

نقش حوزه های علمیه در تربیت مبلغان دینی (جهت پاسخگویی به شبهات اعتقادی)

کوثر ایوانی^۱

چکیده

تحولات پرشتاب فرهنگی، معرفتی و رسانه‌ای در دهه‌های اخیر، ماهیت دین‌داری و شیوه طرح شبهات اعتقادی را دگرگون کرده و عرصه تبلیغ دینی را با چالش‌های تازه‌ای مواجه ساخته است. در چنین شرایطی، حوزه‌های علمیه به‌عنوان اصلی‌ترین نهاد تولید معرفت دینی و تربیت مبلغان، نیازمند بازنگری جدی در الگوهای آموزشی و مهارتی خود هستند تا بتوانند در برابر شبهات سازمان‌یافته، چندلایه و رسانه‌محور عصر جدید پاسخ‌گویی مؤثر داشته باشند. هدف این پژوهش واکاوی نقش حوزه‌های علمیه در تربیت مبلغان متخصص برای مواجهه با شبهات اعتقادی و تبیین الزامات تحول در ساختار آموزشی، مهارتی و تهذیبی حوزه است. پژوهش با رویکرد تحلیلی - توصیفی و از طریق بررسی اسناد علمی، تحلیل محتوای آثار پژوهشگران حوزه دین، رسانه و جامعه‌شناسی روحانیت، و ارزیابی مطالعات مربوط به صیانت دینی و شبهه‌شناسی انجام شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که تربیت مبلغ کارآمد، نیازمند هماهنگی میان چهار رکن حوزه، یعنی مدیریت کلان، اساتید، معاونت تبلیغ و نهادهای تهذیبی است. مدیریت حوزه باید برنامه‌های درسی را با رویکرد میان‌رشته‌ای بازسازی کرده و مهارت‌هایی مانند تفکر انتقادی، سواد رسانه‌ای و شناخت مکاتب جدید را وارد آموزش رسمی کند. اساتید باید الگوی علمی و اخلاقی طلاب باشند و توان پیونددهی مفاهیم سنتی با پرسش‌های معاصر را تقویت کنند. معاونت تبلیغ نیازمند ایجاد نظام رصد شبهات و بهره‌گیری از الگوهای رسانه‌ای است، و نهادهای تهذیبی باید تاب‌آوری اخلاقی و معنوی مبلغان را تقویت نمایند. نتیجه‌گیری پژوهش بیان می‌کند که تنها با بازسازی ساختاری و مهارتی حوزه و با ادغام علم، اخلاق، مهارت و فناوری در فرآیند تربیت است که می‌توان مبلغان دینی را برای پاسخ‌گویی روشمند و مؤثر به شبهات اعتقادی نسل جدید آماده ساخت.

کلید واژه ها: حوزه‌های علمیه، تربیت مبلغان، شبهات اعتقادی، سواد رسانه‌ای، تبلیغ دینی

^۱ طلبه کارشناسی، گرایش عمومی ویژه، حوزه علمیه فاطمه زهرا (اسلام آباد غرب). kosareivani8090@gmail.com

۱. کلیات تحقیق

۱-۱. بیان مسئله

حوزه‌های علمیه به‌مثابه کهن‌ترین و پایدارترین نهاد تولید و بازتولید معرفت دینی در جهان اسلام، همواره مسئولیت هدایت فکری و پاسداری از ایمان جامعه را بر عهده داشته‌اند. با این‌همه، تحولات سریع معرفتی، فرهنگی، تکنولوژیک و رسانه‌ای در جهان معاصر، رسالت‌های تبلیغی حوزه را در معرض چالش‌های تازه‌ای قرار داده است؛ چالش‌هایی که نه تنها روش‌های سنتی تبلیغ را با پرسش روبه‌رو می‌سازند، بلکه ماهیت پاسخ‌گویی دینی را نیز دگرگون می‌کنند. در شرایطی که شبکه‌های اجتماعی، رسانه‌های نوین، جریان‌های فکری رقیب، شبهات اعتقادی نوظهور و خوانش‌های سکولار از دین، ذهن نسل جدید را احاطه کرده است، پرسش اصلی از اینجاست که حوزه‌های علمیه چگونه باید مبلغان دینی را برای مواجهه مؤثر با این دگرگونی‌ها تربیت کنند؟ مبلغ دینی امروز نه تنها باید آشنا با علوم اسلامی، اصول استدلال کلامی و روش‌های منضبط تفسیر باشد، بلکه باید توانایی تحلیل شبهات پیچیده، درک فضای رسانه‌ای، مهارت ارتباطی، قدرت استدلال‌ورزی و توان گفت‌وگو با مخاطبان متفاوت را نیز دارا باشد؛ توانایی‌هایی که بدون تحول در نظام آموزشی، پژوهشی و مهارتی حوزه، نمی‌توان انتظار داشت به‌صورت طبیعی در نسل جدید طلاب شکل گیرد.

مسئله زمانی برجسته‌تر می‌شود که توجه کنیم تولید و انتشار شبهات اعتقادی در دهه اخیر به‌صورت کاملاً «سیستماتیک» و «شبکه‌ای» انجام می‌شود. چنان‌که هاشمی‌جزی در آثار خود درباره جریان‌شناسی شبهات دینی نشان می‌دهد، شبهات امروز نه پراکنده و ساده، بلکه محصول کار گروهی جریان‌های سازمان‌یافته و گاه برآمده از پژوهش‌های دانشگاهی سکولار، مطالعات خداناباورانه، فمینیسم افراطی، جریان‌های تجددگرایی دینی، رسانه‌های معارض و پلتفرم‌های دیجیتال هستند. همین پیچیدگی موجب شده است که بسیاری از شیوه‌های سنتی پاسخ‌گویی — که بر تکرار گزاره‌های کلامی کلاسیک، نقل روایات و اقناع عاطفی استوار بود — کارآمدی گذشته خود را از دست بدهند و نیاز به نگاه تخصصی و روشمند در تربیت مبلغ بیش از گذشته احساس شود. اکنون مسئله محوری این است که آیا حوزه‌های علمیه توانسته‌اند خود را با این شرایط جدید هماهنگ کنند و الگوهای تربیت مبلغ را متناسب با تحولات معرفتی، فناوری و فرهنگی بازسازی نمایند؟

مطالعات انجام‌شده در حوزه ارتباط حوزه و رسانه (مانند کمایی، ۱۴۰۳) نشان می‌دهد که بخش بزرگی از مشکلات مبلغان در میدان تبلیغ، نه به ضعف محتوا، بلکه به ضعف مهارت‌های ارتباطی، رسانه‌ای و شناخت نیازهای واقعی مخاطبان برمی‌گردد. بدین معنا که بسیاری از مبلغان با وجود تسلط نسبی بر علوم دینی، به دلیل ناآشنایی با زبان نسل جدید، الگوهای رسانه‌ای روز، روش‌های اقناع عقلانی و فضای تولید شبهه در شبکه‌های اجتماعی، از تأثیرگذاری لازم برخوردار نیستند. از سوی دیگر، پژوهش‌های مرتبط با نقش حوزه در صیانت از دین (موسوی و همکاران، ۱۴۰۱) نشان می‌دهد که بخش مهمی از کارآمدی روحانیت در گرو

«فهم دقیق موقعیت اجتماعی دین» در جامعه جدید است؛ جامعه‌ای که تجربه زیسته دینی در آن به شدت متنوع، متکثر و شخصی شده است. چنین شرایطی موجب می‌شود که پرسش‌ها و شبهات نیز از یک الگوی واحد پیروی نکنند و پاسخ به آنها نیازمند رویکردهای چندلایه و تحلیلی باشد.

از سوی دیگر، گسترش فناوری‌های دانش‌بنیان و پیوند آنان با فعالیت‌های دینی — که در پژوهش اباذری و مسعودیان (۱۴۰۲) مورد بررسی قرار گرفته — نشان می‌دهد که میدان تبلیغ امروز به شدت دیجیتال و فناورانه شده است. این تحول یک پرسش دیگر را نیز پیش روی حوزه قرار می‌دهد: آیا نظام آموزشی حوزه توانسته است مهارت‌های لازم برای حضور مؤثر مبلغان در زیست‌جهان فناورانه را فراهم آورد؟ یا اینکه هنوز بخش مهمی از ابزارهای تبلیغی حوزه بر روش‌های حضوری، منبر سنتی، خطابه مستقیم و کلاسیک متمرکز است؟ افزون بر این، برخی پژوهشگران آسیب‌شناسی روحانیت (مانند بستان، ۱۴۰۳) معتقدند که ضعف در پاسخ‌گویی روستمند به شبهات، آسیب‌های جدی به اعتماد دینی و امامتی روحانیت وارد کرده و زمینه را برای رشد جریان‌های شبه‌روشنفکری و دینداری فردی فراهم آورده است. بر این اساس، مسئله صرفاً تربیت مبلغ نیست، بلکه بازآفرینی نقش روحانیت در ساختار معرفتی جامعه اسلامی است.

در سطحی کلان‌تر، نگرش تمدنی به نقش حوزه — که در آثار نجران طوسی (۱۴۰۱) و نیز اعرافی (۱۴۰۲) قابل مشاهده است — تأکید می‌کند که حوزه باید از سطح پاسخ‌گویی موردی به شبهات فراتر رود و رویکردی تمدنی، آینده‌نگر و مبتنی بر تولید اندیشه اتخاذ کند. در این نگاه، روحانیت تنها پاسخ‌دهنده به پرسش‌ها نیست، بلکه باید به‌عنوان «مهندس فکری جامعه اسلامی» عمل کند و توان تولید نظریه، مدیریت معرفتی و هدایت گفتمانی داشته باشد. چنین چشم‌اندازی تربیت مبلغان را به یک مأموریت ساختاری بدل می‌کند: مبلغ امروز باید نه فقط «پاسخگو»، بلکه «توانمند در پیشگیری، تحلیل و مدیریت جریان شبهه» باشد. این تحول نیازمند نوسازی در محتواهای درسی، شیوه‌های آموزشی، الگوهای مهارت‌آموزی، شبکه‌های تبلیغی و حتی ساختارهای مدیریتی حوزه است.

در کنار این‌ها، مطالعات دین‌شناختی و کلامی مانند تحقیق ربانی گلپایگانی (۱۴۰۰) درباره تفقه نشان می‌دهد که تربیت دینی تنها زمانی می‌تواند پاسخگوی شبهات اعتقادی باشد که مبتنی بر اجتهاد روستمند و فهم عمیق از متن دین باشد. این بدان معناست که مبلغی که قرار است پاسخگوی شبهات باشد، باید از سطح محفوظات دینی فراتر رفته و مهارت تحلیل نصوص، قواعد فهم دین، مبانی معرفت‌شناختی و توان استدلال عقلی را در بالاترین سطح کسب کند. از همین رو، مسئله اصلی پژوهش حاضر آن است که چگونه می‌توان الگوی تربیت مبلغ در حوزه را به گونه‌ای بازطراحی کرد که پاسخ‌گویی کلامی و اعتقادی نه تنها مؤثر، بلکه علمی، مستدل، روزآمد و متناسب با ساختار ذهنی نسل جدید باشد. در آخر، مسئله اصلی تحقیق حاضر این گونه صورت‌بندی می‌شود: «نقش حوزه‌های علمیه در تربیت مبلغان دینی برای پاسخ‌گویی به شبهات اعتقادی چیست، و این

نقش چگونه باید تقویت، نوسازی یا بازسازی گردد تا بتواند نیازهای معرفتی، فرهنگی و رسانه‌ای جامعه معاصر را پوشش دهد؟» این مسئله، هم ناظر به وضعیت موجود است و هم متوجه آینده، و دقیقاً همین دوگانه است که اهمیت بررسی علمی آن را ایجاب می‌کند.

۲-۱. اهمیت و ضرورت تحقیق

اهمیت و ضرورت این پژوهش از آنجا آغاز می‌شود که تحولات اجتماعی، فرهنگی و معرفتی چند دهه اخیر، صورت‌بندی دین‌داری، کیفیت زیست معنوی انسان معاصر و نحوه طرح پرسش‌ها و شبهات اعتقادی را به‌طور بنیادین دگرگون کرده است. جامعه امروز دیگر جامعه‌ای با ساختارهای ثابت، شبکه ارتباطی محدود و منابع سنتی معرفت نیست؛ بلکه در معرض سرعت بی‌سابقه تولید محتوا، رقابت گفتمانی، تکرار منابع معنا و ظهور جریان‌های فکری رقیب قرار دارد. در چنین فضایی، حفظ هویت دینی و ساماندهی اعتقادات مردم تنها با تکیه بر منبر سنتی یا بیان مصرف‌شده آموزه‌های کلامی کلاسیک ممکن نیست؛ بلکه نیازمند نسل جدیدی از «مبلغان توانمند»، «تحلیل‌گر»، «آشنا به فضای رسانه‌ای» و «مسلط به منطق گفت‌وگو» است. همین واقعیت ضرورت بررسی نقش حوزه‌های علمیه را در تربیت چنین مبلغان مجهزی برجسته می‌سازد. چراکه اگر حوزه به‌عنوان مادر نهادهای دینی، نتواند الگوی تربیتی خود را با ساختار جدید شبهه‌سازی هماهنگ سازد، بخش عظیمی از قدرت اجتماعی، گفتمانی و هدایتی روحانیت تضعیف می‌شود. پژوهش‌ها در زمینه جامعه‌شناسی دین (سام‌دلیری، ۱۳۹۵) نشان می‌دهد که نوع دینداری مردم به‌طور مستقیم با میزان اعتماد آنان به روحانیت و کیفیت تولید و توزیع معرفت دینی ارتباط دارد؛ و اگر پاسخ‌گویی روحانیت به شبهات ناکارآمد باشد، مخاطبان به‌سوی منابع غیررسمی و گاه منحرف سوق داده می‌شوند.

ضرورت دیگر این تحقیق آن است که ساختار شبهات اعتقادی امروز، به‌ویژه طبق تحلیل‌های هاشمی‌جری، ساختاری «نظام‌مند»، «شبکه‌ای»، «چندسطحی» و «ترکیبی از عقلانیت مدرن، مطالعات فلسفی و داده‌های علمی» دارد. این شبهات برخلاف گذشته، نه با بیان یک روایت یا یک پاسخ کوتاه برطرف می‌شوند و نه با استدلال‌ات عاطفی و خطابه‌ای اقناع می‌گردند. بسیاری از شبهات، مانند شبهات مربوط به خداانگاری، مسئله شر، ناسازگاری دین با علم، جایگاه زن، آزادی، حقوق بشر، کارکرد دین، تاریخ‌مندی معرفت دینی و... نیازمند روش تحلیلی دقیق، آگاهی از فلسفه‌های جدید، فهم علوم انسانی معاصر و توان تطبیق مبانی کلام اسلامی با پرسش‌های نو هستند. بنابراین حوزه‌های علمیه باید مبلغانی تربیت کنند که از سطح بیان مسائل به سطح «تبیین»، «تحلیل»، «جدل منطقی» و «ارائه مدل‌های معرفتی معتبر» برسند. ضرورت این پژوهش دقیقاً از همین نقطه نشأت می‌گیرد: روشن‌سازی اینکه آیا حوزه امروز به‌سوی چنین الگوی تربیتی حرکت کرده است یا خیر، و اینکه چه اصلاحاتی برای تحقق این هدف لازم است.

از سوی دیگر، شواهد پژوهشی نشان می‌دهد که در جهان اسلام، قدرت پیام‌رسانی دینی به‌شدت به کیفیت تبلیغی حوزه‌ها وابسته است. رضوی (۱۳۸۹) در بررسی خود درباره همبستگی حوزه‌های جهان اسلام می‌نویسد که ضعف در پیام‌رسانی دینی موجب کاهش انسجام معرفتی و رشد جریان‌های واگرا می‌شود. در این میان، ایران به‌عنوان خاستگاه حوزه‌های شیعی، نقش تاریخی ویژه‌ای در هدایت فکری جوامع اسلامی دارد و هرگونه خلل در کارآمدی تبلیغی حوزه، پیامدهای فراملی خواهد داشت. بنابراین تحلیل نقش حوزه در تربیت مبلغان متخصص در پاسخ‌گویی به شبهات، نه تنها ضرورتی علمی و پژوهشی، بلکه ضرورتی اجتماعی، فرهنگی و تمدنی است.

مسئله اهمیت این تحقیق بخشی دیگر نیز دارد و آن «تحول در فناوری» است. همان‌گونه که اباذری و مسعودیان (۱۴۰۲) نشان داده‌اند، ورود طلاب حوزه به فعالیت‌های دانش‌بنیان دینی و قرآنی، سطح جدیدی از ارتباط میان دین و فناوری را ایجاد کرده است. اما برخورداری از ابزار دیجیتال به‌خودی‌خود کافی نیست؛ چراکه بسیاری از شبهات در محیط‌های فناورانه تولید و بازنشر می‌شوند و اگر مبلغ با ساختار این فضا، الگوریتم‌ها، سواد رسانه‌ای و منطق تعامل در شبکه‌های اجتماعی آشنا نباشد، امکان مداخله مؤثر را از دست خواهد داد. بنابراین ضرورت تحقیق از این جهت نیز مهم است که راه‌های ارتقای مهارت‌های رسانه‌ای، دیجیتال و بین‌فناوری مبلغان دینی را مورد توجه قرار می‌دهد.

افزون بر این، اهمیت این تحقیق از بعد «تمدن‌سازی» نیز مطرح است. نجران طوسی (۱۴۰۱) و اعرافی (۱۴۰۲) تأکید می‌کنند که حوزه امروز نه فقط با پرسش‌های فردی مردم، بلکه با ساختارهای معرفتی کلان تمدن اسلامی در آینده سروکار دارد. این نگاه، تبلیغ را از حد «بیان احکام» یا «پاسخ به شبهات روزمره» فراتر می‌برد و آن را به سطحی می‌رساند که روحانیت باید نظام فکری جامعه را در برابر موج‌های سکولاریستی و نئولیبرالی محافظت کند. برای چنین مأموریتی، مبلغ باید مجهز به نگاه آینده‌پژوهانه، شناخت نیروهای محرک فرهنگی و قدرت تحلیل روندهای جهانی باشد؛ توانمندی‌هایی که در مدل‌های سنتی تربیت مبلغ مغفول مانده‌اند. اهمیت پژوهش حاضر این است که این خلأ را آشکار می‌کند و نشان می‌دهد چه تحولاتی باید در ساختار تربیتی حوزه رخ دهد تا نقش تمدنی آن حفظ شود. در نهایت، از منظر علوم دینی، اهمیت این تحقیق به مسئله «تعمیق تفقه» نیز بازمی‌گردد. ربانی گلپایگانی (۱۴۰۰) نشان داده است که تفقه در دین، تنها حفظ متون یا فهم سطحی احکام نیست؛ بلکه معرفت دینی واقعی زمانی شکل می‌گیرد که فرد بتواند نسبت میان نصوص دینی، عقلانیت، تجربه و نیازهای انسان معاصر را تحلیل کند. بر این اساس، تربیت مبلغ متخصص در پاسخ‌گویی به شبهات، ادامه منطقی همان سنت «تفقه» است؛ اما در قالبی متناسب با زمانه. بنابراین ضرورت این پژوهش آن است که روشن کند چگونه حوزه می‌تواند به گونه‌ای تربیت کلامی و معرفتی خود را بازآرایی کند که پاسخ‌گویی به شبهات نه امری فردی و موردی، بلکه بخشی سازمان‌یافته از تربیت دینی شود.

حوزه باید نظام آموزشی را به گونه ای طراحی کند که این مهارت ها بخشی رسمی، پایدار و الزامی از دوره های آموزشی طلبه باشد. همچنین نتایج نشان می دهد که مدیریت حوزه نیازمند یک نظام ارزیابی پیوسته است تا عملکرد طلاب، اساتید و برنامه های آموزشی در ارتباط با نیازهای واقعی جامعه سنجیده شود. این نظام ارزیابی باید بتواند حلقه اتصال میان حوزه و وضعیت دینی جامعه را مستحکم کند و مسیر تربیت مبلغ را به صورت واقعی، نه بر اساس حدس و سنت های دیرپا، تنظیم نماید.

۲. نتیجه دوم پژوهش روشن می سازد که اساتید حوزه علمیه مهم ترین نقش عملی و تربیتی در شکل گیری شخصیت تبلیغی طلاب را ایفا می کنند. استاد حوزه نه تنها انتقال دهنده متن درسی، بلکه الگوی فکری، اخلاقی و روشی برای طلاب است. شیوه رفتار استاد با دانش، پرسش ها، نقدها و مسائل جدید، در ناخودآگاه طلبه رسوب می کند و نحوه مواجهه او با مخاطبان آینده را شکل می دهد. یافته های پژوهش بیانگر آن است که استادانی که قدرت تحلیل مسائل روز، توان پاسخ گویی نقادانه، و مهارت پیوند دادن مباحث سنتی با نیازهای جدید را دارند، تأثیر بسیار بیشتری بر تربیت مبلغ کارآمد برجای می گذارند. همچنین روشن شد که روش تدریس سنتی، هرچند از نظر عمق علمی ارزشمند است، اما اگر با روش های نوین یاددهی-یادگیری، مهارت های گفت و گو و تحلیل شبهات همراه نشود، نمی تواند طلبه را برای میدان تبلیغ امروز آماده کند. افزون بر این، نقش اخلاقی استاد اهمیت فراوانی دارد. رفتار استاد در کلاس، نوع تعامل او با طلاب، میزان تواضع و صبر و صداقت او، و منش کلی اش در مباحثه علمی، همگی زیرساخت اخلاقی شخصیت تبلیغی طلبه را می سازد. پژوهش نشان می دهد که مبلغ موفق بیش از آنکه محصول محفوظات علمی باشد، محصول شخصیت اخلاقی و مهارت ارتباطی خود است. بنابراین حوزه باید نظام تربیت استاد را تقویت کرده و اساتیدی را پرورش دهد که بتوانند در سه بعد «علم»، «روش» و «اخلاق» نقش الگو برای طلاب ایفا کنند.

۳. نتیجه سوم پژوهش تأکید می کند که معاونت تبلیغ و ارتباطات حوزوی، نقطه اتصال حوزه با جامعه و میدان واقعی تبلیغ است. امکانات، برنامه ها، دوره های مهارتی، اعزام ها، و سازوکارهای حمایتی این معاونت تعیین می کند که طلبه چگونه وارد میدان تبلیغ شود و چه تجربه ای کسب کند. یافته ها نشان می دهد که بدون نظام رصد و پایش شبهات، برنامه های تبلیغی حوزه حالت پراکنده، کلی و غیرهدفمند پیدا می کند. معاونت تبلیغ باید سیستمی پویا برای شناسایی شبهات جدید، تحلیل آنها و تبدیل این تحلیل ها به بسته های آموزشی و مهارتی ایجاد کند. همچنین نتایج نشان می دهد که تبلیغ امروز به شدت رسانه محور است و مبلغ بدون آشنایی با ابزارهای رسانه ای، سازوکارهای اثرگذاری در فضای شبکه ای، مهارت های تولید محتوا و مدیریت تعاملات دیجیتال، توان کافی برای مقابله با شبهات رسانه ای ندارد. معاونت تبلیغ باید در کنار اعزام های حضوری، مسیرهای جدیدی مانند حمایت از مبلغان اینترنتی، تولید محتواهای چندرسانه ای، آموزش سواد رسانه ای و تقویت مهارت های

ارتباط دیجیتال را فعال کند. یافته‌ها نشان می‌دهد که نقش معاونت تبلیغ در هماهنگ کردن میدان تبلیغ با ظرفیت‌های آموزشی حوزه بسیار کلیدی است؛ به گونه‌ای که هرچه این هماهنگی بیشتر باشد، اثربخشی فعالیت‌های تبلیغی طلاب نیز بالاتر می‌رود.

۴. نتیجه چهارم پژوهش نشان می‌دهد که نهادهای تهذیبی و تربیتی حوزه، نقشی بنیادین و زیرساختی در موفقیت مبلغان دارند. تبلیغ دینی تنها انتقال دانش نیست، بلکه انتقال شخصیت، اخلاق و سبک زندگی است. مبلغی که در گفتار و رفتار خود صداقت، تواضع، صبر، شفقت و خلوص نیت را نشان می‌دهد، بیش از هزاران استدلال عقلی بر دل مخاطب اثر می‌گذارد. یافته‌ها نشان داد که در عصر جدید، فشارهای روانی و اخلاقی بر مبلغان بسیار بیشتر شده است؛ چراکه آنان در معرض سیل شبهات، نقدها، توهین‌ها و فضای پرتنش شبکه‌های اجتماعی قرار دارند. بنابراین، نهادهای تهذیبی باید برنامه‌هایی برای تقویت تاب‌آوری اخلاقی، مدیریت هیجانات، کنترل خشم، استقامت در برابر فشار روانی، و ایجاد روحیه خدمت‌محور طراحی کنند. نتایج نشان داد که طلابی که زیر نظر برنامه‌های منظم تهذیبی آموزش دیده‌اند، در میدان تبلیغ موفق‌تر، آرام‌تر، منطقی‌تر و اثرگذارتر عمل می‌کنند. به همین دلیل، نهادهای تهذیبی نباید امری جانبی یا حاشیه‌ای تلقی شوند، بلکه باید بخشی اصلی از برنامه تربیت مبلغ باشند.

در جمع‌بندی نهایی، این پژوهش نشان می‌دهد که تربیت مبلغ متخصص و کارآمد محصول هماهنگی چهار رکن اصلی حوزه یعنی مدیریت کلان، اساتید، معاونت تبلیغ و نهادهای تهذیبی است. هر یک از این ارکان بخشی از هویت مبلغ را می‌سازند: مدیریت حوزه مسیر کلان را تعیین می‌کند؛ اساتید بنیان علمی و اخلاقی او را شکل می‌دهند؛ معاونت تبلیغ او را با میدان واقعی و مهارت‌های اجرایی آشنا می‌کند؛ و نهادهای تهذیبی شخصیت معنوی و تاب‌آوری لازم را در او ایجاد می‌کنند. پژوهش نشان می‌دهد که ضعف در هر یک از این ارکان، نظام تربیت مبلغ را ناقص و ناکارآمد می‌سازد. بنابراین، حوزه علمیه برای حفظ نقش تاریخی خود در هدایت دینی جامعه، نیازمند بازنگری جدی، طراحی برنامه‌های هماهنگ و ایجاد پیوند میان علم، مهارت، اخلاق و رسانه است. تنها در چنین صورتی است که می‌توان امید داشت مبلغ دینی در عصر جدید، با آگاهی، توان استدلالی، اخلاق نیکو و مهارت ارتباطی مؤثر، به گونه‌ای عمل کند که از یک سو شبهات اعتقادی را پاسخ دهد و از سوی دیگر اعتماد و پیوند عاطفی میان مردم و دین را تقویت نماید.

پیشنهادهای

با توجه به یافته‌های این پژوهش، ضرورت دارد حوزه‌های علمیه برای تقویت نظام تربیت مبلغ و افزایش توان پاسخ‌گویی به شبهات اعتقادی، مجموعه‌ای از اقدامات هماهنگ، ساختاری و مهارتی را در دستور کار

قرار دهند. نخست آنکه لازم است مدیریت حوزه با بازنگری در برنامه‌های درسی، بخش‌های میان‌رشته‌ای را در قالب واحدهای رسمی و مهارتی وارد دوره‌های آموزشی کند؛ واحدهایی همچون مطالعات شبه‌شناسی، فلسفه دین، جامعه‌شناسی دین، تحلیل گفتمان، سواد رسانه‌ای، منطق گفت‌وگو و آشنایی با جریان‌های فکری معاصر. این اقدام باعث می‌شود طلبه نه فقط حافظ متون، بلکه تحلیل‌گر، نقاد و پاسخ‌دهنده‌ای توانمند در مواجهه با پرسش‌های روز باشد. در کنار این تحول آموزشی، ضروری است نظام ارزیابی طلاب نیز اصلاح گردد تا علاوه بر سنجش علمی، توان مهارتی، قدرت استدلال، اخلاق تبلیغی و تسلط ارتباطی آنان نیز به‌طور رسمی ارزیابی شود.

در سطح اساتید، پیشنهاد می‌شود دوره‌های توانمندسازی ویژه‌ای طراحی شود تا استادان بتوانند روش‌های تدریس خود را با نیازهای جدید هماهنگ کنند. آموزش روش‌های نوین یاددهی-یادگیری، تحلیل شبهات معاصر، مدیریت کلاس گفت‌وگومحور، و مهارت‌های پیونددهی مباحث سنتی با نیازهای روز جامعه، از جمله مهارت‌هایی است که باید در این دوره‌ها مورد توجه قرار گیرد. همچنین پیشنهاد می‌شود نظام پشتیبانی علمی برای اساتید ایجاد شود تا آنان بتوانند به‌صورت مستمر با تحولات فکری و رسانه‌ای آشنا بمانند.

در بخش تبلیغ، لازم است معاونت تبلیغ حوزه به سمت مدل‌های جدید سازمان‌دهی حرکت کند. ایجاد مرکز پایش و تحلیل شبهات، تولید بسته‌های محتوایی استاندارد، تدوین الگوی جامع تبلیغ رسانه‌ای، و برگزاری دوره‌های مهارتی در زمینه مدیریت شبکه‌های اجتماعی، مناظره علمی، پاسخ‌گویی رسانه‌ای و تولید محتوا از ضروریات است. همچنین پیشنهاد می‌شود سامانه‌های آنلاین برای پشتیبانی از مبلغان طراحی شود تا بتوانند در میدان واقعی تبلیغ، از مشورت‌های علمی و مهارتی بهره‌مند شوند. ایجاد بانک جامع شبهات و پاسخ‌های روزآمد نیز می‌تواند پشتوانه قابل اعتمادی برای فعالیت مبلغان باشد.

در حوزه تهذیب و تربیت اخلاقی، پیشنهاد می‌شود برنامه‌های منظم‌تری برای تقویت تاب‌آوری معنوی و اخلاقی طلاب اجرا گردد. دوره‌هایی مثل مدیریت هیجان، اخلاق ارتباطی، آداب گفت‌وگو، کنترل خشم در محیط دیجیتال و مهارت‌های حفظ کرامت در مواجهه با نقدهای تند، می‌تواند به افزایش اعتماد مردم به مبلغان کمک کند. همچنین ضروری است ساختارهای مشاوره اخلاقی و روان‌شناختی در حوزه فعال‌تر شود تا طلاب در مسیر تبلیغ دچار آسیب‌های روحی و فرسودگی نشوند.

سرانجام، پیشنهاد می‌شود میان چهار رکن اصلی حوزه یعنی مدیریت، اساتید، معاونت تبلیغ و نهادهای تهذیبی، یک نظام هماهنگ، پیوسته و داده‌محور ایجاد شود. این هماهنگی باید به گونه‌ای باشد که داده‌های میدان تبلیغ، نیازهای جامعه، تحولات فکری، و وضعیت آموزشی طلاب دائماً به یکدیگر بازخورد دهند و مسیر تربیت مبلغ را به‌صورت پویا و واقعی هدایت کنند. اجرای این مجموعه پیشنهادات می‌تواند نقش حوزه‌های علمیه را در تربیت مبلغان کارآمد، پاسخ‌گو و تأثیرگذار در مواجهه با شبهات اعتقادی بازآفرینی و تقویت کند.

- کمائی. (۱۴۰۳). خط‌مشی‌های تعاملی حوزه علمیه با رسانه ملی. مطالعات فرهنگی اجتماعی حوزه, ۸(۲), ۱۴۹-۱۳۱.
- موسوی, سیده‌حکیمه, کریمی‌نیا, محمد‌مهدی, مرادی‌علی‌عربی, سبزی, محمد‌رضا. (۱۴۰۱). نقش حوزه های علمیه در صیانت دین در جوامع اسلامی. معارف علوم اسلامی و علوم انسانی, ۹(۴), ۲۵۹-۲۴۲.
- نجاران طوسی. (۱۴۰۱). الگوی نقش‌آفرینی حوزه و دانشگاه در تمدن‌سازی مبتنی بر منظومه فکری امامین انقلاب اسلامی. مطالعات میان‌رشته‌ای تمدنی انقلاب اسلامی, ۱(۱), ۵۳-۸۳.
- رضوی, ع. (۱۳۸۹). همبستگی حوزه های علمیه جهان اسلام در پرتو پیام رسانی دینی. حوزه, ۲۷(۱۵۷), ۲۴۶-۱۸۹.
- زارع, ساسان, قضاوی زاده. (۱۴۰۰). رویکرد غایت‌گرایانه به علم دینی و ارائه الگوی دانشگاه مسئله‌محور. مدیریت اسلامی, ۲۹(۱), ۹-۳۶.
- سام دلیری, ک. (۱۳۹۵). انواع دین‌داری و روحانیت؛ بررسی تأثیر نوع دین‌داری بر تبعیت از روحانیان. فصلنامه علمی شیعه‌شناسی, ۱۳(۵۲), ۵۳-۸۳.
- بستان. (۱۴۰۳). توصیف و آسیب‌شناسی نقش روحانیت در حراست از دین و پیامدهای آن در مسئله دینداری. مطالعات فرهنگی اجتماعی حوزه, ۸(۱), ۵-۲۰.
- موسوی, سیده‌حکیمه, کریمی‌نیا, محمد‌مهدی, مرادی‌علی‌عربی, سبزی, محمد‌رضا. (۱۴۰۱). نقش حوزه های علمیه در صیانت دین در جوامع اسلامی. معارف علوم اسلامی و علوم انسانی, ۹(۴), ۲۵۹-۲۴۲.
- ابادری, یوسفعلی, مسعودیان. (۱۴۰۲). فناوری‌های دانش بنیان و دین؛ مطالعه جامعه شناختی فعالیت حوزه علمیه و طلاب در استارت‌آپ‌های دینی-قرآنی. مطالعات جامعه شناختی (نامه علوم اجتماعی سابق), ۲۹(۲), ۲۵۷-۲۷۸.
- باوفا, مرجان, محسنی. (۱۴۰۰). واکاوی دیدگاه مغنیه درباره‌ی علمای دین. پژوهشنامه نوین فقهی حقوقی زنان و خانواده, ۱۴(۶), ۱۴۷-۱۷۲.

- ربانی گلپایگانی. (۱۴۰۰). تفقه در دین و تحصیل معرفت دینی از نگاه قرآن کریم و روایات. فصلنامه کلام اسلامی، ۳۰(۱۱۷)، ۱-۳۴.
- اعرافی. (۱۴۰۲). زمینه‌های تحول در حوزه‌های علمیه در دنیای معاصر. پاسخ، ۳۲(۸)، ۷-۱۲.
- فخاری. (۱۴۰۰). درآمدی بر سیر تطوری و تکاملی پژوهش در حوزه علوم دینی. پژوهش و حوزه، ۴۱(۲۰)، ۹۵-۱۳۰.

کتاب

- هاشمی جزّی، س.ح. (۱۴۰۱). جریان‌شناسی شبهات دینی. دارالعلوم.
- هاشمی جزّی، س.ح. (۱۴۰۳). درسنامه شناخت و نقد شبهات. دارالعلوم.
- دهقانی اشکذری، ع. (۱۳۸۷). روش‌های تبلیغی پیامبر (ص). بقیة‌العترة..