی از موضوعات مورد تهاجم در جنگ های ترکیبی: حکومت دینی، حجاب، جمعیت، آزادی بیان، وحدت، غیرت، ولایت، سبک زندگی، زن، خانواده، ایمان به غیب و ...
- ۸. جنگ نرم و جمهوری اسلامی ایران:
 - علت تقابل غرب با جمهوری اسلامی ایران؛
 - منابع و ابعاد قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در سطوح داخلی، منطقه ای و بین المللی.
- ۹. طراحان و مجریان جنگ نرم:
 - برخی از طراحان و مدیران:
 - مؤسسه بروکینگز (Brookings institution)؛
 - خانه آزادی (Freedom house)؛
 - مؤسسه آلبرت اینشتین (The albert Einstein institution)؛
 - بنیاد سورس؛
 - بیلدر برگ؛
 - راکفلر؛
 - سازمان پنج چشم.
 - بعضی از عوامل اجرایی:
 - روشنفکران غرب زده؛
 - سلبریتی ها؛
 - ان جی اها؛
 - سفارت خانه ها؛
 - نهادهای مرتبط با سازمان های بین المللی؛
 - نفوذی ها.
- ۱۰. بایسته های مقابله با جنگ نرم دشمن:
 - تدوین سیاست های فرهنگی رسمی نظام به صورت روشن و شفاف؛
 - پرهیز مسئولان و مدیران فرهنگی از انفعال در مقابل دشمن؛
 - مسئله یابی درست در جنگ نرم؛
 - تدوین قوانین مناسب برای مقابله با دشمن؛
 - وضعیت شناسی جنگ نرم به صورت مداوم؛

- آینده‌پژوهی در زمینه ابزارها، روش‌ها، تاکتیک‌ها و برنامه‌های دشمن؛
- هماهنگی مسئولین و نخبگان؛
- ایجاد انسجام بین فعالان فرهنگی جبهه انقلاب.

منابع

منابع اصلی:

۱. اندیشه‌های راهبردی، دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی، چاپ اول، ۱۳۸۹؛
۲. اصول و مبانی جنگ نرم، علی محمد نائینی، تهران، نشر ساقی، چاپ اول، ۱۳۹۱.

منابع فرعی:

۱. جنگ روانی، صلاح نصر، ترجمه محمود حقیقت کاشانی، تهران، سروش، چاپ ششم، ۱۳۹۶؛
۲. جنگ روانی، حسین متفکر، قم، زمزم هدایت، چاپ هشتم، ۱۳۹۰؛
۳. جنگ نرم، محمدرضا کتابی، قم، فرهنگستان، چاپ اول، ۱۳۹۶؛
۴. تکنیک‌های عملیات روانی در حوزه رسانه و خبر، احمد قدیری ابیانه، شهرری، دانشیاران ایران، چاپ پنجم، ۱۳۹۵؛
۵. جنگ نرم در قرآن و سنت، جمعی از نویسندگان، پژوهشکده تحقیقات اسلامی، قم، زمزم هدایت، چاپ اول، ۱۳۹۲؛
۶. انقلاب اسلامی در بوته آزمون، منوچهر محمدی، تهران، مؤسسه فرهنگی و دانش معاصر، ۱۳۹۱؛
۷. رسانه سلطه، سلطه رسانه، مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما، تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد، چاپ اول، ۱۳۸۹؛
۸. نگاهی به عملیات روانی در اسلام، مهدی طائب، قم، پژوهشکده تحقیقات اسلامی، چاپ دوم، ۱۳۹۰؛
۹. قدرت اسلام و جنگ نرم در اندیشه امام خمینی رحمت‌الله علیه، حسین شیدایان، قم، زمزم هدایت، چاپ اول، ۱۳۹۲؛
۱۰. جنگ نرم از تهدید تا واقعیت، مرتضی چشمه پور، تهران، صیادشیرازی، چاپ اول، ۱۳۹۲؛
۱۱. موج چهارم جنگ نرم، سیامک باقری چوکامی، قم، زمزم هدایت، چاپ اول، ۱۳۹۵؛
۱۲. جنگ نرم، سیامک باقری، تهران، دانشگاه عالی دفاع، چاپ اول، ۱۳۹۴؛
۱۳. جنگ روانی و تبلیغات، مفاهیم و کارکردها، محمدشیرازی، تهران، نشر سپاه پاسداران انقلاب اسلامی، دوره عالی جنگ، ۱۳۸۳؛





۱۴. جنگ نرم: ویژه جنگ رایانه‌ای (جلد ۱)، جمعی از نویسندگان، تهران، مؤسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ابرار معاصر، ۱۳۹۱؛
۱۵. جنگ نرم: ویژه جنگ رسانه‌ای (جلد ۲)، جمعی از نویسندگان، تهران، مؤسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ابرار معاصر، ۱۳۹۱؛
۱۶. جنگ نرم: نبرد در عصر اطلاعات (جلد ۳)، جمعی از نویسندگان، تهران، مؤسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ابرار معاصر، ۱۳۹۱؛
۱۷. جنگ نرم: عملیات روانی و فریب استراتژیک (جلد ۴)، جمعی از نویسندگان، تهران، مؤسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ابرار معاصر، ۱۳۹۱؛
۱۸. جنگ نرم: براندازی نرم در کشورهای معادل (جلد ۵)، جمعی از نویسندگان، تهران، مؤسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ابرار معاصر، ۱۳۹۱؛
۱۹. جنگ نرم: ویژه جنگ رسانه‌ای علیه جمهوری اسلامی ایران (جلد ۶)، جمعی از نویسندگان، تهران، مؤسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ابرار معاصر، ۱۳۹۱؛
۲۰. جنگ، رسانه‌ها و تبلیغات، محمودرضا گلشن پژوه، عباس کاردان، حسن سعید کلاهی خیابان، نانسی اسنو، یحیی کمالی پور، تهران، مؤسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ابرار معاصر، ۱۳۸۶؛
۲۱. عملیات روانی و رژیم صهیونیستی، حجت‌الله مرادی، سهیلا محمدی نیا، تهران، نشر ساقی، ۱۳۹۰؛
۲۲. ابزارهای جنگ نرم علیه جمهوری اسلامی ایران، امیر هوشنگ طهماسبی پور، همایون آرامش، تهران، نشر ساقی، ۱۳۹۱؛
۲۳. روان‌شناسی رسانه، دیوید ژیلز، ترجمه: سوسن علیزاده فرد، ریحانه سادات روحانی، تهران، انتشارات سادس، ۱۳۹۲؛
۲۴. روند تحول قدرت نرم در سیاست خارجی آمریکا ۲۰۱۲ - ۱۷۹۲، ابراهیم متقی، تهران، نشر ساقی، ۱۳۹۰؛
۲۵. قدرت و جنگ نرم: از نظریه تا عمل، حجت‌اله مرادی، تهران، نشر ساقی، ۱۳۸۸؛
۲۶. عملیات روانی و رسانه، حجت‌الله مرادی، محمدحسین الیاسی، محمدباقر حبی، یدالله محمدی، احمد باصری، تهران، نشر ساقی، ۱۳۸۹.

رسانه در اندیشه امام و رهبری

شیوه ارزشیابی			پیش نیاز		شیوه اجرا				نوع درس	عنوان درس
تجرباتی	تئوریک	پژوهشی	دارد	ندارد	مجازی	تجمعی، حضوری	فردی	تعداد ساعت	تعداد واحد	
*		*	*				*	۱۶	۱	رسانه در اندیشه امام و رهبری

اهداف

تبیین و تحلیل اندیشه‌های امام و رهبری در خصوص مهم‌ترین مبانی، اصول و رویکردهای رسانه همراه با بررسی برخی از مطالبات در این خصوص.

سرفصل‌ها

۱. کلیات، مفاهیم، ضرورت و اهمیت، پیشینه و منابع؛
۲. اهمیت و جایگاه رسانه از دیدگاه امامین انقلاب:
 - جایگاه مطبوعات؛
 - جایگاه هنر، سینما و تئاتر؛
 - جایگاه صدا و سیما؛
 - کارکردهای رسانه‌ها (کارکردهای آموزشی، فرهنگی و...)
 - حدود و دامنه تاثیرگذاری رسانه؛
 - رسالت رسانه؛
 - ارتقاء معرفت دینی؛
 - سالم‌سازی فضای عمومی؛
 - مدیریت و هدایت فکر، روحیه و اخلاق و رفتار جامعه؛
 - تبیین مواضع اصولی نظام؛
 - ترویج و تحکیم استقلال فکری؛
 - معرفی و دفاع از ارزش‌ها و آرمان‌های انقلاب؛





- ترویج اخلاق در جامعه؛
 - دفاع از اسلام و نظام اسلامی در برابر تهاجم بیگانگان؛
 - انعکاس آرمان ملت؛
 - تعمیق و گسترش ارزش‌های والای انقلاب؛
 - دمیدن روح تعهد در کالبد انسان‌ها؛
 - اصلاح فرهنگ عمومی؛
 - تربیت مردم؛
 - تحکیم وحدت ملی.
۳. ویژگی‌های کارگزاران رسانه از دیدگاه امام و رهبری:

- مدیران؛
- هنرمندان؛
- مجریان؛
- کارشناسان.

۴. بایدها و نبایدهای رسانه از نگاه امام و رهبری:

- توجه به اسلام‌خواهی مردم؛
 - عدم تقلید از شرق و غرب؛
 - لزوم مدیریت رسانه توسط افراد متعهد به اسلام و معتقد به نظام؛
 - لزوم پاک‌سازی رسانه از عناصر منحرف و جلوگیری از نفوذ افراد غیر متعهد در رسانه؛
 - لزوم نظارت محتوایی؛
 - رعایت حدود آزادی بیان در رسانه‌ها؛
 - رعایت حلال و حرام در انجام فعالیت‌های رسانه‌ای؛
 - بی‌اعتنایی به جوسازی‌های رسانه‌ای؛
 - پرهیز از ارایه محتوای خلاف دین و اخلاق؛
 - عدم تعرض به حریم خصوصی افراد؛
 - بومی‌سازی ابزارهای راهبردی ارتباطی و پرهیز از اکتفا به واردات آن‌ها.
۵. مواضع مقام معظم رهبری ^{مدظله‌العالی} درباره فضای مجازی:
- وظایف حاکمیت درباره فضای مجازی:
 - لزوم انقلاب در فضای مجازی؛
 - استانداردسازی فضای مجازی؛



- رساندن فضای مجازی به بالاترین حد از سلامت و امنیت؛
 - پاک‌سازی فضای مجازی از محتواهای خلاف اخلاق و دین؛
 - سلب سلطه دشمن از فضای مجازی؛
 - ایجاد شبکه ملی اطلاعات؛
 - راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی بومی؛
 - ایجاد سیستم عامل، موتور جستجو و ایمیل بومی؛
 - ارتقاء کشور به بالاترین سطح در تکنولوژی‌های اطلاعاتی و ارتباطی؛
 - مسدودسازی سرویس‌های بزه‌خیز خارجی.
 - وظایف نخبگان درباره فضای مجازی:
 - یادگیری و استفاده از فضای مجازی؛
 - تبلیغ دین؛
 - دفاع از دین و پاسخ‌گویی به شبهات؛
 - مطالبه‌سازی از حوزه حاکمیتی درباره وظایف آنان؛
 - ایجاد روحیه مواجهه با جنگ نرم در مردم؛
 - ارتقای سواد رسانه دینی.
۶. مقایسه وضعیت فضای مجازی موجود با مبانی حضرت امام رحمت‌الله‌علیه و مقام معظم رهبری مدظله‌العالی:
- سلطه اطلاعاتی و امنیتی دشمن از طریق فضای مجازی؛
 - گسترده‌گی نشر و دسترسی به محتوای فاسد؛
 - مدیریت طاغوتی فضای مجازی.

منابع

منابع اصلی

۱. صحیفه امام: مجموعه آثار امام خمینی رحمت‌الله‌علیه، مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی رحمت‌الله‌علیه، مؤسسه چاپ و نشر عروج، چاپ پنجم ۱۳۸۹؛
۲. اندیشه‌های راهبردی، دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی، چاپ اول، ۱۳۸۹؛
۳. منشور رسانه؛ اهداف، سیاست‌ها و مسئولیت‌های رسانه ملی از منظر حضرت امام خمینی رحمت‌الله‌علیه و مقام معظم رهبری مدظله‌العالی، علی اصغر جعفری، تهران، ناشر سروش، چاپ سوم، ۱۳۸۹؛
۴. تبلیغات (هنر و رسانه) از دیدگاه امام خمینی رحمت‌الله‌علیه، تبیان، آثار موضوعی، دفتر بیست و سوم، تدوین: علی اصغر صباغ‌پور، تهران، مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی رحمت‌الله‌علیه، چاپ دوم، ۱۳۸۸؛

۵. پایگاه اینترنتی دفتر نشر آثار مقام معظم رهبری، Khamenei.ir.

منابع فرعی

۱. راه روشن ۲: بیانات مقام معظم رهبری ^{مدظله العالی} با موضوع ورزش، هنر و رسانه، تهران، بنیاد حفظ آثار و ارزش‌های دفاع مقدس، چاپ اول، ۱۳۹۵؛
۲. نقشه راه: راهبردهای فضای مجازی، ماهواره، رسانه و بازی‌های رایانه‌ای از نگاه مقام معظم رهبری ^{مدظله العالی}، مرتضی کارآموزیان، تهران، ناشر اسرار دانش، چاپ سوم، ۱۳۹۷؛
۳. پدافند غیرعامل، مدیریت فرهنگ و رسالت رسانه‌ها با تأکید بر دیدگاه‌های مقام معظم رهبری ^{مدظله العالی} و فرماندهی کل قوا، مهران صمدی، عزیز جوانپور، تهران، یاس نبی، چاپ اول، ۱۳۹۲؛
۴. منشور فرهنگ از نگاه امام خمینی ^{رحمت‌الله‌علیه}، محمدحسن جعفرزاده، ولاء منتظر (وابسته به م ف ولاء منتظر)، قم، چاپ دهم، ۱۳۹۳؛
۵. درسنامه تربیت مربی فضای مجازی (۱)، قم، محمدکهنوند، ۱۴۰۰.



رسانه‌شناسی

شیوه ارزشیابی			پیش‌نیاز		شیوه اجرا				نوع درس		عنوان درس
تجربی	نظری	کلی			مجازی	تجزیه و تحلیل	حضوری	غیاب	تجربی	نظری	رسانه‌شناسی
*		*	*	دارد			*	۳۲	۲	*	

اهداف

شناخت و بررسی چرستی، مبانی، تاریخچه، انواع و کارکردهای رسانه‌های سنتی و نوین.

سرفصل‌ها

۱. کلیات: مفاهیم، ضرورت و اهمیت، پیشینه و منابع؛
۲. تاریخچه رسانه:

■ سیر تحولی رسانه؛

■ نقش تکنولوژی در تحولات رسانه‌ای.

۳. کارکردهای کلی رسانه:

■ سیاسی؛

■ اقتصادی؛

■ فرهنگی؛

■ اجتماعی؛

■ و

۴. انواع رسانه و کارکردهای هر کدام:

■ رسانه‌های هنری:

■ معماری؛

■ نقاشی؛

■ مجسمه؛





■ موسیقی؛

■ خط؛

■ و

■ رسانه‌های مکتوب:

■ کتاب؛

■ روزنامه؛

■ مجله؛

■ و

■ رسانه‌های سمعی و بصری:

■ منبر و سخنرانی؛

■ مداحی؛

■ تلاوت؛

■ مناجات؛

■ عزاداری؛

■ تعزیه؛

■ سینما و تئاتر؛

■ رادیو؛

■ تلویزیون؛

■ ماهواره؛

■ پخش کننده‌های صوتی و تصویری؛

■ و

■ رسانه‌های مجازی:

■ بازی‌های ویدئویی؛

■ شبکه‌های اجتماعی؛

■ موتورهای جستجو؛

■ ایمیل؛

■ پایگاه‌های اینترنتی؛

■ پادگست؛

■ نرم‌افزارهای چندرسانه‌ای؛

■ و

۵. عوامل تأثیرگذار در رسانه:

- محتوا؛
- ساختار؛
- مدیریت؛
- قوانین و مقررات؛
- فرایند تولید، توزیع و مصرف رسانه.

منابع

منابع اصلی:

جزوه استاد برگرفته از منابع اصلی.

منابع فرعی:

۱. رسانه‌ها و دین: از رسانه‌های سنتی اسلامی تا تلویزیون، ناصر باهنر، سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، تهران، چاپ دوم، ۱۳۹۰؛
۲. رسانه‌شناسی و ارتباط با رسانه، حسین یآوری، تهران، نشر بیهق کتاب، چاپ اول، ۱۳۹۴؛
۳. تاریخ موسیقی، سعدی حسنی، تهران، انتشارات صفی‌علیشاه، چاپ اول، ۱۳۶۳؛
۴. تاریخ مطبوعات در ایران، محمد منصوری، تهران، ناشر آفرینندگان، چاپ اول، ۱۳۹۸؛
۵. نماد و اسطوره، حمید پارسائیان، با مقدمه آیت‌الله جوادی آملی، قم، مرکز نشر اسراء، چاپ اول، ۱۳۷۳؛
۶. تاریخ هنر، ارنست هانس گامبریچ، علی رامین، تهران، نشر نی، چاپ هشتم، ۱۳۹۵؛
۷. برای درک گیم‌های ویدئویی: مقدمه‌ای ضروری، سیمون ایگنفلت-نیلسن، جونس هاید اسمیت، تهران، دانشکده صدا و سیما جمهوری اسلامی، چاپ اول، ۱۳۹۷؛
۸. سینما آئینه جادو، سید مرتضی آوینی، تهران، نشر ساقی، ۱۳۷۹؛
۹. تاریخ سینما، آرتور نایت، ترجمه نجف دریا بندری، تهران، ناشر امیرکبیر، ۱۳۴۱؛
۱۰. سیر حکمت و هنر مسیحی، دکتر محمد مددپور، تهران، نشر سوره مهر، پژوهشگاه فرهنگ و هنر اسلامی، چاپ اول، ۱۳۸۱؛
۱۱. حکمت، هنر و زیبایی، مجموعه مقالات دکتر حسن بلخاری قهی، تهران، دفتر نشر فرهنگ اسلامی، چاپ اول، ۱۳۸۴؛
۱۲. تلویزیون و دگرترین‌های آن در غرب، نیکالای سمیونوویچ بیریکوف، ترجمه محمد حفاظتی، تهران مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها ۱۳۷۲؛





۱۳. نقش رسانه‌های تصویری در زوال دوران کودکی (نقش تلویزیون در ربودن گوهر طفولیت از زندگی انسان)، نیل پستمن، مترجم: صادق طباطبایی، تهران، انتشارات اطلاعات، ۱۳۸۷؛
۱۴. تلویزیون و مخاطبان آن، اندرو ارنبرگ، پاتریک باروایز، ترجمه: فرهاد راد پور، تهران مرکز تحقیقات صداوسیما، ۱۳۷۹؛
۱۵. تاریخ اجتماعی رسانه‌ها از گوتنبرگ تا اینترنت، ایسا بریگز، پیتر برگ، ترجمه: حسن نمک‌دوست‌تهرانی، همشهری، چاپ اول، ۱۳۹۱؛
۱۶. ژورنالیسم تلویزیونی، رابرت تیرل، ترجمه: مهدی رحیمیان، تهران، نشر سروش، ۱۳۹۰؛
۱۷. تلویزیون و گستره عمومی (جامعه مدنی و رسانه‌های گروهی)، پیتر دالگرن، ترجمه: مهدی شفقتی، تهران، نشر سروش، ۱۳۸۹؛
۱۸. تلویزیون در زندگی کودکان ما، ویلبر شرام، جک لابل، ادوین بی - پارکر، مترجم: محمود حقیقت کاشانی، تهران، مرکز تحقیقات صداوسیما، ۱۳۷۷؛
۱۹. قدرت تلویزیون، ژان کازینو، ترجمه: علی اسدی، تهران، انتشارات امیرکبیر، ۱۳۸۴؛
۲۰. شبکه عنکبوتی، محمد کھوند، تهیه شده در معاونت تبلیغ و آموزش‌های کاربردی حوزه علمیه قم، نشر ذکری، ۱۳۹۵؛
۲۱. رسانه، جنگ، پست مدرنیته، فیلیپ هاموند، مترجم: علیرضا آرزو، تهران، نشر ساقی، ۱۳۹۰؛
۲۲. هنر سینما، دیوید بوردول و کریستین تامسون، ترجمه: فتاح محمدی، تهران، نشر مرکز، ۱۳۷۷؛
۲۳. بیان تصویری دین در رسانه، علی اصغر فهیمی‌فر، تهران، ناشر سروش، ۱۳۹۴؛
۲۴. مباحثی در حکمت هنر و فلسفه هنر اسلامی و آشنایی با آرای متفکران مسلمان درباره هنر، دکتر محمد مددپور، قم مؤسسه اندیشه و فرهنگی دینی، ۱۳۸۰.

آسیب شناسی رسانه و فضای مجازی

عنوان درس	نوع درس		تعداد واحد	تعداد ساعت	شیوه اجرا				شیوه ارزشیابی		
	تفکری	عملی			حضوری	پیمه حضوری	غیر حضوری	مجازی	پیش نیاز	دارد	ندارد
آسیب شناسی رسانه و فضای مجازی	*		۲	۳۶	*					*	

اهداف

شناخت و بررسی مهم ترین آسیب های رسانه و فضای مجازی در حوزه اخلاقی، اجتماعی و خانواده و ارزیابی راه کارهای برون رفت از آن ها.

سر فصل ها

۱. کلیات: مفاهیم، ضرورت و اهمیت، پیشینه و منابع؛
۲. روش آسیب‌شناسی رسانه؛
۳. آسیب‌های رسانه و فضای مجازی؛

- آسیب‌های جسمی: چاقی، دیابت، فشار خون، ضعف بینایی، درد کمر و گردن، درد مچ، آسیب انگشت، افت فعالیت مغزی، تیک و فشار عصبی، اختلالات ذهنی، کاهش یادگیری و ادراک، اختلال در خواب، تومورهای مغزی، ابتلاء به سرطان، تضعیف سیستم ایمنی بدن، مخاطرات جنینی، کاهش باروری در مردان، ایجاد اختلال در غدد؛
- آسیب‌های روحی روانی: کاهش قدرت تمرکز، وسواس، افزایش اضطراب و استرس، کاهش خود باوری، کاهش عزت نفس، احساس نارضایتی از زندگی، احساس ناامیدی، سطحی‌نگری و ساده‌اندیشی، بلند پروازی، تصمیم‌گیری بر پایه وهم و خیال، خودشیفتگی، دغدغه دیده شدن، بحران هویت، گسترش افسردگی؛
- آسیب‌های یبیشی: ابتلاء به شبهات دینی، تضعیف ایمان و باورهای دینی، گرایش به عرفان‌های کاذب، گرایش به ادیان و فرق انحرافی، گسترش نیهیلیسم؛
- آسیب‌های رفتاری: اتلاف وقت و عدم مدیریت زمان، اعتیاد اینترنتی، انزوا و گوشه‌گیری، کاهش مسئولیت‌پذیری، افزایش پرخاشگری، نوموفوبیا (اضطراب همراه نداشتن گوشی موبایل)، جعل هویت، توسعه مدگرایی و تجملات، قانون‌گریزی، گرایش به خودکشی و خودزنی؛



■ آسیب‌های خانواده:

■ آسیب‌های قبل از ازدواج: عادی‌سازی رابطه دختر و پسر، افزایش سن ازدواج، همباشی سیاه، ازدواج اینترنتی؛

■ آسیب‌های بعد از ازدواج: دسترسی به محتوای ضد اخلاقی، کاهش ارتباط کلامی زوجین، ایجاد شک و بدبینی بین همسران، نارضایتی از همسر، طلاق عاطفی، ارتباط با نامحرم، تنوع طلبی جنسی، روابط نامشروع، طلاق، کاهش فرزندآوری؛

■ آسیب‌های مربوط به فرزندان: کاهش روابط والدین با فرزندان، فقدان نقش نظارتی و هدایتی والدین، ظهور رقبای تربیتی، سلب مرجعیت خانواده، گسست نسلی، فرزندسالاری، بلوغ زودرس، تغییر الگوی بازی، پرخاشگری، کاهش خلاقیت و نوآوری؛

■ آسیب‌های امنیتی: سرقت، درز و افشاء اطلاعات کاربران و نظام، شنود ارتباطات کاربران، حملات سایبری، بسترسازی برای اغتشاش، تخریب مؤلفه‌های امنیت ملی مانند وحدت، ایمان و امید؛

■ آسیب‌های سیاسی: تغییر در سرنوشت انتخابات، تضعیف حاکمیت سیاسی، تضعیف روحیه مقاومت، پایین آمدن بصیرت سیاسی مردم، انحراف اذهان از اولویت‌ها، انحراف و خاموش کردن حرکت‌های ضد استکباری، نرسیدن صدای انقلاب به آزاداندیشان جهان؛

■ آسیب‌های فرهنگی: عافیت‌طلبی، رفاه‌گرایی، سلطه‌پذیری، انفعال در برابر مظاهر زندگی غربی، دوستی با کفار، اعتماد به دشمن، امید به دشمن، غرب‌پرستی، کاهش گفتگو و روابط اجتماعی، کاهش صله رحم، رواج مناسبت‌های غربی، زندگی با حیوانات؛

■ آسیب‌های حوزه اقتصاد: دسترسی دشمن به اطلاعات اقتصادی کشور، اشتغال زنان، هزینه کاذب فناوری، کسب و کار حرام، کاهش راندمان کاری.

۴. عوامل ایجاد آسیب در فضای مجازی:

■ مدیریت رسانه و فناوری؛

■ ساختار ابزارها و خدمات مرتبط با رسانه؛

■ تولید و توزیع نامناسب فناوری و رسانه؛

■ قوانین و مقررات مربوط به رسانه؛

■ محتوای رایج در رسانه؛

■ کاربر رسانه.

۵. راهکارهای برون‌رفت از آسیب‌ها:

■ راهکارهای حاکمیتی:

- اصلاح ساختار مدیریت رسانه؛
- بازنگری در قوانین رسانه مطابق با نیازهای روز و آینده و قانونمند کردن فضای مجازی جهت امکان اعمال حاکمیت نظام؛
- نظارت و بازرسی مؤثر نسبت به اجرای طرح‌ها، انجام وظایف و رعایت قانون؛
- رصد دائمی و به‌روزرسانی اطلاعات برای انجام واکنش سریع در مقابل هجمه‌های رسانه‌ای؛
- جلوگیری از دسترسی به محتواهای خلاف اخلاق، شرع و قانون از طریق توسعه ابزارهای بومی و به‌روزرسانی ابزارهای پالایه‌ای؛
- حمایت از تولید و توزیع آثار رسانه‌ای فاخر اسلامی ایرانی؛
- کسب استقلال کامل در عرصه رسانه خصوصاً در حوزه زیرساخت و خدمات با امکان اعمال حاکمیت کامل کشور؛
- ایجاد قطب‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی با کشورهای مشترک‌المنافع و مسلمانان برای شکستن انحصار تبلیغات دشمنان.

■ راهکارهای مربوط به نخبگان:

- اصلاح علوم انسانی مرتبط با رسانه منطبق با آموزه‌های اسلامی؛
- بالا بردن بصیرت رسانه‌ای مردم و معرفی دقیق رسانه و لوازم آن در سطح فردی و اجتماعی به آنان؛
- کمک به اجرایی‌سازی قوانین و مطالبات مقام معظم رهبری درباره رسانه؛
- ایجاد وحدت گفتمانی درباره نحوه مواجهه با رسانه در جامعه نخبگانی و مردم؛
- و

منابع

منابع اصلی:

اندیشه‌های راهبردی، دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی، چاپ اول، ۱۳۸۹.

منابع فرعی:

۱. والد سوم: تأثیر رسانه‌ها بر تربیت فرزندان، علیرضا تراشویان، نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری ^{مدظله‌العالی} در دانشگاه‌ها، معارف، تهران، چاپ سوم، ۱۳۹۹؛
۲. دین در سینمای شرق و غرب؛ مکاتب شرقی (هندو، بودایی، لامائیسم، تائو، کنفوسیوس و شینتو) و مکاتب غربی (مسیحیت، یهودیت و فرقه‌های وابسته)، محمدحسین فرج‌نژاد و





- همکاران، انتشارات اداره کل پژوهش‌های اسلامی رسانه صداوسیما جمهوری اسلامی ایران و انجمن سواد رسانه دفتر تبلیغات حوزه علمیه قم، ۱۳۹۶؛
۳. ژئوپولیتیک اطلاعات (شیوه‌های سلطه‌جویی فرهنگی استعمار در جهان از طریق رسانه‌های همگانی)، آنتونی اسمیت، ترجمه فریدون شیروانی (خبرگزاری جمهوری اسلامی، ایرنا)، نشر سروش، چاپ دوم، ۱۳۶۹؛
۴. مجموعه مقالات همایش سراسری رسانه، تلویزیون و سکولاریسم، مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما، ۱۳۸۶؛
۵. بررسی تجمل‌گرایی در برنامه‌های سیما، عرفان ناصری، مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما، ۱۳۸۸؛
۶. سینما، دین و سیاست، بررسی انتقادی سینمای دینی پس از انقلاب، رفیع‌الدین اسماعیلی، قم، بوستان کتاب، ۱۳۹۸؛
۷. اسلام‌هراسی در رسانه‌های غربی، عباس عیسی‌زاده، تهران، دانشگاه امام صادق علیه‌السلام، ۱۳۹۷؛
۸. نقش رسانه‌های تصویری در زوال دوران کودکی، نیل پستمن، ترجمه: صادق طباطبایی، نشر اطلاعات، چاپ اول، ۱۳۷۸؛
۹. فریب بزرگ، حبیب‌الله کاوشگر (حبیب کاوش)، تهران، مرکز گسترش سینمای مستند و تجربی، ۱۳۸۸؛
۱۰. امپراطوری رسانه‌ای روپرت مورداک (رابرت مردوخ)، ویلیام شاوک راس، ترجمه: امیرحسین بابالار، تهران، نشر ساقی، ۱۳۸۵؛
۱۱. انحصار نوین رسانه‌ای، نب. اچ. باگدیکیان، ترجمه: علی رضا عبادتی، تهران، روایت فتح، ۱۳۸۵؛
۱۲. سینما، امپراطوری پنهان، کیل پالین، رفیعا بزرگمهر، تهران، نشر قطره، ۱۳۸۶؛
۱۳. آسیب‌شناسی وسایل ارتباط جمعی، پیوند، محمد علی، تهران، انتخاب، چاپ اول، ۱۳۹۰؛
۱۴. آسیب‌های اجتماعی رسانه‌های نوین ارتباطی (ماهواره، اینترنت، تلفن همراه و...)، احمد علی باقری، تهران، ناشر نیکا مهربان، چاپ اول، ۱۳۹۵؛
۱۵. جامعه‌شناسی ارتباطات: آسیب‌شناسی رسانه‌های ارتباطی نوین، محمدرضا سلیمانی‌بشلی، تهران، روجین مهر، چاپ اول، ۱۳۹۳؛
۱۶. خانواده و آسیب رسانه‌ای: رایانه و اینترنت، عذرا اعتمادی، نسیم جعفری، عاصفه عاصمی، تهران، انتشارات یارمانا، آموخته، چاپ اول، ۱۳۹۵؛
۱۷. رسانه و آسیب اجتماعی، معصومه قاسمی، تهران، چشم انداز قطب، چاپ اول، ۱۳۹۹.

گفتمان های مواجهه با فناوری های نوظهور ارتباطی

عنوان درس			نوع درس		تعداد واحد	تعداد ساعت	شیوه اجرا				پیش نیاز			شیوه ارزشیابی		
گفتمان های مواجهه با فناوری های نوظهور ارتباطی	نظری	عملی					حضوری	پیمانه حضوری	غیر حضوری	مجازی	دارد	ندارد	کتابی	پیمانه	تجربی	تحقیقی
	*				۲	۳۲	*					*		*		*

اهداف

شناخت، تحلیل و نقد مهمترین گفتمان ها و رویکردها درباره نحوه مواجهه با رسانه ها.

سرفصل ها

۱. کلیات: مفاهیم، ضرورت و اهمیت، پیشینه و منابع؛

■ اهمیت گفتمان:

■ جنگ گفتمان ها؛

■ ریشه مشکلات فضای مجازی کشور، فنی یا گفتمانی؟

■ تاثیر دید گاه و نگرش تصمیم گیران بر نحوه توسعه فضای مجازی.

■ گفتمان و علوم انسانی: اشرف مخلوقات بودن انسان:

■ نقش علوم انسانی در نحوه ی توسعه ی فضای مجاز.

■ آثار و نتایج فراگیر شدن یک گفتمان:

■ تصمیم گیری و تصمیم سازی؛

■ اقناع افکار عمومی؛

■ رفتارسازی در نخبگان و عموم مردم؛

■ مشخص کردن حرکت عمومی جامعه؛

■ ساختارسازی فناوری متناسب با گفتمان.

۲. بررسی دو گفتمان کلان درباره نحوه ی مواجهه با فناوری های ارتباطی: تبلیغ رسانه ای

بر محور توحید؛





■ گفتمان انقلاب:

■ شاخصه ها:

۱. توجه به مبانی دینی در نحوه مواجهه با فناوری؛
۲. توجه به منظومه فکری امامین انقلاب در نحوه مواجهه با فناوری؛
۳. ضرورت جهاد علمی و کار ایجابی و بومی سازی ابزارهای ارتباطی؛
۴. لزوم استانداردسازی ابزارهای اطلاعاتی و ارتباطی؛
۵. نگاه حداکثری به فناوری (صاحب فناوری شدن و کاربر بودن)؛
۶. علی السویه نپنداشتن همه ابزارها (جهت گیری علوم)؛
۷. توجه به سه عرصه تولید، توزیع و مصرف؛
۸. اتکا به تولید بومی؛
۹. ...

■ گفتمان روشنفکران:

■ شاخصه ها: تکلیف گرایی؛

۱. بی توجهی به مبانی دینی؛
۲. تمرکز بر بخشی از بیانات امامین انقلاب در نحوه مواجهه با فناوری؛
۳. عدم اعتقاد به برنامه های سلبی و ایجابی؛
۴. نگاه حداقلی به فناوری (اتکا به حوزه کاربری و مصرف)؛
۵. خنثی دانستن ابزار و علی السویه پنداشتن ابزارهای ارتباطی؛
۶. بی عیب دانستن واردات حد اکثری ابزارهای نوین ارتباطی؛
۷. توجه صرف به آموزش و فرهنگ سازی و سواد رسانه ای.
۳. نقد گفتمان روشنفکران درباره نحوه مواجهه با فناوری های ارتباطی:

■ استدلال های گفتمان روشنفکران:

■ حوزه نفی برخورد سلبی؛

۱. احترام به منافع عمومی؛
۲. الناس حریص علی ما منع؛
۳. بی فائده بودن کار سلبی؛
۴. پاک کردن صورت مساله؛
۵. ...

■ حوزه توجه صرف به فرهنگ سازی:

۱. ابزار تقصیر ندارد. کاربران باید خوب استفاده کنند (خوب و بد بود ابزار به نحوه ی استفاده کاربران بستگی دارد نه خود ابزار)؛

۲. مشکل این است که مردم ما فرهنگ استفاده از ابزارهای ارتباطی را نمی‌دانند؛
۳. به دلیل خطای یک نفر در رانندگی را اتوبان را نمی‌بندند بلکه با آن فرد برخورد می‌کنند.

■ تفکر «ما نمی‌توانیم» است:

۱. نمی‌توان جلوی فناوری ایستاد؛
۲. در آینده تکنولوژی به حدی پیشرفت می‌کند که ما نمی‌توانیم کارهای سلبی انجام دهیم؛
- «تفکر ما نباید بتوانیم»:
۱. پرهزینه بودن تولید؛
۲. پاسخ‌گفتمان روشنفکران، چرخ را دوباره اختراع نمی‌کنند.

منابع

منابع اصلی:

۱. کتاب نقد و بررسی گفتمان‌های مواجهه با فضای مجازی، محمد صادق رستمی، قم، در دست چاپ، توسط بسیج اساتید طلاب، ۱۴۰۰، قم.

منابع فرعی:

۱. موجودیت غرب و رسانه‌های تکنولوژیک، محمد حسنی، مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما، ۱۳۸۴؛
۲. نظریه رسانه‌ها، فرد اینگلس، ترجمه: محمود حقیقت کاشانی، مرکز تحقیقات صدا و سیما، ۱۳۷۷؛
۳. رسانه‌ها و مدرنیته، نظریه اجتماعی رسانه‌ها، جان بروکشایر تامپسون، ترجمه: مسعود واحدی، نشر سروش، ۱۳۹۳؛
۴. نظریه‌های ارتباطات، ورنر جوزف سورین، جیمز تانکارد، ترجمه دکتر علیرضا دهقان، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۹۵؛
۵. نظریه‌های ارتباطات، علیرضا دهقان، تهران، موسسه انتشارات دانشگاه تهران، چاپ چهارم، ۱۳۸۸؛
۶. روان‌شناسی اجتماعی، الیوت آرونسون، حسین شکرکن، تهران، نشر رشد، ۱۳۸۹ش؛
۷. جامعه‌شناسی وسایل ارتباط جمعی، ژان کازنو، ترجمه باقر ساروخانی، منوچهر محسنی، تهران، نشر اطلاعات، ۱۳۸۷؛





۸. اثرات رسانه‌ای و جامعه، الیزابت ام. پرس، ترجمه: مهدی منتظر قائم، تهران، مرکز تحقیقات صداوسیما، ۱۳۹۳؛
۹. ارتباطات جهانی و سیاست خارجی، ای‌تان گیلیو، ترجمه: حسام‌الدین آشنا، محمدصادق اسماعیلی، تهران، انتشارات دانشگاه امام صادق علیه‌السلام، ۱۳۸۸؛
۱۰. کاوش‌هایی در ارتباطات و تاریخ، باربی زلایرز، مترجمان تبسم آتشین جان، مریم کیانی، حمید علی محمدی، تهران، نشر ساقی، ۱۳۹۱؛
۱۱. نظریه‌های رسانه، اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی، سید محمد مهدی‌زاده، تهران، نشر همشهری، ۱۳۸۹؛
۱۲. ارتباط‌شناسی، مهدی محسنیان راد، تهران، نشر سروش، ۱۳۹۱.

زبان انگلیسی

عنوان درس			نوع درس		تعداد واحد		تعداد ساعت		شیوه اجرا			پیش نیاز		شیوه ارزشیابی		
زبان انگلیسی			تئوری	عملی	تعداد واحد	تعداد ساعت	حضور	غیبه حضوری	غیبه غیضوری	مجازی	دارد	ندارد	انگلی	تفصیلی	تجزیه	*
			*	*	۴	۹۶	*					*	*	*	*	*

اهداف

آشنایی با زبان انگلیسی در سطح عمومی و توانمندسازی ابتدایی برای خواندن و درک مطلب مقالات فناوری اطلاعات.

سرفصل‌ها

در طول نیم‌سال، مجموعاً ۸ مقاله انگلیسی درباره فناوری اطلاعات تدریس می‌شود. ۱ مقاله محتوای عمومی، ۲ مقاله درباره علوم انسانی فناوری اطلاعات و ۵ مقاله حوزه تخصصی فناوری اطلاعات می‌باشد. همچنین یک جزوه حاوی توضیح و تبیین مهم‌ترین اصطلاحات تخصصی فضای مجازی در اختیار طلاب قرار خواهد گرفت. در هر جلسه درس، از طلاب خواسته می‌شود برای جلسه بعدی بخشی از هر درس را (حدود ۲-۳ صفحه) در منزل مطالعه کنند و تمرین‌های مربوطه را نیز انجام دهند.

در جلسه بعدی کلاس، متن درس، پاراگراف به پاراگراف، بوسیله طلاب خوانده می‌شود. سپس واژگان و ساختارهای پیچیده هر پاراگراف به وسیله برخی از طلاب و یا مدرس کلاس توضیح داده می‌شود. البته پیش از خواندن هر پاراگراف و یا انجام هر تمرین، دقایقی به طلاب فرصت داده می‌شود تا به تنهایی یا با هم‌کلاسی‌های نزدیک خود پاراگراف مذکور را مرور کنند و یا پاسخ‌های خود را به تمرین‌های مربوطه بررسی مجدد نمایند.

به عنوان سنجش میزان کار طلاب در منزل، در هر جلسه از تعدادی طلاب خواسته می‌شود که پاراگرافی از مقاله و یا برخی از تمرین‌های درس را همراه با پاسخ‌های خود برای کلاس بخوانند. برای درست خواندن آنان و یا برحسب میزان پاسخ‌های درست و یا اشتباه آن‌ها به تمرین‌ها، نمره‌ای برای آنان ثبت می‌شود که این نمره بر نمره‌ای که در پایان نیم‌سال برای فعالیت کلاسی آن‌ها در نظر گرفته شده است تأثیر می‌گذارد.



در هر درس، بخش‌هایی برای آموزش چگونگی یادگیری و حفظ واژگان و یا افزایش مهارت خواندن و درک متن وجود دارد. این بخش‌ها در کلاس همراه با طلاب خوانده می‌شوند و به وسیله مدرس کلاس و یا گاهی به وسیله برخی از طلاب توضیحات کافی در مورد آن‌ها داده می‌شود.

منابع

منابع اصلی: جزوه استاد

منابع فرعی: ندارد



جریان‌شناسی رسانه‌های معاصر

شیوه ارزشیابی			پیش‌نیاز		شیوه اجرا				تعداد ساعت	تعداد واحد	مجموعی		عنوان درس
تجزیه و تحلیل	مقایسه	کلی	دارد	ندارد	مجازی	غیرحضوری	حضوری	حضوری					
*		*	*				*		۳۲	۲		*	جریان‌شناسی رسانه‌های معاصر

اهداف

تحلیل جریان‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی در رسانه‌های معاصر همراه با شناخت بسترها، عوامل و نتایج آن‌ها.

سرفصل‌ها

۱. کلیات: مفاهیم، ضرورت و اهمیت، پیشینه و منابع؛
۲. مباحث مقدماتی:

■ اهداف جریان‌شناسی در رسانه؛

■ روش جریان‌شناسی رسانه؛

■ جریان‌شناسی رسانه در عصر پهلوی؛

■ تأثیر جریان‌های رسانه‌ای بین‌المللی و منطقه‌ای در ایران؛

■ تأثیر جریان‌های رسانه‌ای بر مردم، نخبگان و دولت.

۳. بسترها و زمینه‌های رشد جریان‌های رسانه‌ای معارض در کشور:

■ حلقه بسته مدیریت رسانه‌های نوپدید در کشور؛

■ ذینفع بودن توسعه دهندگان رسانه‌ها (به خصوص نوپدید) در کشور و غلبه نگاه تجاری؛

■ حمایت نظام سلطه؛

■ حذف جریان مکتبی و انقلابی از حوزه مدیریت رسانه‌های مجازی؛

■ عدم اعتقاد به بومی‌سازی رسانه‌های نوین؛

■ خلأهای فراوان قانونی؛





- نبود شفافیت در اجرای سیاست‌ها و قوانین؛
 - شبکه‌سازی و کادرسازی جریان وابسته در حوزه رسانه‌های معاصر در کشور؛
 - ضعف رسانه‌های انقلابی؛
 - اتکا به نخبگان لیبرال در برخی تصمیم‌گیری.
۴. معرفی جریان‌های فعال رسانه‌ای و عوامل آن‌ها:
- جریان‌های فرهنگی و اجتماعی:
 - فرق و ادیان (مسیحیت، زرتشت، یهود، بهائیت، وهابیت، صوفیه، اهل حق، عرفان‌های کاذب، آنتیسم)؛
 - جریان‌های دین‌شناسی (نواخباری‌ها، دین حداقلی، سکولاریزاسیون، فرهنگستان، جریان‌های کلامی، فقه فردی، فقه حکومتی، حدیثی‌ها، دین نوین، روشنفکری دینی و...)
 - فمینیسم؛
 - باستان‌گرایی؛
 - تخریب وجهه ولایت و رهبری؛
 - تطهیر پهلوی؛
 - غرب‌ستایی؛
 - ناامیدسازی و خودتحقیری؛
 - تخریب خانواده (جنبش طلاق، همجنس‌گرایی و...)
 - معماری، شهرسازی و دکوراسیون؛
 - حیا و عفاف؛
 - پوشش و آرایش؛
 - الگوسازی مد و لباس؛
 - سلبریتی‌ها؛
 - جریان‌های ورزشی (یوگا و...)
 - جریان‌های هنری؛
 - جریان‌های ضد اخلاقی (رقص، شراب، تبرج، پورنوگرافی و...)
 - ارتباطات (انسان با حیوانات، ارتباطات خلاف عرف و شرع و...).
 - جریان‌های سیاسی:
 - جریان‌های انقلابی (مؤتلفه، پایداری، ایثارگران و...)
 - ملی‌گرایی؛
 - لیبرالیسم؛



- جریان‌های التقاطی لیبرال؛
- نئومارکسیسم (مجاهدین خلق، سازمان مجاهدین انقلاب)؛
- سلطنت طلب‌ها.
- جریان‌های اقتصادی:
- عدالت خواهی اقتصادی؛
- مروجین قمار و شرط بندی؛
- قاچاق (اسلحه، ابزار جنسی و...)
- فرهنگ تفاخر (لاکچری، اشرافیت)؛
- التهاب آفرین (ارز، سکه، مسکن، بورس، خودرو و...)
- ناکارآمد نمایی جمهوری اسلامی.
- جریان‌شناسی توسعه‌دهندگان رسانه‌های غیربومی در کشور:
- عوامل توسعه‌دهنده رسانه‌های غیربومی در کشور؛
- سیاست‌ها و روش‌های توسعه رسانه‌های دشمن در کشور؛
- نتایج فعالیت جریان لیبرال توسعه‌دهنده رسانه‌های غیربومی در کشور.
- ۵. پیامدهای فعالیت جریان‌های معارض در کشور؛
- ۶. حامیان جریان‌های رسانه‌ای:
- صهیونیسم بین‌الملل؛
- کمپانی‌های مسلط اقتصادی؛
- سازمان‌های بین‌المللی؛
- بنیادهای بین‌المللی ضد نظام؛
- دولت‌های متخاصم و متعارض (سرویس‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی)؛
- ارتش‌های سائیری به زبان فارسی (اسرائیل، انگلیس، هلند، آمریکا، ترکیه، امارات، عربستان، منافقین، سلطنت طلب‌ها).

منابع

منابع اصلی:

جزوه استاد برگرفته از منابع فرعی.

منابع فرعی:

۱. جریان‌شناسی ضد فرهنگ‌ها، عبدالحسین خسرو پناه، قم، تعلیم و تربیت اسلامی، چاپ هشتم، ۱۳۹۳؛



۲. راهبرد رسانه (۱) جریان‌شناسی روند تصویر سازی از وقایع آخر الزمان در غرب و راهبردهای رسانه ملی، قم، مرکز پژوهش‌های اسلامی، چاپ اول، ۱۳۸۹؛
۳. راهبرد رسانه (۳) رسانه ملی و جهاد اقتصادی، قم، مرکز پژوهش‌های اسلامی، چاپ اول، ۱۳۹۰؛
۴. راهبرد رسانه (۴) رهیافتی نظری بر کارکردها و نقش رسانه ملی در جهاد اقتصادی، قم، مرکز پژوهش‌های اسلامی، چاپ اول، ۱۳۹۰؛
۵. راهبرد رسانه (۵) اسلام‌هراسی و راه کارهای رسانه‌ای مواجهه با آن، قم، مرکز پژوهش‌های اسلامی، چاپ اول، ۱۳۹۰؛
۶. راهبرد رسانه (۶) رسانه ملی زن و خانواده، قم، مرکز پژوهش‌های اسلامی، چاپ اول، ۱۳۹۰؛
۷. نیمه‌پنهان افسانه سازان هولو کاست در سینما، سیدابوالحسن علوی طباطبائی، نشر کیهان، چاپ چهارم ۱۳۹۰؛
۸. اسلام‌هراسی در رسانه‌های غربی، عباس عیسی‌زاده، تهران، دانشگاه امام صادق علیه‌السلام، ۱۳۹۷؛
۹. جریان‌شناسی سیاسی، علی‌داری، تهران، سازمان انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، چاپ هفدهم، ۱۳۹۶؛
۱۰. اسطوره‌های صهیونیستی در سینما، فرج‌نژاد، محمدحسین، تهران، نشر مشترک هلال و مؤسسه فرهنگی موعود، مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما، قم چاپ سوم، ۱۳۹۷؛
۱۱. سلطه‌پنهانی، سیطره‌نامرئی صهیونیسم بر سیاست، فرهنگ و افکار ملت‌ها، مجید صفاتاج، تهران، نشر آرون، چاپ اول، ۱۳۸۳؛
۱۲. هالیوود و فرجام جهان، سید ابوالحسن علوی طباطبائی، تهران، نشر هلال (مؤسسه فرهنگی موعود)، چاپ ششم ۱۳۹۵؛
۱۳. رؤیای بهشت، نگاهی به فیلم‌های معناگرای جهان از ۱۹۷۰ تا کنون، سید حسن مهدوی فر، تهران، بنیاد سینمایی فارابی، ۱۳۸۴؛
۱۴. ماورالطبیعه در هنر و فیلم، ابراهیم رحیمی بندرآبادی، قم، مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما، ۱۳۸۷؛
۱۵. درام و بن‌مایه‌های مهدوی، مهدی داوودآبادی، قم، مؤسسه آینده روشن، ۱۳۸۹؛
۱۶. الهامات معنوی در سینما، استغن سایمون، ترجمه: شاپور عظیمی، تهران، بنیاد سینمایی فارابی، ۱۳۸۳؛
۱۷. مفاهیم مذهبی و کلامی در سینما، برایان پی. استون، ترجمه: امیدنیک فرجام، تهران، بنیاد سینمایی فارابی، ۱۳۸۳؛

۱۸. جستجوی نگره‌های دینی در سینما، ۳۳ فیلم از سینمای دینی؛ کاترین ام. لارسوتی و رابرت کی. جانستن، ترجمه: مهناز باقری، بنیاد سینمایی فارابی، ۱۳۸۵؛
۱۹. اسطوره و سینما، کشف ساختار اسطوره‌ای در ۵۰ فیلم به یادماندنی، استوارت ویتیل، ترجمه: محمدگذر آبادی، هرمس، ۱۳۸۹.



اخلاق و رسانه

شیوه ارزشیابی			پیش نیاز		شیوه اجرا				نوع درس	عنوان درس
تحقیق	تفاهمی	تجربی			مجازی	غیر حضوری	نیمه حضوری	حضوری		
			دارد	ندارد				*	۳۲	۲
*		*	*						*	



اهداف

شناخت و تحلیل مسائل اخلاقی در حیطه رسانه اعم از تولید، نشر و مصرف.

سرفصل‌ها

۱. کلیات: مفاهیم، ضرورت و اهمیت، پیشینه و منابع؛
 ۲. رسانه مطلوب در خدمت ارزش‌های اخلاقی و دینی:
- نگرش دینی و اخلاقی به زندگی بشری:
 - دنیا، مزرعه آخرت؛
 - دنیا، متجر؛
 - دنیا، پل گذر؛
 - دنیا، میدان مسابقه خیرات؛
 - عدم نگاه استقلالی به شئون مختلف زندگی؛
 - هدف خلقت، کسب فضائل و کمالات؛
 - تاثیر گذاری تمامی افعال و نیات بشر، بر سرنوشت محتوم و ابدی او؛
 - و....
 - نگرش مادی به زندگی بشری:
 - نفی زندگی اخروی؛
 - نگاه استقلالی به دنیا؛
 - فردگرایی؛
 - خودنمایی؛
 - لذت گرایی؛

■ اصالت رفاه؛

■ اصالت سرگرمی؛

■ و....

۳. بررسی تطبیقی رذائل اخلاقی در رسانه:

■ عضویت در برخی نرم افزارها:

■ پذیرش ولایت طاغوت؛

■ حمایت اقتصادی طاغوت؛

■ اشتراک گذاری اسرار با کفار و مشرکان؛

■ و....

■ فعالیت:

■ حوزه تولید و انتشار محتوا:

◆ ایجاد زمینه برای گناه؛

◆ دعوت به گناه؛

◆ اشاعه فحشا؛

◆ شبهه افکنی؛

◆ شایعه پراکنی؛

◆ خودنمایی؛

◆ عدم رازداری؛

◆ و....

■ حوزه مصرف محتوا:

◆ قرار گرفتن در معرض گناه؛

◆ فرصت سوزی؛

◆ اشتغال به سرگرمی های باطل؛

◆ کتب ضاله مجازی؛

◆ حضور در مجلس گناه؛

◆ و....

■ حوزه ارتباطات:

◆ ریختن آبرو؛

◆ غیبت؛

◆ تمسخر؛





♦ تهمت؛

♦ توهین؛

♦ چت مفسده انگیز؛

♦ جدال؛

♦ کوتاه آمدن از اصول؛

♦ دوستی با کفار؛

♦ و ...

■ ترویج:

♦ رضایت بر فعالیت سرویس دشمن؛

♦ دفاع از سرویس دشمن؛

♦ تبلیغ سرویس دشمن.

منابع

منابع اصلی:

اندیشه‌های راهبردی، دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی، چاپ اول، ۱۳۸۹.

منابع فرعی:

۱. اصول اخلاقی حاکم بر رسانه از دیدگاه اسلام با تأکید بر سیمای جمهوری اسلامی ایران، محمد فولادی‌وندا، قم، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی رحمت‌الله، چاپ اول، ۱۳۹۳؛
۲. نگاهی دیگر به اخلاق رسانه‌ای، پی.جی. سنی‌مان، محمود حقیقت‌کاشانی، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، چاپ اول، ۱۳۷۵؛
۳. چند صدایی اخلاقی در دنیای مجازی، مریم صانع‌پور، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، ۱۳۹۶؛
۴. اخلاق شهروندان دنیای مجازی با تمرکز بر قرآن و نهج البلاغه، مریم صانع‌پور، نشر بنیاد نهج البلاغه، ۱۳۹۶؛
۵. اخلاق رسانه در دنیای واقعی: درون صنایع پخش و سرگرمی، فیلیپ پرینوسوف، محدثه عقاب‌ی، قم، مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما، چاپ اول، ۱۳۹۸؛
۶. اخلاق در فضای مجازی، حامد موح‌دنسب، نشر تلاوت آرامش، ۱۳۹۷؛
۷. اخلاق رسانه‌ای، استیون‌جان آنتونی وارد، تهمتن برومند، تهران، انتشارات اندیشه احسان، چاپ اول، ۱۳۹۷؛

۸. اخلاق حرفه‌ای در رسانه، شهناز خسروی، انتشارات حریم دانش، چاپ اول، ۱۳۹۸ ش؛
۹. معیارهای اخلاق رسانه‌ای در رادیو، محمدمهدی لیبی، تهران انتشارات طرح آینده، چاپ اول، ۱۳۸۸؛
۱۰. اخلاق در فضای مجازی، پیمان آئینی، نشر دیانت، ۱۳۹۷؛
۱۱. اخلاق در فضای مجازی؛ بایسته‌ها و نبایسته‌های اخلاقی در فضای مجازی، سید محمد حسین امامی، نشر دارخوین، ۱۳۹۳؛
۱۲. اخلاق رسانه‌ها، مجید محمدی، تهران، نقش و نگار، چاپ اول، ۱۳۷۹؛
۱۳. اخلاق رسانه‌ای در خبر، اشرف سادات احدزاده، تهران، نشر آرون، چاپ اول، ۱۳۸۸.



ساختارشناسی فنی فضای مجازی

شیوه ارزشیابی			پیش نیاز		شیوه اجرا				تعداد ساعت	تعداد واحد	نوع درس		عنوان درس
تحقیق	تلفیقی	کلی	دارد	ندارد	مجازی	بسته حضوری	حضوری	عملی			نظری		
*		*	*					*	۴۸	۲	*	*	
ساختارشناسی فنی فضای مجازی													

اهداف

شناخت و بررسی لایه‌های فضای مجازی و تاثیر آن بر موضوع‌شناسی فضای مجازی و تبلیغ در فضای مجازی.

سرفصل‌ها

۱. کلیات: مفاهیم، ضرورت و اهمیت، پیشینه و منابع؛
۲. ضرورت آشنایی با لایه‌های فضای مجازی:
 - تاثیر شناخت لایه‌های فضای مجازی و فقه فضای مجازی؛
 - تاثیر شناخت لایه‌های فضای مجازی و تبلیغ در فضای مجازی.
۳. آشنایی با لایه‌های فضای مجازی (ساختار فضای مجازی):
 - لایه حاکمیت:
 - سیاست‌گذاری؛
 - قانون‌گذاری؛
 - مقررات‌گذاری.
 - لایه زیرساخت سخت‌افزاری:
 - انتقال اطلاعات؛
 - ذخیره‌سازی اطلاعات؛
 - پردازش اطلاعات.
 - لایه زیرساخت نرم‌افزاری:
 - سیستم عامل؛



■ رمزنگاری اطلاعات و ارتباطات؛

■ موتورهای تولید محتوا؛

■ زبان‌های برنامه‌نویسی؛

■ پروتکل‌های ارتباطی؛

■ ضدبدافزار و دیوار آتشین.

■ لایه ابزار:

■ آنالوگ؛

■ دیجیتال:

◆ رایانه همراه و خانگی؛

◆ تلفن همراه و تبلت؛

◆ دستگاه‌های بازی؛

◆ خانه هوشمند؛

◆ ستاپ باکس (اندروید باکس)؛

◆ ابزارهای پوشیدنی؛

◆ بوک ریدر؛

◆ خودرو هوشمند.

■ تغییرات حوزه ابزارهای ارتباطی.

■ لایه خدمات:

■ خدمات پایه:

◆ جویشر؛

◆ نرم‌افزارهای ارتباطی؛

◆ خدمات دسترسی به اینترنت؛

◆ خدمات سالم‌سازی؛

◆ خدمات پایه مکانی و نقشه؛

◆ API ها.

■ خدمات کاربردی:

■ آموزش الکترونیک؛

■ خدمات پرورشی؛

■ دولت الکترونیک؛

■ تجارت الکترونیک؛

■ بهداشت و سلامت؛





■ سرگرمی؛

■ سیر و سفر؛

■ خبر و اطلاع‌رسانی؛

■ تحلیل داده؛

■ ناوبری؛

■ صوت و تصویر فراگیر؛

■ مرورگر؛

■ ویرایشگر.

■ لایه محتوا؛

■ نحوه ارایه محتوا؛

■ جایگاه خشوت و شهوت در تدوین محتوا؛

■ مسئله سیاست‌گذاری محتوایی.

■ لایه کاربر؛

■ تناسب ساختار خدمات و ابزارهای رسانه‌ای با انسان؛

■ جایگاه کرامت انسان در خدمات و ابزارهای رسانه‌ای؛

■ نقش کاربران در جریان سازی‌های رسانه‌ای.

۴. معماری اتصال در شبکه اینترنت:

■ انواع شبکه در فضای مجازی؛

■ فرایند اتصال در فضای مجازی.

منابع

منابع اصلی:

جزوه استاد برگرفته از منابع فرعی.

منابع فرعی:

۱. شبکه‌های ارتباطی: مفاهیم پایه‌ای و معماری‌های کلیدی، ایندرا ویجاا، آلبرتو لئون گارسیا، مترجمان: پوریا محمدی‌یقینی، سیدامیر اصغری، مصطفی غلامی، تهران پیوند نو، چاپ اول، ۱۳۸۹؛

۲. شبکه‌های اتصال گرا MPLS, ATM, SONET/SDH، شبکه‌های نوری، هری جی. پروس، مترجمان: هادی پاژخزاده، صادق دانشگر، تهران، نشر ناقوس، چاپ اول، ۱۳۹۸؛

۳. شبکه‌های رایانه‌ای و اینترنت، محمد حسین یغمایی مقدم، دانشگاه فردوسی مشهد، چاپ سوم، ۱۳۹۳؛

۴. شبکه‌های هوشمند و ریز شبکه‌ها (تکنولوژی و کاربردها)، حشمت‌الله نوری‌زاده، لطف‌الله نیک‌نام، علیرضا ناظریه، تهران، میعاد اندیشه، چاپ اول، ۱۳۹۹؛
۵. شبکه‌های بیسیم، جی. آر. کینگ، اریک جیم، جیم جیر، مترجم: محمد جعفر نژاد قمی، تهران، علوم رایانه، چاپ دوم، ۱۳۸۹؛
۶. شبکه‌های کامپیوتری از راه‌اندازی تا امنیت، مریم رضایی منفرد، نشر جالیز، چاپ اول، ۱۳۹۹؛
۷. شبکه‌های اجتماعی مجازی و آنومی‌های نوظهور در ایران، محمد رهبری، تهران، نشر کویر، چاپ دوم، ۱۳۹۹؛
۸. مهارت‌های کاربردی کامپیوتر ICDL2019 (سطح یک)، وحیدرضا مدقق، لیلا احمدی‌پرگو، تهران، مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران، ۱۳۹۵؛
۹. کلید مبارزه با ویروس، احسان مظلومی، کلید آموزش، تهران، مؤسسه کلید توسعه آموزش مثبت، چاپ چهارم، ۱۳۸۷؛
۱۰. آموزش بازیابی و پشتیبان‌گیری از اطلاعات، علی نجاتی، کامیار کاظمی، تهران، نشر خلاق، چاپ اول، ۱۳۸۹؛
۱۱. کلید پارتیشن‌بندی، انور پور احمد، تهران، انتشارات کلید آموزش، چاپ سوم، ۱۳۹۰؛
۱۲. امنیت و پایداری سیستم عامل‌ها، محمد صدیقی منش، علی صدیقی منش، جواد باقری، تهران، انتشارات الهام نور، چاپ اول، ۱۳۹۵.



اقتصاد و فضای مجازی

عنوان درس			نوع درس		تعداد واحد		تعداد ساعت		شیوه اجرا			پیش نیاز		شیوه ارزشیابی		
اقتصاد و فضای مجازی			تئوری	عملی	تعداد واحد	تعداد ساعت	حضوری	غیر حضوری	مجازی	دارد	ندارد	امتی	تفصیلی	مجموعی		
			*		۱	۱۶	*					*		*	*	*

اهداف

شناخت و بررسی مهم ترین مبانی، اصول و ارکان تشکیل دهنده اقتصاد فضای مجازی اعم از منابع تأمین کننده مالی، شیوه های کسب درآمد از فضای مجازی، فعالیت های اقتصادی به وسیله فضای مجازی و رمز ارزها.

سرفصل ها

۱. کلیات: مفاهیم، ضرورت و اهمیت، پیشینه و منابع؛
 ۲. استعمار فرانوین و اقتصاد فضای مجازی؛
 ۳. اقتصاد سیاسی فضای مجازی:
- تأثیر نظریات اقتصاد فرهنگ بر اقتصاد فضای مجازی؛
 - نقد و تحلیل نظریات مبنا در اقتصاد فضای مجازی:
 - فایده گرایان؛
 - اختیار گرایان؛
 - سوسیالیست ها؛
 - انقلاب اسلامی (اقتصاد مقاومتی).
 - سیاست گذاری در اقتصاد فضای مجازی؛
 - ارتباط بین تکنولوژی های نوین و اقتصاد فضای مجازی؛
 - انواع ارتباط حکمرانی با فضای مجازی؛
 - اقتصاد بین الملل فضای مجازی:
 - جایگاه اقتصادی فضای مجازی در اقتصاد جهان؛



- کشورهای پیشرو اقتصاد فضای مجازی؛
 - ذینفعان بین‌المللی فضای مجازی.
۴. صنعت فضای مجازی:

- نقش، اهمیت و جایگاه کابران در بعد اقتصادی:
- گردش مالی فضای مجازی؛
- صنعت سرگرمی؛
- صنعت پورنوگرافی؛
- صنعت تبلیغات؛
- شرکت‌های ارایه‌دهنده خدمات نرم‌افزاری؛
- شرکت‌های زیرساخت؛
- اپراتورها؛
- و ...

■ روش کسب درآمد شرکت‌های ارایه‌دهنده خدمات:

- عرضه سهام؛
- تبلیغات درون‌برنامه‌ای؛
- فروش اطلاعات؛
- خدمات پولی؛
- پرداخت‌های درون برنامه‌ای؛
- واسطه‌گری خدمات (اسنپ)؛
- پهنای باند و ترافیک؛
- فروش محصولات فرهنگی؛
- تبادلات مالی (بله)؛
- ارایه ارزهای دیجیتال؛
- و ...

■ کسب و کار در محیط مجازی:

- تبلیغات؛
- خدمات ارزش افزوده؛
- فیشینگ؛
- سرقت‌های الکترونیک؛
- تبلیغات انبوه؛
- قمار؛





■ و....

■ ارزش دیجیتال:

- تاریخچه ارزش دیجیتال؛
- انواع ارزش دیجیتال؛
- بسترشناسی تبادل ارزش دیجیتال؛
- روش تولید و مبادله ارزش دیجیتال؛
- کارکردهای ارزش دیجیتال؛
- ملاحظات و ابهامات ارزشهای دیجیتال؛

■ و....

۵. حکم‌رانی و اقتصاد فضای مجازی:

- آسیب‌شناسی وضع موجود:
- فروش انحصاری پهنای باند؛
- صدور مجوز؛
- CDN؛
- نحوه واگذاری اینترنت به کاربران؛
- شرکت‌های وابسته دولت؛
- و....

■ ذی‌نفعان بومی فضای مجازی:

- گروه اینترنت ایران؛
- صبا ایده پرداز؛
- سرآوا؛
- و....

۶. الگوی مطلوب اقتصاد فضای مجازی:

- اصول و مبانی اقتصاد مقاومتی در فضای مجازی:
- درون‌زایی؛
- برون‌گرایی؛
- توجه به مردم؛
- دانش‌بنیان؛
- عدالت‌محوری؛
- فرهنگ و روحیه جهادی.

- سازوکار مطلوب در تولید، توزیع و مصرف فضای مجازی؛
- قواعد تعامل فعالان در فضای مجازی.

منابع

منابع اصلی:

جزوه استاد برگرفته از منابع فرعی.

منابع فرعی:

۱. اقتصاد و رسانه، علی سعیدی، انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، چاپ اول، ۱۳۹۰؛
۲. اقتصاد دیجیتال، اسفندیار جهانگرد، تهران، نشر آماره، چاپ اول، ۱۳۹۵؛
۳. اقتصاد فناوری اطلاعات و ارتباطات، اسفندیار جهانگرد، تهران، نشر شرکت، چاپ و نشر بازگانی، چاپ اول، ۱۳۸۵؛
۴. اقتصاد رسانه‌ها، میثم موسایی، تهران، انتشارات سمت، چاپ اول، خرداد، ۱۳۹۴؛
۵. یهودیان و حیات اقتصادی مدرن، ورنرو سومبارت، مترجم: رحیم قاسمیان، تهران، نشر ساقی، ۱۳۸۸؛
۶. اقتصاد رسانه نظریه و کاربرد، آلیسون الکساندر و دیگران، ترجمه پیغامی، نشر عادل، چاپ اول، ۱۳۹۰؛
۷. اقتصاد صهیونیسم، درآمدی بر بنیان‌های مالی و اقتصادی صهیونیسم بین‌الملل، تألیف محققان مؤسسه مطالعات و بررسی‌های راهبردی بعثت، قم، نشر میررضی، ۱۳۹۹.



امنیت فضای مجازی

عنوان درس		نوع درس		تعداد واحد	تعداد ساعت	شیوه اجرا				پیش نیاز			شیوه ارزشیابی		
						حضوری	نیمه حضوری	غیر حضوری	مجازی				کتابی	شفاهی	تحقیق
امنیت فضای مجازی		*			۲	۳۲	*				*		*	*	*

۱۱۰



رشته تخصصی تبلیغ با گرایش رسانه و فضای مجازی

اهداف

شناخت و بررسی مهم ترین ارکان و عناصر تشکیل دهنده امنیت در فضای مجازی و بررسی چگونگی زیست امن در محیط مجازی.

سر فصل ها

۱. کلیات: مفاهیم، ضرورت و اهمیت، منابع؛
۲. تاریخچه ناامنی سایبری:
 - سیر تاریخی ناامنی سایبری؛
 - نمونه هایی از پروژه های جاسوسی سایبری:
 - اشلون؛
 - پریزم؛
 - پروژه های سایبری ضد ایرانی.
 - سیر تطور علوم و لوازم امنیت فضای مجازی.
۳. گفتمان های امنیت فضای مجازی:
 - رویکرد لیبرالی - سکولاری؛
 - رویکرد تمدن اسلامی.
۴. سیاست ها، اسناد و نهادهای امنیت فضای مجازی:
 - سیاست ها؛
 - اسناد؛

■ نهادها:

■ آژانس‌های امنیت سایبری:

◆ آمریکا؛

◆ روسیه؛

◆ چین؛

◆ رژیم صهیونیستی؛

◆ انگلستان؛

◆ کانادا؛

◆ نیوزلند؛

◆ استرالیا.

■ ارتش‌های سایبری؛

■ شرکت‌های خصوصی امنیت سایبری.

۵. عوامل ناامنی سایبر:

■ ویروس‌های رایانه‌ای؛

■ هک و نفوذ:

■ تاریخچه هک؛

■ انواع هکر؛

■ روش‌های هک و نفوذ؛

■ پروژه درب پشتی.

■ زیرساخت غیربومی:

■ سیستم عامل؛

■ ضدبدافزار؛

■ فایروال؛

■ دیتاستر؛

■ روتر؛

■ هارد و سی پی یو؛

■ اپراتور؛

■ سخت‌افزارهای انتقال اطلاعات؛

■ رمزنگاری اطلاعات؛

■ پروتکل‌های ارتباطی غیربومی؛

■ کدنویسی.





- سرویس های غیربومی:
- سرویس های گوگل؛
- سرویس های مایکروسافت؛
- و

- ابزارهای شنود:
- اینترنت اشیاء؛
- اینترنت همه چیز؛
- دوربین، میکروفن، جی پی اس؛
- حس گر ها؛
- وای فای، بلوتوث، ان اف سی؛
- شبکه تلفن همراه.
- محتوای آلوده:
- اعتقادی؛
- سیاسی؛
- اخلاقی؛
- سبک زندگی.

۶. اطلاعات و امنیت:

- ارزش و اهمیت اطلاعات؛
- بررسی رابطه اطلاعات با امنیت؛
- فرآوری اطلاعات:
- هرم سودمندی محتوای دیجیتال؛
- چستی داده کاوی؛
- روش های داده کاوری؛
- فواید داده کاوی؛
- چستی بیگ دیتا؛
- ارزش و اهمیت بیگ دیتا.

۷. ابعاد امنیت در فضای مجازی:

- امنیت سیاسی؛
- امنیت فرهنگی؛

■ امنیت اقتصادی؛

■ امنیت اجتماعی؛

■ امنیت روانی؛

■ امنیت ملی؛

■ امنیت زیرساخت‌های حیاتی:

■ انرژی؛

■ ناوبری و حمل و نقل.

۸. ایمن سازی فضای مجازی:

■ امنیت اطلاعات:

■ رمزنگاری انحصاری.

■ امنیت ارتباطات:

■ بسترهای امن ارتباطات.

■ امنیت کاربران:

■ ایمن سازی کاربران در محیط مجازی.

■ امنیت شبکه؛ شاخصه‌ها و روش‌ها:

■ فایروال ملی؛

■ ضد بد افزار ملی؛

■ پروتکل‌های ارتباطی ملی.

■ امنیت محتوا؛

■ امنیت نرم‌افزار.

منابع

منابع اصلی:

جزوه استاد برگرفته از منابع فرعی.

منابع فرعی:

۱. امنیت و جنگ سایبری ویژه مفاهیم و مبانی (جلد ۱)، مؤسسه ابرار معاصر، تهران، انتشارات

مؤسسه ابرار معاصر، ۱۳۹۱؛

۲. امنیت و جنگ سایبری ویژه سلاح‌ها، جنگ جویان و حملات سایبری (جلد ۲)، مؤسسه

ابرار معاصر، تهران، انتشارات مؤسسه ابرار معاصر، ۱۳۹۱؛





۳. امنیت و جنگ سایبری ویژه سیاست‌ها و راهبردها (جلد ۳)، مؤسسه ابرار معاصر، تهران، انتشارات مؤسسه ابرار معاصر، ۱۳۹۱؛
۴. حقوق و امنیت در فضای سایبر، ابراهیم حسن‌یگی، تهران، دانشگاه عالی دفاع ملی، چاپ دوم، ۱۳۹۷؛
۵. امنیت در فضای مجازی، مهدی منتظر قائم، تهران، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، چاپ اول، ۱۳۹۲؛
۶. گزیده‌ای از عصر اطلاعات: الزامات امنیت ملی در عصر اطلاعات، دانیل پاپ، دیوید استیون آلبرتس، ترجمه: علی‌علی آبادی، رضا نخجوانی، تهران، پژوهشگاه مطالعات راهبردی، چاپ دوم، ۱۳۸۹؛
۷. حریم خصوصی در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی: راهنمای مصور کاربری فضای مجازی، علی‌محمد رجبی، تهران، ناشر پشتیبان، چاپ اول، ۱۳۹۸؛
۸. هویت و امنیت سایبری ICS: identity and cyber security: افزایش مهارت‌های عمومی کاربران فضای مجازی، غلامرضا نخعی، تهران، ناشر فرهنگ روز، چاپ دوم، ۱۳۹۴؛
۹. امنیت فضای سایبر (مدیریت سامانه‌ها، برگزاری آزمون و بررسی رخنه‌ها)، تامس ج. مویری، قدیری، علی میرزایی، تهران، دانشکده علوم و فنون فارابی، چاپ اول، ۱۳۹۴؛
۱۰. تهدیدات فضای سایبر و مدیریت امنیت اطلاعات، امیر صوفی، حمید اسکندری، تهران، بوستان حمید، چاپ اول، ۱۳۹۶؛
۱۱. فضای امن مجازی، مجتبی شیرزادی، تهران، ناشر ابداع، چاپ اول، ۱۳۹۸؛
۱۲. امنیت در فضای سایبر و چالش‌های پیش رو، حسین حسین‌پور، سینا دامی، سید محمد رضا فرشچی، تهران، ناشر داناپناه، چاپ اول، ۱۳۹۶؛
۱۳. امنیت در فضای سایبر، مونا کریمی، تهران، ابداع، چاپ اول، ۱۳۹۷.

مسائل حقوقی فضای مجازی

عنوان درس			نوع درس		تعداد واحد		تعداد ساعت		شیوه اجرا				پیش نیاز			شیوه ارزشیابی		
مسائل حقوقی فضای مجازی	تئوری	عملی			۱	۱۶			حضوری	بیمه حضوری	غیر حضوری	مجازی	دارد	ندارد		تألیفی	تجرباتی	*
	*								*					*	*			*

اهداف

شناخت و بررسی مهم ترین قوانین و مقررات فضای مجازی در ایران و جهان و بررسی نواقص آن ضمن تبیین نقش قوانین و مقررات پیشگیری از وقوع جرم، جرم شناسی و جرم انگاری محتوا در فضای مجازی.

سرفصل ها

۱. کلیات: مفاهیم، ضرورت و اهمیت، پیشینه و منابع؛
۲. آشنایی با نهادهای حقوقی مرتبط با فضای مجازی:
 - افراد و نهادهای سیاست گذار:
 - مقام معظم رهبری مدظله العالی؛
 - شورای عالی فضای مجازی:
 - ◆ مرکز ملی فضای مجازی؛
 - ◆ کمیسیون عالی تنظیم مقررات؛
 - ◆ کمیسیون عالی امنیت؛
 - ◆ کمیسیون عالی ارتقای تولید محتوا.
 - شورای عالی انقلاب فرهنگی؛
 - مجمع تشخیص مصلحت نظام.
 - نهادهای قانون گذار و مقررات گذار:
 - مجلس شورای اسلامی؛
 - مرکز ملی فضای مجازی؛
 - بنیاد ملی بازی های رایانه ای؛





■ سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی؛
و

■ نهادهای امنیتی، نظارتی و قضایی:

■ کارگروه تعیین مصادیق محتوای مجرمانه؛

■ پلیس فضای تولید و تبادل اطلاعات ایران (فتا)؛

■ سازمان بازرسی؛

■ مرکز امداد و هماهنگی رایانه‌ای (ماهر)؛

و

۳. سیاست‌های کلی و قوانین مرتبط با فضای مجازی:

■ سیاست‌های کلی؛

■ قوانین و مقررات اجرایی:

■ قانون جرایم رایانه‌ای؛

■ قانون مصادیق محتوای مجرمانه؛

■ قانون بازی‌های رایانه‌ای؛

■ سیاست‌ها و اقدامات ساماندهی پیام‌رسان‌های اجتماعی؛

■ قوانین مرتبط با شبکه ملی اطلاعات؛

■ ضوابط و شرایط ثبت نام دامنه با پسوند دات ایران؛

■ قانون تجارت الکترونیک؛

■ قانون حمایت از پدیدآورندگان نرم‌افزارهای رایانه‌ای؛

■ ضوابط و مقرراتی که سایت‌هایی چت روم ملزم به رعایت آن هستند؛

■ آیین‌نامه جمع‌آوری و استنادپذیری ادله الکترونیکی؛

■ ضوابط صدور مجوز تأمین‌کنندگان ارتباط اینترنت؛

■ مقررات و ضوابط اطلاع‌رسانی شبکه‌های رایانه‌ای.

■ سیاست حریم خصوصی؛

■ قوانین استفاده از خدمات.

۴. بررسی اجمالی مهم‌ترین مسائل حقوقی فضای مجازی:

■ مسائل حقوقی توزیع محتوا؛

■ مسائل حقوقی تولید محتوا؛

■ مسائل حقوقی فعالیت شرکت‌های خارجی در کشور؛

■ حق مالکیت معنوی؛

■ حفظ حریم خصوصی؛

■ امنیت کاربر؛

■ حقوق خانواده؛

■ امکان استیفای حقوق کاربران در خدمات غیربومی.

۵. بررسی نقش قوانین و مقررات در پیشگیری از بروز جرم و بزه در فضای مجازی
۶. آسیب‌شناسی قوانین فضای مجازی ایران:

■ بررسی میزان اجرایی‌سازی قوانین فضای مجازی در کشور؛

■ آسیب‌شناسی قوانین موجود:

■ نقص قوانین؛

■ به‌روز نبودن قوانین نسبت به تحولات حوزه فناوری؛

■ مقایسه قوانین موضوعه فضای مجازی در ایران و برخی کشورهای جهان:

◆ آمریکا؛

◆ فرانسه؛

◆ روسیه؛

◆ آلمان؛

◆ چین؛

◆ و....

■ آسیب‌شناسی اجرای قانون:

■ عوامل عدم اجرای قوانین:

◆ موانع فکری و گفتمانی؛

◆ منافع سیاسی؛

◆ منافع اقتصادی؛

◆ نفوذ؛

◆ ضعف بازرسی و نظارت؛

◆ نگاه لیبرالی مسئولان؛

◆ نبود ضمانت اجرایی؛

◆ ساختارهای نادرست.

۷. راهکارها حقوقی بهینه‌سازی فضای مجازی:

■ اصلاحات ساختاری؛

■ حوزه سیاست‌گذاری؛



- حوزه قانون گذاری؛
- حوزه نظارت و ارزیابی؛
- و

منابع

منابع اصلی

جزوه استاد برگرفته از منابع فرعی.

منابع فرعی

۱. حقوق فضای مجازی، السان، مصطفی، تهران، مؤسسه مطالعات و پژوهش های حقوقی شهر دانش، چاپ دوم، ۱۳۹۳؛
۲. حقوق مخاطب در فضای مجازی، معصومه نصیری، مرتضی چشمه نور، تهران، نشر پشیمان، چاپ اول، ۱۳۹۶؛
۳. مسئولیت کیفری و تأمین امنیت در فضای مجازی، جلیل شکریگی، تهران، قانون یار، چاپ اول، ۱۳۹۶؛
۴. آفاق حقوقی فضای مجازی، منصوره فصیح رامندی، تهران، پژوهش گاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، چاپ اول، ۱۳۹۶؛
۵. تروویسم سایبری در حقوق ایران و بین الملل، محمدرضا روزبهرانی، تهران، کتاب آوا، چاپ اول، ۱۳۹۶؛
۶. بنیان های حقوقی فضای سایبری: مقدمه ای بر بحث، علی اعتمادی، سیده حبیبه ثاراللهی، چاپ اول، ۱۳۹۶؛
۷. مسئولیت مدنی در فضای سایبر، رسول ملکوتی، تهران، ناشر مجد، چاپ اول، ۱۳۹۵ش؛
۸. حمایت کیفری از حریم خصوصی در فضای مجازی، پروین بادسار، ستاره قیطان، احمد حمزه، تهران، انتشارات راشدین، چاپ اول، ۱۳۹۴؛
۹. مسائل حقوقی تجارت الکترونیک و جرایم رایانه ای در ایران و سایر کشورها، محمد صادق موحدی فر، تهران، آکادمیک، چاپ اول، ۱۳۹۶؛
۱۰. قانون گذاری در فضای سایبر از منظر حقوق بین الملل، احسان شکیب نژاد، تهران، مؤسسه مطالعات و پژوهش های حقوقی شهر دانش، چاپ اول، ۱۳۹۷؛
۱۱. حقوق بین الملل ارتباطات سایبر (مجازی)، رحمان سعیدی، تهران، نشر خجسته، چاپ اول، ۱۳۹۷؛
۱۲. حقوق کیفری جرایم رایانه ای: منطبق با مقررات جدید قانون مجازات اسلامی مصوب ۱۳۹۲، امیر مهدی عزیزی، تهران، نشر مجد، چاپ سوم، ۱۳۹۸؛



۱۳. قوانین و مقررات ناظر بر جرایم رایانه‌ای (اینترنتی)، عاطفه زاهدی، تهران، ناشر جنگل جاودانه، چاپ سوم، ۱۳۹۳؛

۱۴. جرایم تجارت الکترونیکی (جرایم رایانه‌ای در بستر تجارت الکترونیکی)، جواد جاویدنیا، جعفر کوشا، تهران، نشر خرسندی، چاپ سوم، ۱۳۹۱.



تحلیل و نقد رسانه‌های مجازی

عنوان درس			نوع درس		شیوه اجرا		پیش‌نیاز			شیوه ارزشیابی		
تحلیل و نقد رسانه‌های مجازی	نظری	عملی	*	*	تعداد واحد	تعداد ساعت	حضور	بیمه حضوری	غیر حضوری	مجازی	دارد	ندارد
			*	*	۲	۴۸	*				*	*

اهداف

شناخت و نقد مهم‌ترین مبانی و روش‌های تحلیل رسانه‌های مجازی و بررسی مبانی، اصول و روش‌های تحلیل و نقد رسانه‌های مجازی مبتنی بر معارف اسلامی.

سر فصل‌ها

۱. کلیات: مفاهیم، ضرورت و اهمیت، پیشینه و منابع؛
۲. شیوه‌های فهم:

■ شیوه فهم در قرآن و روایات:

- شیوه فهم در ادوار اصول فقه (شیخ مفید، مکتب حله، اخباری‌گری، وحید بهبهانی، شیخ انصاری، آخوند، خویی، بروجردی، امام)؛
- شیوه فهم در سنت حکمی، فلسفی و عرفانی؛
- فهم هرمنیوتیکی (شلایرماخر، دیلتای، نیچه و پل ریکور).

■ فهم در فلسفه تحلیلی:

- فلسفه تحلیل منطق زبان: فرگه، راسل و ویتگنشتاین متقدم؛
- فلسفه تحلیل زبان متعارف: ویتگنشتاین متاخر و جان سرل.

■ شیوه فهم در پدیدارشناسی (هایدگر، گادامر و فروید).

۳. نقد رسانه‌های مجازی:

- جایگاه نقد در مدرنیته (دیدگاه کانت، اومانسیم، خودبستگی عقل، اصالت تجربه و تفکیک عقل، اخلاق و متافیزیک و دین)؛
- نقد ادبی (نقد ادبی روسیه و فرمالیست‌ها: ساخت‌گرایی و اصالت فرم)؛





- نقد هنری؛
- نقد سینمایی (مکتب آمریکای نوفرمالیسم و نقد حکمی فنی مبتنی بر نظریه صدرا)؛
- نقد اقتصاد سیاسی؛
- نقد در انقلاب اسلامی.
- ۴. تحلیل و روش‌های مرسوم:
 - نگاه کلی به تحلیل کمی و کیفی؛
 - تحلیل روایت؛
 - تحلیل نشانه‌شناسی؛
 - تحلیل گفتمان؛
 - تحلیل مضمون و داده‌بنیاد (گرند تئوری)؛
 - نگاهی به روش‌های تحلیل خدمات فضای مجازی (بازی، شبکه‌های اجتماعی، موتور جستجو و پایگاه‌های مجازی):
 - نگاهی به رویکرد محاسباتی در تحلیل فضای مجازی؛
 - ابزارها و فناوری‌های تحلیل محاسباتی.
- ۵. مبانی تحلیل رسانه و پیام از منظر اسلام:
 - عدم مخالفت مصرح با اصول اسلامی؛
 - انطباق بر اصول اسلامی:
 - توحید، نبوت و معاد؛
 - ضدیت با استکبار و صهیونیسم؛
 - مسئولیت انسان و اختیارگرایی؛
 - الگو نبودن رسانه‌های غربی.
 - رسانه در خدمت دین و دنیای مردم؛
 - توجه به تمام ابعاد رسانه:
 - توجه به رسانه و عوامل آن:
 - ◆ توجه به حامیان مالی و مالکان رسانه در سه عرصه تولید، توزیع و مصرف؛
 - ◆ توجه به تولیدکننده محتوا و پیام؛
 - ◆ توجه به توزیع‌کننده پیام.
 - توجه به محتوا و پیام از حیث تاریخی، تمدنی، حکمی و هنری؛
 - توجه به شیوه توزیع محتوا و پیام.



۶. روش نقد و تحلیل رسانه و پیام (روش فنی - حکمی):

■ مؤلفه‌های تحلیل و نقد:

■ جامعیت در نگاه به رسانه:

◆ مدیریت؛

◆ محتوای غالب؛

◆ ساختار رسانه؛

◆ کاربر (مخاطب).

■ محتوا (پیام):

◆ مشخصات اثر؛

◆ معرفی اجمالی داستان؛

◆ داستان؛

◆ فیلم‌نامه.

■ فرهنگ زمینه‌ای تولید:

◆ توجه به زمان تولید اثر؛

◆ توجه به درک مخاطبان از محتوا؛

◆ فهم هدف از انتشار اثر.

■ شیوه تاثیرگذاری بر احساسات و عقلانیت:

◆ روش‌ها؛

◆ ابزارها.

■ فرایند تاثیرگذاری؛

■ معانی موجود در محتوا:

◆ سبک زندگی؛

◆ فرهنگ؛

◆ اقتصاد؛

◆ سیاست؛

◆ مؤلفه‌های عملیات روانی و جنگ شناختی.

■ مبانی موجود در محتوا:

◆ مکاتب فکری-فلسفی؛

◆ اسطوره‌شناسی و دین‌شناسی.

◆ زنجیره فرهنگی اقتباس و اقتصاد.

۷. کارگاه نقد مشهورترین آثار محتوایی:

■ فیلم و پویانمایی؛

■ سریال؛

■ کلیپ؛

■ تصویر؛

■ متن؛

■ سایت؛

■ شبکه اجتماعی و پیام‌رسان؛

■ بازی ویدئویی.

منابع

منابع اصلی

۱. جزوه استاد برگرفته از منابع فرعی.

منابع فرعی

۱. مفاهیم نقد فیلم: تحلیل نفوذ مالیستی و مقالات دیگر، مجید اسلامی، نشر نی، تهران، چاپ هفتم، ۱۳۹۲؛

۲. چگونگی درک فیلم: چگونه فیلم بخوانیم: هنر، تکنولوژی، زبان تاریخ، و نظریه فیلم و رسانه‌ها، جیمز موناکو، حمیدرضا احمدی‌لاری، بنیاد سینمایی فارابی، تهران، چاپ سوم، ۱۳۹۵؛

۳. دین و سینما، آموزه‌های اخلاقی و ارزشی بررسی و تحلیل بیش از سیصد فیلم، جواد امین خندقی، ولایت منتظر، قم، چاپ اول، ۱۳۹۲؛

۴. تحلیل نقد، نورتروپ فرای، مترجم صالح حسینی، نیلوفر، تهران، چاپ اول، ۱۳۷۷؛

۵. تاریخ‌مندی فهم در هرمنوتیک گادامر: جستاری در «حقیقت و روش»، امداد توران، بصیرت، تهران، چاپ اول، ۱۳۸۹؛

۶. روش تحلیل محتوا، غلامرضا محمدی مهر، تهران، دانش‌نگار، چاپ اول، ۱۳۹۴؛

۷. راهنمای علمی تحلیل گفتمان، هومن پیشروان، عباس مبتکران، تهران، چاپ اول، ۱۳۹۳؛

۸. درآمدی برای تحلیل ساختاری روایت‌ها، بارت، رولان، ترجمه: محمد راغب، تهران، رخداده نو، چاپ دوم، ۱۳۹۵؛



۹. روایت‌شناسی: شکل و کارکرد روایت، پرینس، جرالده، ترجمه: محمد شهباء، تهران مینوی خرد، چاپ دوم، ۱۳۹۶؛
۱۰. تحلیل گفتمان انتقادی: چیستی و چرایی، رویکردهای متفاوت، مفاهیم نظری (بنیادی)، سجاد قاسمی گوراجویی، امید اردلان، تهران، طاق بستان، چاپ اول، ۱۳۹۷.



روش تبلیغ در فضای مجازی

عنوان درس			نوع درس		تعداد واحد	تعداد ساعت	شیوه اجرا				پیش نیاز		شیوه ارزشیابی		
روش تبلیغ در فضای مجازی			نظری	عملی	۲	۴۸	حضور	بیمه حضوری	غیر حضوری	مجازی	دارد	ندارد	کتابی	تلفظی	تحقیقی
			*	*			*				*		*	*	*

اهداف

بررسی و شناخت مهم ترین روش های تبلیغ دین در فضای مجازی با تاکید بر روش های مخاطب شناسی، ابزارها و پیام.

سرفصل ها

۱. کلیات: مفاهیم، ضرورت و اهمیت، پیشینه و منابع؛
۲. آشنایی با نرم افزارهای مورد نیاز در تبلیغ؛
۳. تکنیک های جذب مخاطب به محیط های تبلیغی:

■ مخاطب شناسی؛

■ توجه به نیازمندی های مخاطب؛

■ پرداختن به مسائل روز؛

■ استفاده از تیتراها و نمایه های مناسب؛

■ توجه به جاذبه های بصری؛

■ تکنیک طرح سوال و حل مسئله؛

■ پاسخ به نظرات مخاطب.

۴. مهارت های ارتباط موثر در شبکه های اجتماعی (تبلیغ تعاملی):

■ تعریف تبلیغ تعاملی؛

■ ضرورت تبلیغ تعاملی؛

■ تاریخچه تبلیغ تعاملی؛





- تکنیک‌های ارتباط‌گیری با مخاطب؛
- تکنیک‌های اقناع مخاطب؛
- تکنیک‌های گوش دادن فعال در شبکه‌های مجازی؛
- شیوه‌های مقبول واقع شدن در تعامل مجازی؛
- راه کارهای آرام کردن فرد خشمگین؛
- تکنیک‌های مؤثر برای اصلاح خطا.

۵. شبکه‌سازی در شبکه‌های اجتماعی:

- اهداف شبکه‌سازی؛
- شناخت جریان‌ات فعال در شبکه‌های اجتماعی؛
- الزامات فعالیت گروهی در شبکه‌های اجتماعی؛
- تکنیک‌های رایج برای نشر محتوا در شبکه‌های اجتماعی؛
- تبلیغ تبادل کانال؛
- تکنیک‌های جذب در شبکه‌های اجتماعی؛
- توجه اقتضائات محیطی.

۶. بایسته‌های تدوین محتوا:

- آشنایی کلی با تولید محتوای دینی در فضای مجازی (مقدمات و ضرورت)؛
- آشنایی با نقشه راه تولید محتوای هدفمند؛
- شیوه‌های گزینش و پردازش محتوای هدفمند؛
- کارگاه خلاقیت و ایده‌پردازی برای تولید محتوا؛
- الزامات تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی:

◆ کانال؛

◆ گروه؛

◆ استوری؛

◆ وضعیت؛

◆ هشتگ.

■ الزامات تولید محتوا در سایت و وبلاگ:

■ وبلاگ:

◆ سرویس‌های ارائه‌دهنده خدمات وبلاگ؛



♦ ایجاد وبلاگ؛

♦ بارگذاری محتوا در وبلاگ؛

♦ فرایند توزیع محتوا در وبلاگ.

■ سایت:

♦ سرویس‌های ارائه خدمات مرتبط با سایت؛

♦ چینش و دسته‌بندی بخش‌های سایت؛

♦ بارگذاری محتوا در سایت؛

♦ اصول سئو (SEO) در سایت.

۷. بایسته‌های تبلیغی در رسانه‌های مجازی متعلق به دشمنان:

■ استفاده از همه ظرفیت‌های تبلیغی؛

■ پنهان‌سازی هویت (تقیه):

■ الزامات پنهان‌سازی سخت‌افزاری؛

■ الزامات پنهان‌سازی نرم‌افزاری.

■ رعایت الزامات مربوط به تبلیغ بین‌الملل؛

■ راهبردهای تبلیغی در رسانه‌های مجازی متعلق به دشمنان:

■ کشاندن مخاطب به سرویس‌های سالم؛

■ ناامن‌سازی محیط:

♦ ارائه اطلاعات نادرست به معارضین؛

♦ ایجاد تردید در تصمیم‌گیری معارضین.

■ تاکتیک‌های تبلیغ در رسانه‌های مجازی متعلق به دشمن:

■ همراهی و همدلی؛

■ پرسیدن سوالات بنیادین؛

■ دفاع نامعقول از معارضین؛

■ حمله نامعقول به جبهه انقلابی؛

■ و

۸. مهندسی عملیات سایبری در فضای مجازی:

■ گفتمان‌سازی تبلیغی:

■ رصد فضای مجازی؛

■ راهکارهای تجربه و تحلیل دیتا در فضای مجازی؛

■ هم‌افزایی و گفتمان‌سازی تبلیغ در فضای مجازی.

■ جریان‌سازی تبلیغی.

منابع اصلی

جزوه استاد برگرفته از منابع اصلی.

منابع فرعی

۱. درس‌نامه تبلیغ اینترنتی، جمعی از نویسندگان، مهدی زارع، معاونت تبلیغ و امور فرهنگی حوزه‌های علمیه، انتشارت ذکری ۱۳۹۸؛
۲. تلویزیون و مخاطبان آن، اندرو ارنبرگ، پاتریک باروایز، ترجمه: فرهاد رادپور، تهران، مرکز تحقیقات صداوسیمما، ۱۳۷۹؛
۳. روان‌شناسی و تبلیغات (با تأکید بر تبلیغ دینی)، محمد کاویانی، رضا پورحسینی، سیدمحمد غروی، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، قم، چاپ چهارم، ۱۳۹۱؛
۴. مبانی تبلیغ، محمد حسن زورق، صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران (سروش)، تهران، چاپ چهارم، ۱۳۹۷؛
۵. مخاطب محوری در مواجهه با شبکه‌های اجتماعی مجازی، علیرضا اکبرزاده، سیمای فلق، اصفهان، چاپ اول، ۱۳۹۶؛
۶. تبلیغات، ایده تا اجرا، معصومه نصیری، آموزشی تالیفی ارشدان، تهران، چاپ اول، ۱۳۹۴؛
۷. روابط عمومی الکترونیک در فضای سایبر، محمد سلطانی‌فر، شرکت روابط عمومی و تبلیغات هفت تبلیغ، تهران، چاپ اول، ۱۳۸۹؛
۸. روان‌شناسی و مهارت‌های رفتاری در تبلیغ غیرمستقیم، محمد حسین قدیری، ذوی القربی، قم، چاپ اول، ۱۳۹۰؛
۹. مخاطب‌شناسی، الناز بیات، حسین بهرامی، ادیبان روز، تهران، چاپ اول، ۱۳۹۶؛
۱۰. فضای مجازی و فرهنگ، مهدی روحانی، مینوفر، تهران، چاپ اول، ۱۳۹۶؛
۱۱. تاکتیک‌ها و تکنیک‌های تبلیغات، احمدروشتا، علی خویه، سیت، تهران، چاپ پنجم، ۱۳۹۷؛
۱۲. جامعه‌شناسی در عرصه تبلیغ دینی، شمس‌الله مریجی، بوستان کتاب قم، قم، چاپ چهارم، ۱۳۹۷؛
۱۳. انسان‌شناسی در اندیشه امام خمینی رحمت‌الله‌علیه، روح‌الله خمینی رحمت‌الله‌علیه، تهران، مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی رحمت‌الله‌علیه، ۱۳۸۶.



مهارت‌های تبلیغ در فضای مجازی

شیوه ارزشیابی			پیش‌نیاز		شیوه اجرا				نوع درس	عنوان درس	
تجزیه و تحلیل	تفصیلی	مجموعی			مجازی	تجزیه و تحلیل	تفصیلی	مجموعی			
*	*	*	ندارد	دارد			*	۹۶	۳	*	مهارت‌های تبلیغ در فضای مجازی

اهداف

ارتقا و تثبیت مهارت استفاده از ابزارهای فضای مجازی برای تبلیغ دین به همراه ایجاد توان پژوهش در محیط مجازی به صورت کارگاهی.

سر فصل‌ها

۱. کارورزی به کارگیری خدمات؛
۲. کارگاه طراحی عملیات تبلیغ؛
۳. کارگاه گفتمان‌سازی تبلیغی؛
۴. کارگاه جریان‌سازی تبلیغی؛
۵. کارگاه بازخوردگیری و رفع اشکال تبلیغ.

منابع

منابع اصلی:

منابع فرعی:



مهارت‌های تولید محتوا در فضای مجازی

شیوه ارزشیابی			پیش‌نیاز		شیوه اجرا				تعداد ساعت	تعداد واحد	نوع درس		عنوان درس
تجربی	تئوری	مجموعی	دارد	ندارد	مجازی	غیرحضوری	حضوری	*			عملی	تئوری	
*	*	*		*			*	۹۶	۳	*			مهارت‌های تولید محتوا در فضای مجازی

۱۳۰



رشته تخصصی تبلیغ با گرایش رسانه و فضای مجازی

اهداف

ارتقا و تثبیت مهارت‌های لازم برای تولید پیام مؤثر در قالب‌های مناسب با رسانه‌های اجتماعی و پایگاه‌های اینترنتی اعم از قالب‌های نوشتاری، گفتاری، تصویری، نمایشی و

سرفصل‌ها

۱. کارورزی نویسندگی در فضای مجازی؛
۲. کارورزی‌های طراحی دیجیتال و گرافیک در فضای مجازی؛
۳. کارورزی تولیدات چند رسانه‌ای در فضای مجازی؛
۴. کارورزی تولید محتوای چندرسانه‌ای با تلفن همراه.

منابع

منابع اصلی:

منابع فرعی:

آینده پژوهی فضای مجازی

شیوه ارزیابی			پیش نیاز		شیوه اجرا				نوع درس		عنوان درس
آزمایشی	تفصیلی	انباری			مجازی	غیر حضوری	نیمه حضوری	حضوری	تعداد ساعت	تعداد واحد	
*		*	ندارد	دارد				*	۴۸	۲	آینده پژوهی فضای مجازی
									*	*	

اهداف

آشنایی با مفهوم آینده پژوهی، بررسی آرای مشهور درباره آینده فضای مجازی، آشنایی با آینده پژوهی فعال و انفعالی، مهارت بکارگیری تکنیک‌ها و ابزارهای روند پژوهی برای آینده پژوهی.

سرفصل‌ها

۱. چه کسانی آینده فناوری اطلاعات را رقم می‌زنند؟
۲. استعمار و آینده پژوهی؟
۳. بررسی روند تحولات سال‌های اخیر در حوزه فضای مجازی (ایران و جهان):

- ابداع اینترنت و ورود آن به ایران؛
- حاکمیت بر اینترنت و تحولات آن؛
- توسعه و استانداردسازی خدمات در اینترنت و مؤسسات فعال آن؛
- فیلترینگ، دروازه بانی اینترنت و چالش‌های آن در ایران و جهان؛
- ارایه خدمات شرکت‌های بزرگ فناوری در جهان و ایران؛
- شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها؛
- رمزنگاری؛
- نسل پنجم ارتباطات (5G)؛
- ارزش‌های دیجیتال.





۴. رویکردهای آینده پژوهی فضای مجازی:

- آینده‌شناسی (منفعت طلبانه)؛
- آینده‌پذیری (سلطه طلبی)؛
- آینده‌سازی (انقلابی).

۵. ابزارهای آینده‌پژوهی و روندنگاری:

- دیده‌بانی و رصد؛
- روش‌های آماری؛
- شبیه‌سازی؛
- تحلیل داده.

۶. روش‌های مرسوم آینده‌پژوهی:

- پانل خبرگان؛
- فناوری‌های کلیدی؛
- تحلیل ساختاری؛
- دلفی؛
- تحلیل تأثیر بر روند؛
- پس‌نگری؛
- سناریونگاری.

۷. مفاهیم و موضوعات مهم در آینده‌پژوهی فضای مجازی:

- حاکمیت فضای مجازی؛
- سخت‌افزار و نرم‌افزار؛
- خدمات؛
- محتوا؛
- اقتصاد؛
- فرهنگ.
- امنیت؛
- حریم خصوصی؛
- حاکمیت داده‌ها؛
- مالکیت معنوی؛
- مناقشات و جنگ سایبری؛



■ ابزارهای مدیریت فضای مجازی.

۸. نقد و بررسی مهم‌ترین روندنگاری و آینده‌پژوهی‌های مطرح:

■ معرفی روندپژوهی و آینده‌نگاری‌های مطرح؛

■ نقد روندپژوهی و آینده‌پژوهی‌های مطرح:

■ پذیرش وضعیت آینده ترسیم شده شرق و غرب؛

■ زمینه‌سازی برای تحقق آینده ترسیم شده؛

■ ایجاد تغییرات در ارکان گوناگون کشور متناسب با آینده ترسیم شده؛

■ عدم لحاظ منافع ملی؛

■ مواجهه انفعالی.

■ پیامدها.

۹. آینده‌پژوهی انقلابی (آینده‌سازی):

■ ویژگی:

■ تطابق با مبانی:

◆ عقل؛

◆ نقل؛

◆ بیانات امامین انقلاب؛

◆ ۶۸ سیره عملی علماء در نحوه مواجهه با فناوری.

■ خروج از انفعال؛

■ مواجهه حکیمانه و مبتکرانه؛

■ تامین منافع ملی.

■ رایه برنامه‌های عملی کوتاه مدت و بلند مدت:

■ جریان‌سازی؛

■ آینده‌سازی.

منابع

منابع اصلی:

۱. آخرین پیشرفت‌ها در روش‌شناسی‌های آینده‌نگاری، بارتولومئو سایپو، ماریا جانوتسی مترجمان: محمدامین فقیه، سینا فقیه، فرهاد، مؤسسه آموزشی و تحقیقاتی صنایع دفاعی، ۱۳۹۵؛



۲. آینده پژوهی راهبردی: رویکردی نوین به سناریوها، آلفرد آلن مارکوس، مرتضی چشمه‌نور، محمد یوسفی خرایم، احمد رضا میرزایی، دانشگاه دفاع ملی، تهران، چاپ اول، ۱۳۹۹؛
۳. آینده پژوهی دولت الکترونیک، سید سعید رضا عاملی، مؤسسه انتشارات امیر کبیر، تهران، چاپ اول، ۱۳۹۷؛
۴. حکومت الکترونیک، علی پیران نژاد، مؤسسه چاپ و انتشارات دانشگاه تهران، چاپ چهارم، ۱۳۹۷.

منابع فرعی:

1. Blowers, Misty (2015), Evolution of Cyber Technologies and Operations to 2035 <https://doi.org/10.1007/1-23585-319-3-978/>, Springer International Publishing Switzerland 2015;
2. Lessig, Lawrence (2001), The Future of Ideas: The Fate of the Commons in a Connected World, Random House;
3. Lessig, Lawrence (2006), Code: Version 2.0, Basic Books;
4. Schneier, Bruce (2016), Data and Goliath: The Hidden Battles to Collect Your Data and Control Your World, W. W. Norton & Company;
۵. جایی برای پنهان شدن نیست، گرینوالد گلن، ترجمه: احسان موحدیان، انتشارات تحلیل گران عصر ارتباطات ۱۳۹۴؛
۶. آینده پژوهی رسانه‌های دیجیتال نسل آتی با هدف سیاست گذاری، سیدمرتضی موسویان، شهرزاد نیری، سعید سیدی، تهران، پشتیبان، چاپ اول، ۱۳۹۷؛
۷. آینده جنگ و هوش مصنوعی: مسیر قابل مشاهده، شبنم امیرجاوید، تهران، پشتیبان، چاپ اول، ۱۳۹۸؛
۸. روش‌های آینده پژوهی در صنایع فرهنگی، محسن رستمی، عیسی کشاورز، رضا خجسته‌مهر، تهران، نشر پشتیبان، چاپ اول، ۱۳۹۷؛
۹. مرجع‌شناسی آینده پژوهی (جلد ۵)، جروم کلیتون گلن، تئودور گوردون، رؤیا فیضی صفت، مرتضی ایزدی، مترجمان: ابوذر سیفی کلاستان، سید حسن سعادت، عبدالرضا بابامحمودی، محمدجواد حسین پورفرد، نصیرالدین جاویدی، سجاد شیر، فرهیختگان دانشگاه، دانشگاه علوم پزشکی بقیه‌الله عجل‌الله تعالی فرجه‌الشریف چاپ اول ۱۳۹۵؛
۱۰. آینده پژوهی، سعید خزایی، امیر محمودزاده، انتشارات پارس ضیاء، علم آفرین، تهران، چاپ سوم، ۱۳۹۳.

فلسفه فناوری، رسانه و فضای مجازی

عنوان درس	نوع درس		تعداد واحد	تعداد ساعات	شیوه اجرا				شیوه ارزشیابی				
					مجازی	غیر حضوری	نیمه حضوری	حضوری	پیش نیاز		کتابی	مشاقتی	تحقیقی
	دارد	ندارد											
فلسفه فناوری، رسانه و فضای مجازی	*		۲	۳۲	*					*		*	*

اهداف

شناخت آرای درباره فلسفه فناوری، رسانه و فضای مجازی و نقد آن مبتنی بر گفتمان انقلاب اسلامی با نگاهی کاربردی به مدیریت و تبلیغ در فضای مجازی.

سرفصل‌ها

۱. کلیات: مفاهیم، ضرورت و اهمیت، پیشینه و منابع؛
۲. تطور تاریخی توسعه فضای مجازی:

■ تاریخچه شکل گیری اینترنت؛

■ تطور تاریخی توسعه فضای مجازی در جهان؛

■ توسعه فضای مجازی در جهان اسلام و ایران.

۳. دیدگاه‌های رایج درباره فلسفه فناوری:

■ جبرانگار؛

■ ابزارانگار؛

■ ذات‌انگار؛

■ ارزش‌انگار؛

■ نقد دیدگاه‌های رایج.

۴. رویکردهای فلسفه تکنولوژی:

■ کلاسیک؛





■ اگزستانسیالیستی؛

■ نئومارکسیستی؛

■ انقلابی تمدنی.

۵. پیشران‌های فناوری:

■ نیاز:

■ انواع نیاز؛

■ سطوح نیاز.

■ علوم انسانی.

۶. انواع ابزارهای رسانه‌ای:

■ قالب محتوا و یا حاوی محتوا؛

■ مدیریت‌پذیر یا غیرمدیریت‌پذیر؛

■ کاربرمحور یا مدیرمحور؛

■ جهت‌دار یا خنثی؛

■ بسیط یا مرکب؛

■ راهبردی یا غیرراهبردی.

۷. رویکردهای مختلف درباره مسائل مرتبط با توسعه فضای مجازی:

■ رویکردهای کلان:

■ پذیرش مطلق فناوری؛

■ مخالفت مطلق؛

■ گزینش فناوری استاندارد.

■ مسئله مدیریت اینترنت و فضای مجازی:

■ بی‌جهت و خنثی بودن مدیریت؛

■ جهت‌دار بودن مدیریت.

■ مسئله سرویس‌های غیربومی:

■ عمومی‌سازی سرویس‌های غیربومی؛

■ بهره‌گیری از سرویس‌های غیر بومی به صورت گزینشی و بر اساس نیازهای

واقعی جامعه اسلامی.



- مسئله رابطه زیرساخت و محتوا:
 - تقدم توسعه زیرساخت بر محتوا؛
 - تقدم محتوا بر توسعه زیرساخت.
 - مسئله رابطه توسعه زیرساخت و فرهنگ:
 - توسعه مطلق زیرساخت؛
 - عدم توسعه زیرساخت؛
 - نگاه توأمان به توسعه زیرساخت همراه با نگاه فرهنگی به آسیب‌های اجتماعی.
 - مسئله تناسب تکنولوژی با فرهنگ:
 - تقلید کامل از امکانات جهانی؛
 - ایجاد تکنولوژی متناسب با فرهنگ ایرانی اسلامی (مثل راه‌اندازی شبکه ملی اطلاعات).
 - مسئله اقدام در مقابل فضای مجازی موجود:
 - عدم اعتقاد به اقدامات ایجابی؛
 - اقدامات هم‌زمان ایجابی و سلبی.
۸. پیامدهای توسعه فضای مجازی بر اساس رویکرد سکولاری:
- حوزه فرهنگ عمومی؛
 - حوزه تبلیغ در فضای مجازی؛
 - حوزه مدیریت فضای مجازی.
۹. استانداردهای و پذیرش فناوری:
- استاندارد حداقلی؛
 - مراتب استاندارد؛
 - استانداردسازی فناوری اطلاعات مطابق با آموزه‌های اسلامی.

منابع

منابع اصلی:

جزوه استاد برگرفته از منابع فرعی.

منابع فرعی:

۱. توسعه و مبانی تمدن غرب: پیشرفت اقتصادی یا تکامل فرهنگی، سید مرتضی آوینی واحه، تهران، چاپ هشتم، ۱۳۹۵؛



۲. آئینه جادو، سید مرتضی آوینی واحه، تهران، چاپ ششم، ۱۳۹۰؛
۳. تکنوپولی: تسلیم فرهنگ به تکنولوژی، نیل پستمن، مترجم: سیدصادق طباطبایی، اطلاعات، تهران، چاپ نهم، ۱۳۹۰؛
۴. نقش رسانه‌های تصویری در زوال دوران کودکی (نقش تلویزیون در ربودن گوهر طفولیت از زندگی انسان)، نیل پستمن، مترجم: سید صادق طباطبایی، اطلاعات، تهران، چاپ پنجم، ۱۳۹۱؛
۵. زندگی در عیش مردن در خوشی، نیل پستمن، مترجم: سید صادق طباطبایی، اطلاعات، تهران، چاپ هشتم، ۱۳۹۱؛
۶. اسلام و تجدد، نصیری، مهدی، کتاب صبح، تهران، چاپ چهارم، ۱۳۸۷؛
- فلسفه تکنولوژی، دن آیدی، دونالد مکنزی، یان هکینگ، مارتین هایدگر، تامس کوون، ترجمه: شاپور اعتماد، تهران، چاپ پنجم، ۱۳۹۳؛
۷. فرهنگ و تکنولوژی (مجموعه مقالات)، مارتین هایدگر، ریچارد برنشتاین، یورگن هایرماس، آ. آرنولد و تشتاین، کاتلین وودوارد، پل فایرآیند، ماکس هورکهایمر، ریچارد رورتی، ضیاء موحد، مراد فرهادپور، ترجمه: شاپور اعتماد و دیگران، طبع و نشر، تهران، چاپ پنجم، ۱۳۹۶؛
۸. سرشت فناوری: فناوری چیست و چگونه تکامل می‌یابد، ویلیام برایان آرتور، ترجمه: محمد ابراهیم محبوب، نشر نی، تهران، چاپ سوم، ۱۳۹۷؛
۹. تکامل تکنولوژی، فقیهیان، مهرداد، یاران علوی، تهران، چاپ اول، ۱۳۹۵؛
۱۰. فلسفه تکنولوژی چیست؟، کارل میچم، مترجمان: مصطفی تقوی، یاسر خوشنویس، پریسا موسوی، صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران (سروش)، تهران، چاپ دوم، ۱۳۹۴؛
۱۱. درآمدی بر فلسفه تکنولوژی، وال دوسک، ترجمه: تقوی، مصطفی، مؤسسه آموزشی و تحقیقاتی صنایع دفاعی، تهران، چاپ اول، ۱۳۹۳؛
۱۲. ماهیت تکنولوژی و هنر تکنولوژیک: نظری به تکنولوژی اطلاعات، مددپور، محمد، سوره مهر، تهران، چاپ دوم، ۱۳۸۸.

مدیریت فضای مجازی

عنوان درس		نوع درس		تعداد واحد	تعداد ساعت	شیوه اجرا				پیش نیاز		شیوه ارزشیابی		
						نظری	عملی	حضور	غیرحضور			مجازی	دارد	ندارد
مدیریت فضای مجازی		*		۱	۱۶	*					*	*	*	*

اهداف

شناخت و بررسی مهم ترین نهادهای کنترل کننده و مدیریتی اینترنت و فضای مجازی در ایران و جهان به همراه بررسی نحوه مدیریت و کنترل برخی از نهادهای بین المللی فضای مجازی توسط کشورهای معاند و کانون های قدرت و ثروت.

سرفصل ها

۱. کلیات: مفاهیم، ضرورت و اهمیت، پیشینه و منابع؛
۲. مدیریت سایبرنتیک؛

■ چارچوب نظری مدیریت سنتی؛

■ چارچوب نظری و عملی مدیریت سایبرنتیک؛

■ منطق مدیریت سایبرنتیک؛

■ وب؛ زیربنای تکنولوژی های مدیریت سایبرنتیک؛

■ تکنولوژی های نوین مدیریت سایبرنتیک.

۳. کنترل در جهان بینی توحیدی:

■ مفهوم کنترل؛

■ مفهوم کنترل در جهان بینی توحیدی؛

■ روش اجرای کنترل در کشورهای جهان؛

■ شبکه ملی اطلاعات.





۴. اشراف اطلاعاتی و هوشمندی:

■ مخازن داده؛

■ تحلیل داده؛

■ روش‌های اقدام آماری؛

■ هوشمندی.

۵. فرماندهی و کنترل:

■ خاستگاه قدرت فرماندهی و کنترل؛

■ اصول فرماندهی و کنترل؛

■ ارکان فرماندهی و کنترل؛

■ معماری فرماندهی و کنترل.

۶. نهادهای مدیریتی فضای مجازی در جهان:

■ سیاست‌گذاران:

■ شرکت‌های سرمایه‌داری چند ملیتی.

■ قانون‌گذاران:

■ ISOC؛

■ FIVE EYE؛

■ سازمان ملل متحد؛

■ ITU؛

■ WSIS؛

■ یونسکو.

■ مجریان:

■ تولیدکنندگان محتوا؛

■ ارائه‌کنندگان خدمات؛

■ تامین‌کنندگان زیرساخت و ابزار.

۷. چالش‌ها و راهکارهای مدیریت فضای مجازی:

■ چالش‌های مدیریت بین‌المللی فضای مجازی؛

■ چالش‌های مدیریت فضای مجازی در کشور؛

■ راه کارهای مدیریت فضای مجازی کشور:

- حوزه مدیریت؛
- حوزه سیاست گذاری؛
- حوزه قوانین و مقررات؛
- حوزه نظارت و بازرسی؛
- حوزه بین الملل؛
- حوزه اقتصادی؛
- حوزه امنیت سایبر؛
- حوزه علم و فناوری؛
- حوزه آموزش و فرهنگ سازی.

منابع

منابع اصلی:

قدرت در لبه فرماندهی و کنترل در عصر اطلاعات، دیویداستیون آلبرتس، مرتضی احمدی، علی اصغر حقیری، تهران، مؤسسه آموزشی و تحقیقاتی صنایع دفاعی، چاپ اول، ۱۳۹۷.

منابع فرعی:

۱. سیرنیتیک: نظریه عمومی کنترل مکانیسم‌ها در سیستم‌های مکانیکی و ارگانیکی، محمدرضا داوورپناه، تهران، دبیزش، چاپ اول، ۱۳۹۵؛
۲. مبانی و تهدیدات سایبرنتیک، هما شهلایی، سیدابراهیم آخوندی، محمدابراهیم شهلایی، تهران، مرکز آموزشی و پژوهشی شهید سپهد صیاد شیرازی، چاپ اول، ۱۳۹۳؛
۳. پادشاه فضای سایبر (۱): آغاز یک سلطه The lord of the Cyberspace، فاطمه نماز دوست، علیرضا شاه‌حسینی‌نیا، نشر فاطمه نماز دوست، تهران، چاپ دوم، ۱۳۹۷؛
۴. انحصار نوین رسانه‌ای، نب.اچ.باگدیکیان، ترجمه علی رضا عبادتی، تهران، نشر روایت فتح، ۱۳۸۵؛
۵. امپراطوری رسانه‌ای روپرت مورداک (رابرت مردوخ)، ویلیام شاو کراس، ترجمه: امیرحسین بابالار، تهران، نشر ساقی، ۱۳۸۵؛
۶. دلکک‌ها و آدم‌کش‌ها، نقش سازمان سیا در هالیوود، تریشا جنکینز، ترجمه: امیر یزدیان، تهران، نشر ترجمان علوم انسانی، ۱۳۹۴؛
۷. امپراتوری هالیوود، مروری بر زندگی خالقان یهودی سینما، نیل گابلر، ترجمه: الهام شوشتری‌زاده، تهران، نشر عابد، ۱۳۹۱؛





۸. نفوذ صهیونیسم بر رسانه‌های خبری و سازمان‌های بین‌المللی؛ اثر فؤاد بن سید عبدالرحمن الرفاعی؛ ترجمه حسین سروقامت؛ نشر کیهان؛ ۱۳۷۷؛
۹. سلطه پنهانی، سیطره نامرئی صهیونیسم بر سیاست، فرهنگ و افکار ملت‌ها، دکتر مجید صفاتاج، تهران، نشر آرون، چاپ اول، ۱۳۸۳.

پدیده‌های نوین فضای مجازی

شیوه ارزشیابی			پیش‌نیاز		شیوه اجرا				نوع درس		عنوان درس
تجزیه و تحلیل	تجاری	تجلی	ندارد	دارد	مجازی	فیرحضوری	بیمه حضوری	حضوری	تعداد واحد	تعداد ساعت	پدیده‌های نوین فضای مجازی
*		*	*					*	۲	۴۸	

اهداف

شناخت، بررسی، ارزیابی و نقد مهم‌ترین موارد نوظهور در فضای مجازی به صورت سمینار.

سرفصل‌ها

۱. کلیات: مفاهیم، ضرورت و اهمیت، پیشینه و منابع؛

۲. پدیده‌های نوین حوزه زیرساخت:

■ سخت‌افزار:

■ ذخیره‌سازی اطلاعات؛

■ پردازش اطلاعات؛

■ انتقال اطلاعات (دریافت و ارسال)؛

■ و....

■ نرم‌افزار:

■ سیستم عامل؛

■ ضد بدافزار؛

■ دیوار آتشین؛

■ رمزگذاری؛

■ برنامه‌نویسی؛

■ پروتکل‌های ارتباطی؛

■ و....

۳. پدیده‌های نوین حوزه خدمات:

■ سرگرمی؛





- علمی؛
 - خبری؛
 - ارتباطی؛
 - تجارت الکترونیک؛
 - دولت الکترونیک؛
 - و ...
۴. پدیده‌های نوین حوزه ابزارهای کاربردی:
- سخت‌افزار؛
 - نرم‌افزار.
۵. پدیده‌های نوین حوزه‌های محتوا:
- موضوع؛
 - کیفیت.
۶. آخرین تغییرات حوزه مدیریت و حاکمیت:
- شرکت‌ها؛
 - سازمان‌های بین‌المللی؛
 - کشورهای پیشرو در فناوری اطلاعات؛
 - ایران.
۷. دیگر پدیده‌های نوین.

منابع

منابع اصلی:

برگزاری کلاس به صورت سمینار.

منابع فرعی:

آشنایی با بازی‌های ویدئویی

شیوه ارزشیابی			پیش‌نیاز		شیوه اجرا				تعداد واحد	تعداد ساعت	نوع درس		عنوان درس
تجزیه و تحلیل	تفکر	مهارت	دارد	ندارد	مجازی	غیر حضوری	تجربه حضوری	حضوری			تجربی	تلفیقی	
*		*	*					*	۴۸	۲	*	*	آشنایی با بازی‌های ویدئویی

اهداف

شناخت و بررسی سیر تطور و سبک‌های مختلف بازی‌های ویدئویی به همراه بررسی تفاوت‌های آن با سینما، انیمیشن و بازی‌های سنتی (فیزیکی)، ضمن آشنایی با نحوه مواجهه مطلوب با بازی‌های ویدئویی به منظور تبلیغ معارف دین.

سرفصل‌ها

۱. کلیات: مفاهیم، ضرورت و اهمیت، پیشینه و منابع.

۲. مبادی تصویری بازی‌های ویدئویی:

■ تاریخچه بازی ویدئویی؛

■ تفاوت بازی ویدئویی با فیلم و پویانمایی؛

■ تفاوت بازی ویدئویی با بازی‌های فیزیکی.

۳. نظام تولید، توزیع و مصرف بازی‌های ویدئویی:

■ تولید:

■ چرخه تولید بازی؛

■ مفاهیم مطرح در تولید بازی؛

■ ژانرشناسی و سبک‌شناسی در بازی‌های ویدیویی؛

■ تولیدکنندگان شاخص بازی‌های ویدیویی.

■ توزیع:

■ روش‌های توزیع بازی؛





- توزیع کنندگان شاخص بازی های ویدیویی؛
- گردش مالی بازی های ویدئویی؛
- روش شناسی اقتصاد بازی.

■ مصرف:

- رده بندی سنی بازی های ویدئویی؛
- مزایای بازی های ویدئویی؛
- آسیب های بازی های دیجیتالی:
- ◆ آسیب های ناشی از خود بازی؛
- ◆ آسیب های پیرامونی.

۴. زیرساخت های اجرا (پلت فرم) بازی ویدئویی:

- کنسول ها؛
- عینک های واقعیت افزوده و واقعیت مجازی؛
- رایانه ها؛
- تلفن های همراه.

۵. نظام تأثیر گذاری بازی های ویدئویی:

- عوامل تأثیر گذاری بازی های ویدئویی؛
- فرایندهای تأثیر گذاری بازی های ویدئویی؛
- روش های تأثیر گذاری بازی های ویدئویی.

۶. راهکارهای مواجهه با بازی های ویدئویی (در فرآیندهای تولید، توزیع و مصرف).

منابع

منابع اصلی:

جزوه استاد برگرفته از منابع فرعی.

منابع فرعی:

۱. ارتش رایانه ای و نوازش تازیانه ای، محسن عباسی ولدی، قم، آیین فطرت، چاپ اول، ۱۳۹۶؛
۲. عوامل جذابیت گیم ها، ایزبیستر کاترین، ترجمه سید رحیم هاشمی، نشر یار، چاپ اول، ۱۳۹۷؛



۳. بازی‌های رایانه‌ای: فرصت‌ها، آسیب‌ها، سیدعلی شریفی فرد، مهتاب شصت فولادی، محمدرضا ذوقی پایدار، مینا بروجرودی، تهران، ناشر هوشمند تدبیر، چاپ اول، ۱۳۹۹؛
۴. جنگ نرم و بازی‌های رایانه‌ای، محمدعلی یارمحمدیان، تهران، سنجش و دانش، چاپ اول، ۱۳۹۹؛
۵. بازی روی ابر خیال و کودکی‌های رو به زوال: نقش بازی‌های رایانه‌ای در تربیت فرزندان، محسن عباسی ولدی، قم، آیین فطرت چاپ دوازدهم، ۱۳۹۸؛
۶. مجموعه مقالات همایش حقوق بین‌الملل و بازی‌های رایانه‌ای ۲۸ و ۲۹ اردیبهشت، انجمن ایرانی مطالعات سازمان ملل متحد، تهران، میزان، چاپ اول، ۱۳۹۸؛
۷. بازی را جدی بگیر!؛ مروری بر چستی بازی‌ها و استفاده از بازی‌های رایانه‌ای برای آموزش، سعید الوند کوهی، تهران، میعاد اندیشه، چاپ اول، ۱۳۹۸؛
۸. گیم‌ها، الگوهای روان‌شناختی و رفتاری، بارباروس بوستان، محمدرضا وفائی، نسیم السادات حسینی، تهران، دانشکده صدا و سیمای جمهوری اسلامی، چاپ اول، ۱۳۹۸؛
۹. بازی‌های رایانه‌ای الزامات، چالش‌ها و فرصت‌ها، مهدی قایید رحمت، علیرضا آذرکمان، تهران، شاپرک سرخ، چاپ اول، ۱۳۹۷؛
۱۰. برای درک گیم‌های ویدئویی: مقدمه‌ای ضروری، سیمون ایگنفلت-نیلسن، جونس هاید اسمیت، تهران، دانشکده صدا و سیمای جمهوری اسلامی چاپ اول، ۱۳۹۷؛
۱۱. دریچه‌ای به مطالعات بازی‌های دیجیتال، فرزانه شریفی، حامد نصیری، سیدمحمدعلی سیدحسینی، تهران، دانشکده صدا و سیمای جمهوری اسلامی، چاپ اول، ۱۳۹۷؛
۱۲. آموزش مبتنی بر بازی‌های دیجیتال، حسین دهقان زاده، تهران، دانشکده صدا و سیمای جمهوری اسلامی، چاپ اول، ۱۳۹۷؛
۱۳. تأثیر بازی‌های رایانه‌ای خشن در فضای مجازی بر جرم‌خیزی کودکان و نوجوانان، افشین میرزائی، محمدرضا زندکریمی، تهران، صالحیان، چاپ اول، ۱۳۹۷؛
۱۴. مجموعه مقالات کودک و بازی‌های رایانه‌ای، مریم رضایی، فریده پیشوایی، قم، مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما، چاپ اول، ۱۳۹۷؛
۱۵. آموزش بازی‌نامه‌نویسی به همراه بازی‌نامه عملیات انهدام ۲، حبیب داستانی بنیسی، تهران، نشر شاهد، چاپ اول، ۱۳۹۲؛
۱۶. فرهنگ واژگان و دانشنامه تولید بازی‌های رایانه‌ای، بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، بهروز مینایی، طه رسولی، مهرداد آشتیانی، ابراهیم نقیب‌زاده‌مشایخ، مژگان خزانهداری، تهران، شرکت تعاونی کارآفرینان فرهنگ و هنر، چاپ اول، ۱۳۹۲؛

۱۷. کنترل خانواده و رده‌بندی سنی بازی‌های رایانه‌ای ESRA، بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، سیدحمید میرهادی تفرشی، علی سلاجقه، معصومه حاتمی، تهران، انتشارات بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، چاپ اول، ۱۳۹۸.



تفسیر ترتیبی

عنوان درس		نوع درس		تعداد واحد	تعداد ساعت	شیوه اجرا				شیوه ارزشیابی				
						مجازی	غیر حضوری	نیمه حضوری	حضوری	کتابی	تفاهمی	تحقیقی		
تفسیر ترتیبی	نظری	عملی								دارد	ندارد	کتابی	تفاهمی	تحقیقی
	*	*				*				*		*		*

اهداف

آشنایی با تفسیر اجمالی جزءهای نهم تا پانزدهم قرآن کریم، همراه با خلاصه نویسی.

سرفصل ها

۱. کلیات: مفاهیم، ضرورت و اهمیت، پیشینه و منابع؛
۲. جزء نهم تا پانزدهم.

روش تدریس:

- استاد ضمن ترغیب و تشویق طلاب به مطالعه و پژوهش در تفسیر قرآن، برای هر جلسه یک و نیم صفحه از قرآن را مشخص می کند تا به مطالعه تفسیر آن پردازند. در جلسه بعد نسبت به مقدار تعیین شده، از همه طلاب سؤال می کند، هر یک از آن ها که به صورت کامل مطالعه کرده باشند، نیم نمره دریافت می کنند. در صورتی که برخی از طلاب موفق به مطالعه تفسیر نشده باشند، استاد می تواند به آن ها فرصت مجدد دهد تا جبران کنند و امتیاز آن قسمت را کسب نمایند؛
- استاد، در هر جلسه لغات و نکات تفسیری مقدار تعیین شده را از طلاب سؤال می کند و در صورتی که برخی پاسخگو نباشند، از امتیاز داده شده کسر می کند و سپس چند آیه که نکات تبلیغی بیشتری دارد را تفسیر و تبیین می نماید؛
- از آنجا که جلسه اول جنبه توجیهی دارد و ممکن است در طول ترم نیز یک جلسه به خاطر تعطیلات رسمی برگزار نشود، برنامه بر اساس ۱۴ جلسه برای هر واحد درسی تنظیم و هفت نمره در پایان به آن اختصاص می یابد؛





■ طلاب باید برای هر جلسه یک فیش تبلیغی تهیه کنند و کسی که حداقل ۱۲ فیش از قسمتهای مختلف یک جزء تهیه کند ۱ نمره به آن اختصاص می‌یابد.

منابع

متن آموزشی:

المیزان فی تفسیر القرآن، سید محمد حسین طباطبایی، ترجمه سید محمدباقر موسوی همدانی، قم، دفتر انتشارات اسلامی، چاپ پنجم، ۱۳۷۴ ش. (جزء نهم تا پانزدهم).

منابع اصلی:

۱. تفسیر تسنیم، عبدالله جوادی آملی، قم، مرکز نشر اسراء، سالهای متعدد؛
۲. تفسیر نمونه، زیر نظر ناصر مکارم شیرازی، تهران، دارالکتب الاسلامیه، ۱۳۸۴. (جزء ۱ تا ۸)؛
۳. مجمع البیان فی تفسیر القرآن، فضل بن حسن طبرسی، تهران، انتشارات ناصر خسرو، چاپ سوم، ۱۳۷۲.

منابع فرعی:

۱. التبیان فی تفسیر القرآن، محمد بن حسن طوسی، تحقیق احمد قصیر عاملی، بیروت، دار احیاء التراث العربی، بی تا؛
۲. روح المعانی، محمود بن عبدالله آلوسی، دارالکتب العلمیه، بی تا؛
۳. روض الجنان و روح الجنان فی تفسیر القرآن، حسین بن علی ابوالفتح رازی، تحقیق دکتر محمد جعفر یاحقی و دکتر محمد مهدی ناصح، مشهد، بنیاد پژوهش‌های اسلامی آستان قدس رضوی، ۱۴۰۸ق؛
۴. البرهان فی تفسیر القرآن، سید هاشم بحرانی، تهران، بنیاد بعثت، ۱۴۱۶ق.

فصل چهارم

جدول پیشنهادی دروس تخصصی
و گرایشی به تفکیک سال درسی



سال اول

ردیف	عنوان درس	نوع درس	واحد		ساعت حضور
			نظری	عملی	
۱	علوم قرآن و حدیث (بوم تبلیغی)	تخصصی رشته	۲	۰	۳۲
۲	روش برداشت از قرآن	تخصصی رشته	۲	۲	۹۶
۳	مهارت‌های تحلیل حدیث	تخصصی رشته	۲	۲	۹۶
۴	مهارت‌های سخنوری	تخصصی رشته	۲	۳	۱۲۸
۵	احکام کاربردی و مهارت‌های بیان احکام	تخصصی رشته	۲	۲	۹۶
۶	مخاطب‌شناسی	تخصصی رشته	۴	۰	۶۴
جمع			۱۴	۹	۵۱۲

سال دوم

ردیف	عنوان درس	نوع درس	واحد		ساعت حضور
			نظری	عملی	
۱	روش تحلیل تاریخ و سیره	تخصصی رشته	۸	۰	۱۲۸
۲	تبلیغ در اسلام	تخصصی رشته	۲	۰	۳۲
۳	نظام فکری اندیشمندان شیعه	تخصصی رشته	۴	۰	۶۴
۴	مهارت‌های ادعیه‌شناسی و ادعیه‌خوانی	تخصصی رشته	۱	۱	۴۸
۵	مهارت‌های ارتباط موثر	تخصصی رشته	۲	۱	۶۴
۶	مهارت‌های پاسخ به شبهات و مناظره	تخصصی رشته	۱	۲	۸۰
جمع			۱۸	۴	۴۱۶

سال سوم

ردیف	عنوان درس	نوع درس	واحد		ساعت حضور
			نظری	عملی	
۱	رسانه شناسی	اختصاصی گرایش	۲	۰	۳۲
۲	گفتمان‌های مواجهه با فناوری‌های نوظهور ارتباطی	اختصاصی گرایش	۲	۰	۳۲
۳	زبان انگلیسی	اختصاصی گرایش	۲	۲	۹۶
۴	رسانه و فضای مجازی از منظر امام و رهبری	اختصاصی گرایش	۱	۰	۱۶
۵	جنگ نرم	اختصاصی گرایش	۲	۰	۳۲
۶	فلسفه رسانه، فلسفه فناوری و فضای مجازی	اختصاصی گرایش	۲	۰	۳۲
۷	کارورزی تولید محتوا در فضای مجازی	اختصاصی گرایش	۰	۳	۹۶
۸	آسیب شناسی رسانه و فضای مجازی	اختصاصی گرایش	۲	۰	۳۲
۹	جامعه‌شناسی و تبلیغ	اختصاصی گرایش	۲	۰	۳۲
۱۰	اخلاق و رسانه	اختصاصی گرایش	۲	۰	۳۲
۱۱	روش تبلیغ در فضای مجازی	اختصاصی گرایش	۱	۱	۴۸
جمع			۱۸	۶	۴۸۰

سال چهارم

ردیف	عنوان درس	نوع درس	واحد		ساعت حضور
			نظری	عملی	
۱	فقه رسانه	اختصاصی گرایش	۴	۰	۶۴
۲	جریان‌شناسی رسانه‌های معاصر	اختصاصی گرایش	۱	۱	۴۸
۳	تحلیل و نقد رسانه‌های مجازی	اختصاصی گرایش	۱	۱	۴۸
۴	ساختارشناسی فنی فضای مجازی	اختصاصی گرایش	۱	۱	۴۸
۵	اقتصاد فضای مجازی	اختصاصی گرایش	۱	۰	۱۶
۶	امنیت فضای مجازی	اختصاصی گرایش	۲	۰	۳۲
۷	مدیریت فضای مجازی	اختصاصی گرایش	۱	۰	۱۶
۸	مسائل حقوقی فضای مجازی	اختصاصی گرایش	۱	۰	۱۶
۹	آینده پژوهی فضای مجازی	اختصاصی گرایش	۱	۱	۴۸
۱۰	پدیده‌های نوین فضای مجازی	اختصاصی گرایش	۱	۱	۴۸
۱۱	آشنایی با بازی‌های ویدئویی	اختصاصی گرایش	۱	۱	۴۸
جمع			۱۵	۶	۴۳۲





حرم مطهر، بلوار شهید شوشتری
انتهای شهید شوشتری
ساختمان شورای عالی حوزه علمیه خراسان

تلفن: ۰۵۱-۳۲۰۰۸۴۹۷



دورنگار: ۰۵۱-۳۲۰۰۸۲۲۳



کد پستی: ۰۹۱۵۴۶۵۶۳۸۶





دریافت نسخه الکترونیک