

<https://www.aftabekherad.ir>

## Challenges of the clergy's relationship with the new generation

**Mehdi Shajarian**

Professor at the Higher Levels of Qom Seminary, PhD in Islamic Philosophy from Baqir Al-Uloom University

**Received: 2018/12/04**

**Accepted: 2018/12/29**

### **Abstract**

The main issue of this article is what challenges does the clergy face in the area of relationship with the new generation? Considering the social roles of the clergy such as preaching, teaching, social, political presence, etc., the category of "relationship with the masses" is of utmost importance for this class, and if this relationship is diluted, the institution of the clergy will be weakened. Based on an analytical and explanatory study, this research has addressed the factors that cause "soft challenge" and "hard challenge" in this area. Soft challenge consists of the negative internal emotions of the audience, such as anger and hatred, and hard challenge consists of external factors that cause distance and lack of relationship with the clergy. The factors of soft challenge are explained in the four categories of "nature of the clergy's calling", "unethical actions of the clergy", "change in the identity of the clergy in the eyes of the people", and "lack of attention by the clergy to priorities". The factors of the difficult challenge can also be explained in the four categories of "lack of attention to the common language", "concentration on linguistic invitation", "widespread attack of anti-cultural activities" and "inefficient scientific productions". It is obvious that efforts to eliminate these eight factors and strengthen the process of communication between the clergy and the masses will have an inverse relationship.

**Keywords:** clergy, religious propaganda, clergy ethics, clergy identity, clergy priorities, cultural invasion, cyberspace.

## چالش‌های ارتباط روحانیت با نسل جدید

مهدی شجریان<sup>۱</sup>

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۹/۱۳

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۱۰/۰۸

### چکیده

مسئله اصلی این نوشتار این است که روحانیت در عرصه ارتباط با نسل جدید با چه چالش‌هایی مواجه است؟ با نظر به نقش‌های اجتماعی روحانیت نظیر تبلیغ، تعلیم، حضور اجتماعی، سیاسی و ... مقوله «ارتباط با توده مردم» برای این صنف در اوج اهمیت بوده و در صورت رقیق شدن این ارتباط نهاد روحانیت تضعیف می‌گردد. این تحقیق بر پایه یک مطالعه تحلیلی و تبیینی به عواملی که موجب «چالش نرم» و «چالش سخت» در این عرصه می‌شوند پرداخته است. چالش نرم عبارت است از هیجان‌ات منفی درونی مخاطب، نظیر خشم و نفرت و چالش سخت عبارت است از عوامل بیرونی که موجبات فاصله و عدم ارتباط با روحانیون را فراهم می‌کنند. عوامل چالش نرم در چهارگانه «طبیعت دعوت روحانیون»، «کنش‌های غیراخلاقی روحانیون»، «تغییر هویت روحانیت در نگاه مردم» و «کم‌توجهی روحانیت به اولویت‌ها» تبیین می‌گردند؛ چنانچه عوامل چالش سخت نیز در چهارگانه «عدم توجه به زبان مشترک»، «اکتفا به دعوت زبانی»، «هجمه گسترده فعالیت‌های ضد فرهنگی» و «تولیدات علمی ناکارآمد» قابل تبیین هستند. بدیهی است که تلاش برای رفع این عوامل هشتگانه و تقویت فرآیند ارتباط روحانیت با توده مردم رابطه معکوس خواهند داشت.

**کلید واژه‌ها:** روحانیت، تبلیغ دین، اخلاق روحانیت، هویت روحانیت، اولویت‌های روحانیت، تهاجم فرهنگی، فضای مجازی.

---

<sup>۱</sup> استاد سطوح عالی حوزه علمیه قم، دانش‌آموخته دکتری فلسفه اسلامی دانشگاه باقر العلوم m.shajarian  
110@gmail.com -

## مقدمه

واژه روحانیت سه معنا دارد: روحانیت به معنای «معنویت» در مقابل مادیت، روحانیت به معنای «عالم ارواح و ملائکه» و روحانیت به معنای «صنف خاصی از انسان‌ها» (معصومی، ۱۳۹۰: ۳۶). در این مقاله مقصود معنای سوم است؛ صنفی که رسالت آن، ترویج و تبلیغ پیام‌های دین، حراست از چارچوب و اصول دین، تلاش برای ایجاد زمینه مساعد در راستای تحقق اهداف دین و تلاش برای رفع موانع موجود بر سر راه توسعه دین است. روحانی در عرف اجتماعی فردی است که در حوزه‌های علمیه تحصیل کرده است و رسالت‌ها و اهداف مذکور را غالباً با نحوه پوششی خاص دنبال می‌کند و به مقتضای معنای لغوی این واژه، دنیاگرا نیست و به امور معنوی و روحانی اشتغال دارد (غلامی، ۱۳۸۳: ۵۰).

روحانیت - با تعریف فوق - یکی از تأثیرگذارترین اصناف در طول تاریخ شیعه بوده است. تحریم تنباکو، نهضت مشروطیت، ملی شدن صنعت نفت، قیام ۱۵ خرداد و در نهایت انقلاب اسلامی ایران برخی از جلوه‌های نفوذ این نهاد در عمق جامعه اسلامی و شیعی معاصر است. مقوم این نهاد به عنوان مبلغ دین مسئله «ارتباط با مخاطب» است به گونه‌ای که اگر این امکان به صورت کلی از کف این نهاد بیرون رود بقای آن با مخاطره جدی روبرو می‌شود. نقش‌ها و کارکردهای هفتگانه روحانیت - یعنی تبلیغ، تعلیم، الگو بودن، اجرای مناسک، مرجعیت فقهی، حضور اجتماعی و فعالیت سیاسی (شجاعی‌زند، ۱۳۸۸: ۲۶۰-۲۵۹) - همگی متقوم به مقوله «ارتباط با مردم» هستند. در نتیجه به میزانی که این ارتباط رقیق شود، هویت اصیل این صنف نیز رنگ می‌بازد؛ چنانچه به هر میزان این ارتباط عمیق شود بر قدرت و نفوذ این صنف و کارآمدی آن نیز افزوده می‌شود.

حال که هویت این صنف اصیل و تأثیرگذار با مسئله ارتباط با مردم عجین شده است، مطالعه در باب چالش‌های این ارتباط بسیار ضروری قلمداد می‌شود. به طور خاص واکاوی چالش‌هایی که در عصر کنونی نفوذ پیدا کرده و از عمق ارتباط می‌کاهند ضرورتی دوچندان پیدا می‌کند زیرا این عصر، مخاطبانی جدید با اقتضائاتی نوین را طرف سخن این صنف قرار داده است. بر همین اساس پرسش اصلی که این مقاله در کانون توجه قرار می‌دهد عبارت است از اینکه «روحانیت در عرصه ارتباط با نسل جدید با چه چالش‌هایی مواجه است»؟

## چهارچوب نظری

از یک منظر می‌توان مخاطبان صنف روحانیت را به سه دسته تقسیم نمود.

**الف. مخاطب با هیجانات عاطفی منفی:** مقصود افرادی است که به دلایل مختلف رابطه قلبی خوبی با این نهاد ندارند و نفرت، کینه، بغض، خشم و حالاتی از این قبیل را نسبت به روحانیت در درون خود می‌یابند؛

**ب. مخاطب با هیجانات عاطفی مثبت:** مقصود افرادی است که در تقابل با صورت قبل رابطه قلبی مثبتی دارند و محبت، عشق، وابستگی، ابتهاج و حالاتی از این دست نسبت به روحانیت دارند؛

**ج. مخاطب بدون هیجانات عاطفی:** مقصود افرادی است که در موضعی خنثی و بی‌طرف قرار دارند و به لحاظ قلبی همگرایی یا واگرایی با این صنف ندارند. به نظر نگارنده صنف روحانیت در مواجهه با این مخاطب‌های سه‌گانه، با دو نوع چالش به شرح ذیل مواجه است:

– **چالش‌های نرم:** چالش‌های نرم «عناصر درونی» و همان هیجانات منفی هستند که بر پایه برخی عوامل در درون خصوص مخاطبین دسته اول شکل گرفته‌اند. این چالش‌ها اهمیت فراوانی دارند زیرا با وجود آنها ارتباط مطلوب میان روحانی و مخاطب مدنظر شکل نخواهد گرفت چراکه با وجود هیجانات عاطفی مذکور و در پرده بغض و کینه و خشم، صدای متکلم به گوش جان مخاطب نمی‌رسد و ارتباط عمیقی شکل نمی‌گیرد. از یک منظر عواملی که این چالش‌های نرم را ایجاد می‌کنند به دودسته قابل تقسیم هستند: عوامل قدیم که از گذشته وجود داشته‌اند و به این هیجانات منفی دامن زده‌اند و عوامل جدید که بیشتر ناظر به نسل جدید هستند و در جهان آنها شکل گرفته‌اند.

**چالش‌های سخت:** چالش‌های سخت «عناصر بیرونی» هستند و در خصوص مخاطبان دسته دوم و سوم قابل طرح می‌باشند. چنانچه گذشت این مخاطبان نسبت به روحانیت هیجانات منفی ندارند به همین جهت در خصوص آنها با چالش درونی مواجه نیستیم اما در عین حال پاره‌ای از عوامل موجب می‌شوند که ارتباط مطلوب با این دودسته اخیر نیز مشکل و در پاره‌ای از موارد ناممکن گردد. این عوامل ممکن است مخاطبان دودسته اخیر را به دسته اول ملحق نمایند و ممکن است چنین نکنند اما در عین حال ارتباط با آنها را با مشکل جدی مواجه کنند. به هر حال عوامل این چالش‌های سخت نیز به دودسته قدیمی و جدید<sup>۱</sup> — با همان تبیین پیش گفته — قابل تقسیم هستند. در ادامه مباحث مقاله با روش تحلیلی و شیوه مطالعه

<sup>۱</sup>. عوامل قدیم در این بخش (چالش‌های سخت) و بخش قبل (چالش‌های نرم) هر چند قدیمی هستند اما همچنان در خصوص مخاطب کنونی نیز قابل تعمیم می‌باشند به همین روی مسئله اصلی مقاله و پرسش از چالش‌های ارتباط با نسل جدید، ابایی از طرح آنها نیز ندارد زیرا چنانچه خواهد آمد این عوامل هم موجب سخت شدن رابطه با نسل‌های قدیمی هستند و هم موجب سختی رابطه با نسل جدید و اختصاص به نسل قدیم ندارند تا طرح آنها در این مقاله نامربوط باشد.

تبیینی و کشف علل بر اساس چهارچوب پیش‌گفته تشریح خواهند شد.

## ۱- چالش‌های نرم

چنانچه گذشت در اینجا مقصود از چالش‌های نرم عناصر درونی و هیجانات منفی روحی است که از ارتباط مخاطب با صنف روحانیت جلوگیری می‌کند. عناصری نظیر کینه، بغض، خشم، حسادت و ... که در سایه عوامل مختلف قدیمی و جدید شکل می‌گیرند.

### ۱-۱- عوامل قدیمی

مقصود از این عوامل، عواملی است که اختصاص به نسل جدید ندارند بلکه از گذشته‌های دور بوده‌اند و همچنان با شدت و ضعف در جامعه رواج دارند. در اینجا دو عامل اصلی به نظر می‌رسند که در ادامه تبیین می‌شوند.

#### الف. طبیعت دعوت روحانیون

طبیعت دعوت روحانیت و تبلیغ دین مخالف و مخالفت‌آفرین است. همواره افرادی هستند که قیدوبندهای دینی را بر نمی‌تابند و از هر نظام هنجاری و ایدئولوژیکی که بخواهد به محدودیت آنها بیانجامد بیزاری می‌جویند. در عصر حاضر از یک‌سو گسترش تفکر اومانیزم و اصرار بر محوریت انسان و اراده انسانی در شکل‌گیری مناسبات فردی و اجتماعی و از سوی دیگر بسط لیبرالیسم و تأکید بر اصالت فرد و آزادی‌های فردی انسان، موجب اشتداد این بیزاری گردیده است. اما باین‌همه این فرآیند از گذشته‌های دور نیز وجود داشته است تا بدان جا که تمامی پیامبران و اولیای دین نیز از آن مستثنا نبوده‌اند بلکه همواره با مخالفانی مواجه بوده‌اند که در قلب خود با رسالت پیامبران سر ناسازگاری داشتند زیرا هواهای نفسانی و تمایلات درونی آنها در آموزه‌های انبیا مهار می‌شده است.

همواره عده‌ای هستند که با انکار قیامت و حساب و جزا، صورت مسأله را پاک می‌کنند تا بتوانند به راحتی به هر فسق و فجوری دست زده و به امیال نفسانی خود در کمال رهایی پاسخ مثبت دهند (طباطبایی، ۱۴۱۷ق: ج ۲: ۱۰۵). قرآن کریم در خصوص این مسئله می‌فرماید: «هرگاه پیامبری دستوراتی می‌آورد که با هوا و هوس آنها تطبیق نمی‌کرد، یا آن مردان خدا را تکذیب می‌کردند و یا به قتل می‌رساندند» (سوره مائده، آیه ۷۰). گویا برای این جماعت تنها پیامبرانی مطلوب بودند که تماماً مطابق با تمایلات نفسانی آنها سخن بگویند و به مجرد سرکوب و یا مرزبندی این تمایلات با آنها به مخالفت می‌پرداختند (صادقی‌تهرانی، ۱۳۶۵: ج ۹: ۱۹۳). به همین وزن صنف روحانیت نیز به‌صورت طبیعی مخالفان فراوانی پیدا می‌کند که

ارتباط مطلوب با آنان مشکل است چنانچه متقابلاً اگر فردی در لباس روحانیت به ترویج اباحی‌گری بپردازد و مرزهای شرعی را نامعتبر بشمارد مورد اقبال افراد جدیدی قرار می‌گیرد که پیش‌ازین در زمره مخالفان سرسخت روحانیت بوده‌اند.

به‌هرروی این چالش به‌صورت طبیعی در مسیر ارتباط روحانیت وجود دارد و مفری از آن نیست و تا زمانی که میل به بی‌بندوباری — خصوصاً در مراتب شدید آن — وجود دارد، این مخالفت‌ها و به تبع آن این چالش‌های نرم نیز وجود خواهند داشت و روحانیت تنها می‌تواند با کنترل سایر چالش‌های ارتباطی، تا حدودی این چالش را نیز کنترل نماید و الا برطرف کردن آن به‌صورت کلی و ریشه‌کن ساختن آن ممکن نیست.

### ب. کنش‌های غیراخلاقی روحانیون

عامل دومی که موجب شکل‌گیری عناصر نامطلوب درونی، هیجانات و عواطف منفی در مخاطبان روحانیون می‌شود «کنش‌های غیراخلاقی» خود روحانیون است. به همان میزان که ساده زیستی، تواضع، صبر، قناعت، صداقت و ... در جذب قلب‌ها و هموار شدن راه ارتباط مؤثر هستند؛ تجمل، کبر، دنیادوستی، دروغ و ... نیز سد این راه بوده و به سبب ایجاد بیزاری و نفرت و «هیجانات عاطفی منفی»، ارتباط مطلوب میان روحانیون و توده مردم را با مشکل مواجه می‌کنند.

امام صادق علیه‌السلام فرمود: «مردم را به‌خوبی دعوت کنید اما نه با زبانتان به‌گونه‌ای که در عمل شما تلاش و راست‌گویی و پرهیزکاری را ببینند» (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲: ۱۰۵). به همین دلیل است که کنش‌های اخلاقی روحانیون نه‌تنها مسیر ارتباط با مردم را برای تبلیغ دین هموار می‌سازد بلکه خود مصداق عینی تبلیغ دین است و اثر آن از خطابه و منبر بیشتر است. متقابلاً کنش‌های غیراخلاقی آنان نیز صرفاً مسیر تبلیغ دین را ناهموار نمی‌کند بلکه به دلیل تصاحب جایگاه وعظ و روحانیت و تبلیغ دین، به یک نمونه بارزی از «تبلیغ بی‌دینی» و ترویج فاصله از دین تبدیل خواهد شد.

امام خمینی (ره) در منشور روحانیت به این مسئله مهم توجه می‌دهد: «روحانیت متعهد با زهد و تقوا و ریاضت درس خوانده‌اند و پس از کسب مقامات علمی و معنوی نیز به همان شیوه زاهدانه و با فقر و تهیدستی و عدم تعلق به تجملات دنیا زندگی کرده‌اند ... در ترویج روحانیت و فقاقت نه زور سرنیزه بوده است، نه سرمایه پول‌پرستان و ثروتمندان، بلکه هنر و صداقت و تعهد خود آنان بوده است که مردم آنان را برگزیده‌اند» (امام خمینی، ۱۳۹۰: ج ۲۱).

## ۱-۲- عوامل جدید

مقصود از این عوامل، عواملی است که در اقتضائات عصر جدید و به صورت خاص پس از شکل‌گیری انقلاب اسلامی محقق شده‌اند. در اینجا می‌توان از دو عامل اصلی که موجب چالش‌های نرم در روابط روحانیت با مردم شده‌اند یاد کرد.

### الف. تغییر هویت روحانیت در نگاه مردم

«حضور کمی» روحانیون در ساختار سیاسی حکومت ایران اسلامی و تصدی مناصب سیاسی، خصوصاً در سال‌های اخیر حضور چشمگیری نیست. محض نمونه مجلس اول شورای اسلامی از مجموع ۳۲۷ نماینده ۱۶۴ کرسی را به روحانیون اختصاص داده است اما در مجلس کنونی از مجموع ۲۹۰ نماینده تنها ۱۶ روحانی حضور دارند (صدای ایران، ۱۳۹۵). اما باین‌همه نمی‌توان انکار کرد که در این ساختار، کلیدی‌ترین پست‌های سیاسی در دست روحانیون بوده و «حضور کیفی» آنها در این عرصه چشمگیر است زیرا صرف‌نظر از شخص ولی‌فقیه، رئیس قوه قضائیه، وزیر اطلاعات، خبرگان رهبری، شش فقیه شورای نگهبان، ائمه جمعه و ... — که قانوناً و دائماً از روحانیون هستند — پست‌های کلیدی مهمی مثل ریاست جمهوری و ریاست مجمع تشخیص مصلحت نظام و ... پس از انقلاب اسلامی دائماً یا غالباً در دست روحانیون بوده است.

این حضور کیفی چشمگیر در پست‌های سیاسی، در نگاه عموم مردم به هویت روحانیت رنگی سیاسی زده است به‌گونه‌ای که می‌توان یکی از سویه‌های انقلاب اسلامی و دگرگونی‌هایی که در آن رخ داد را «انقلاب در هویت روحانیت در نگاه مردم» برشمرد به‌گونه‌ای که هویت آنها از «پدری معنوی» به «قیمی سیاسی» تغییر یافته است. مقصود از این عبارت این است که هرچند تا قبل از انقلاب اسلامی «نقش سیاسی» در کارکردهای نهاد روحانیت در حاشیه قرار داشته است و ذاتی نبوده است (شجاعی زند، ۱۳۸۸: ۲۶۲) اما پس از شکل‌گیری انقلاب اسلامی این نقش — دست‌کم در نگاه مردم — از حاشیه به متن آمده و ذاتی نهاد روحانیت محسوب شده است.

به دیگر سخن حوزه علمیه در انقلاب اسلامی سه نقش مهم داشته است؛ نظریه‌پردازی، نظارت و تصدی اما در این میان در نگاه مردم اقبال نقش سوم چشمگیرتر بوده است (افروغ، ۱۳۸۷: ۳۶) و همین امر موجب شده است تا در انگاره مردمی هویتی جدید برای نهاد روحانیت نقش ببندد. بنابراین نگارنده بر این نکته تأکید دارد که صرف‌نظر از بررسی رابطه دین و سیاست و صرف‌نظر از بررسی شایستگی روحانیت برای تصدی جایگاه‌های سیاسی — که لازم

است در مجالی مستقل مورد بحث قرار گیرند - از منظری پدیدارشناسانه میان «حضور چشمگیر روحانیت در عرصه سیاسی» از یک سو و «تغییر هویت روحانیت در انگاره مردمی» از سوی دیگر ملازمه وجود دارد.

تغییر هویت روحانیت در انگاره مردمی و تبدیل شدن آن از پدر معنوی به قیم سیاسی، از دو جهت پیامدهای نامطلوب عاطفی را در سطح مخاطبان روحانیون به دنبال خواهد داشت: اول اینکه نفس این تغییر هویت مخالف آفرین است و موجب زاویه قلبی و روحی مخاطب با صنف روحانیت خواهد شد. مردم در مواجهه با پدری معنوی به او از پایین دست نگاه نمی کنند بلکه او را شریک دردها و رنج های خود و عاملی برای مقابله با ظلم ها و ستم ها می دانند اما در مواجهه با قیم سیاسی او را بالادست می بینند و از جنس خود و در کنار خود محسوب نمی کنند. این نگاه حتی درجایی که وضعیت سیاسی در شرایط مطلوبی قرار داشته باشد نیز کم و بیش وجود دارد.

دوم - که در این مجال بسیار حائز اهمیت است - اینکه وقتی این هویت جدید در کنار رواج «بی عدالتی اجتماعی» قرار گیرد موج نفرت و زاویه قلبی با قیم سیاسی بیشتر می شود. اگر سیاستی که روحانیت در آن حضور چشمگیر دارد توفیق چندانی در بسط عدالت اجتماعی نداشته باشد این فاصله قلبی گسترش پیدا می کند زیرا با شکل گیری حکومت اسلامی - که روحانیت در آن حضور چشمگیر دارد - مطالبه عدالت اجتماعی به مراتب پررنگ تر شده، حساسیت ها در مقابله با بی عدالتی اجتماعی نیز بیشتر می گردد. در این میان حتی بی عدالتی ها و ظلم های کوچک نیز بزرگ به چشم می آیند و سهم هیجانانگیز روحی نامطلوبی که به واسطه آنها در روان مردم ایجاد می شود رو به فزونی می گذارد. بنابراین مدعا این است که با تزویج «تغییر هویت روحانیت» با «وضعیت نامطلوب عدالت اجتماعی» فرزند «هیجانانگیز روحی منفی» نظیر خشم، نفرت، کینه و ... متولد می شود و در این میان ارتباط روحانیون با توده مردم با چالش مواجه می شود.

بدون شک انقلاب اسلامی در راستای تحقق عدالت اجتماعی قدم های راسخ و ارزشمندی برداشته است اما با این همه عدالت اجتماعی در جامعه کنونی در نقطه مطلوبی قرار ندارد. مقام معظم رهبری نیز بر این مسئله تصریح دارند و در باب عدالت اجتماعی بر این باورند که: «وضع فعلی، مطلقاً راضی کننده نیست چراکه نظام اسلامی به دنبال اجرای حداکثر عدالت و تحقق کامل عدالت به مفهوم یک ارزش مطلق و همگانی است» (پایگاه اطلاع رسانی آیت الله خامنه ای، ۱۳۹۰). بنابراین می توان مدعی شد که روحانیت بر پایه هویت جدیدی که در انگاره مردم پیدا کرده است از سطوح مختلف بی عدالتی در سطح جامعه، نتیجه «هیجانانگیز روحی

منفی» را به چنگ می‌آورد و در این روند بر چالش ارتباطی او با مخاطبان افزوده می‌شود.

### ب. کم‌توجهی روحانیت به اولویت‌ها

واجبات و محرمات شرعی حیثیتی تشکیکی داشته و مانند طیف نور شدت و ضعف دارند. برای مثال محرماتی که جنبه اجتماعی دارند و حق‌الناس هستند نسبت به محرماتی که صرفاً مسئله‌ای فردی هستند و حق‌الله محسوب می‌شوند تقدم دارند<sup>۱</sup> و حرمت آنها شدیدتر از محرمات فردی است. محض نمونه در روایات ما دروغ از هر گناهی بزرگ‌تر محسوب شده است زیرا این گناه زمینه‌ساز مفسد فراوان برای فرد و جامعه خواهد شد تا جایی که فردی به پیامبر عرض کرد: من اهل زنا، شرب خمر، دزدی و دروغ هستم ابتدا کدام را ترک کنم؟ پیامبر فرمود: «دروغ را رها کن!» (محمدی ری شهری، ۱۳۸۶: ج ۱۰: ۶۴) چنانچه امام صادق علیه السلام نیز امکان دروغ‌گویی مؤمن را متفی دانستند درحالی‌که عمل منافی عفت را از او ممکن شمردند (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۷۵: ۱۷۲). حال محض نمونه آیا حوزه علمیه نسبت به رواج دروغ در جامعه حساسیت بیشتری دارد یا رواج بی‌حجابی و قمار و مشروبات الکلی و ...؟

به‌هرروی رنگ و بوی ارشادها، تبلیغ‌ها، تجمعات، و در یک‌کلام اقدامات روحانیون گاهی با اصل «ملاحظه اولویت‌ها» تناسب چندانی ندارد زیرا سهم بیشتری را به محرمات و واجبات ضعیف‌تر اختصاص می‌دهند و از کنار قوی‌ترها به‌سرعت عبور می‌کنند. برای مثال در خرداد ۹۶ دو حادثه قابل توجه در قم رخ داد؛ ابتدا دست‌فروشی در درگیری با مأمور شهرداری کشته شد (رکنا، ۱۳۹۶) و پس‌از آن پیمانکاری که مطالبات معوقه خود را از شهرداری طلب کرده بود و به آنها دست نیافته بود در مقابل شهرداری اقدام به خودسوزی کرد و با ۹۵ درصد سوختگی پس از بستری در بیمارستان جان باخت (ایسنا، ۱۳۹۶). در این میان – صرف‌نظر از قضاوت در خصوص علت تحقق این دو واقعه و مقصر اصلی در این دو حادثه – حوزه علمیه هیچ عکس‌العمل رسمی و روشنی در قبال این دو واقعه نداشت. درحالی‌که توقع می‌رفت حوزه به‌عنوان مدعی‌العموم ورود پیدا کند و با جدیت تمام علل این حوادث را – که در نزدیکی او رخ داده بود – دنبال نماید. طبیعی است که مردم چنین توقعی از حوزه و روحانیت دارند زیرا از آنها آموخته‌اند که امام علی علیه‌السلام در قبال سرقت جواهرات از زن مسلمان و یهودی

<sup>۱</sup> این تقدم صریحاً در کلام امام علی علیه‌السلام نیز بیان شده است. جَعَلَ اللَّهُ سُبْحَانَهُ حُقُوقَ عِبَادِهِ مُقَدَّمَةً لِحُقُوقِهِ (تمیمی آمدی، ۱۴۱۰ق: ۳۴۰).

بی تفاوت نبود و فرمود: «اگر مرد مسلمانی پس از این رسوایی از اندوه بمیرد، نه تنها نباید ملامتش کرد بلکه مرگ را سزاوارتر است» (نهج البلاغه، ۱۴۱۴ق: ۷۰).

تجمعات حوزوی با موضوعاتی نظیر محکوم کردن قتل عالم شیعی در عربستان، دفاع از مردم یمن، دفاع از حجاب و عفاف و ... هرچند تجمعاتی مهم و قابل تقدیر هستند اما شنیدن خبر آنها توسط مردم کوچه و بازار تنها کفایت نمی کند زیرا این سؤال را در ذهن بخشی از آنها ایجاد می کند که چرا حوزه در باب اختلال هایی که امروز در جامعه خودمان رواج دارد — مثل مشکلات صنف کارگران، معلمان و ... — تجمع و بیانیه ای ندارد؟ چرا حوزه تمامی مشکلات مردم خود را نمی بیند و به دنبال اصلاح کامل آن نیست؟ چرا حوزه به حق موی سر بیرون افتاده دختران را می بیند اما آمار تأسف بار تعداد بیکاران در کشور را نمی بیند؟ چرا حضور زنان در ورزشگاه مسئله حوزه است اما نسبت به آمار تأسف بار مواد مخدر در جامعه واکنش کامل نشان نمی دهد، چرا در قبال مسئله حاشیه نشینی و محیط زیست اعتراض آشکاری ندارد؟

ناگفته نماند که در این میان موضع گیری های دلسوزانه و متعهدانه حوزه در این مطالبات اصیل — نظیر تورم و اعتیاد و طلاق و ... — نیز کمتر مخابره می شود و مردم از این جهت کمتر در جریان قرار می گیرند اما به هر روی آنچه در ذهن بسیاری از مردم نقش بسته است این است که جامعه حوزویان اولویت ها را بطور کامل نمی بیند و مسائل اجتماعی که در صدر اهمیت هستند توسط آنها به نحو بایسته و کامل مورد عنایت آنان نیست و بیشتر به معضلاتی می پردازند که به گونه ای هویتی سیاسی پیدا کرده و با نظام اسلامی گره خورده اند.

به هر روی عدم لحاظ این اولویت ها، چالش ارتباط با مخاطبان را به دنبال خواهد داشت زیرا این امر موجب شکل گیری «هیجانان روحی نامطلوب» نظیر خشم و کینه و نفرت و ... در مخاطبان می شود و در چنین بستری ایجاد ارتباط مطلوب و به تبع تبلیغ کارآمد دین با چالش مواجه می گردد.

## ۲- چالش های سخت

چنانچه گذشت، مقصود از چالش های سخت عناصر بیرونی است که در خارج از افق نفس مخاطب شکل می گیرند و درعین حال مقوله ارتباط با او را با مشکل مواجه می سازند. مخاطب در اینجا لزوماً هیجانان منفی در مقابل روحانیت ندارد بلکه یا اساساً فاقد هیجانان روحی است و یا اینکه نسبت به روحانیت هیجانان روانی مثبت مانند مهر و محبت دارد اما درعین حال به رغم وجود این وضعیت عاطفی، عواملی که در ادامه می آیند می توانند از

شکل‌گیری رابطه مطلوب جلوگیری کنند.

## ۱-۲- عوامل قدیمی

مقصود از عوامل قدیمی چالش‌های سختی و بیرونی است که از گذشته‌های دور وجود داشته‌اند و اختصاصی به نسل جدید ندارند و در عین حال می‌توانند ارتباط با نسل جدید را نیز با چالش مواجه سازند. این عوامل نیز در دو عنوان به شرحی که در ادامه خواهد آمد قابل تبیین هستند.

### الف. عدم توجه به زبان مشترک

حوزه علمیه در میان اصطلاحات خاص خود و با زبانی مختص به خود در طول تاریخ شیعه رشد یافته است. هرچند زبان مردم ایران زمین به دلیل مداخلات مذهبی و فرهنگی با بسیاری از واژگان عربی انس پیدا کرده است اما باین‌همه متنی که تعالیم دینی از آنها استنباط می‌شوند متن عربی است و در عین حال غالب جمعیت شیعیان — که اکثریت مخاطبان روحانیت شیعه را تشکیل می‌دهند — عرب‌زبان نیستند. صرف‌نظر از تمایز متون دینی و زبان مادری مخاطبان، اصطلاحاتی که در علوم اسلامی وضع می‌شوند نیز به جهت اینکه در عرف علمی خاص متولد می‌شوند برای مردم غریب و ناآشنا هستند. طلاب حوزه علیه سال‌ها با تدریس و تدریس این متون و حشرونشر با این اصطلاحات — خصوصاً در مواردی که به جهت مشقت راه اجتهاد ارتباط با توده مردم را در سال‌های تحصیل کم می‌کنند — ناخواسته ادبیاتی سنگین پیدا می‌کنند که در زبان و قلم آنها ظهور و بروز می‌یابد و در برخی موارد موجب می‌شود که ارتباط میان ایشان و مخاطبان عمومی سخت شود.

صرف‌نظر از زبان مادری — که لازم است میان روحانیت و مخاطبان آن به اشتراک گذاشته شود — زبان اجتماعی، عرفی و صنفی نیز باید مشترک باشد در غیر این صورت ارتباط با مخاطب مشکل می‌شود. کیفیت انتقال مفهوم دینی برای مخاطب شهری و روستایی یکسان نیست چنانچه مخاطب تحصیل کرده و بی‌سواد نیز این گونه‌اند. امروزه با گسترش و تنوع اصناف اجتماعی این مشکل پیچیده‌تر شده است و در عرصه ارتباط با اصناف مردمی، دغدغه «داشتن زبان مشترک» برای روحانیان اهمیت بیشتری پیدا کرده است.

پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله فرمودند: «ما پیامبران امر شده‌ایم که با مردم به اندازه عقل آنها سخن بگوییم» (برقی، ۱۳۷۱ق: ج ۱: ۱۹۵)؛ بنابراین صنف روحانیت که در جایگاه تبلیغ دین قرار گرفته است و در امتداد رسالت پیامبران عمل می‌کند نیز باید به این اصل پایبند باشد و

محتوای دینی را بر اساس، نیازهای مخاطب، سطح درک و فهم او و در یک کلام داشته‌های او ارائه بدهد. محض نمونه در بیان احکام شرعی نباید به مسائلی غیر مبتلا به که کاربردی در جامعه ندارند پردازد چنانچه در ایام شادی اهل بیت علیهم السلام نباید به بیان مصائب آنها اقدام کند.

علاوه بر آنچه گذشت توجه به زبان فطرت نیز در این مجال راه گشا است. مقصود این است که اگر روحانیت در عرصه تبلیغ دین به نیازهای فطری مخاطبان خود توجه داشته باشد - نیازهایی که به‌رغم تمایزات صنفی انسان‌ها در نوع و اکثریت آنها وجود دارد - آنگاه زودتر به زبان مشترک دست پیدا خواهد کرد. در این مقام قرآن کریم الگوی بسیار مغتنمی است که با مردم در زمان‌ها و مکان‌های گوناگون، به‌گونه‌ای سخن گفته است که بتواند همه آنها را مجذوب خود نماید زیرا بر پایه نیازهای فطری و همگانی سخن رانده است.

استاد جوادی آملی در این خصوص می‌نویسند:

نشانه فطری بودن زبان قرآن و مشترک بودن فرهنگ جهان‌شمول آن را می‌توان در گردهمایی دلپذیر سلمان فارسی، صهیب رومی، بلال حبشی، اویس قرنی و عمار عربی، در ساحت قدس پیامبر جهانی، حضرت محمد بن عبدالله صلی الله علیه و آله و سلم مشاهده کرد. آن حضرت صلی الله علیه و آله و سلم با شعار «بُعِثْتُ إِلَى الْأَحْمَرِ وَالْأَسْوَدِ وَالْأَبْيَضِ» شهره و مقتدای همگان شد و این نبود مگر آنکه در پیشگاه وحی، که ظهور تام وحدت حق است، کثرت صورت‌ها، محکوم وحدت سیرت است و تعدد زبان‌ها و نژادها و اقالیم و عادات و رسوم و... مقهور اتحاد درونی است که: «متحد، جان‌های مردان خداست» (جوادی آملی، ۱۳۸۱: ج ۱: ۳۵۴).

## ب. اکتفا به دعوت زبانی

از گذشته‌های دور بزرگ‌ترین جلوه تبلیغ در فعالیت‌های روحانیت استفاده از ظرفیت وعظ و خطابه بوده است. در کارآمدی این ابزار ارزشمند سخنی نیست و روشن است که در طول تاریخ اثرات ارزشمند خود را داشته است اما در این میان باید به این نکته توجه کرد که وعظ و خطابه هرچند شرط لازم تبلیغ دین و ارتباط با مخاطبان هستند اما شرط کافی نیستند. در سیره پیامبران الهی، امامان معصوم، اولیای دین و حتی روحانیت متعهد، به‌وضوح دیده می‌شود که آنان تنها به سخنرانی در مجامع عمومی و خصوصی اکتفا نمی‌کردند بلکه با حضور در متن جامعه و ارتباط مستقیم با افراد به سبب اخلاق شایسته و رفتار نیکویی که داشتند، مردم را به

دین‌داری دعوت می‌کردند.

امام علی علیه‌السلام مربی اخلاق خود را نه تنها کلمات پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله بلکه سیره رفتاری آن حضرت دانسته و می‌فرماید: «من همانند طفلی که به دنبال مادرش می‌رود دنبال او می‌رفتم، هرروز برای من از اخلاق پاک خود نشانه‌ای بر پا می‌کرد» (نهج‌البلاغه، ۱۴۱۴ق: ۳۰۰). به‌هرروی کاملاً پیداست که اگر روحانیت رفتار خود را مطابق با گفتار خود تنظیم نکند و صرفاً سخنران و سخن‌دان باشد و در کارنامه عمل او «اخلاق» حضور پررنگ نداشته باشد فرصت برقراری ارتباط مطلوب با مردم و به صورت خاص مخاطبانی که در حلقه و عطف آنها مشارکت نمی‌کنند را از دست داده و مطرود واقع می‌شود. امام خمینی پس از شکل‌گیری نظام اسلامی در این زمینه خطاب به روحانیون می‌فرماید: «امروز سعی کنید زندگی‌تان از زی‌آخوندی تغییر نکند. اگر روزی از نظر زندگی از مردم عادی بالاتر رفتید بدانید که دیر یا زود مطرود می‌شوید» (امام خمینی، ۱۳۸۸: ج ۱۷: ۴۵۳).

## ۲-۲- عوامل جدید

مقصود از این عوامل چالش‌های سخت و عناصری بیرونی است که در عصر جدید و متأخر و خصوصاً پس از شکل‌گیری انقلاب اسلامی و مقارن با تحولات جهانی و پیدایش پدیده مدرنیسم پدید آمده‌اند که با این صورت‌بندی در گذشته وجود خارجی نداشته‌اند. این عوامل نیز در دو عنوان ذیل قابل بیان هستند.

### الف. حمله فعالیت‌های ضد فرهنگی دشمن

عصر جدید به فراخور گسترش فناوری‌های پیچیده، عصر ارتباط است و در میدان مخاطب یابی رقبای فراوانی برای روحانیون ایجاد کرده است. در این میان مخالفان صنف روحانیت نیز تمام تلاش خود را به کار می‌برند تا با استخدام فناوری ارتباطات دشمنی خود را آشکار سازند و در قبال تعالیم دینی رقیب مدنظر خود را به بازار عرضه کنند. در همین راستا دامنه پربسامد فعالیت‌های ضد دینی در روزگار کنونی وسعتی یافته است که پیش‌ازاین نه تنها از آن بی‌بهره بود بلکه اساساً امکان بهره‌مندی از آن - به دلیل فقدان زیرساخت‌های لازم ارتباطی - مهیا نبود. تأثیر رسانه‌ها در میزان دین‌داری افراد و ارتباط آنها با جامعه روحانیت تا حدی است که در برخی از تحقیقات میدانی رابطه مثبت دین‌داری با استفاده از شبکه تلویزیونی داخلی و رابطه معکوس دین‌داری با استفاده از تلویزیون ماهواره‌ای به تصویر کشیده است (تقوی و صادقی، ۱۳۹۶: ۳۹-۴۰). این بدان معنا است که رسانه‌ها امروزه نقشی تعیین‌کننده در میزان باورهای

دینی اشخاص و التزام آنان به مناسک مذهبی و مراعات اصول اخلاقی دارند و در این میان دشمنان دین استفاده کاملی از ابزار رسانه برده و توانسته‌اند بخش قابل توجهی از مخاطبان مردمی را به خود اختصاص دهند.

انتقال مطلب دینی به دیگران در طول تاریخ صورت‌بندی‌های متفاوتی داشته است. ابتدایی‌ترین شکل آن همان سخن گفتن و خطابه است که در مرحله بعد با گسترش تولید قلم و کاغذ به کتابت و نگاشتن بر روی اوراق تبدیل می‌شود. این روند با اختراع ماشین چاپ به اوج می‌رسد و انسان پس از آن با انبوهی از اطلاعات دینی در کتاب‌های مختلف مواجه می‌شود. ورود سبک‌های جدید نوشتاری مثل روزنامه و مجله و ... دایره مواجهه مخاطبان را با آموزه‌های دینی باز هم تعمیم می‌دهد تا اینکه این روند به اختراع وسایل الکترونیکی و رادیو و تلویزیون می‌انجامد. در این مرحله طبعاً فصل جدیدی از ارتباط، با جذابیت سمعی و بصری نوین آغاز می‌شود اما همچنان مخاطب با انفجار اطلاعات دینی مواجه نشده است و این مهم با گسترش اینترنت و فضای مجازی و به دست‌گیری رسانه‌ای که در آن ارتباط دیداری، شنیداری، نوشتاری و گفتاری در کنار هم قرار گرفتند به کامل‌ترین شکل خود به وقوع می‌پیوندد و روند به سرعت رو به تکثر و تزایدی دارد.

امروزه یکی از مهمترین کارکردهای اینترنت انتقال مفاهیم دینی و تبلیغ دین است. برخی نویسندگان غربی معتقدند از هر ۶ نفر کاربر اینترنت در جهان، دست‌کم، یک نفر در پی اطلاعات معنوی و مذهبی بوده است. در این زمینه آمارهایی وجود دارد که کمترین میزان دین‌پژوهی در اینترنت را در حد ۲۵ تا ۳۰ درصد کل کاوش‌های اینترنتی اعلام کرده‌اند و این نشانگر بازگشت و اقبال نسل جدید جهان به دین و معنویت از دریچه فضای مجازی و درعین حال بیانگر ضرورت بهره‌گیری از فناوری اطلاعات و اینترنت در این زمینه است (علیمردانی، ۱۳۹۴: ۴۶).

تولد فضای مجازی و پیوند آن با محتواهای دینی و به عبارتی «تبلیغ اینترنتی» فصل جدیدی در حوزه ارتباط مبلغ دینی با مخاطب است زیرا در این صورت‌بندی جدید امکانات نوینی برای متکلم و مخاطب فراهم‌شده است که قبل از آن در هیچ‌یک از اشکال ارتباطی وجود نداشته است. به صورت کلی می‌توان این امکانات جدید را در پنج محور تبیین کرد:

۱) **گستره محتوا:** هیچ‌یک از وسایل ارتباط جمعی تا قبل از اینترنت تا بدین سطح محتوای گسترده دینی در اختیار مخاطب قرار نمی‌داده‌اند. امروزه کمتر سؤال مذهبی وجود دارد که مخاطب به دنبال پاسخ آن در اینترنت بگردد اما با سرعت برق‌آسا پاسخ را پیدا نکند. در این میان تمام گرایش‌های دینی و مذهبی با همه تنوع و گستردگی خود در فضای مجازی حضور

دارند و شخص می‌تواند درباره هرکدام که می‌خواهد اطلاع کسب کند و حد الامکان با مبلغان و طرفداران یک گرایش مذهبی رابطه آنلاین برقرار نماید. به‌راستی این حجم گسترده از امکان دسترسی به افکار مختلف و قرائت‌های متفاوت دینی، تا پیش‌ازین برای بشر در این سطح از سرعت و سهولت وجود نداشته است.

**۲) عدم محدودیت زمانی و مکانی:** در این شکل جدید ارتباطی مخاطب نه منتظر زمان خاصی مثل ایام محرم و صفر است و نه در پی مکانی خاص مثل مسجد. بلکه هر زمان و هر جا که اراده کند خود را در مواجهه با محتوای دینی یا ضد دینی قرار می‌دهد و چنین امکان گسترده‌ای تا قبل از این برای او وجود نداشته است.

**۳) ارتباط دوطرفه:** در سایر اشکال ارتباطی معمولاً ارتباط یک‌طرفه بوده است و گوینده دینی مورد پرسش واقع نمی‌شده است. امروزه فضای مجازی این فرصت را فراهم کرده است که در ارتباطها، سهم گفتگوی مخاطب کمتر از متکلم و مبلغ دینی نباشد و او بتواند هر سؤالی را مطرح نموده و در نتیجه آزادی متکلم مبلغ در نحوه بیان را تا حد قابل توجهی از او بستاند. این مواجهه در شکل‌های سنتی تبلیغ - مخصوصاً در شیوه منبر و خطابه - وجود نداشته است تا جایی که بسیاری از افراد شکستن سخنان روحانی و سخن گفتن در میانه خطابه او را نوعی بی‌احترامی و ناهنجاری تلقی می‌کرده‌اند.

**۴) مواجهه با آرای مخالف:** در اشکال قبلی ارتباطی امکان مواجه‌شدن مخاطب با نظریات مخالف ضد دینی بسیار کم بوده است اما امروزه مخاطب در مقابل دریای اطلاعات به هر میزان که اراده کند می‌تواند از محتواهای ضد دینی و ضد اسلامی با هر میزان شدت و حدتی ارتباط برقرار کند. در گذشته بسیاری از افراد ای‌بسا در تمام عمر خود حتی نام برخی فرقه‌های اسلامی نامسلمان یا گرایش‌های اسلامی را نیز نشنیده بودند اما امروزه در فضای مجازی افراد عادی از اعتقادات ظریف فرقه‌های دیگر خبر گرفته‌ه، در خصوص آنها از مبلغین این فرقه‌ها سؤال می‌پرسند.

**۵) ناشناخته بودن هویت:** در ارتباطات مجازی هویت طرفین ناشناخته و مجازی است و هویت حقیقی آنها برملا نمی‌شود. این بستر امکان سوءاستفاده و حسن استفاده‌های فراوانی را ایجاد می‌کند و درعین حال عرصه تبلیغ و ارتباط اینترنتی را مشکل‌تر می‌کند. در همین بستر است که صاحبان عقاید باطل و منکران و ملحدان می‌توانند به راحتی و بدون محدودیت با افراد مختلف ارتباط برقرار کنند و آموزه‌های باطل خود را با زیرکی ترویج نمایند. از طرفی مخاطبان نیز می‌توانند در زیر پوست مجازی خود به راحتی با صاحب هر تفکری ارتباط برقرار کرده و از خوراک فکری او تغذیه کنند درحالی‌که در گذشته حتی اگر شخص میل به این رفتار را داشت

به جهت محدودیت‌های اجتماعی و ترس از شناخته شدن و مورد شماتت قرار گرفتن این رفتار را انجام نمی‌داد.

به‌هرروی توجه به این محورهای پنج‌گانه پیچیدگی عرصه تبلیغ در دنیای کنونی را آشکار ساخته و چالش ارتباط روحانیت با نسل حاضر را نمایان می‌سازد. روحانیت اگر از فرصت فضای مجازی و فناوری‌های اطلاعاتی حسن استفاده نبرد و خود را مسلح به ابزار روز برای مواجهه با این پدیده جدید نکند از قله فرصت به دره تهدید سقوط می‌کند چنانچه اگر خود را مجهز به «سواد رسانه» کند و هجمه فرهنگی عصر کنونی را بشناسد می‌تواند قله‌های بلند این فرصت را فتح کند و با سرعت، دقت، ظرافت و وسعتی بیش از گذشته روند تبلیغ دین و ارتباط با نسل جدید را دنبال کند. طبیعی است که پرداختن به این مهم و تبیین راهکارهای مواجهه با این حجم گسترده فرهنگی از جانب روحانیت مجالی دیگر می‌طلبد.

#### ب. تولیدات علمی ناکارآمد

قرائت رسمی در حوزه علمیه «دین حداکثری» است که صرف‌نظر از آبادسازی آخرت برای تمام شئون فردی، اجتماعی، سیاسی و ... در زندگی دنیوی انسان نیز برنامه دارد (صدر، ۱۴۲۸، ج ۱: ۱۷۹ و جوادی آملی، ۱۳۹۱: ۱۷). بنیان‌گذار انقلاب اسلامی در همین راستا معتقد است: «فقه، تئوری واقعی و کامل اداره انسان از گهواره تا گور است» (امام خمینی، ۱۳۹۰: ج ۲۱: ۹۸). بر اساس همین قرائت است که سطح انتظار از حوزه علمیه — مخصوصاً در عصر حاضر و پس از شکل‌گیری حکومت اسلامی — به‌مراتب بیشتر می‌شود و فرهیختگان اجتماعی توقع دارند تا در قالب علوم بنیادین نظریه اسلام را برای اداره همه‌جانبه حیات اجتماعی دریافت نمایند. بااین‌همه تولیدات علمی حوزه علمیه — به‌رغم عمق و دقتی که دارد — هنوز به این نقطه مطلوب نرسیده است و همین امر موجب شکاف ارتباطی میان حوزه و نخبگان اجتماعی و به‌تبع توده‌های مردمی می‌گردد. امروزه شاخه‌های علمی مهمی نظیر سیاست اسلامی، نظریه عدالت اسلامی، روانشناسی اسلامی، اقتصاد اسلامی، بانکداری اسلامی و به‌صورت کلی «علوم انسانی اسلامی» با ابهامات فراوانی مواجه هستند و تولیدهای علمی در این عرصه هرچند تلاش‌هایی شایسته تقدیر و عمیق هستند اما تا نقطه مطلوب بسیار فاصله دارند تا جایی که برخی از نخبگان اجتماعی را با تردید مواجه کرده‌اند تا از اساس قرائت «دین حداکثری» را برنتابند.

از طرف دیگر در سطحی نازل‌تر از نظریه‌پردازی بنیادین مذکور، بسیاری از آورده‌های علمی حوزوی نیز پاسخگوی نیازهای ابتدایی برخی مخاطبان دینی نیست. به دیگر سخن از

منظر «دین حداقلی» که قلمرو دین را بسیار محدود از منظر قبل می‌شناسد نیز همچنان آورده برخی از حوزویان منطبق با نیازهای مردمی نیست. محض نمونه در عرصه خرافه زدایی از مناسک عبادی یا اقناع فکری مخاطبان در خصوص برخی مناسک دینی مثل حجاب و ... که بدون شک از وظایف روحانیت است - تلاش‌های علمی فراگیری که بتواند افکار عمومی را به صورت کامل اقناع کند صورت نپذیرفته است.

به‌هرروی مرور اجمالی بر عناوین دروس خارج حوزه - که بالاترین سطح تحصیلی در حوزه‌های علمیه هستند - مدعای این بخش را روشن می‌سازد. باید توجه نمود که در فقه رایج سنتی ۵۲ باب وجود دارد که در این میان ۱۰ باب به عبادات اختصاص داشته و ۴۲ باب به سایر ابواب اختصاص دارد. مسائل اجتماعی اسلامی غالباً در میان همین ۴۲ باب مطرح هستند مسائلی نظیر تجارت، قضاوت، وکالت، حدود، قصاص، دیات و ... که بیشترین سهم از مباحث فرا فردی و نیازهای اجتماعی را به خود اختصاص می‌دهند؛ اما باین‌همه غالب درس خارج‌های حوزه به ابواب عبادات می‌پردازند و به مسائلی غیرعبادی و اجتماعی توجه کامل ندارند. بر اساس یک گزارش از میان ۱۸۰ کرسی درس خارج فقه در شهر قم، ۱۳۰ کرسی به مباحث «عبادات» اختصاص دارند. در نتیجه حدود ۷۲ درصد جلسات درس خارج فقه در شهر قم به بررسی عنوان «عبادات» اختصاص دارد که تنها کمتر از ۲۰ درصد منظومه فقه شیعی را در برمی‌گیرد و در عین حال غالباً دربردارنده مطالب فردی است که از ضرورت‌های اجتماعی عصر کنونی بسیار دور هستند (ایکنا، ۱۳۹۸).

### نتیجه‌گیری

رسالت‌هایی که روحانیت بر دوش می‌کشد - نظیر تبلیغ، تعلیم، حضور اجتماعی، تصدی سیاسی و ... - متقوم به ارتباط با توده مردم هستند به‌گونه‌ای که اگر این ارتباطها کم فروغ شوند، هویت صنف روحانیت با چالش جدی مواجه خواهد شد. در عصر جدید و مقارن با تحولات جهانی از یک‌سو و انقلاب اسلامی از سوی دیگر در فراروی این ارتباط چالش‌هایی به چشم می‌خورند که اگر در خصوص رفع آنها تدبیر اندیشیده نشود روز به روز ارتباط با مردم سخت‌تر خواهد شد. به‌صورت کلی این مقاله در یک مطالعه تحلیلی - تبیینی به دو سطح از چالش‌های ارتباطی دست‌یافته است:

**الف. چالش‌های نرم و عناصر درونی یا همان هیجانات منفی روحی؛** این چالش‌ها موجب سخت شدن ارتباط روحانیت با مخاطب هیجان‌زده - که در سایه نفرت و خشم و ... اقبالی به

ارتباط با این صنف ندارند — می‌گردد. در مطالعه تبیینی و در مقام کشف علت این هیجان‌ها چهار علت قابل ذکر هستند:

۱. طبیعت دعوت روحانیون: که مقترن با مخالفت با هوای نفس و امیال درونی است و نفس این دعوت مخالف آفرین است؛

۲. کنش‌های غیراخلاقی روحانیون: که ممکن است در حیات فردی برخی از روحانیون شکل پیدا کرده و موجبات هیجان‌ها منفی در مخاطبان را فراهم آورد.

۳. تغییر هویت روحانیت در نگاه مردم: به معنای تبدیل «پدر معنوی» به «قیم سیاسی» در انگاره مردمی که وقتی مقترن به وضعیت نامطلوب عدالت اجتماعی می‌شود سهم قابل توجهی از عواطف و هیجان‌ها منفی را ایجاد می‌کند.

۴. کم‌توجهی روحانیت به اولویت‌ها: به این معنا که ممکن است برخی روحانیون به جای پرداختن به مسائل مهمتر — که دغدغه به حق و اصلی مردم است — به مسائل حاشیه‌ای بااهمیت کم و ای بسا بی‌اهمیت پردازند و از این طریق هیجان‌ها منفی را تشدید نمایند. روشن است که در این میان دو علت اول قدیمی هستند و از گذشته تا حال در سطح روابط اجتماعی وجود داشته‌اند اما دو علت اخیر جدید هستند و متناسب با اقتضائات عصر کنونی سر برآورده‌اند.

ب. چالش‌های سخت و عناصر بیرونی؛ این چالش‌ها در مواجهه با مخاطبانی مطرح می‌شوند که با روحانیت زاویه نداشته، هیجان‌ها قلبی منفی ندارند اما در عین حال عللی بیرونی موجب سخت شدن ارتباط این دست مخاطبان با صنف روحانیت نیز می‌شود. این عوامل نیز در ۴ بخش تبیین گردیدند:

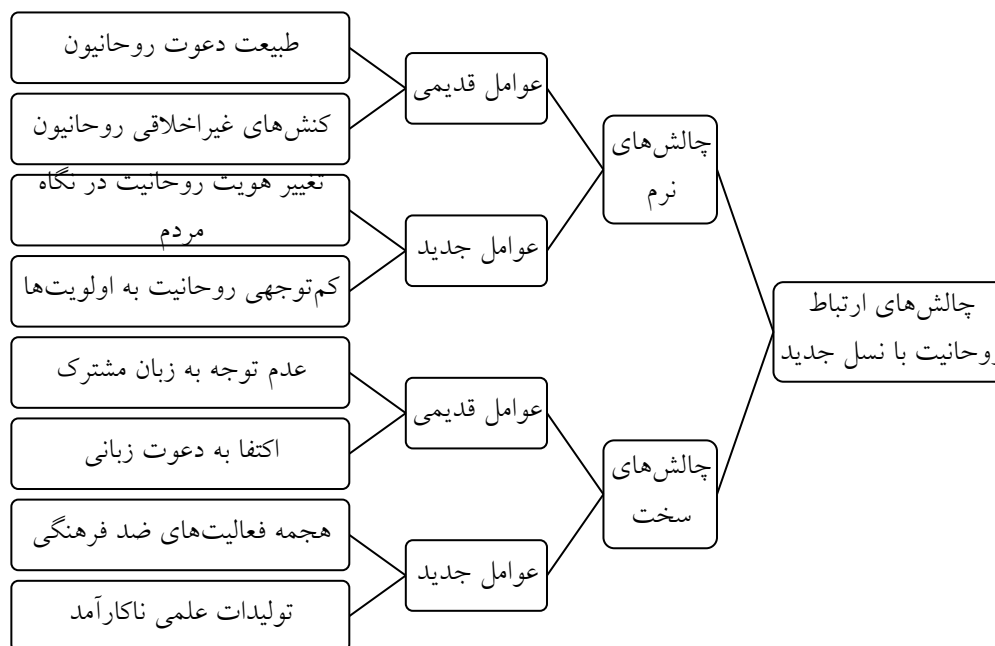
۱. عدم توجه به زبان مشترک: به معنای بهره‌گیری روحانیت از زبانی که توده‌ها و اصناف مردمی نمی‌توانند ارتباط عمیقی با آن برقرار کنند.

۲. اکتفا به دعوت زبانی: به معنای پرهیز روحانیت از تبلیغ عملی و منحصر ساختن عرصه تبلیغ به وعظ و خطابه و سخنرانی.

۳. هجوم فعالیت‌های ضد فرهنگی: که در عصر حاضر به اوج رسیده و خصوصاً با گسترش فضای مجازی فصل جدیدی از چالش‌های ارتباطی را ایجاد نموده که در کنار تهدیدی سخت می‌تواند فرصتی مغتم نیز باشد.

۴. تولیدات علمی ناکارآمد: به معنای عدم نظریه‌پردازی در ساحت‌های مختلف علوم اسلامی و تأمین نیازهای اجتماعی به واسطه آنها. در این بخش نیز دو عامل اول قدیمی و دو عامل دوم جدید هستند.

خلاصه یافته‌های مقاله به شرح نمودار صفحه بعد است:



هرچند این مقاله به صورت مستقیم به تبیین چالش‌های مذکور پرداخت اما روشن است که به صورت غیرمستقیم می‌توان این مطالعه را «راهبردهای تقویت ارتباط روحانیت با نسل جدید» نیز محسوب کرد زیرا پس از شناخت این چالش‌ها، هر راهبرد عملیاتی که در راستای از بین بردن آنها صورت پذیرد طبعاً موجب تقویت ارتباط با نسل جدید خواهد شد. در همین راستا بر روحانیت لازم است: ۱. بیش از پیش خود را به «کنش‌های اخلاقی» مزین کند؛ ۲. هویت غیرسیاسی خود را در قالب «پدری معنوی» حفظ نماید؛ ۳. با جدیت تمام تلاش‌های خود را با اصل «ملاحظه اولویت‌ها» منطبق سازد؛ ۴. برای ایجاد ارتباط مطلوب با نسل جدید به تحصیل «زبان مشترک» همت گمارد؛ ۵. با «عدم اکتفا به دعوت زبانی» به عرصه‌های تبلیغی فراتر از آن بیندیشد؛ ۶. در مقابله با هجمه فعالیت‌های ضد فرهنگی و به صورت خاص هجمه موجود در فضای مجازی خود را مسلح کند و از مسئله مهم «سواد رسانه» غفلت نرزد و ۷. در نهایت با توجه به اصل «انطباق تلاش‌های علمی با نیازهای جامعه» بر کارآمدی خود بیفزاید.

## منابع

### قرآن کریم

افروغ، عماد (۱۳۸۷)، *آسیب شناسی تعامل روحانیت و نسل جوان در گفتگو با جناب آقای دکتر افروغ*، پگاه حوزه، شماره ۵۸.

ایسنا (۱۳۹۸/۳/۱)، ۹۶/۵/۲۲، *علت حادثه خودسوزی پیمانکار در قم چه بود؟ دسترسی در*

<https://www.isna.ir>

ایکنا، (۱۳۹۸/۳/۱)، ۹۷/۷/۱۱، اختصاص ۷۲ درصد دروس خارج قم به ۲۰ درصد نظام فقه شیعه،

<http://iqna.ir>

برقی، احمد بن محمد بن خالد (۱۳۷۱ق)، *المحاسن*، قم: دار الکتب الاسلامیه، دوم، ج ۱.

پایگاه اطلاع‌رسانی آیت الله خامنه‌ای (۱۳۹۸/۳/۱)، ۱۳۹۰/۲/۲۷، *دومین نشست اندیشه‌های راهبردی با*

*موضوع عدالت*، دسترسی در <http://farsi.khamenei.ir>

تقوی، سید عباس و سهیل، صادقی (۱۳۹۶)، *بررسی رابطه مصرف رسانه‌های جمعی با میزان دین‌داری*

*در میان دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی هرمزگان*، پژوهشنامه فرهنگی هرمزگان، شماره ۱۳.

تمیمی آمدی، عبد الواحد بن محمد (۱۴۱۰ق)، *غرر الحکم و درر الکلم*، قم: دار الکتب الاسلامی، دوم.

جوادی آملی، عبدالله (۱۳۸۱)، *قرآن در قرآن*، قم: اسراء، چاپ دوم، ج ۱.

جوادی آملی، عبدالله (۱۳۹۱)، *انتظار بشر از دین*، قم: اسراء، چاپ هفتم.

خمینی، روح‌الله (۱۳۸۸)، *صحیفه امام*، تهران: مرکز تنظیم و نشر آثار امام خمینی، دوم، ج ۱۷.

خمینی، روح‌الله (۱۳۹۰)، *صحیفه امام*، تهران: مرکز تنظیم و نشر آثار امام خمینی، دوم، ج ۲۱.

رکنا (۱۳۹۸/۳/۱)، ۹۶/۵/۲۲، *مرگ دل‌خراش مرد دست‌فروش در درگیری با مأموران شهرداری قم*،

<https://www.rokna.net>

شجاعی‌زند، علیرضا (۱۳۸۸)، *روحانیت و موقعیت جدید*، شیعه‌شناسی، شماره ۲۶.

شریف‌الرضی، محمد بن حسین (۱۴۱۴ق)، *نوح البلاغه*، قم: هجرت، اول.

صادقی‌تهرانی، محمد (۱۳۶۵)، *الفرقان فی تفسیر القرآن بالقرآن*، قم: انتشارات فرهنگ اسلامی، دوم، ج

۹.

صدر، محمد باقر (۱۴۲۸ق) *دروس فی علم الاصول*، قم: شریعت، چهارم، ج ۱.

طباطبایی، سید محمد حسین (۱۴۱۷ق)، *المیزان فی تفسیر القرآن*، قم: دفتر انتشارات اسلامی جامعه

مدرسین حوزه علمیه قم، پنجم، ج ۲.

علیمرادی، مصطفی (۱۳۹۴)، *بررسی رهیافت‌های گوناگون به دین در اینترنت با نگاه ویژه به اسلام*،

فصلنامه ره‌آورد، شماره ۲۸.

غلامی، رضا (۱۳۸۳)، *مانیفست روحانیت*، زمانه، شماره ۲۸.

کلینی، محمد بن یعقوب (۱۴۰۷ق)، *الکافی*، تهران: دارالکتب الاسلامیه، چهارم، ج ۲.

مجلسی، محمدتقی (۱۴۰۳ق)، *بحار الأنوار*، بیروت: دار إحياء التراث العربی، دوم، ج ۷۵.

محمدی ری‌شهری، محمد (۱۳۸۶)، *میزان الحکمه*، قم: دار الحدیث، هفتم، ج ۱۰.

فصلنامه آفتاب خرد، پاییز و زمستان ۱۳۹۷، دوره ۴، شماره ۳ و ۴، پیاپی ۱۰

معصومی، علی (۱۳۹۰)، *تعاملات روحانیت و دولت اسلامی، معرفت سیاسی، شماره ۱*.