

آسیب شناسی تبلیغ روحانیت بانگاہی بہ

نقطہ نظرات امام خمینی رحمۃ اللہ علیہ

دکتر ایوب رنجبری

(استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی)

عزیزہ اصغری

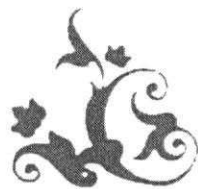
سرشناسه	: رنجیری، ایوب
عنوان و نام پدیدآور	: آسیب شنای تبلیغ روحانیت با نگاهی به نقطه نظرات امام خمینی (ره) / ایوب رنجیری، عزیزه اصغری
مشخصات نشر	: قم، مشعل هدایت، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	: ۲۳۷ ص
شابک	: ۳۵۰۰۰ ریال / ۸-۰۶-۶۹۵۴-۶۲۲-۹۷۸
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: کتابنامه: ص ۲۳۷؛ همچنین به صورت زیرنویس.
موضوع	: اسلام - تبلیغات
موضوع	: روحانیت - اخلاق حرفه ای
موضوع	: واعظان - اخلاق حرفه ای
موضوع	: خمینی، روح الله، رهبر انقلاب و بنیانگذار جمهوری اسلامی ایران، ۱۲۷۹ - ۱۳۶۸ - دیدگاه درباره روحانیت
موضوع	: خمینی، روح الله، رهبر انقلاب و بنیانگذار جمهوری اسلامی ایران، ۱۲۷۹ - ۱۳۶۸ - دیدگاه درباره تبلیغات
شناسه افزوده:	: اصغری، عزیزه
رده بندی کنگره	: Bp ۱۷/۶۲ / ۹
رده بندی دیویی	: ۲۹۷/۰۴۵
شماره کتابداری ملی	: ۹۸۶۵۳۲۷

شناسنامه کتاب

نام کتاب: آسیب شناسی تبلیغ روحانیت با نگاهی به نقطه نظرات امام خمینی (ره)

مؤلف	: دکتر ایوب رنجیری (استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد ماکو) - عزیزه اصغری
ناشر	: مشعل هدایت
صفحه آرا	: فاطمه رابط (خدمات کامپیوتری ماندگار)
نوبت چاپ	: اول ۱۳۹۸
چاپ	: یاران
شمارگان	: ۲۰۰۰
قیمت	: ۳۵۰۰۰ تومان
شابک	: ۸-۰۶-۶۹۵۴-۶۲۲-۹۷۸

حق چاپ برای مؤلف محفوظ است.



تحمیدیه

«و الحمد لله على ما عَرَفْنَا مِنْ نَفْسِهِ، وَالْهَمْنَا مِنْ شُكْرِهِ، وَفَتَحَ
لَنَا مِنْ أَبْوَابِ الْعِلْمِ بِرُبُوبِيَّتِهِ، وَدَلَّنَا عَلَيْهِ مِنَ الْإِخْلَاصِ لَهُ فِي
تَوْحِيدِهِ، وَجَنَّبَنَا مِنَ الْإِلْحَادِ وَالشَّكِّ فِي أَمْرِهِ». (صحیفه
سجادیه، دعای اول، ص ۳۲)

«سپاس خدای را که خویشتن را به ما شناساند و شکر و سپاس
خود را به ما الهام نمود و درهای علم به ربوبیت و
پروردگاریش را بر ما گشود و بر اخلاص در توحید و
یگانگی اش ما را راهنمایی فرمود، از کجروی و شک و دودلی
در امر خود دورمان ساخت.

تقدیم

این تلاش اندک و پر از خطا را تقدیم می‌کنم به تمامی عالمان، روحانیون، مرزداران شریعت، سرپرستان اصل دین و ایمان، تشکیلاتی ریشه دار، که در طول تاریخ، نبض جریان‌های فکری و سیاسی را در دست داشته و همیشه با تحریف سرکشان و افتحال مبطلان و تأویل جاهلان که همگی سپاه شیطانند، مبارزه کردند و با ملامت ملامت کنندگان، از سنگرهای خود نگریخته و از انجام رسالت الهی شانه خالی نکردند؛ وصیت نامه‌هایشان در کنار شمشیرهایشان و قهرشان در کنار مهرشان و وعده‌ی حکومت مستضعفان، ورد دائی زبانشان و امید بخش مظلومان بوده است.

و به خصوص، تقدیم به روح ملکوتی احیاکننده‌ی اسلام ناب محمدی، زاهد مجاهد، پیر و مراد ره پویان و سالکان طریق حق، حضرت روح الله (قدس اله نفسه الزکیه)، او که لحظه لحظه‌ی حیاتش تفسیر روشن بندگی و تبیین اسرار و معارف دین بود.

چکیده

پژوهش حاضر، با عنوان «آسیب شناسی تبلیغ روحانیت با نگاهی به نقطه نظرات امام خمینی (ره)» انجام گرفته است و به دنبال هدف‌هایی چون: آشنایی با جایگاه تبلیغ و مبلغ دینی، شناخت ویژگی‌ها و وظایف روحانی دینی، شناخت روش‌ها و ابزارها، بررسی آفت‌ها، در ابعاد مختلف تبلیغ و ارائه راهکار مناسب، در محدوده‌ی آیات و روایات و نظر بزرگان دینی می‌باشد. و به روش اسناد و مدارکی و گردش میدانی با استفاده از منابع دست اول و معتبر به سؤال‌های چون: - بر اساس نقطه نظرات امام خمینی (ره) روحانیت در امر تبلیغ با چه موانع و مشکلاتی روبروست؟ - جایگاه تبلیغ و مبلغ در آیات و روایات را تبیین نمایید؟ - وظایف و ویژگی‌های مبلغ موفق دینی چه می‌باشد؟ - شیوه‌ها و ابزارهای تبلیغی کدامند؟ - موانع و آفت‌های تبلیغ روحانیت چیست؟ - راهکارهای آسیب زدایی تبلیغ روحانیت کدامند؟ و چه عوامل و موانع و راهکارهایی برای تبلیغ بانوان وجود دارد؟ پاسخ می‌گوید.

ثمره‌ی بحث حاضر این است که از دیدگاه آیات و روایات و نظر بزرگان دین، برترین فعالیتها تبلیغ دین و ارزش‌های اصیل اسلام و ارزشمندترین سخن‌ها، سخن مبلغ دین، در جهت سوق دادن انسان در مسیر کمال نهایی است. انجام وظایفی، چون بیداری عقل و فطرت، ایجاد وحدت و همدلی، تعلیم اصول عقاید و... و داشتن ویژگی‌های بارز اخلاقی و عملی، بصیرت دینی، علم به ابعاد مختلف تبلیغ، از بایسته‌هایی است که مبلغ، باید به آنها آراسته باشد. روش‌ها و ابزارها و محتوای مناسب نیز لازمه‌ی تبلیغ موفق است. به ناچار این حرکت خطیر، آفت‌های فردی، اجتماعی، روشی و ابزاری خواهد داشت، که پس از بررسی آنها، راهکارهایی مناسب با این آفت‌ها در فصل پنجم ارائه شده است. فصل ششم نیز با نگاهی آماری از عوامل و موانع و راهکارهای تبلیغ بانوان سخن گفته است.

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۷	چکیده
۱۷	کلیات و مفاهیم
۱۸	معنای لغوی
۱۹	معنای اصطلاحی
۲۱	مقدمه
۲۵	فصل اول: جایگاه تبلیغ و روحانی
۲۷	۱-۱- جایگاه تبلیغ
۲۷	۱-۱/۱- وجوب تبلیغ
۲۹	۱-۱/۲- اهمیت تبلیغ
۳۰	۱-۱/۳- زنده کردن مردم
۳۱	۱-۱/۴- یاری خداوند
۳۲	۱-۲- جایگاه مبلغ دین (روحانی)
۳۲	۱-۲/۱- فضیلت روحانی
۳۴	۱-۲/۲- مسئولیت روحانی

۳۶	۲/۳-۱- حقوق روحانی
۳۷	۲/۴-۱- پاداش روحانی
۳۹	فصل دوم: وظایف و ویژگیهای روحانی موفق
۴۱	۲-۱- وظایف روحانی
۴۱	۲-۱/۱- بیدار کردن فطرت و عقل
۴۳	۲-۱/۲- تعلیم اصول عقاید
۴۶	۲-۱/۳- دعوت به وحدت و همدلی
۴۷	۲-۱/۴- تبلیغ ولایت و رهبری
۴۸	۲-۱/۵- دعوت به مکارم اخلاقی
۴۹	۲-۱/۶- شناساندن قرآن و عترت
۵۰	۲-۱/۷- امر به معروف و نهی از منکر
۵۱	۲-۲- ویژگیهای روحانی موفق
۵۱	۲-۲/۱- ویژگیهای علمی
۵۲	۲-۲/۱/۱- آگاهی و بصیرت دینی
۵۳	۲-۲/۱/۲- مخاطب شناسی
۵۵	۲-۲/۱/۳- مکان شناسی
۵۶	۲-۲/۱/۴- زمان شناسی
۵۷	۲-۲- ویژگیهای اخلاقی
۵۷	۲-۲/۲-۱- تهذیب نفس
۵۷	۲-۲/۲/۲- ایمان قلبی
۵۸	۲-۲/۲-۳- اخلاص
۵۹	۲-۲/۲/۴- صداقت و امانت
۶۰	۲-۲/۲/۵- برنامه ریزی و نظم و انضباط



- ۶۰..... ۲-۲-۲/۶ - سازش ناپذیری در اصول
- ۶۲..... ۲-۲-۲/۷ - سوز و درد آشنایی
- ۶۳..... ۲-۲-۲/۸ - صبر و شکیبایی
- ۶۴..... ۲-۲-۲/۹ - توکل
- ۶۵..... ۲-۲-۲/۱۰ - ویژگیهای عملی
- ۶۵..... ۲-۲-۳/۱ - تطابق گفتار با عمل
- ۶۶..... ۲-۲-۳/۲ - قناعت و ساده زیستی
- ۶۷..... ۲-۲-۳/۲ - یارگیری
- ۶۸..... ۲-۲-۳/۴ - مبارزه با بدعتها
- ۶۹..... ۲-۲-۳/۵ - آراستگی ظاهر
- ۷۱..... فصل سوم: شیوه‌ها و ابزارهای تبلیغ
- ۷۳..... ۳-۱ - شیوه‌های تبلیغ
- ۷۳..... ۳-۱/۱ - آسان و قابل فهم بودن
- ۷۴..... ۳-۱/۲ - میانه روی در تبلیغ
- ۷۵..... ۳-۱/۳ - قاعده‌ی تدریج
- ۷۷..... ۳-۱/۴ - تهیج عواطف
- ۷۸..... ۳-۱/۵ - استفاده از برهان و جدل و مناظره
- ۸۰..... ۳-۱/۶ - به کارگیری شیوه‌های نوین
- ۸۱..... ۳-۲ - ابزارهای تبلیغ
- ۸۲..... ۳-۲/۱ - خطابه
- ۸۳..... ۳-۲/۲ - قلم و انتشارات
- ۸۵..... ۳-۲/۳ - هنر
- ۸۶..... ۳-۲/۴ - استفاده از ابزارهای ارتباطی نوین

فصل چهارم: آفات و موانع تبلیغ	۸۷
۴-۱- آفتهای فردی	۸۹
۴-۱/۱- آفتهای علمی	۹۰
۴-۱-۱/۱- نداشتن استعداد ذاتی و آمادگی جسمی و روحی	۹۰
۴-۱-۱/۲- ضعف دانش و بصیرت دینی	۹۰
۴-۱-۱/۳- ضعف بنیهی فکری و اعتقادی	۹۳
۴-۱-۱/۴- بی توجهی نسبت به آگاهی مخاطب	۹۴
۴-۱-۱/۵- بی توجهی نسبت به عقاید مخاطب	۹۶
۴-۱-۱/۶- عدم تناسب تبلیغ با سن و جنس مخاطب	۹۸
۴-۱-۱/۷- غفلت از جایگاه اجتماعی مخاطب	۹۹
۴-۱-۱/۸- درگیر شدن با خواستههای فطری مردم	۱۰۱
۴-۱-۱/۹- بی توجهی به سبب و علل	۱۰۲
۴-۱-۱/۱۰- عدم فراگیر سازی امر تبلیغ و محدودیت حوزههای زمانی و	۱۰۳
۴-۱-۱/۱۱- عدم آشنایی با فرهنگ اجتماعی	۱۰۴
۴-۱/۲- آفتهای اخلاقی	۱۰۶
۴-۱-۲/۱- عدم تهذیب نفس	۱۰۶
۴-۱-۲/۲- تملق و چاپلوسی	۱۰۷
۴-۱-۲/۳- ریا و نفاق	۱۰۸
۴-۱-۲/۴- غرور	۱۰۹
۴-۱-۲/۵- خود محوری و غفلت	۱۰۹
۴-۱-۲/۶- حسد	۱۱۱
۴-۱-۲/۷- خشونت و تحقیر و اجبار	۱۱۲
۴-۱-۲/۸- عدم اعتماد به نفس	۱۱۳
۴-۱-۲/۹- ناشکیبایی	۱۱۵



- ۱۱۷..... ۴-۱-۲/۱۰ - نقد گریزی
- ۱۱۸..... ۴-۱-۲/۱۱ - عدم ثبات شخصیت و بیمبالانی در گفتار
- ۱۱۸..... ۴-۱-۲/۱۲ - دنیاگرایی و منصب گرایی
- ۱۲۰..... ۴-۱/۲ - آفتهای عملی
- ۱۲۰..... ۴-۱-۳/۱ - عدم تطابق گفتار با عمل
- ۱۲۳..... ۴-۱-۳/۲ - سستی در انجام رسالت
- ۱۲۴..... ۴-۱-۳/۳ - ترک امر به معروف و نهی از منکر
- ۱۲۷..... ۴-۱-۳/۴ - عوام زدگی
- ۱۲۸..... ۴-۱-۳/۵ - زمان زدگی یا التقاط
- ۱۲۹..... ۴-۱-۳/۶ - شرکت در منازعات سیاسی
- ۱۳۰..... ۴-۱-۳/۷ - خود را در معرض تهمت و سوء ظن قرار دادن
- ۱۳۱..... ۴-۱-۳/۸ - تفرقه افکنی
- ۱۳۲..... ۴-۱-۳/۹ - ضدیت با ولایت فقیه
- ۱۳۳..... ۴-۱-۳/۱۰ - جدا انگاری
- ۱۳۵..... ۴-۱-۳/۱۱ - عدم آراستگی ظاهر
- ۱۳۶..... ۴-۲ - آفتهای اجتماعی
- ۱۳۶..... ۴-۲/۱ - آسیبهای سازمانی
- ۱۳۶..... ۴-۲-۱/۱ - عدم توجیه دانش پژوهان
- ۱۳۷..... ۴-۲-۱/۲ - مهم بودن جایگاه و موقعیت روحانیت در جامعه
- ۱۳۷..... ۴-۲-۱/۳ - ثابت ماندن ساختار سازمان روحانیت
- ۱۳۸..... ۴-۲-۱/۴ - عدم برنامه ریزی مناسب
- ۱۳۹..... ۴-۲-۱/۵ - ناتوانی در جذب و تربیت مبلغ کارآمد
- ۱۴۰..... ۴-۲-۱/۶ - کمبود لوازم و امکانات تبلیغی
- ۱۴۱..... ۴-۲-۱/۷ - ناهماهنگی بین مراکز تبلیغ

- ۱۴۱..... ۱/۸-۲-۴ - عدم ارزیابی استمرار تبلیغات
- ۱۴۲..... ۱/۹-۲-۴ - کمبود بودجه
- ۱۴۳..... ۲/۲-۴ - آفتهای موجود در مخاطب
- ۱۴۳..... ۲/۱-۲-۴ - هوا پرستی
- ۱۴۴..... ۲/۲-۲-۴ - لجاجت و تعصب ورزیدن نسبت به نیاکان
- ۱۴۶..... ۲/۳-۲-۴ - شخصیت زدگی
- ۱۴۶..... ۲/۴-۲-۴ - کر و غرور
- ۱۴۷..... ۲/۵-۲-۴ - جهل یا پیروی از شک و گمان
- ۱۴۸..... ۲/۶-۱-۴ - ردیدان دین گریز
- ۱۴۹..... ۲/۷-۲-۴ - کارسکنی دشمنان
- ۱۵۵..... ۳-۴-۴ - آفتها در قالب، معنوی و ابزارها و روشها
- ۱۵۵..... ۳/۱-۴ - آفت در قالب و معنوی
- ۱۵۵..... ۱/۱-۳-۴ - بی مقدمه وارد بحث شدن
- ۱۵۶..... ۱/۲-۳-۴ - مشخص نبودن موضوع سخنرانی
- ۱۵۶..... ۱/۳-۳-۴ - گزینش نامناسب موضوع
- ۱۵۶..... ۱/۴-۳-۴ - طرح نامناسب
- ۱۵۶..... ۱/۵-۳-۴ - مزاج نامتعادل داشتن
- ۱۵۷..... ۱/۶-۳-۴ - سخن ارتجالی
- ۱۵۷..... ۱/۷-۳-۴ - خالی بودن سخن از چاشنی معنویات
- ۱۵۸..... ۱/۸-۳-۴ - استعمال کلمات ناپسند
- ۱۵۹..... ۱/۹-۳-۴ - عدم اعتدال در سرعت کلام
- ۱۵۹..... ۱/۱۰-۳-۴ - عدم رعایت اعتدال در اندازهی سخن
- ۱۶۰..... ۱/۱۱-۳-۴ - استعمال کلمات سخت و دشوار
- ۱۶۲..... ۱/۱۲-۳-۴ - عدم تسلط کافی به متن سخنرانی



- ۱۶۲..... ۱/۱۳-۳-۴ - نارسایی سخن
- ۱۶۳..... ۱/۱۴-۳-۴ - یکنواختی و عدم تحرک و هماهنگی اعضاء با یکدیگر
- ۱۶۴..... ۳/۲-۴ - روشها و ابزارهای نامناسب
- ۱۶۴..... ۲/۱-۳-۴ - استفاده از روش تحکیم و تحمیل
- ۱۶۵..... ۲/۲-۳-۴ - نقل ظنیات
- ۱۶۶..... ۲/۳-۳-۴ - عدم بهره‌گیری از زبان هنر
- ۱۶۸..... ۲/۴-۳-۴ - شتابزدگی و غیر تدریجی بودن
- ۱۶۹..... ۲/۵-۳-۴ - ضعف در نشریات و مطبوعات
- ۱۷۱..... فصل پنجم: راهکارهای آسیب زدایی از تبلیغ روحانیت
- ۱۷۳..... ۵-۱- راهکارهای آسیب زدایی فردی
- ۱۷۳..... ۱/۱-۵ - آگاهی کامل خود دین
- ۱۷۴..... ۱/۲-۵ - آگاهی از مخاطب
- ۱۷۶..... ۱/۳-۵ - شناخت محیط تبلیغ
- ۱۷۷..... ۱/۴-۵ - توجه به خواسته‌های نظری مردم
- ۱۷۸..... ۱/۵-۵ - ایمان به هدف و نه‌راسیدن از شرایط
- ۱۸۰..... ۱/۶-۵ - تهذیب نفس
- ۱۸۱..... ۱/۷-۵ - تواضع، سوز، مردمی بودن
- ۱۸۲..... ۱/۸-۵ - حسن معاشرت
- ۱۸۲..... ۱/۹-۵ - عفت و پاکدامنی
- ۱۸۳..... ۱/۱۰-۵ - صداقت در گفتار و رفتار
- ۱۸۳..... ۱/۱۱-۵ - صراحت و قاطعیت
- ۱۸۴..... ۱/۱۲-۵ - طرح تبلیغی مناسب
- ۱۸۴..... ۱/۱۳-۵ - مرد عمل بودن

۱۸۵.....	۵-۱/۱۴ - احساس مسئولیت.....
۱۸۵.....	۵-۱/۱۵ - التزام به امر به معروف و نهی از منکر.....
۱۸۶.....	۵-۱/۱۶ - پرهیز از قرار گرفتن در مواضع تهمت.....
۱۸۶.....	۵-۱/۱۷ - کوشش در ایجاد وحدت و برادری.....
۱۸۷.....	۵-۱/۱۸ - سادگی در عین نظم و آراستگی.....
۱۸۷.....	۵-۲ - راهکارهای رفع آسیبهای اجتماعی.....
۱۸۷.....	۵-۲/۱ - رفع آسیبهای سازمان روحانیت.....
۱۸۹.....	۵-۲/۲ - ضرورت شناخت دشمن.....
۱۹۰.....	۵-۲/۳ - رفع آسیبهای موجود در مخاطب.....
۱۹۲.....	۵-۳ - آسیب‌دایی از قالب محتوای و ابزارها و شیوه‌ها.....
۱۹۲.....	۵-۳/۱ - قالب و محتوای.....
۱۹۴.....	۵-۳/۲ - استفاده از شیوه‌ها و روشهای مناسب.....
۲۰۳.....	فصل ششم: نگاهی آماری بر عوامل و موانع و راهکارهای تبلیغ بانوان.....
۲۲۵.....	نتیجه و پیشنهاد.....
۲۲۹.....	منابع و مآخذ.....

کلیات و مفاهیم:

ما در این رساله‌ی تحقیقی درصدد هستیم که با استفاده از آیات و روایات اهل بیت علیهم‌السلام و نظر عالمان بزرگ به خصوص امام خمینی رحمه‌الله و حجه الاسلام و المسلمین آقای قرائتی، شهید مرتضی مطهری. تبلیغ روحانیت را که به عنوان دژ محکم در رشد و بالندگی جامعه‌ی دینی مطرح می‌باشد، مورد نقد و بررسی قرار داده و با موانع و آفت‌های تبلیغ روحانیت شیعه آشنا و راهکارهایی در خور شایسته ارائه نماییم و در این مسیر از نقطه نظرات معمار کبیر انقلاب اسلامی امام خمینی رحمه‌الله بهره‌مند خواهیم شد.

در اهمیت موضوع همین بس که خداوند، هدف از نزول قرآن را ابلاغ و تبیین آن می‌داند که بعد از پیامبر صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم و ائمه اطهار علیهم‌السلام در عصر حضور و غیبت بر عهده‌ی روحانیت بزرگوار نهاده شده است و همچنین جامعه‌ی دینی برای پویایی و مذهبی شدن و حفظ ارزش‌های اصیل اسلام، نیاز مبرم به تبلیغ روحانیت دارد و مساله‌ی تبلیغ از مهمترین مسائل است که در رأس همه‌ی آنها قرار گرفته است، چرا که سعادت و کمال فردی و اجتماعی در سایه‌ی آشنایی با مبانی و آموزه‌های اصیل دینی است و این هدف زمانی قابل دستیابی است که امر تبلیغ عاری از هر گونه آفت باشد و روحانیت معظم، وظایف و تکالیف خویش را به نحو احسن و به درستی ایفا نماید.

هدف از ارائه‌ی تحقیق فوق، خدای ناکرده خدشه دار کردن مقام و مرتبه عالمان و روحانیون بزرگوار نیست، بلکه آشنایی کامل با جایگاه تبلیغ روحانیت و وظایف و ویژگیهای روحانی موفق، شناخت ابزارها و شیوه‌های ارائه تبلیغ

راهبردی و کارا و بررسی آسیب‌ها و آفت‌ها و ارائه راهکار مناسب، به جهت بهبود وضعیت موجود و پیشبرد اهداف دینی و سوق دادن انسان به سوی مذهبی شدن و دفع تهمت‌ها و ایرادهای دشمنان قسم خورده می‌باشد.

معنای لغوی

آسیب: زخم، کوب، ضرب، آفت، بلا و ضرر و زیان.^۱

آسیب: آزار، گزند، زیان، خسارت.^۲

الافه: عرضٌ یُفسِدُ ما یُصِیْبُه و هی العاهة و الجمعُ (آفات)^۳

بلغ الشيء: یبلغ بلوغاً و بلاغاً؛ وَصَلَ و انتهى و أَبْلَغَه و بَلَّغَه تبلیغاً.^۴ «بَلَّغَ یَبْلُغُ» به معنای رسیدن و منتهی شدن است و ابلاغ کردن و تبلیغ نیز معانی باب افعال و تفعیل می‌باشد.

بَلَّغَ: اصلٌ واحدٌ و هو الوصول إلى الشيء: تقولُ بَلَّغْتُ المكانَ.^۵ «بَلَّغَ» یک معنا دارد و آن رسیدن به چیزی است. قرآنی رسیدن به مکان.....)

بَلَّغَ: رجلٌ بَلَّغَ؛ یبلغ، و قد بلغ بلاغه و بلغ الشيء، یبلغ بلوغاً و أَبْلَغَتْهُ ابلاغاً و بَلَّغَتْهُ تبلیغاً فی الرسالة و نَحَوَّها و فی کذا بَلَّغٌ و تبلیغُ ای کفایه.^۶ «بَلَّغَ» به معنای رسیدن است و به باب افعال و تفعیل رسیده است و ابلاغ و تبلیغ همان تبلیغ در رساندن در رسالت است و همچنین به معنای کتابت نیز آمده است.

۱- محمد معین، فرهنگ فارسی معین، ج ۱، ص ۱۲۲.

۲- حسن عمید، فرهنگ عمید، ج ۱، ص ۳۵.

۳- احمد بن محمد بن علی المقرئ القیومی، المصباح المنیر، ج ۲ و ۱، قم، مؤسسه دارالهجره، چاپ دوم، ۱۴۱۴ ه.ق.

۴- ابن منظور، لسان العرب، ج ۸، ص ۴۱۹.

۵- حسن مصطفوی، التحقیق فی کلمات القرآن الکریم، ج ۱، ص ۳۳۳.

۶- خلیل بن احمد فراهیری، العین، ج ۴، ص ۴۲۱.

روحانی : دانشمند دینی ، پیشوای مذهبی.^۱

روحانی : (ص.ن)، منسوب به روح، پارسا، اهل صفا، فقیه و دانشمند،

پیشوای مذهبی.^۲

روحانیت [ع] «روحانیه»: جامعه روحانیت، گروه پیشوایان دینی.^۳

روحانیت : [ع.م. صناعی]، جامعه روحانیت. گروه پیشوایان دینی، روحانیون

اسلام.^۴

سازمان : مجموع کارمندان، دستگاهها و شعب یک اداره یا بنگاه که

بدستاری همگی کار خود را به ترتیب انجام بدهند، تشکیلات.^۵

ابزار، آلت، هر چه وسیله‌ی آن کاری انجام دهند.^۶

شیوه : راه و روش، قاعده، قانون، طریقه.^۷

جایگاه : مقام ، رتبه.^۸

معنای اصطلاحی

آسیب شناسی: اصطلاح آسیب شناسی (Pathology)، در اصل به علم

پزشکی تعلق دارد ولی بعدها به تدریج این اصطلاح به علوم اجتماعی راه یافت ،

۱- محمد معین ، فرهنگ فارسی معین ، ج ۲، ص ۱۱۸۷.

۲- همان، ج ۲، ص ۱۰۶۷.

۳- همان، ج ۲، ص ۱۰۶۸.

۴- علی اکبر دهخدا، لغت نامه دهخدا، بخش اول، حرف (راء)، ص ۹۷-۹۶.

۵- همان، ج ۲، ص ۱۱۴۶.

۶- حسن عمید، ج ۱، ص ۷۲.

۷- همان ، ج ۲، ص ۱۳۴۶، محمد معین، فرهنگ معین، ج ۲، ص ۱۴۶۹.

۸- محمد معین، فرهنگ معین، ج ۱، ص ۸۸۲ و حسن عمید، فرهنگ عمید، ج ۱، ص ۶۷۵.

در سالهای اخیر دارد حوزه‌های علوم دینی شده است و با عنوان آسیب شناسی دینی مطرح است. آسیب شناسی در تبلیغ دین نیز به معنای شناخت موانع و آفات موجود در امر تبلیغ می‌باشد.

تبلیغ: رساندن کامل پیام، خبر و اندیشه و سخن به دیگری است و در حوزه‌ی معرفت دینی، تبلیغ یعنی رساندن پیام الهی به دل مخاطب که توسط مبلغ صورت می‌گیرد.

روحانیت: واژه‌ای است که از آن به صنف یا سازمان روحانیت نیز تعبیر آورده شده است. اما در هر حال گروه اجتماعی خاصی است که عنوان‌هایی مانند فقها و علما و.... به خود گرفته است. این گروه با عنوان روحانیت وارد فرهنگ شیعی شده است. و مجموعه‌ای است که در طول تاریخ، نبض جریان‌ات فکری و سیاسی را در دست داشته است و تا پای جان برای انجام رسالت‌های خویش مقاومت کرده‌اند.

مقدمه

مسأله‌ی تبلیغات از مهمترین مسائل است و در رأس همه‌ی امور قرار گرفته است، و هزینه و بودجه مصرفی آن، حتی از تمام هزینه‌های تسلیحاتی و نظامی نیز بیشتر است. چرا که پیشرفت و توسعه‌ی تمام جوامع به این امر مهم وابسته است. جذب ملت‌ها و توده‌ها و تأمین منافع دولتها و ملت‌ها و شرکت‌ها و نظایر آن، معرفی مکتب‌ها و نظام‌ها و گاهی اوقات، استثمار و استعمار کشورهای ضعیف و به زانو درآوردن آنها در سایه‌ی تبلیغات قوی، امکان‌پذیر است که قدرتهای بزرگ و استعمارگر جهان با تبلیغات زهرآگین و شیطانی خود، یکه تاز و رقیب بلا منازع در این نبرد مهم و سرنوشت ساز می‌باشند.

دین مقدس اسلام نیز، بدین عنوان مکتبی کامل و جهانی و جاودانی، به این امر، اهمیت فراوان قائل شده است. چرا که جهانی کردن دین و تشریح ارزش‌های الهی و انسانی و بیان حقایق و معارف دین اسلام، تنها در سایه‌ی تبلیغات گسترده و با بهره‌گیری از تمام امکانات و شرایط ممکن است و هرگز بدون آن حقایق قرآن و سیره و سنت نبوی به گوش جهانیان نخواهد رسید و دشمنان فرصت طلب با چیره شدن بر مسلمانان، فرهنگ غنی اسلام را نابود ساخته و آینده‌ی جوامع انسانی، با خطری جدی مواجه خواهد شد.

لذا آیات و روایات فراوانی از ارزش و اهمیت تبلیغ سخن را در آن راه به عنوان یک تکلیف الهی و وظیفه‌ی دینی برشمرده است و مبلغ را به عنوان نماینده‌ی خدا و کتاب خدا و حجّت بر مردم معرفی کرده و سخن او را والاترین سخن‌ها و مقام او را برتر از انبیاء و شهدا دانسته است. در این راستا مبلغ وظیفه

دارد که پیام غنی اسلام را به مردم برساند و فطرت آنها را برانگیخته و از تاریکی جهل به روشنایی علم و هدایت رهنمون شود، مکتب اسلام را به آنها نمایانده، به توحید و نبوت و معاد فراخوانده و شیوه زندگی صحیح را به مردم آموزش دهد و از زشتی‌ها باز دارد، تابع حق باشد و از باطل دوری گزیند و در حالت کلی، مبلغ رسالت‌های پیامبران خدا باشد.

انجام هر چه بهتر این وظایف و تداوم بخشی به راه انبیا و دفاع از ارزشهای دینی، طلب می‌کند که روحانی دینی، ویژگیهای علمی و اخلاقی و عملی خاصی را در خود ایجاد نماید. آگاهی و بصیرت دینی، مخاطب شناسی، جامعه شناسی، تخلّق به اخلاق حسنه و دوری از رذایل اخلاقی و آراستگی به برخی ویژگی- های شایسته‌ی علمی، از جمله ویژگی‌هایی است که بدون آنها، تلاش‌های تبلیغی، ضررهای فردی و اجتماعی جهان ناپذیری را در پی خواهد داشت.

انجام این رسالت سنگین و خطرناک به ابزارها و وسایلی نیاز دارد، تا به کمک آن مبلغ، پیام خود را به مردم برساند؛ خطابه، نوشتار و ابزارهای اطلاع رسانی مانند؛ رادیو، تلویزیون و..... و بهره‌گیری از ابزارهای تبلیغی نوین همچون؛ رایانه، ماهواره و در انتقال هر چه بهتر مفاهیم دینی، بسیار راهگشا می‌باشد.

تأثیر شگرف تبلیغ نیز زمانی نمایان می‌شود که پیام در دل و جان مخاطب نفوذ نماید، چنین مهمی زمانی قابل دسترسی است که از شیوه‌های صحیح و مطابق با موازین فطری و عقلی و شرعی بهره گرفته شود.

گاهی اوقات تبلیغ دین نیز همچون سایر امور با موانع و آفت‌هایی روبرو می‌شود که آفات فردی و اجتماعی و آفت در روش‌ها و ابزار و محتوای پیام از جمله‌ی این آفت‌هاست و موفقیت تبلیغی حاصل نمی‌شود، مگر اینکه مبلغ

دین با این آفت‌ها و موانع مبارزه کرده و خود و جامعه را واکسینه نماید و با جایگزین کردن روش‌های مناسب، تا ریشه کن کردن این آسیب‌ها از پای ننشیند.

موضوع حاضر با عنوان «آسیب شناسی تبلیغ روحانیت با نگاهی به نقطه نظرات امام خمینی (ره)» درصدد است که با استفاده از آیات و روایات موجود و نظر عالمان بزرگوارى چون امام خمینی (ره)، حجه الاسلام و المسلمین آقای قرائی، حجه الاسلام فلسفی و استاد شهید مرتضی مطهری، تبلیغ دین را که به عنوان دژ محکم در رشد و بالندگی جامعه دینی مطرح می‌باشد، مورد نقد و ارزیابی قرار داده است و با مشکلات و موانع تبلیغ روحانیت آشنا و راهکارهای مناسب ارائه نماید و در این راستا از نقطه نظرات معمار کبیر انقلاب اسلامی، امام خمینی (ره) بهره گرفته شده است.