

طلیعه

- سخن دبیر
- چرا گفتمان مسؤلیت پذیری اجتماعی؟

فتح عرصه‌های سخت و ناشناخته

یکی از مأموریت‌های تشکّل فراگیر از ابتدای تأسیس، فتح عرصه‌های سخت، ناشناخته و جدید و البته دارای اهمیت در حوزه تبلیغ بود. از جمله خلأهای اساسی ما در حوزه تبلیغ این بود که نهاد تبلیغی ما تا به حال نتوانسته بر گفتمان رقیب و دشمن غلبه گفتمانی خود را اعمال نماید و یکی از مهم‌ترین علت‌های آن این بود که تبلیغ ما اساساً گفتمان محور تعریف نشده بود تا بتواند در فضای عمومی کشور تأثیر گذار باشد. در دوره سوم فعالیت شورای مرکزی تشکّل فراگیر مقرر گردید، با همراهی گروه‌های تبلیغی، امر تبلیغ گفتمانی در سطح جامعه هدف به صورت جدی آغاز شده و تاکنون در چندین موسم تبلیغی این حرکت گفتمانی تجربه شده است.

فقدان پیوست فرهنگی در مقابله با کرونا

پس از وقوع حادثه کرونا طی جلساتی که با هیأت اندیشه‌ورز تشکّل و سایر کارشناسان داشتیم به چند نکته اساسی رسیدیم: نکته اول این بود: نهادهای فرهنگی برای مقابله، مهار و مدیریت کرونا طرح راهبردی فرهنگی نداشتند. البته گروه‌های تبلیغی با حضور متعهدانه و شگفتی آفرین خود در حوادثی چون زلزله، سیل و کرونا در حقیقت پرتوی از مسئولیت‌پذیری اجتماعی، ایثار

و مواسات را در عمل نشان دادند، اما نتوانستند در مقیاس ملی و در سطح توده‌ها، گفتمان فرهنگی مقابله با کرونا را به صورت جامع، طرح‌ریزی و عملیاتی نمایند.

محدودیت در برنامه‌های تبلیغی

نکته دوم این بود: با وقوع کرونا، به یک معنا ظرفیت‌های تبلیغی کشور تعطیل، تضعیف و محدود شد؛ تشکّل برای برون‌رفت از این وضعیت به دنبال راهبردی بود تا با تحقق آن میدان‌هایی برای بروز و ظهور برنامه‌های تبلیغی ایجاد شود.

گره‌گشایی از مشکلات معیشتی مردم

نکته سوم این بود: کشور ما در وضعیتی قرار دارد که مشکلات معیشتی و فشار اقتصادی حاصل از کرونا و سایر عوامل در آن جدی است فلذا می‌بایست به سراغ گفتمانی می‌رفتیم تا اولاً در بستر آن، نهضت، احسان و تعاون و مواسات شتاب مضاعفی می‌گرفت و در پرتو آن، مشکلات معیشتی مردم کاهش پیدا می‌کرد؛ و ثانیاً با فراگیر شدن این نهضت، نظم نوین اجتماعی بر پایه احسان و تعاون و مواسات و اخوت در جامعه پی‌گیری می‌شد.

جایگاه گفتمان سازی مسئولیت‌پذیری اجتماعی

نکته چهارم این بود: از آنجا که از سوی امام خامنه‌ای نقشه راه انقلاب در گام دوم، حرکت به سمت شکل‌گیری تمدن نوین اسلامی تعیین گردید و نرم‌افزار

تمدن اسلامی نیز سبک زندگی اسلامی بود تصمیم گرفتیم در راستای فرهنگ‌سازی سبک زندگی اسلامی بر یکی از مؤلفه‌های آن (یعنی مسئولیت‌پذیری اجتماعی) که متناسب با تحولات و نیاز حال انقلاب است تمرکز کنیم. فلذا اهمیت سبک زندگی اسلامی از منظر تمدنی و اقتضای حال کشور، تشکّل فراگیر را به لزوم تمرکز و فراگیرسازی بر گفتمان محوری مسئولیت‌پذیری اجتماعی رهنمون ساخت.

خانواده و خاندان، کانون نقش آفرینی گروه‌های تبلیغی

رسول خدا (ص) فرمود: مَنْ أَصْبَحَ وَ لَمْ يَهْتَمَّ بِأُمُورِ الْمُسْلِمِينَ فَلَيْسَ بِمُسْلِمٍ. فراز پاپانی این روایت بسیار تکان‌دهنده است. مقام معظم رهبری در سال ۱۳۸۱ فرمودند: «جوانان اجتماعات خانوادگی تشکیل دهند و کمک‌های اعضای خانواده را جمع کنند و در درجه اول به مصرف فقرا و نیازمندان همان خانواده و خویش و قوم برسانند و اگر نیازی نبود به فقرای دیگر برسانند.» از آنجا که خانواده کوچک‌ترین واحد یک اجتماع است و اصلاحات اجتماعی از پایه‌ای‌ترین واحد آن اتفاق می‌افتد، فلذا نقطه تمرکز ما گسترش این فرهنگ مسئولیت‌پذیری اجتماعی در نهاد خانواده و خاندان‌ها تعیین شده است. علاوه بر اینکه اگر امر تبلیغ به خاطر شرایط کرونایی تعطیل یا محدود شود، تبلیغ در خانه و خانواده تعطیل‌بردار نیست.

عنصر محوری این حرکت

عنصر محوری این حرکت طلبه، همسر و فرزندان او هستند. یعنی طلبه پیشگام می شود و یک هسته جهادی در محیط خاندان خود تشکیل می دهد و به گره‌گشایی معیشتی، فرهنگی و معرفتی جامعه هدف می پردازد و در این مسیر از ظرفیت‌های مادی و معنوی افراد خاندان برای ارائه خدمات به نحو مطلوب بهره‌برداری می‌نماید؛ در این طرح، امر مردمی‌سازی و اجتماعی‌سازی تبلیغ در واحد پایه اجتماع آغاز شده و در ادامه از طریق افراد خاندان و با احیاء منابع دین‌پایه (جوهات، نذورات، تبرعات، وصیت به ثلث و ...) در اداره خود، خودگردان خواهد شد.

پیامد طرح احیای سرمایه اجتماعی حوزه

به لطف الهی و عنایت امام عصر(عج) این حرکت مبارک، آغازی باشد برای احیای سرمایه اجتماعی حوزه‌های علمیه. چرا که حوزه‌های علمیه، اگر مستظهر به حمایت و مخاطب مردمی نباشند فلسفه وجودیشان زیر سؤال خواهد رفت. فلسفه وجودی حوزه‌های علمیه پاسخ به نیازهای معرفتی و معنوی و اجتماعی مردم است، اگر ما مخاطب مردمی نداشته باشیم این دستگاه عریض و طویل متولی امر روحانیت دچار ابهام در فلسفه وجودی خود خواهد شد.

جمع بندی

بنابراینچه گذشت در موسسه‌های تبلیغی محرم و صفر ۱۴۴۲ ه.ق و در ادامه رزمایش تبلیغی مواسات در تابستان ۱۳۹۹ با پیشگامی گروه‌های تبلیغی در صدد هستیم صدها نهاد فرهنگی و اجتماعی و عام‌المنفعه خانواده‌محور و طلبه‌پایه در خاندان‌ها شکل بگیرد و مأموریت آن گره‌گشایی معیشتی، معرفتی و فرهنگی و رهبری اقدامات عام‌المنفعه در محیط خاندان بپردازد. ان شاء الله گروه‌های تبلیغی سراسر کشور این میدان جدید و مغفول‌مانده و البته با اهمیت که پایه اساسی و بنیادین تحول در جامعه‌پردازی اسلامی است را صدر اولویت‌های خود قرار خواهند داد.

والسلام علیکم و رحمه الله و برکاته

با ایمان به شکوفایی اسلام ناب محمدی (ص)

مرتضی شعبان‌زاده دبیر تشکّل فراگیر تبلیغ

طلیعه ... چرا مسئولیت‌پذیری اجتماعی؟ ۷

چرا مسئولیت‌پذیری اجتماعی؟

توجه و تنبّه آحاد جامعه نسبت به مسئولیت‌شان در قبال جامعه و تقویت حسّ مسئولیت‌پذیری در میان آنان، پیش‌نیاز تحقق بسیاری از معارف و احکام اجتماعی دین می‌باشد.

اگر به هنگام منازعهٔ دو یا چند نفر یا قوم و قبیله، دستور می‌آید که «فاصلحوا ذات بینکم»؛

اگر در جای‌جای قرآن کریم در کنار توجه به نماز و ارتباط با خداوند، به زکات و انفاق و ارتباط با خلق خدا توصیه می‌شود؛

اگر در فرهنگ دینی، حقوق برادر دینی و یا صلّهٔ ارحام و اقربا و یا توجه به احوال همسایگان اینقدر غلیظ و جدّی است؛

اگر اهمیّت "امر به معروف" و "نهی از منکر" تا بدان حدّ است که "بهما تقام الفرائض" و احیای آنها در جامعه، نشانهٔ زنده بودن فرد و جامعه است؛

اگر در روایات شریف به گره‌گشایی و رفع مشکلات مردم توصیه می‌شود و ثواب آن نه معادل یک حج بلکه بالاتر از چندین حجّ معرفی می‌شود؛

اگر امام جامعه که در حکم دیده‌بان یک جامعه است، نه یکبار بلکه در طول ماه‌های اخیر به دفعات و با ادبیات مختلف (مواسات، رزمایش همدلی، نهضت

تعاون و احسان و ...) به رسیدگی به حال محرومان التفات می‌دهد؛

و اگر

طلیعه ... چرا مسئولیت‌پذیری اجتماعی؟ ۸

همه این‌ها و بسیاری دیگر از معارف بلند، یک مقدمه پنهان و پیش‌نیاز قطعی دارند که بدون آن سامان نمی‌یابند و در عرصه تحقق و عینیت، متجلی نمی‌شوند.

آن مقدمه پیش‌نیاز عبارت است از تعهد و مسئولیت انسان مسلمان نسبت به انسان‌های دیگر و کلیت جامعه. توجه به "مسئولیت‌پذیری اجتماعی" در مرحله اول برای فهم بسیاری از دستورات اجتماعی دین و در مراحل بعد برای فعالیت عمومی جامعه، لازم و ضروری است.

زمانی "امر به معروف" و "نهی از منکر"، خود معروف می‌شوند که "بی‌خیالی" و "بی‌تفاوتی"، منکر شوند.

زمانی توجه به اقربا و بستگان و همسایه‌ها و رسیدگی به احوال آنها در ما نهادینه می‌شوند که فرهنگ "به من چه؟" و "به تو چه؟" از ذهن و اندیشه ما رخت بریندد.

زمانی "مواسات" که در روایات ما از آن به اشدّ فرائض تعبیر شده، تبدیل به فرهنگ عمومی جامعه می‌شود که ما درد و غم دیگران را درد و غم خود بدانیم. زمانی ما اهل "انفاق" و "احسان" و "ایثار" می‌شویم که نسبت به حال و روز دیگران خود را مسئول بدانیم.

زمانی "تعاون" و "احسان" در جامعه فراگیر می‌شود و به تعبیر رهبر انقلاب، نهضت می‌شود که پیش از آن وظیفه‌شناسی و مسئولیت‌پذیری و حسّ تعهد جمعی و اجتماعی، نهضتی فراگیر شود.

و

رسالت بزرگ تبلیغی که خود مسئولیت اجتماعی عالمان دینی به شمار می‌رود، اقتضا می‌کند که پس از توجه به حقیقت ایمان، تذکر به لوازم ایمان و تعهد به آنها را به دنبال داشته باشد و حسّ مسئولیت‌پذیری اجتماعی را در میان آحاد جامعه برانگیزاند. همان تعهدی که بنیاد و اساس بسیاری دیگر از معارف حقّ دینی است.

جامعه تبلیغی، زمانی در تبلیغ معارف اجتماعی دین موفق است که بتواند اولاً معرفت تعهد اجتماعی و یا همان مسئولیت‌پذیری اجتماعی را خوب هضم کند و سپس در عمل و گفتار به صورت صحیح و نیکو انتقال دهد. تعلیم صحیح این حقیقت و تذکر و هشدار نسبت به آن و ایجاد انگیزه و تحریک بدان، از مهمترین ارکان کار تبلیغی مطلوب شمرده می‌شوند که اگر این اتفاق بیفتد، بستر رشد فضایل اخلاقی می‌شود و دیگر "نهی از منکر" فضولی در کار دیگران قلمداد نمی‌شود و مشارکت‌های اجتماعی و سیاسی نه به عنوان تفریح بلکه به عنوان امر ضروری و غیر قابل تردید جلوه میکنند و دستگیری و امداد و کمک رسانی به طبقات ضعیف جامعه نه از سر دلسوزی صرف بلکه از سر انجام وظیفه و مسئولیت انجام می‌پذیرد.

موضوع مسئولیت‌پذیری اجتماعی، گستره‌ی وسیعی از سرفصل‌ها و ریزموضوعات را شامل می‌شود که همه آنها مهم و لازم هستند اما در میان آنها نکته قابل توجه که به نظر دارای اولویت بیشتری است، آن است که ما همه مسئولیم و مسئولیت داریم و این قاعده اخلاقی تربیتی استثناء بردار نیست و تعطیل شدنی نیست هرچند نوع مسئولیت‌ها تفاوت کند و در جلوه‌های

طلیعه ... چرا مسئولیت‌پذیری اجتماعی؟ ۱۰

متنوعی ظهور و بروز پیدا کند ولی اصل مسئولیت اجتماعی، همگانی‌ست و به تعبیر رسول گرامی اسلام ص_طبق نقل_؛ «آئی مسئول و آنکم مسئولون» و یا «کلکم راع و کلکم مسئول عن رعیتة». اصل مسئولیت‌پذیری اجتماعی صنف، سن، جنسیت، جایگاه و ... نمی‌شناسد. مطابق روایت مذکور همگان در همه شرایط نسبت به هم مسئولیم و چنانچه این معنا در عملیات تبلیغی، تبیین شود، مخاطب مبلّغ با هر لباس و جایگاه و سن و صنف و شانی برای خود مسئولیت و تعهدی تعریف می‌کند.

نکته قابل تأمل و تذکر دیگر این است که متعلق مسئولیت خود طیف وسیعی از تعهدات را شامل میشود که تنبّه و توجه به آنها لازم و بایسته است؛ مسئولیت ما نسبت به فقر فقرا و نیاز نیازمندان، مسئولیت ما نسبت به گرفتاری گرفتاران، مسئولیت ما نسبت به تربیت خود و خانواده، مسئولیت ما نسبت به امنیت روانی و اخلاق جامعه، مسئولیت ما نسبت به انقلاب و نظام اسلامی، مسئولیت ما نسبت به درد و غم مسلمانان و مظلومان سایر بلاد از یمن و سوریه و فلسطین و حتی سایر انسانها، مسئولیت ما نسبت به امام و ولیّ جامعه، مسئولیت ما نسبت به حفظ و تعظیم شعائر دینی، مسئولیت ما نسبت به زمینه‌سازی برای ظهور و....

تشکل فراگیر تبلیغ گروهی طلب با توجه به مطالب پیش گفته و در راستای امر مهم تبلیغ گفتمانی و با لحاظ شرایط و مشکلات ناشی از بیماری فراگیر کرونا، برای موسم پیش رو یعنی محرم و صفر ۱۴۴۲، موضوع "مسئولیت‌پذیری اجتماعی" را به همه مبلّغین بزرگوار و گروه‌های تبلیغی

طلیعه ... چرا مسئولیت‌پذیری اجتماعی؟ ۱۱

پیشنهاد می‌کند هر چند گروه‌های تبلیغی و مجاهدان مبلّغ در عرصه‌هایی همچون زلزله، سیل و همین بیماری فراگیر انصافا خوش درخشیدند و جلوه‌های زیبایی از مسئولیت‌شناسی و تعهدپذیری اجتماعی را خلق کردند. امید است در پرتو فراگیرشدن فرهنگ مسئولیت‌پذیری اجتماعی، بسیاری از تعالیم اجتماعی همچون اصلاح، تعاون، احسان، انفاق، ایثار، جهاد، امر به معروف، نهی از منکر، گره‌گشایی و دستگیری از نیازمندان، مواسات و هم‌دردی و ... شکوفا شود. ان‌شاءالله با شکوفایی این معارف که شاخص‌های عمدهٔ سبک زندگی اسلامی و اصول جامعه‌پردازی محسوب می‌شوند، زمینه برای ظهور حجت خداوند حضرت بقیّه الله (ارواحنا فداه) فراهم شود.

وامنن علینا برضاه

معاونت آموزش و پژوهش