[پگاه حوزه،](http://www.hawzah.net/fa/magazine/numberlist/6436) [3 تیر 1388 - شماره 59](http://www.hawzah.net/fa/magazine/magart/6436/6927/0)

**راه فردا، نقش تبلیغ در تحول حوزه**

**علی مهدیان**

|  |
| --- |
| آیا می توان ادعا کرد که تبلیغ دانش بتواند موجب تحول دستگاه تولید دانش شود؟  آیا تبلیغ می تواند موجب تحول دانش شود؟  آیا تبلیغ می تواند موجب تحول نظام تعلیم و تربیت حوزه شود؟  اینها سوالاتی است که می تواند تبلیغ را از یک فعالیت جانبی و حاشیه ای خارج کرده و در متن وظایف حوزه قرار دهد. تبلیغ یک مأموریت و هدف نهایی نیست، بلکه یک حاشیه است. یک رویکرد در نوع نگاه تخصصی حوزه نیست، بلکه یک کار کنار دیگر کارها است. تبلیغ مفهوم خود را تغییر داده و بار روانی دیگری پیدا کرده است. یک وظیفه حاشیه ای در کنار درس که باید مراقب بود به درس لطمه نزند فعالیتی که احتیاج به عمق ندارد و به قول یکی از اساتید غور مبلغ به اندازه قول او است. عملی فردی که از روستاهای کشور شروع می شود و به حسب رشد قدرت بیان ممکن است تا شهرها و دانشگاه ها هم کشیده شود. خلاصه وظیفه ای کفایی که بیشتر دامن نیروهای عادی حوزوی را می گیرد و ربطی به تحقیق ندارد.  اما به نظر می رسد نظر بسیاری از علما و پیشروان عرصه دینداری و دین شناسی چنین نباشد جمله معروف امام خمینی که وظیفه اصلی حوزه علمیه را تبلیغ می داند زیاد دیده اید. به نظر می رسد امام همان طور که تفقه را تعریف خاصی می کند رسالت روحانیت را هم به گونه ای خاص تعریف می نماید: «خصوصیات بزرگی چون قناعت و شجاعت و صبر و زهد و طلب علم و عدم وابستگی به قدرت ها و مهم تر از همه احساس مسئولیت در برابر توده ها روحانیت را زنده و پایدار و محبوب ساخته است و چه عزتی بالاتر از این که روحانیت با کمی امکانات تفکر اسلام ناب را بر سرزمین افکار و اندیشه مسلمانان جاری ساخته است و نهال مقدس فقاهت در گلستان حیات و معنویت هزاران محقق به شکوفه نشسته است... مادامی که فقه در کتاب ها و سینه علماء مستور بماند ضرری متوجه جهان خواران نیست و روحانیت تا در همه مسائل و مشکلات حضور فعال نداشته باشد نمی تواند درک کند که اجتهاد مصطلح برای اداره جامعه کافی نیست حوزه ها و روحانیت باید نبض تفکر و نیاز آینده جامعه را همیشه در دست خود داشته باشند. چه بسا شیوه های رایج اداره  امور مردم در سالهای آینده تغییر کند و جوامع بشری برای حل مشکلات خود به مسائل جدید اسلام نیاز پیدا کند علماء بزرگوار اسلام از هم اکنون باید برای این موضوع فکری کنند».(منشور روحانیت 3اسفند 67)  به نظر می رسد مسئله تبلیغ مأموریت اصلی حوزه های علمیه است مأموریتی که در تمام ارکان این سازمان مهم و نهاد اجتماعی از یک سو و سبک زندگی طلاب از سوی دیگر تأثیر خواهد گذاشت رهبر انقلاب نیز این موضوع را بارها به گونه های مختلف بیان داشته است ایشان در سخنرانی در جمع روحانیون کرمان در سال 84 می فرمایند: «مهم ترین وظیفه روحانیون تقویت ایمان مردم است... تقویت ایمان، زبان، شیوه های نو و محتوای عالی لازم دارد......تقویت ایمان بیش از زبان عمل لازم دارد».  یا ایشان در دیدار با روحانیان در سال 77 می فرماید: «تبلیغ وظیفه اصلی روحانیون و علمای دین است.... درس خواندن ما، فکر کردن ما، تحقیق کردن ما مقدمه تبلیغ دین خدا و تبلیغ حقّ است. ...تشکیل حکومت اسلامی و جهاد فی سبیل الله و مبارزات بزرگی که علمای دین انجام داده اند مقدمه این بوده که حقایق الهی به دل های پاک برسد».  اهمیت تبلیغ آنقدر زیاد است که نمی توان به اجمال از کنار آن گذشت امروز کمتر طلبه ای است که به اهمیت تبلیغ اذعان نکند، اما مسئله این است که ابعاد این اهمیت را به مباحثه نمی گذاریم و تأثیر محوریت تبلیغ را در زندگی خود از یک سوی و در نظام آموزشی و پژوهشی حوزه مورد مداقه قرار نمی دهیم.  مسئله این است که گروهی فکر می کنند ورود تبلیغ در پژوهش به معنی این است که تبلیغ را موضوع و مسئله پژوهش قرار دهیم این حداقل کاری است که باید انجام بگیرد - که معلوم نیست تا چه اندازه حق همین هم ادا شده باشد - اما مسئله مهم تر این است که ساختار و فرایند و روش پژوهش ها باید متأثر از تبلیغ باشد و این مسئله مهم تری است تبلیغ یک تکه انضمامی به پژوهش ها نیست، بلکه باید روح حاکم بر پژوهش های حوزوی باشد در یک تقسیم بندی ساده پژوهش را می توان به این مراحل تقسیم کرد: 1. دیدن مشکل؛ 2. تبدیل مشکل به مسئله؛ 3. تولید فرضیه؛ 4. جمع آوری اطلاعات مفید؛ 5. تحلیل اطلاعات؛ 6. تقویت یا تضعیف فرضیه؛ 7. تفاهم اجتماعی نظریه در جامعه متخصص.  پیدا کردن مشکل احتیاج دارد که پژوهشگر با موضوع مورد نظر درگیر باشد تا بتواند با بصیرت کافی مشکل را دریابد در یک کارخانه این کارگر پای دستگاه است که بهتر از هر کسی می فهمد دستگاه کم کم دچار مشکل می شود روحانیت برای این که بفهمد مشکل در کجا است باید کجا را بشناسد؟ دین امری است که فطری بشر است و به صورت بالقوه در انسان ها وجود دارد نقشه فعلیت دادن به این فطرت را از بیرون به آن عرضه می کنند تا این مسیر طلایی طی شود برای اینکه بفهمیم مشکل کجا است باید با این انسان و این جامعه که موضوع رشد دین هستند درگیر بود اینجا هم اهمیت تهذیب و یکی از نقش های آن در تولید دانش روشن می شود و هم اهمیت رو در رویی با جامعه و این خیز تبلیغ است که این موقعیت را برای پژوهش گر درست می کند تا مشکلات را ببیند.  شهید مطهری در مقدمه کتاب انسان و سرنوشت توضیح می دهد که چگونه سال ها است که درگیر یک مسئله اساسی است و همه تحقیقاتش را حول آن انجام داده و تازه جالب این جا است که او حتی نظام مسائل خود را نیز به صورت ذهنی از مسئله و مشکل اصلی انتزاع نمی کند، بلکه نظام مائل خود را نیز از دل عینیت جامعه و ذهنیت حاکم بر توده ها و متخصصین صید می کند. از انسانی که در گوشه کتابخانه ها بزرگ شده و جایی غیر از کنج حجره و جلسه مباحثه را تجربه نمی کند چطور می توان انتظار داشت که یک پژوهش گر در خدمت جریان حق قرار بگیرد؟  باز شهید مطهری است که می گوید وقتی به شهر آمدم در ابتدا دیدم آنچه من می دانم به درد کسی نمی خورد و آنچه دیگران نیاز دارند من ندارم. اتفاقا ایشان بسیاری از مباحث خود را از دل همین تراث دینی حوزه ارائه می داد مسئله این بود که ارتباط با نیاز و مشکل است که موجب مفید شدن اطلاعات و کارآمدی آنها می شود. اما چه این مرحله و چه مرحله دوم؛ یعنی تبدیل مشکل به مسئله و انتخاب مسئله همه تاثیر واقعی و نقش اساسی تبلیغ را نشان نمی دهند تبلیغ در مرحله فرضیه سازی هم دخیل است مبلغ بیش از دیگران انسان و جامعه را تجربه خواهد کرد و فرضیه سازی بیش از هر چیز وابسته به قدرت حدس است و قدرت حدس زمانی تقویت می شود که افراد در فضای مورد نظر تنفس کرده باشند نظریات امام خمینی در باب فقه بیش از هر چیز وابسته به عینیت گرایی و ارتباط او با مردم و انسان ها بوده است نظریه خطابات قانونی او که مخاطب شارع را جامعه می داند نه فرد و صورت مولا و عبد را که به صورت سنتی در اصول ما شکل گرفته به هم می زند و فرض جدیدی مطرح می کند از همین قبیل است. حدس قوه بسیار ارزشمندی است و دانش مدیون حدس است اما چگونه می توان این قوه را تقویت کرد ؟ ارائه مباحث و ارتباط دو سویه با جامعه ای که قرار است این نظریات را در خود تجلی دهد می تواند این قوه را قوت ببخشد همواره کسانی که در فضای یک دانش بیشتر غوطه می خورند حدس های قوی تری دارند و دانش دین دانشی است که دو سوی دارد انسان و جامعه از سویی و نقل و متن از سوی دیگر. موضوع و حکم که ارکان هر حکم شرعی است در این وضعیت شناخته می شود و در همین فضا فطرت انسان و جامعه بیشتر درک می شود. کشف بنای عقلا که از ارکان حجت های اصولی است احتیاج به انس با فطرت های بشری دارد برای اینکه بتوان ذوق و سلیقه و انفعال و غیره را از حکم فطری آنها بازشناخت و بماند که به عقیده عده ای چون علامه طباطبایی جامعه نیز روح دارد و فطرتی پس تکلیف دارد و ثواب و عقابی و چگونه می توان با این جامعه رابطه برقرار کرد. نظریات صائب را در دین معمولا کسانی می دهند که از جهتی خوب به خود شناسی می پردازند و کار تهذیبی می کنند و از سوی دیگر به شناخت جامعه دست می زنند البته این نکته نیز مغفول نیست که خود شناسی قوت جامعه شناسی را هم بالا می برد ولی رابطه با انسان ها و ارائه دین به آنها از معدات رشد این شناخت می باشد. مسئله دیگر جمع آوری اطلاعات مفید است شاید کمتر این بحث را مطرح کرده باشند که آهنربایی که با آن اطلاعات جمع آوری می شود چیست بارها شنیده اید که تفکر حرکت در معلومات برای کشف مجهولات است، اما چگونه این معلومات از طومار دانایی های ما جدا می شود این هم به قوه حدس مرتبط است و اهمیت آن را بیان کردیم؛ بعلاوه که امروزه یکی از مهم ترین روش های کشف اطلاعات اقدام پژوهی است یعنی درگیری با عینیت و کشف اطلاعات جدید، اما برای تحلیل اطلاعات و ارزش گذاری اطلاعات ملاک های مختلفی وجود دارد. اینجا این بحث را می توان مطرح کرد که آیا نمی توان ملاک ارزش گذاری اطلاعات را چیزی بیش از صدق قرار داد چنان که در فقه و اصول ملاک ارزش گذاری حجیت است که وسعتی بیش از صدق و مطابقت با واقع دارد اینکه پایگاه حجیت چه باشد مسئله قابل توجهی است، اما قطعا ثمردهی گزاره ها و کارآمدی آنها در نزدیک کردن انسان به خدا می توان یکی از این ویژگی ها باشد اینجا است که عده ای از فضلای حوزه معتقدند ما می توانیم رشته دانشی مجزایی به نام «علم برای ایمان» داشته باشیم که در واقع در آن دانشی تولید می شود که اثرش رشد دل و ایمان انسان به سمت خداوند باشد این مسئله ای است که اگر بتوانیم مبانی معرفت شناسانه آن را دفاع کنیم -که ظاهرا قابل دفاع هم هست - افق جدیدی را برای حوزه علمیه باز خواهد کرد اما به غیر از این حتی اگر ملاک را صرفا صدق گزاره ها هم بدانیم ارتباط با عینیت می تواند قدرت بررسی تطبیق با واقع و نزدیک کردن پاسخها به واقعیت و لااقل احتمال تطبیق را بالا ببرد. تبلیغ به شرط آن که درست تبیین شود و اجرا گردد می تواند یک فعالیت پژوهشی باشد و محققین و پژوهش گران ما تولید دانش را به عنوان یکی از ثمرات تبلیغ به نظاره بنشینند. این مختصر برای توضیح مسئله کافی نیست، اما می تواند لااقل طرح بحث مفیدی برای توجه به نقش تبلیغ در تغییر تا عمق حساسیت های حوزه باشد. قطعا تبلیغ اگر محور توجه قرار بگیرد می توان نظام پژوهشی حوزه و فعالیت پژوهشی هر محقق حوزوی اعم از فیلسوف و کلامی و اخلاقی و فقیه را تحت تاثیر قرار دهد. و همین روشن می کند که تبلیغ چگونه می تواند نظام آموزشی حوزه را نیز متحول کند تبلیغ می تواند حوزه را زنده و پویا کند همواره حضور در جمع های مبلغ نشاط افزا است اینها بیش از همه ارکان حوزه فضای پر انگیزه و با نشاط حوزه را نشان می دهند چرا این فضا تمام فضای حوزه را اعم از کتابخانه ها و کلاس های درس را فرا نگیرد. نظام آموزشی حوزه می تواند با این رویکرد تربیت های مختلف متناسب با وظایف اجتماعی و تبلیغی مختلف داشته باشد طلاب می توانند از ابتدا به قصد تبلیغ تربیت شوند در این صورت ریزش حوزوی و طلابی که در میانه راه از مسیر علم آموزی جدا می شوند نیز به کار جامعه خواهند آمد و نیروهایی با نشاط و کارآمد خواهیم داشت. بهترین راه برای تغییر هر دستگاهی توجه به رسالت و خروجی آن است به نظر می آید خروجی بهترین نقطه برای رشد و ارتقای هر سازمان باشد خروجی دستگاه روحانیت رشد و تربیت دینی جامعه و انسان ها است و از این جا اگر شروع به تعریف و بازسازی کنیم کل این ساختار و فرآیندهای آنها به تناسب و هماهنگ رشد خواهد نمود. آموزش تبلیغ محور خواهد توانست کل موضوعات درسی را در مراحل مختلف علم آموزی متحول نماید، به عنوان مثال اولا یک تلقی درست و قوی از دین به طلاب داده خواهد شد مثلا کتاب های شهید مطهری در ابتدای کار اولویت بیشتری نسبت به سیوطی و مغنی پیدا خواهد کرد. رهبری می فرماید من اگر جای حوزه علمیه بودم طلاب را مجبور می کردم که آثار این شخصیت را بخوانند و تلخیص کنند و امتحان بدهند تنها چنین رویکردی است که توجیه می کند چرایی محور قرار دادن این نوع دروس را که در بالا توضیح داده شد که نظر ایشان نسبت به وظیفه اصلی حوزه چیست. رسالت حوزه تبلیغ است یعنی خیلی چیزهایی که الان ارزش اصلی شده و چشم ها را پر کرده است رسالت حوزه نمی باشد. کار اخلاقی در محور فعالیت های حوزه مخصوصا در سال های اول قرار خواهد گرفت و از آنجا که بیان شد پژوهش تبلیغ محور چگونه ممکن است می توان محصولات عمیق پژوهشی نیز از این نیروها انتظار داشت. به هر حال به نظر می رسد که این غایت مهم حوزه های علمیه باید به عنوان روح حاکم در همه فعالیت های حوزوی خود را به صورت برنامه های روشن نشان دهد. |