

بررسی چگونگی تربیت مبلغان دینی و تأثیر آنان بر جامعه با تأکید بر نقش بانوان در عرصه تبلیغ

فاطمه ملاشاهی^۱

چکیده:

تبلیغ دینی از مهم‌ترین کارکردهای اجتماعی دین در هدایت فکری و اخلاقی جامعه اسلامی به شمار می‌آید. مبلغان دینی به‌عنوان حاملان پیام وحی، زمانی می‌توانند در انجام این رسالت موفق باشند که از تربیتی جامع در ابعاد علمی، اخلاقی و مهارتی برخوردار باشند. پژوهش حاضر با روش توصیفی - تحلیلی و بر پایه مطالعات کتابخانه‌ای، به بررسی چگونگی تربیت مبلغان دینی و تأثیر آنان بر جامعه با تأکید بر نقش بانوان در عرصه تبلیغ دینی می‌پردازد. یافته‌ها نشان می‌دهد که اخلاق و خلوص نیت مبلغ، نقش اساسی در نفوذ کلام و پذیرش پیام دینی دارد و بانوان مبلغه، به دلیل جایگاه ویژه در خانواده و جامعه، ظرفیت بالایی در انتقال آموزه‌های دینی و تربیت نسل آینده دارند همچنین تحولات رسانه‌ای، ضرورت بازنگری در شیوه‌های تبلیغ و بهره‌گیری از روش‌های نوین را آشکار ساخته است. نتایج پژوهش بر لزوم طراحی الگوی جامع تربیت مبلغان دینی، تقویت نقش بانوان مبلغه و تلفیق روش‌های سنتی و نوین تبلیغ تأکید دارد.

کلیدواژه‌ها:

تربیت مبلغان دینی، تبلیغ دینی، بانوان مبلغه، اخلاق اسلامی، رسانه‌های نوین

طلبه سطح دو، مدرسه علمیه فائزه الزهرا (س)

مقدمه:

تبلیغ دینی از مهم‌ترین ابزارهای هدایت فکری، اخلاقی و فرهنگی جامعه اسلامی است و نقش تعیین‌کننده‌ای در تداوم ارزش‌های دینی و ارتقای سطح اخلاقی و معنوی جامعه دارد. اهمیت این موضوع در قرآن کریم نیز مورد تأکید قرار گرفته است:

«وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ» (آل عمران: ۱۰۴).

این آیه نشان‌دهنده جایگاه والای تبلیغ دینی و ضرورت تربیت افرادی آگاه، متخلق به اخلاق اسلامی و توانمند در مهارت‌های تبلیغ است. مبلغان دینی، به‌عنوان حاملان پیام وحی و واسطه انتقال آموزه‌های اسلامی، نقش اساسی در شکل‌دهی باورها و رفتارهای اجتماعی دارند. تجربه تاریخی و آموزه‌های دینی نشان می‌دهد که اثرگذاری تبلیغ، تنها به دانش دینی محدود نمی‌شود، بلکه اخلاق و رفتار عملی مبلغ نیز در پذیرش پیام توسط مخاطبان نقش تعیین‌کننده‌ای دارد (مطهری، ۱۳۸۴).

با توجه به تغییرات اجتماعی، فرهنگی و رسانه‌ای در عصر حاضر، تبلیغ دینی با فرصت‌ها و چالش‌های نوینی مواجه شده است. گسترش رسانه‌ها و فناوری‌های نوین، امکان دسترسی گسترده‌تر به مخاطب و تعامل سریع‌تر با آن‌ها را فراهم کرده و در عین حال، نیازمند مهارت‌های نوین تبلیغی و بازننگری در روش‌های سنتی است (زارعی، ۱۳۹۳).

نقش بانوان مبلغه نیز در این میان بسیار ویژه است. بانوان با حضور فعال در خانواده و جامعه و نقش تربیتی خود، می‌توانند اثرگذاری بلندمدت و پایدار در انتقال آموزه‌های دینی داشته باشند و نقش مؤثری در تربیت نسل آینده ایفا کنند (حیدری، ۱۳۹۷).

با وجود اهمیت تبلیغ دینی در هدایت جامعه اسلامی، پژوهش‌ها و تجربه‌های میدانی نشان می‌دهد که بسیاری از مبلغان با چالش‌هایی مواجه‌اند که توانایی اثرگذاری آنان را کاهش می‌دهد.

این چالش‌ها شامل ضعف علمی، کمبود مهارت‌های تبلیغی و ارتباطی، ناپایداری اخلاقی و ناکافی بودن بهره‌گیری از رسانه‌های نوین است (نراقی، ۱۳۹۵).

از سوی دیگر، بانوان مبلغه به دلیل نقش تربیتی ویژه در خانواده و جامعه، ظرفیت مهمی در هدایت و تربیت نسل آینده دارند. بی‌توجهی به تربیت علمی و اخلاقی آنان می‌تواند موجب از دست رفتن فرصت‌های ارزشمند در ارتقای فرهنگی و دینی جامعه شود (حیدری، ۱۳۹۷).
با توجه به این ضرورت‌ها، پژوهش حاضر به دنبال پاسخ به سؤالات زیر است:
ویژگی‌های علمی، اخلاقی و مهارتی مبلغان دینی چیست؟

تربیت علمی و اخلاقی مبلغان چگونه باید انجام شود تا اثربخش باشد؟

مهم‌ترین چالش‌ها و آسیب‌های موجود در تربیت مبلغان چیست؟

نقش بانوان مبلغه در تأثیرگذاری بر جامعه اسلامی چگونه است؟

تأثیر رسانه‌ها و فناوری‌های نوین بر اثربخشی تبلیغ دینی چگونه است؟

هدف این پژوهش، ارائه تصویری جامع از الزامات و چالش‌های تربیت مبلغان دینی، تحلیل نقش بانوان در عرصه تبلیغ و ارائه راهکارهای علمی و کاربردی برای افزایش اثربخشی تبلیغ دینی است.

با توجه به اهمیت تبلیغ دینی در هدایت فکری و اخلاقی جامعه و نقش بنیادین مبلغان در انتقال معارف اسلامی، پژوهشگران متعددی در سال‌های اخیر به بررسی ابعاد مختلف تربیت مبلغان، ویژگی‌های اخلاقی و مهارتی آنان و میزان تأثیرگذاری ایشان در جامعه پرداخته‌اند. هرچند این مطالعات هر یک از زاویه‌ای خاص به موضوع نگریسته‌اند، اما مجموع آن‌ها نشان‌دهنده جایگاه راهبردی تربیت مبلغان دینی در پویایی فرهنگی جامعه اسلامی است. با توجه به اهمیت موضوع، پژوهشگران آثار متعددی تألیف کرده‌اند که برخی از مهم‌ترین آن‌ها به شرح زیر است:
مطهری، مرتضی. (۱۳۸۴). تعلیم و تربیت در اسلام. تهران: صدرا.

این کتاب به تحلیل نقش تربیت اخلاقی و علمی در تحقق اهداف تبلیغ دینی می‌پردازد و اهمیت تهذیب اخلاق مبلغ برای اثرگذاری تبلیغ را مورد تأکید قرار داده است. جعفری، محمدتقی. (۱۳۹۰). اخلاق و تربیت در اسلام. تهران: مؤسسه تدوین و نشر آثار علامه جعفری.

این اثر ویژگی‌های اخلاقی مبلغان دینی و ارتباط آن با موفقیت در تبلیغ را بررسی کرده و اهمیت خلوص نیت و رفتار پیامبرگونه را مطرح می‌کند. آقاجانی، مهدی. (۱۳۹۸). آسیب‌شناسی تبلیغ دینی در ایران معاصر. قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.

پژوهش حاضر چالش‌ها و آسیب‌های موجود در تربیت مبلغان دینی را شناسایی کرده و ضعف مهارت‌های تبلیغی و اخلاقی را از مهم‌ترین عوامل ناکامی معرفی می‌کند. حیدری، زهرا. (۱۳۹۷). نقش بانوان در تبلیغ دینی در جهان معاصر. قم: مرکز تحقیقات زن و خانواده.

این مطالعه بر ظرفیت ویژه بانوان مبلغه در خانواده و جامعه تأکید دارد و نشان می‌دهد حضور فعال بانوان در تبلیغ دینی می‌تواند اثرگذاری بلندمدت و پایدار داشته باشد. زارعی، محمدرضا. (۱۳۹۳). روش‌های نوین تبلیغ دینی در فضای مجازی. مشهد: انتشارات به‌نشر. این کتاب به بررسی تحول روش‌های تبلیغ دینی در عصر دیجیتال پرداخته و ضرورت تلفیق تبلیغ سنتی و نوین برای افزایش اثرگذاری را بیان می‌کند. تربیت مبلغان دینی به‌عنوان فرآیندی هدفمند و سیستماتیک، نیازمند توجه به ابعاد مختلف علمی، اخلاقی و مهارتی است. مبانی نظری این پژوهش بر اساس آموزه‌های قرآنی، روایی و مطالعات علمی شکل گرفته است و چارچوب مفهومی آن سه محور اصلی را دربرمی‌گیرد.

۱. تربیت علمی

مطالعات نشان می‌دهد که تسلط بر دانش دینی و علوم مرتبط، پایه‌ای‌ترین نیاز مبلغان برای انتقال صحیح معارف است (مطهری، ۱۳۸۴). بدون دانش کافی، مبلغ نمی‌تواند پاسخگوی نیازهای مخاطبان باشد و اثرگذاری تبلیغ کاهش می‌یابد.

۲. تربیت اخلاقی و رفتاری

اخلاق اسلامی، خلوص نیت، صداقت، تواضع و مهارت‌های ارتباطی از مهم‌ترین ویژگی‌های اخلاقی مبلغان است (جعفری، ۱۳۹۰). پژوهش‌ها نشان می‌دهد که مبلغی که خود متخلق به فضائل اخلاقی باشد، قدرت نفوذ بیشتری در جامعه دارد و می‌تواند مخاطب را به پذیرش پیام دینی تشویق کند.

۳. تربیت مهارتی و تبلیغی

مهارت‌های تبلیغی شامل فنون بیان، آشنایی با مخاطب، استفاده از رسانه‌های نوین و خلاقیت در ارائه پیام است (زارعی، ۱۳۹۳). در عصر دیجیتال، ترکیب مهارت‌های سنتی تبلیغ با بهره‌گیری از رسانه‌های نوین، سطح اثرگذاری تبلیغ را به‌طور قابل توجهی افزایش می‌دهد.

بر اساس منابع و یافته‌های پیشین، چارچوب مفهومی این پژوهش شامل تربیت جامع مبلغان در سه بعد علمی، اخلاقی و مهارتی، با توجه ویژه به نقش بانوان و تأثیر رسانه‌های نوین است. این چارچوب، امکان تحلیل تأثیرگذاری مبلغان بر جامعه و شناسایی خلأهای تربیتی و ارائه راهکارهای ارتقای اثرگذاری تبلیغ دینی را فراهم می‌آورد (حیدری، ۱۳۹۷؛ آقاجانی، ۱۳۹۸).

چالش‌ها و آسیب‌شناسی تربیت مبلغان دینی

تربیت مبلغان دینی با چالش‌ها و آسیب‌هایی همراه است که می‌تواند اثربخشی تبلیغ را کاهش دهد. بررسی منابع و پژوهش‌های مرتبط نشان می‌دهد که این چالش‌ها را می‌توان در چند محور اصلی دسته‌بندی کرد:

۱. ضعف علمی و آموزشی

عدم تسلط کافی مبلغان بر علوم دینی و مهارت‌های تبلیغی، یکی از مهم‌ترین موانع تأثیرگذاری آنان است. پژوهش‌ها نشان می‌دهد که مبلغان بدون دانش کافی نمی‌توانند پاسخگوی نیازهای فکری و معنوی جامعه باشند (مطهری، ۱۳۸۴؛ آقاجانی، ۱۳۹۸).

۲. مسائل اخلاقی و رفتاری

نشان می‌دهد که ترکیب آموزش تئوریک، تمرین عملی، مراقبت اخلاقی و خودسازی، اثرگذاری تبلیغ را افزایش می‌دهد (مطهری، ۱۳۸۴؛ جعفری، ۱۳۹۰).

مهم‌ترین چالش‌ها و آسیب‌های موجود در تربیت مبلغان

مهم‌ترین چالش‌ها شامل ضعف علمی، نقص مهارت‌های تبلیغی، ناکافی بودن اخلاق عملی، محدودیت‌های مالی و نهادهای حمایتی ضعیف است (آقاجانی، ۱۳۹۸). این چالش‌ها موجب کاهش اثرگذاری تبلیغ و ناتوانی در پاسخ به نیازهای معنوی و فرهنگی جامعه می‌شود.

نقش بانوان مبلغه در تأثیرگذاری بر جامعه اسلامی

بانوان مبلغه با حضور فعال در خانواده و جامعه، ظرفیت ویژه‌ای در تربیت نسل آینده و انتقال آموزه‌های دینی دارند. پژوهش‌ها نشان می‌دهد که حمایت از آموزش تخصصی، توانمندسازی اخلاقی و ایجاد فرصت‌های تبلیغی برای بانوان، اثرگذاری آنان را به‌طور قابل توجهی افزایش می‌دهد (حیدری، ۱۳۹۷).

تأثیر رسانه‌ها و فناوری‌های نوین

رسانه‌های نوین و فضای مجازی فرصت‌های گسترده‌ای برای دسترسی سریع به مخاطبان و گسترش تبلیغ ایجاد کرده‌اند. پژوهش‌ها نشان می‌دهد که تلفیق روش‌های سنتی با ابزارهای دیجیتال، سطح تأثیرگذاری تبلیغ را بهبود می‌بخشد و مبلغان باید مهارت استفاده از این ابزارها را کسب کنند (زارعی، ۱۳۹۳).

با توجه به چالش‌ها و آسیب‌های شناسایی شده در تربیت مبلغان دینی، ارائه راهکارهای عملی و علمی برای ارتقای اثرگذاری تبلیغ ضروری است. همچنین مقایسه روش‌های سنتی و نوین تبلیغ می‌تواند به انتخاب بهترین شیوه‌های تبلیغی کمک کند.

راهکارهای ارتقای تربیت مبلغان دینی

برای ارتقای اثربخشی تبلیغ دینی، نخست لازم است که آموزش علمی مبلغان تقویت شود. برگزاری دوره‌های تخصصی و کارگاه‌های آموزشی برای ارتقای دانش دینی و مهارت پاسخگویی به شبهات، پایه‌ای‌ترین اقدام است (مطهری، ۱۳۸۴). همزمان، تهذیب اخلاقی مبلغ باید مورد

توجه قرار گیرد و خلوص نیت، تواضع، صداقت و رفتار پیامبرگونه در تربیت وی تقویت شود، زیرا این ویژگی‌ها اعتماد و پذیرش مخاطب را افزایش می‌دهد (جعفری، ۱۳۹۰).
توانمندسازی مهارتی نیز از دیگر الزامات است. مبلغان باید مهارت‌های ارتباط مؤثر، شناخت مخاطب، فنون بیان و بهره‌گیری از رسانه‌های نوین و فضای دیجیتال را کسب کنند تا تبلیغشان تأثیرگذارتر باشد (زارعی، ۱۳۹۳). توجه ویژه به بانوان مبلغه نیز ضروری است؛ ایجاد فرصت‌های آموزشی و تبلیغی، توانمندسازی اخلاقی و مهارتی آنان موجب اثرگذاری بلندمدت در خانواده و جامعه می‌شود (حیدری، ۱۳۹۷). همچنین، حمایت‌های مالی و نهادی برای فعالیت‌های تبلیغی مستمر، نقش کلیدی در موفقیت تبلیغ دارد (آقاجانی، ۱۳۹۸).

مقایسه تبلیغ سنتی و نوین

تبلیغ سنتی عمدتاً مبتنی بر روش‌های حضوری مانند سخنرانی، کلاس و آموزش مستقیم است که امکان ارتباط عاطفی مستقیم با مخاطب و اثرگذاری بلندمدت را فراهم می‌آورد. محدودیت اصلی آن، پوشش محدود مخاطبان و نیاز به زمان و مکان مشخص است. در مقابل، تبلیغ نوین با بهره‌گیری از رسانه‌های دیجیتال و فضای مجازی امکان دسترسی سریع و گسترده به مخاطبان را فراهم می‌کند و بازخورد سریع و امکان تعامل آنلاین را به همراه دارد. با این حال، ارتباط عاطفی و اثرگذاری بلندمدت ممکن است در این روش کاهش یابد و مبلغان نیازمند مهارت‌های دیجیتال و تولید محتوای جذاب هستند.

بر این اساس، بهترین راهکار، ترکیب روش‌های سنتی و نوین است. مبلغان باید ارتباط اخلاقی و عاطفی سنتی را حفظ کنند و همزمان از ظرفیت رسانه‌ها و فناوری‌های نوین برای افزایش دسترسی و اثرگذاری تبلیغ بهره‌برداری نمایند. این رویکرد امکان ارائه تبلیغ جامع، مؤثر و سازگار با مقتضیات عصر حاضر را فراهم می‌آورد.

نتیجه گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی چگونگی تربیت مبلغان دینی و تحلیل تأثیر آنان بر جامعه، با تأکید بر نقش بانوان مبلغه، انجام شد. یافته‌ها نشان داد که تربیت مبلغان دینی باید به صورت جامع و متوازن در سه بعد علمی، اخلاقی و مهارتی انجام شود تا اثرگذاری تبلیغ در جامعه افزایش یابد.

ابعاد اخلاقی، مانند خلوص نیت، تواضع، صداقت و رفتار پیامبرگونه، نقش اساسی در نفوذ کلام و پذیرش پیام دینی دارد. توانمندسازی بانوان مبلغه نیز ظرفیت مهمی برای تربیت نسل آینده و ارتقای سطح فرهنگی و اخلاقی جامعه فراهم می‌کند. بهره‌گیری هوشمندانه از رسانه‌ها و ترکیب روش‌های سنتی و نوین تبلیغ، امکان دسترسی گسترده‌تر به مخاطبان و اثرگذاری پایدار را فراهم می‌سازد.

چالش‌های اصلی تربیت مبلغان شامل ضعف علمی، نقص مهارت‌های تبلیغی، کمبود آموزش اخلاقی، محدودیت‌های مالی و بهره‌گیری ناکافی از رسانه‌های نوین است. بر این اساس، طراحی الگوی جامع تربیت مبلغان دینی، حمایت نهادهای دینی و مالی، آموزش مهارت‌های نوین تبلیغ، ارتقای سطح اخلاقی و توانمندسازی بانوان، از مهم‌ترین راهکارهای افزایش اثرگذاری تبلیغ دینی محسوب می‌شود.

این پژوهش نشان می‌دهد که توجه هم‌زمان به تربیت علمی، اخلاقی و مهارتی مبلغان، تلفیق روش‌های سنتی و نوین تبلیغ و بهره‌گیری از ظرفیت بانوان مبلغه، می‌تواند پایه‌های فرهنگی، اخلاقی و دینی جامعه اسلامی را تقویت کند و موجب اثرگذاری بلندمدت تبلیغ دینی شود.

منابع :

*قرآن کریم.

*نهج البلاغه.

۱. آقاجانی، مهدی. (۱۳۹۸). آسیب‌شناسی تبلیغ دینی در ایران معاصر. قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، صص. ۷۰-۲۵.
۲. اسدی، احمد. (۱۳۹۵). روش‌های نوین تبلیغ دینی و تأثیر آن بر جامعه. تهران: نشر معارف، صص. ۵۵-۱۵.
۳. بروجردی، حسن. (۱۳۹۴). مبانی اخلاق در تبلیغ دینی. قم: انتشارات دانشگاه مفید، صص. ۸۰-۴۵.
۴. جعفری، محمدتقی. (۱۳۹۰). اخلاق و تربیت در اسلام. تهران: مؤسسه تدوین و نشر آثار علامه جعفری، صص. ۹۵-۳۰.
۵. جعفری، ناصر. (۱۳۹۳). مدیریت و برنامه‌ریزی تبلیغ دینی. تهران: انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و معارف اسلامی، صص. ۷۵-۲۵.
۶. حیدری، زهرا. (۱۳۹۷). نقش بانوان در تبلیغ دینی در جهان معاصر. قم: مرکز تحقیقات زن و خانواده، صص. ۱۲۰-۵۰.
۷. زارعی، محمدرضا. (۱۳۹۳). روش‌های نوین تبلیغ دینی در فضای مجازی. مشهد: انتشارات به‌نشر، صص. ۷۰-۱۰.
۸. سبزواری، سید علی. (۱۳۹۶). تربیت مبلغان دینی و روش‌های نوین تبلیغ. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق، صص. ۸۵-۲۵.
۹. سلیمانی، رضا. (۱۳۹۲). مهارت‌های تبلیغ دینی در عصر دیجیتال. تهران: انتشارات سمت، صص. ۶۰-۱۵.

۱۰. طاهری، فاطمه. (۱۳۹۵). تأثیر آموزش اخلاقی بر موفقیت مبلغان دینی. مشهد: انتشارات دانشگاه فردوسی، صص. ۷۵-۳۰.
۱۱. فاضلی، حسن. (۱۳۹۱). تربیت اخلاقی و علمی مبلغان دینی. تهران: انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، صص. ۶۵-۲۰.
۱۲. قمی، علی. (۱۳۹۸). آموزش تخصصی بانوان مبلغه. قم: انتشارات پژوهشگاه زن و خانواده، صص. ۹۰-۴۰.
۱۳. کریمی، حسین. (۱۳۹۴). چالش‌های تبلیغ دینی در جامعه معاصر. تهران: انتشارات دانشگاه تهران، صص. ۱۰۰-۵۰.
۱۴. لاریجانی، مهدی. (۱۳۹۳). اخلاق اسلامی در تربیت مبلغان. تهران: نشر معارف، صص. ۲۵-۷۰.
۱۵. مطهری، مرتضی. (۱۳۸۴). تعلیم و تربیت در اسلام. تهران: صدرا، صص. ۱۰۰-۴۵.
۱۶. موسوی، ناصر. (۱۳۹۷). رسانه و تبلیغ دینی: فرصت‌ها و چالش‌ها. قم: انتشارات پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، صص. ۸۰-۳۰.
۱۷. نراقی، محمدرضا. (۱۳۹۵). چالش‌ها و آسیب‌های تبلیغ دینی در ایران. تهران: انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و معارف اسلامی، صص. ۷۵-۲۰.
۱۸. هدایت، محمود. (۱۳۹۶). آموزش مهارت‌های تبلیغ دینی. مشهد: انتشارات دانشگاه فردوسی، صص. ۹۰-۴۰.
۱۹. همتی، علی‌اصغر. (۱۳۹۴). تجارب موفق در تربیت مبلغان دینی. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق، صص. ۷۰-۱۵.
۲۰. یوسفی، احمد. (۱۳۹۸). ارتباط اخلاقی و تأثیر تبلیغ در جامعه. قم: مرکز تحقیقات اخلاق و تربیت اسلامی، صص. ۸۵-۳۰.
۲۱. بحارالانوار، ج ۷۵، محمدباقر مجلسی، قم: دارالکتب الاسلامیه، ۱۴۱۰