



ارزیابی کارآمدی کتب رسمی عقاید حوزه در گفتمان با مخاطبان برون دینی

محمد دین محمدی^۱

مدرس دانشگاه مجازی المصطفی، دانش آموخته حوزه،
دانشجوی دکتری اندیشه اجتماعی مسلمین، ایران

دین اسلام به‌عنوان یکی از مدعیان برنامه کامل زندگی، تمامی انسان‌ها را مخاطب حقیقی خود قلمداد کرده‌است. یقیناً برای معرفی خود و همچنین جذب، حفظ و تعالی تک‌تک آن‌ها برنامه‌هایی دارد. بخشی از این انسان‌ها تاکنون هیچ تعاملی با این برنامه نداشته‌اند. فضای گفتمان با چنین افرادی که هیچ علاقه و نسبتی با این آیین و برنامه ندارند، با فضای گفتمانی افراد ایمان‌آورنده بسیار متفاوت خواهد بود. مباحث کلان اعتقادی یکی از مهم‌ترین و مقدم‌ترین مباحثی است که می‌تواند بهانه‌ای برای گفت‌وگو، معرفی و جذب این دسته از مخاطبان باشد. رسالت تبلیغ و گسترش این برنامه در مکتب شیعه بر عهده نهادی به نام «حوزه علمیه» است که در قالب عنوانی به نام «دروس عقاید» و یا «کلام» اطلاعات مربوط به این اندیشه را به مخاطبین خود ارائه می‌دهد. با تحلیل این کتب مشاهده می‌کنیم فضای گفتمانی حاکم بر آن، بیش‌تر مناسب فضای «درون‌دینی» بوده و در نتیجه مخاطب برون‌دینی، مخاطب اصلی این نوشتار نیست و برای پر شدن این خلأ، راهکارهایی ارائه می‌شود.

واژه‌های کلیدی: عقاید، حوزه، کتب عقاید، مخاطب برون‌دینی.

^۱ mdm1360@gmail.com

مقدمه

تمامی ادیان و اندیشه‌ها برای نشر و رشد خود برنامه‌های گوناگونی دارند که با توجه به سطح علمی، گرایش‌ها و فضای گفتمانی مختلف، این برنامه‌ها متفاوت می‌شود. تأسیس عقیده، ایجاد فضای رویش و ایمان‌سازی بخشی از این برنامه است که معمولاً این برنامه برای افرادی در نظر گرفته می‌شود که هیچ تمایل و انگیزه‌ای برای تعامل با این اندیشه ندارند و یا در اولین گام‌های شناخت با این اندیشه قرار دارند و هنوز هیچ قضاوت و تصمیمی در مورد نحوه تعامل با این اندیشه اتخاذ نکرده‌اند. دین اسلام نیز از این امر مستثنی نیست و برای این امر ساز و کارهای معرفتی و اقتصادی خاصی در نظر گرفته‌است که در طول تاریخ این فعالیت‌ها منسجم شده و موجب تشکیل نهادهایی شده‌است که در این راستا برنامه‌ریزی می‌کنند. در دنیای امروز در مکتب تشیع از این نهاد با عنوان «نهاد مرجعیت» یا «نهاد حوزه» یاد می‌شود. عنوان «عقاید» یکی از ابتدایی‌ترین فضاهای گفتمانی است که برای تعامل با مخاطبان جدید در نظر گرفته شده‌است که در آن به مهم‌ترین و اساسی‌ترین مفاهیم تأثیرگذار بر این اندیشه - که موجب تمایز آن از سایر ادیان می‌شود - اشاره می‌شود.

این مقاله با دو گام مخاطب‌شناسی و کتاب‌شناسی، به تحلیل و شفاف‌سازی فضای گفتمانی خود می‌پردازد و در نهایت میزان کارآمدی کتب عقاید رایج در حوزه‌های علمیه را در قبال گروه خاصی از مخاطبان (برون‌دینی) - که کم‌ترین تمایل تعامل با این فرایند دارند - مورد بررسی قرار دهد.

پیشینه بحث

در بررسی‌های صورت گرفته هیچ کتاب یا مقاله مستقلی درباره بررسی میزان کارآمدی کتب عقاید حوزه برای مخاطبان خود یافت نشد. در میان تحقیقات مشابه و غیرمستقیم می‌توان به مقاله «نقد و ارزیابی کتاب «آموزش عقاید» گروه زبان فارسی دانشگاه مجازی المصطفی و معرفی ظرفیت‌های جدید» (دین محمدی، زواد، رستمی، ۱۳۹۶) اشاره کرد که به بررسی کارآمدی کتب عقاید درون سازمانی این مجموعه در قبال مخاطب خاص خود می‌پردازد.

ضرورت بحث

با توجه به پیشرفت‌ها و تغییرات فزاینده‌ای که در یک دهه اخیر اتفاق افتاده‌است که موجب به‌وجود آمدن مسائل و فضاهای جدید در گفتمان دینی شده‌است، یقیناً باید شاهد تغییراتی در نحوه عملکرد نهاد حوزه نسبت به دهه‌های گذشته می‌شدیم، اما هیچ تغییری در کتب عقاید حوزه در ده سال اخیر اتفاق نیفتاده‌است و همین مسئله با توجه به اهمیت فوق العاده و جایگاه سوق‌الجیشی مباحث عقاید در گفتمان دینی می‌تواند به عنوان مسئله‌ای مهم برای محققان و تحلیل‌گران حوزه قلمداد شود. عدم وجود هیچ پژوهشی درباره کارآمدی و پوشش‌دهی مناسب به مخاطبان نقیصه‌ای است که ضرورت تحقیق در ابعاد این قضیه را دو چندان می‌کند.

مفاهیم اساسی

مخاطب‌شناسی

در این بخش با بیان انواع اعتبارات و تقسیم‌بندی مخاطبان، سعی می‌شود در مختصرترین شکل ممکن مرز جامعه آماری مقصد و مخاطبان حقیقی این پژوهش که همان «مخاطبان برون‌دینی» هستند با انواع مخاطبان دیگر مشخص شده و در عین حال علت تمایز آن با سایر گروه‌ها معلوم شود. بر اساس اعتقاد و ایمان افراد به یک دین می‌توان آن‌ها را به دو دسته عمده تقسیم کرد:

مخاطب درون‌دینی

در این قسم مخاطب خود را یکی از اعضای این دین به شمار آورده و جزو پیروانش دانسته‌است. تعامل تمامی مخاطبان درون‌دینی با مفاهیم دینی به یک شکل نیست. با توجه به فعال و غیرفعال بودن این تعامل می‌توان آن‌ها را به دو دسته تقسیم کرد:

الف) مخاطب فعال: به مخاطبی اطلاق می‌شود که به صورت پویا در حال تعامل با دین و مفاهیم آن است که دو نحوه تعامل در این بین قابل مشاهده است:

۱) **تعامل همسو (تضایفی):** هدف این مخاطب از تعامل با دین، افزایش و تقویت بُعد ایمانی و همچنین نشر و گسترش مضامین و مفاهیم دینی و یا حل شبهات این دین است. حرکت این مخاطب یک حرکت همسو با مفاهیم دینی و برای درک و فهم هر چه بیش‌تر احساس‌های دینی‌اش است. یکی از ثمرات این تعامل هم‌افزایی بهره‌مندی مخاطب و دین از یکدیگر می‌تواند باشد؛ یعنی هر دو به یکدیگر در راستای قدرت گرفتن کمک می‌کنند.

۲) **غیر همسو (تناقصی):** این مخاطب در صدد تقویت ایمان و یا تثبیت و قبول مفاهیم موجود در این دین نیست، بلکه در عین قبول این هویت دینی، به دنبال کشف نقطه‌ضعف‌ها و بیان ایرادات و زدودن نقیصه‌ها و انحرافات از دین است. چه بسا کثرت و شدت این حرکت موجب خروج یک فرد از این دین بشود.

ب) مخاطب غیر فعال: به مخاطبی اطلاق می‌شود که از حیث هویت دینی، خود را یکی از افراد این دین به حساب می‌آورد و معمولاً اطلاعات او از دین، در حد کلیاتی اجمالی و تعبدی است که همین مقدار از اطلاعات و باور، موجب قرار گرفتن وی در قشر ایمان‌آوردگان به این دین می‌شود. این افراد معمولاً هیچ تلاشی برای فهم و یا تعمیق بیش‌تر به این مضامین ندارد و ایمانشان در حد همان مسائل سطحی باقی می‌ماند. بسیاری از مخاطبان هر دینی جز این قسم به شمار می‌آیند که معمولاً در ضمن یکی از بسترهای تاریخی، فرهنگی، اجتماعی و خانوادگی، به صورت ناخواسته جزو افراد این گروه قلمداد شده‌اند.

مخاطب برون دینی

گروهی از مخاطبان یک دین افرادی هستند که فعلاً هیچ نسبت، ارتباط و تعلقی با این دین و مضامین آن نداشته و خود را جزو ایمان آورندگان به آن نمی‌دانند. تمامی ادیان به این گروه از مخاطبین به عنوان یک مخاطب بالقوه نگاه می‌کنند و برای جذب و تعامل با این افراد برنامه و طرح‌های دقیق و گسترده‌ای دارند که البته این طرح و برنامه در افرادی که در حال حاضر به یک دین، ایمان و تمایل دارند با افرادی که نسبت به هیچ دینی گرایش ندارند، بسیار متفاوت خواهد بود. این مخاطبان بر اساس تمایل و عدم تمایل به ارتباط، به دو دسته تقسیم می‌شوند:

(۱) **متمایلین به ارتباط:** این گروه از وجود چنین دینی مطلع هستند، ولی اطلاعات کافی و دقیقی درباره محتوای آن ندارند و در این راستا خودشان برای دریافت اصول مهم و تأثیرگذار این دین اقدام و تلاش می‌کنند. این تمایل جهت‌های متفاوتی می‌تواند داشته باشد:

الف) برای تجربه یک حس ایمانی: نیت این افراد از این تعامل فقط به دست آوردن یک حس ایمانی است که گاهی این حرکت یک حرکت هم‌سوینانه و همراهانه با این دین است که فرد تمایل دارد در ضمن مضامین همین دین و با همراهی با آن، این حس دینی را تجربه کند^۱ و گاهی این نیت یک حرکت تقابلی است که نیت فرد از حرکت، رد آن دین و شناخت اشکالات و نواقصش بوده که این رد و انکار موجب بوجود آمدن یک حس دینی مطلوب در ضمن یک دین و آیین دیگر میشود^۲.

ب) برای حصول یک شناخت غیر ایمانی: گاهی اوقات مطالعه یک دین به هیچ وجه به نیت درک و تجربه یک حس ایمانی از یک دین صورت نمی‌گیرد، بلکه محقق فقط درصدد بررسی یک حقیقت خارجی از ابعاد گوناگون آن است؛ این ابعاد می‌تواند دارای جنبه‌های تاریخی، فلسفی، کلامی، جامعه‌شناختی، دین‌شناختی و ... باشد.

(۲) **هیچ تمایل و انگیزه‌ای برای تعامل ندارند:** این امر یا به سبب عدم شناخت و نداشتن هیچ‌گونه اطلاعاتی در مورد این دین است و یا حتی در صورت اطلاع از وجود این دین، ظاهر این برنامه چنان نیست که مخاطب را به خود جذب کند و در نهایت این مخاطب هیچ‌گونه حرکتی برای تعامل با ماهیت و محتوی این دین برنخواهد داشت.

جمع‌بندی مخاطب‌شناسی:

تمام اقشار یاد شده مخاطب حقیقی دین اسلام بوده و دین اسلام تمامی این مخاطبان را دعوت به خود کرده و برای جذب و تعالی تمامی این افراد برنامه دارد. تحقیق حاضر به دنبال بررسی کارآمدی مفاد عقایدی موجود در فضای حوزه برای مخاطبان «برون‌دینی» است.

^۱ مانند شخص غیرمسلمانی که با شرکت در مراسم پیاده‌روی اربعین در بین شیعیان، سعی دارد این حس ایمانی عاطفی را تجربه کند.

^۲ مانند شخصی که به دنبال مطالعه تورات است تا در ضمن این مطالعه اشکالات و تناقضات ایمانی و فکری آن را پیدا کرده و ایمان مسیحی و یا اسلامی خود را تقویت کند.

کتاب‌شناسی

نهاد مرجعیت و زعامت شیعه با قرار گرفتن در فضای نجف به یک انسجام نسبی رسید که بعد از انتقال این فضا از نجف به قم و مخصوصاً بعد از انقلاب اسلامی این نهاد شکل منسجم‌تری به خود گرفت و به یک سازمان اجتماعی و مرجع علمی جهان تشیع تبدیل شد. در این فضا برخی کتب و برخی نویسندگان از مرجعیت خاصی برخوردار شدند که بدون آن‌ها سیر مطالعات علمی دانش‌آموختگان ناقص قلمداد می‌شد و تمامی طلاب و دانش‌پژوهان این عرصه برای کامل شدن مراحل آموزشی خود، لازم بود این مرحله را سپری کنند و این کتب را مورد مطالعه و مباحثه قرار دهند. از این منابع با عنوان «کتب رسمی» حوزه یاد می‌کنیم. در مباحث کلامی نیز از دیرباز برخی کتب از رسمیت و مرجعیت بیش‌تری نسبت به سایر کتب برخوردار بودند و همین کتب به دلیل اعتباری که حوزه به آن‌ها داده‌است در اولویت شناسایی و بررسی و مطالعه محققان و کسانی که تمایل به شناسایی عقاید شیعه دارند، قرار داشته و دارد و غالباً مشاهده می‌کنیم همین کتب در نهایت به زبان‌های دیگر دنیا ترجمه شده و به مخاطب بین‌المللی عرضه می‌شود.

رشته «کلام» رشته‌ای است که از آن به عنوان رشته مدافع دین و معرفی‌کننده عقاید یاد می‌شود؛ به عبارت بهتر تمامی مؤلفه‌های کلان تأثیرگذار در یک دین، در قالب این عنوان مورد بررسی قرار می‌گیرد و اگر کسی تمایل دارد درباره ماهیت و روح یک دین اطلاعاتی به دست بیاورد، بهترین راه مراجعه به بخش کلامی آن دین است. این علم مانند سایر علوم دارای سطوح مختلف است که معمولاً از ابتدایی‌ترین و پایین‌ترین سطح آن با عنوان مباحث «اصول دین» یاد می‌شود که در ضمن آن اساسی‌ترین و تأثیرگذارترین مباحثی که اولاً نقش تعیین‌کننده‌ای در فهم و شکل‌گیری سایر مفاهیم داشته و ثانیاً باعث تمایز و جدایی این برنامه از سایر برنامه‌ها می‌شود، به مخاطبان معرفی می‌شود.^۱ در حال حاضر این مباحث تحت عنوان «کتب عقاید» به طلاب و علاقه‌مندان به آشنایی با دین اسلام و مکتب تشیع آموزش داده می‌شود. شاید بتوان به لحاظ دوره‌های تاریخی این کتاب‌ها را به دو دسته عمده تقسیم کرد:

الف) کلاسیک: در یک تقسیم‌بندی کلان می‌توان دوران حوزه قبل از انقلاب اسلامی ایران را با عنوان دوران کلاسیک حوزوی نام برد، زیرا ساختار نهاد حوزه تا قبل از انقلاب، تقریباً شکل و شاکله واحدی داشت و دروس و سیر مطالعاتی آن حتی تا چند دهه نزدیک به انقلاب تغییر چندانی نکرده بود. در این فضا برای علم کلام تقریباً سه سطح عمده قابل طرح بود (مومنی، ۱۳۹۵: ۱۲۲) که سطح اول آن شامل کتب زیر است:

۱) کتاب «الباب الحادی عشر» نوشته علامه حلی که این کتاب معمولاً با شرح فاضل مقداد (مقداد، ۱۴۱۳) خوانده می‌شد.

^۱ که منظور اصیل از آن «توحید»، «نبوت»، «معاد» است و مباحث مربوط به «اصول مکتب» یعنی «امامت و معاد» به صورت تبعی مد نظر قرار گرفته‌است.

۲) کتاب «عقایدالامامیه» نوشته علامه محمدرضا مظفر که این کتاب اکنون با شرح آیت‌الله خرازی با عنوان «بدایه المعارف الالهیه فی شرح عقاید الامامیه» (خرازی، ۱۴۲۴ هـ ق) مورد مطالعه قرار می‌گرفت. (ب) جدید: همان‌طور که بیان شد بعد از انقلاب، نهاد حوزه ساختار سازمانی منسجم‌تری به خود گرفت و نظام آموزشی خود را در چهار سطح طراحی کرد که در سطح اول آن چندین کتاب با عنوان عقاید و اعتقادات مورد مطالعه و آموزش قرار می‌گیرد که به معرفی آن می‌پردازیم. سال اول (پایه اول): کتاب «اصول اعتقادات در چهل درس» نوشته آقای قائمی مورد مطالعه دانش‌پژوهان و طلاب علوم دینی قرار می‌گیرد. سال دوم (پایه دوم): در این مقطع طلاب با کتاب «شیعه در اسلام» نوشته علامه طباطبایی (ره) آشنا می‌شوند. سال سوم (پایه سوم): کتاب «اصول عقاید» نوشته آیت‌الله مصباح یزدی از منابع مهمی است که طلاب در سال سوم به عنوان منابع درسی ارائه می‌شود. سال چهارم تا سال ششم (پایه چهارم تا پایه ششم): در این سال کتاب «بدایه‌المعارف الالهیه فی شرح عقاید الامامیه» نوشته آیت‌الله خرازی مورد مطالعه قرار می‌گیرد. این کتاب دو جلد است و در ظرف مدت سه سال به طلاب علوم دینی تدریس می‌شود.

بررسی کارآمدی

در این بخش با عنایت به نحوه ورود به بحث و سیر استدلال و چگونگی آن، مخاطبان مورد نظر نویسنده شناسایی شده و سپس میزان کارایی این گفتار برای انواع مخاطبان برون‌دینی مختلف مورد بررسی قرار خواهد گرفت. در این بخش، محتوی کتب، هدف اصلی تحلیل هستند و مسئله زبان مبدأ (کتاب) و زبان مقصد (مخاطب) مفروض عنه قلمداد شده است. نکته‌ای که باید در این مقام به آن تصریح شود، این است که استفاده از هر گونه مفهوم درون‌دینی بر اساس آیات قران و روایات برای تمامی انواع مخاطب برون‌دینی نه تنها بی‌معنی و غیر جذاب است، بلکه مانع ارتباط و تعامل نیز هست، زیرا هنوز برای او این مفاهیم - قرآن و پیامبر و ... - اموری بی‌معنایی قلمداد می‌شوند که نیاز به اثبات دارند.

کتاب کلاسیک

۱) کتاب «الباب الحادی عشر» نوشته علامه حلی که با این عبارت آغاز می‌شود: «فی ما یجب علی عامه المکلفین من معرفه اصول الدین و اجمع العلماء کافه علی وجوب معرفه الله ...» (حلی، ۱۴۱۰: ۱).

نحوه ورود مؤلف به بحث با عباراتی مانند «تکلیف، خدا، وجود» است و همین‌طور در استدلال خود به «اجماع علماء و بسیار از آیات و روایات» تمسک می‌جوید که این نشان می‌دهد مخاطب اصلی این نوشتار یقیناً مخاطب درون‌دینی است که بیش‌ترین سنخیت را با این مفاهیم دارند. با توجه به این‌که هیچ‌کدام از افراد این گروه خود را مکلف به انجام مضامین و دستورات این دین نمی‌دانند، این

نحوه ورود به بحث هیچ جذابیتی برای آن‌ها نخواهد داشت و استناد به آیات و روایات برای آن‌ها کاملاً بی‌معنی است.

۲) کتاب «عقاید الامامیه» نوشته علامه محمد رضا مظفر که کتاب خود را با این مطلب آغاز می‌کند: «عقیدتنا فی النظر والمعرفه؛ نعتقد: أن الله تعالی لَمَّا منحنا قوه التّفکیر و وهب لنا العقل، أمرنا أن نتفکر فی خلقه و ننظر بالتأمل فی آثار صنعه، و نتدبر فی حکمته و اتقان تدبیره فی آیاته فی الافاق و فی أنفسنا، قال تعالی: (سُئِرِیْهِمْ آیَاتِنَا فی الافاقِ وَ فی أَنفُسِهِمْ حَتَّى یَتَبَيَّنَ لَهُمْ أَنَّهُ الْحَقُّ) ...» (مظفر، ۱۳۸۵: ۱۷).

ورود به این مباحث با عناوینی مانند «خدای متعال» و استناد به آیات قران برای ضرورت و لزوم ورود به این مباحث، نشان‌دهنده توجه ویژه مصنف به گفتمان درون‌دینی است و به نظر می‌رسد منظر اولیه در مخاطبان درون‌دینی قلمداد شده‌است که همان اشکالات سابق در این مقام نیز قابل بیان است.

کتاب جدید:

۱) کتاب «اصول اعتقادات در چهل درس»:

این کتاب با بحث «توحید» کار خود را آغاز می‌کند و در اولین گام وارد بحث «اهمیت مباحث اعتقادی» می‌شود: «اهمیت و ارزش هر علمی بستگی به موضوع آن دارد و در میان تمام علوم علم اعتقادات شریف‌ترین و با ارزش‌ترین موضوع را دارد. اساس و زیربنای تمام حرکات مادی و معنوی هر انسانی اصول عقاید اوست که اگر سالم و صحیح، قوی و بی‌عیب باشد، اعمال و حرکات، افکار و بینش‌های مختلف او صحیح و شایسته خواهد بود. بنابراین کیفیت و کمیت توجه هر انسانی به فروع دین (که برنامه‌های عملی اسلام است) بستگی به میزان اعتقاد وی به اصول دین دارد. از طرف دیگر در میان اصول اعتقادی مساله خداشناسی از اهمیت و شرف خاصی برخوردار است، زیرا اساس و ریشه همه مسائل عقیدتی و هسته مرکزی تمام افکار جهان‌بینی انسان موحد، خداشناسی اوست» (قائمی، ۱۳۸۹: ۱).

عباراتی مانند «فروع دین»، «خداشناسی»، «انسان موحد» نشان می‌دهد که این کتاب در صدد توجیه و ترغیب به یک گفتمان درون‌دینی است که با ورود به بحث فطرت و آوردن دلایل نقلی (آیات و روایات) برای اثبات وجود آن این نیت پررنگ‌تر می‌شود. نحوه ورود به این مطالب چنان است که به نظر می‌رسد، پیش‌فرض‌هایی مانند وجود خدا و حقانیت دین اسلام و قرآن و نبوت و امامت و لزوم تبعیت و تسلیم بودن در آن، مسلم انگاشته شده‌است که تمامی این فرض‌ها برای مخاطب «برون‌دینی بی‌دین»^۱ بی‌معنی و بخش مربوط به آیات و روایات برای مخاطب «برون‌دینی دارای دین»^۲ قابل تأمل است.

^۱ یعنی کسی که در زمره افراد این دین به شمار نمی‌رود و در عین حال خودش از هیچ دینی تبعیت نمی‌کند.

^۲ مانند یک فرد مسیحی نسبت به دین اسلام.

شیعه در اسلام:

دکتر نصر در مقدمه این کتاب گروه مقصد این کتاب را چنین معرفی می‌کند: «کتابی که اکنون از نظر خواننده می‌گذرد، جزئی از طرحی است که جهت معرفی «تشیع» در مغرب زمین تحقق پذیرفته‌است. گرچه در طی قرن گذشته، دانشمندان مغرب زمین، مطالعات زیادی در باره جوانب مختلف اسلام و تمدن اسلامی انجام داده‌اند، اما اکثر این آثار با نهایت تعصب و غرض انجام گرفته و در آن‌ها کوشش در تحریف اسلام دیده می‌شود.» (طباطبایی، ۱۳۹۱: ۱). علامه طباطبایی با دقت در این مسئله سعی می‌کند با بیانی تاریخی و برون‌دینی یک گفتمان مشترک با مخاطب دانشمند خود ایجاد کند و برای این منظور با توجه به بخشی از ابعاد اجتماعی زندگی انسانی و نیازمندی انسان به قانون‌مندی، ضرورت توجه به مباحث اعتقادی را چنین بیان می‌کند: «قوانین و مقررات نامبرده که در زندگی انسان حکومت می‌کند به یک اعتقاد اساسی استوارند و انسان در زندگی خود به آن تکیه داده-است» (طباطبایی، ۱۳۹۱: ۱۴). این نحوه استدلال و ورود، یک روش بسیار مقبول و قابل فهم برای قشر فرهیخته و دانشمند جامعه است که علامه نیز آن گروه را مخاطب اصلی خود قرار داده‌بود و به زیبایی از این فضاهای گفتمانی مشترک برای تعامل با این قشر برگزیده استفاده کرده‌است و در عین حال هیچ ادعایی نسبت به سایر اقشار برون‌دینی - که هیچ توجهی به مبانی و ریشه‌های افکار و اعمال خود ندارند - ندارد.

کتاب «آموزش عقاید»:

آیت‌الله مصباح در مقدمه‌ای بر این کتاب، هدف از نگارش آن و گروه مخاطب را چنین معین می‌کند:

«از این روی، برای برقراری و تحکیم نظام ارزشی و رفتاری اسلام باید مبانی عقیدتی آن که ریشه‌های این درخت تنومند و پربرکت به‌شمار می‌رود در دل‌ها پابرجا گردد» (مصباح، ۱۳۸۷: ۱) و چنین ادامه می‌دهد: «در عصر جدید هم با توجه به شبهات نوظهور، کتاب‌های عقیدتی مختلفی نوشته و در دسترس همگان قرار داده شده‌است، اما غالباً این‌گونه کتاب‌ها در دو سطح کاملاً متفاوت، نگارش یافته‌است. یکی در سطح عمومی با بیانات ساده و توضیحات فراوان و دیگری در سطح تخصصی با بیانات پیچیده و عبارات سنگین و اصطلاحات علمی و در این میان، جای کتاب‌هایی که برای تدریس در سطح متوسط، مناسب باشد خالی مانده و سال‌هاست که مدارس دینی احساس نیاز شدید به چنین متون درسی می‌کنند» (همان: ۲). این عبارات به وضوح مخاطب اصلی این نوشتار، سطح آن و نیت نگارنده را کاملاً مشخص می‌کند و جای تعجب ندارد با وجود تمام تلاش‌هایی که برای بیان علمی و منطقی و عقلی صورت گرفته‌است ولی باز در بعضی مقام‌ها شاهد برخی پیش فرض‌های درون‌دینی مانند مباحث

مربوط به فطرت و یا تصویرسازی اخروی سعادت یا عدم کافی بودن حس و تجربه برای رسیدن به این سعادت و یا استفاده از آیات و روایات برای اثبات چیزی هستیم. ایشان با مباحث مفهوم‌شناسی دین بحث خود را آغاز می‌کنند و در گام بعدی در بررسی انگیزه‌های پژوهش در دین چنین می‌گویند:

«از ویژگی‌های روانی انسان، میل فطری و غریزی به شناختن حقایق و اطلاع از ... همین فطرت حقیقت‌جویی که گاهی بنام «حس کنجکاوی» نامیده می‌شود می‌تواند انسان را وادار کند تا درباره مسائلی که در چارچوبه دین، مطرح می‌شود بیندیشد و درصدد شناختن دین حق برآید، مانند این مسائل: آیا موجود نامحسوس و غیرمادی (غیب) وجود دارد؟ در صورت وجود، آیا رابطه‌ای بین جهان غیب و جهان مادی و محسوس هست؟ در صورت وجود رابطه، آیا موجود نامحسوسی هست که آفریننده جهان مادی باشد؟ آیا وجود انسان، منحصر به همین بدن مادی و حیات او محدود به همین زندگی دنیوی است، یا زندگی دیگری هم دارد؟»

فرض گرفتن وجود فطرت و حساسیت به مسائل گفته شده و نحوه استدلال باز هم تأکید می‌کند

که این فضای گفتمانی با مخاطب درون‌دینی سازگاری بیش‌تری دارد.

«بداية المعارف الالهيه في شرح عقايد الاماميه» (خرازی، ۱۴۲۴ هـ ق)

این کتاب نیز به نوعی محل تلاقی سطح مقدماتی و سطح پیشرفته مباحث اعتقادی قلمداد می‌شود و از حیث گفتمانی نیز متأثر از فضای کتاب اصلی یعنی «شرح عقاید الامامیه» است. هرچند که جناب خرازی سعی می‌کنند ورود به بحث را با دو دلیل عقلی «دفع ضرر محتمل» و «وجوب شکر منعم» آغاز کنند، اما با تأمل در نحوه استدلال مشاهده می‌کنیم دو عنوان «ضرر» و «منعم» دارای پیش‌فرض‌های اعتقادی است که این پیش‌فرض‌ها بیش‌تر برای مخاطب درون‌دینی دارای جذابیت و اهمیت می‌تواند باشد. «و لا یخفی علیک ان الدلیل العقلی علی وجوب المعرفة، اما دفع الضرر المحتمل ...» (خرازی، ۱۴۱۲ هـ ق: ۹).

برای مثال در بحث «دفع ضرر محتمل»، فرض اطلاع از ماهیت معاد و اطلاع از اهمیت آن را امری مسلم و بسیار و خطیر قلمداد می‌شود که ما این فرض و اهمیت را در برخی از مخاطبان برون‌دینی بخصوص افراد بی‌دین، مشاهده نمی‌کنیم. همین‌طور در بحث «شکر وجوب منعم» توجه به نعمت بودن ابعاد گوناگون حیات انسانی به عنوان پیش‌فرض مبنایی لحاظ شده‌است در حالی که این برای بسیار از افراد برون‌دینی عباراتی و هم‌گونه و احساسی باشد که هیچ‌گاه موجب تهییج آن‌ها برای ورود به این مباحث نخواهد شد.

جمع بندی مخاطب شناسی

در بین کتب بررسی شده کتاب « شیعه در اسلام » علامه طباطبایی بیشترین تناسب و موضوعیت را برای گفتمان با مخاطب برون دینی داراست که البته آن هم فقط در صدد پوشش بخشی از مخاطبین برون دینی - قشر فرهیخته و دانشمند- است.

جمع بندی و نتیجه گیری نهایی

با توجه به پیشرفت و دگرگونی‌های عظیمی که در دنیای امروز بخصوص در حوزه ارتباطات به وجود آمده است ما شاهد تولد نسل جدیدی از گفتمان‌های انسانی هستیم که هر اندیشه باید برای حفظ حیات و جایگاه خود تلاش کند و نقش بسزایی در جهت‌دهی به جریان‌های گفتمانی داشته‌باشد تا بتوان به حیات و ثبات خود ادامه دهد. دین اسلام و مکتب تشیع یکی از گفتمان‌های مدعی در این فضا است که رسالت اولیه جذب و معرفی آن بر عهده مباحثی با عنوان «عقاید» یا «کلام» قرار گرفته ولی با بررسی کتب رسمی موجود در این فضا شاهد آن هستیم که جدیدترین کتب نگاشته شده در این فضا، متعلق به حدود سه دهه قبل و گفتمان غالب حاکم بر آن یک گفتمان درون‌دینی است به گونه‌ای که تصور می‌شود این دین هیچ وظیفه‌ای در قبال انسان‌های برون‌دینی و بخصوص کسانی که هیچ تمایلی به ارتباط با این دین ندارند احساس نمی‌کند و جای بسی تعجب است که با وجود نهادی مانند نهاد «مرجعیت» و «حوزه» که وظیفه سامان‌دهی و جهت‌دهی به امور دینی را دارند، چرا از بروزرسانی و همگام‌سازی این اطلاعات با دنیای امروز و مخاطب جهانی و مخصوصاً مخاطبان برون‌دینی غفلت شده- است و تعارض، زمانی پررنگ‌تر می‌شود که ادعاهای بزرگی در راستای برنامه‌ریزی برای جذب تمامی انسان‌ها به این تفکر ناب در این سیستم وجود دارد.

راهکار

مضامین متعالی این مکتب همراه با ادعای خاتمیت و کاملیت این برنامه نشان می‌دهد که این مکتب تمامی انسان‌ها را مخاطب گفتار خود قلمداد کرده‌است و آماده پاسخ‌گویی به پرسش‌های حرکت به سمت شناخت این مکتب است، علاوه بر این برنامه‌هایی دارد که بتواند خود را به مخاطبانی که تمایلی برای تعامل با این دین ندارند، عرضه کند. حال مسئله اصلی این است که این مضامین در چه قالب و شکلی باید به مخاطب ارائه شود که علاوه بر این‌که بتواند مخاطبان بیش‌تری را پوشش دهد، دارای محتوایی جذاب و قابل فهم نیز باشد. این برنامه‌ریزی باید در سطوح مختلفی صورت بگیرد که این مقاله در این مقام در صدد ارائه راهکارهایی برای ابتدایی‌ترین سطح است. دو مؤلفه مهم و تأثیرگذار در این فضا، مؤلفه‌های «محتوی» و «شاکله» ارائه این مطالب است که به بررسی آن خواهیم پرداخت.

راهکار محتوایی

با آسیب‌شناسی‌های مطالب گذشته متوجه شدیم که اولین مشکل در این حوزه، عدم وجود محتوایی مناسب برای مخاطب برون‌دینی است که برای این امر باید محتوایی جدید متناسب با فضای فکری و فرهنگی مخاطبان برون‌دینی باید تعریف شود. در این راستا باید به برخی مؤلفه‌ها توجه ویژه داشته باشیم:

۱) استفاده از گفتمان‌های مشترک:

لذت و آرامش دو مقوله‌ای است که تمامی انسان‌ها درک مشترکی از آن داشته و به دنبال آن هستند. همین امر یکی از ابتدایی‌ترین و قابل درک‌ترین فضاهای تعاملی مشترک ما بین تمامی انسان‌ها می‌تواند قرار بگیرد.

۲) رعایت خط قرمزها:

گاهی اوقات مخاطب برون‌دینی دارای گرایش‌های ایمانی است و همین امر لازم است با توجه به محتوی دینی ارائه شود، چرا که نباید به گرایش‌های فعلی او توهینی بشود، زیرا در این صورت مقاومت و مخالفت اولین و شایع‌ترین رفتاری است که مخاطب از خود در برابر محتوی پیش رو ارائه می‌دهد. پس بهترین حالت برای ایجاد یک محتوی مشترک اولیه، عدم استفاده از هرگونه مطلبی است که از آن حس جانب‌داری و یا تخریب یک عقیده به مشام برسد.

۳) توجه به مقوله سن و اطلاعات:

این واقعیتی است که در برخی اوقات همین سطح ابتدایی گفتمان برون‌دینی دارای اقسامی است که تفاوت میان مخاطبان مانع از نگارش متنی واحد برای این اقسام می‌شود. در این حالت بهتر است برای هر کدام از این گروه‌ها محتوی جداگانه‌ای متناسب با فضای آن نگاشته شود. برای نمونه دو مؤلفه سن و دانش می‌توانند چنین تأثیری داشته باشند که متفاوت بودن کتاب‌های کودک و نوجوان با سایر انواع کتاب‌ها امری واضح و مبرهن است.

۴) تغییر نگرش و استنادی:

نگرش غالب در گفتمان حاکم بر کتب عقاید توجه به «تشبیه عقیده» ایمان آورندگان به این دین است تا «مانع ریزش» مؤمنین و خروج آن‌ها از دین شود و این کتب عملاً به نوعی به ابزار «ایمان نگهدار» تبدیل شده‌اند. در حالی که مکتبی که داعیه جهانی شدن دارد، باید به فکر «تأسیس عقیده» باشد و کتاب‌هایش برای «ایجاد رویش»‌های جدید در راستای فرایند «ایمان‌سازی» مورد استفاده قرار گیرد.

۵) رعایت اختصار و سادگی:

یکی از آفات کتب عقاید، حجیم بودن و پیچیده بودن محتوی این کتب است. به نظر می‌رسد باید اولین سطح از کتب عقاید در ساده‌ترین شکل ممکن و راحت‌ترین سطح محتوایی به مخاطب ارائه شود.

۶) رعایت فرهنگ:

استفاده از عوامل فرهنگی و توجه به آن، یکی از مسائلی است که می‌تواند موجب غنای این محتوی بشود. برای نمونه می‌توان با حفظ مطالب اصلی کتاب، با توجه به فرهنگ‌های متفاوت، از مثال‌های گوناگون برای تلقین و تقریب مفاهیم به ذهن مخاطب استفاده کرد. مثال‌هایی که از دل این فرهنگ می‌جوشد و بیش‌ترین سنخیت را با مخاطب می‌تواند ایجاد کند.

راهکار شکلی

منظور همان ظرف بیان این مفاهیم و شاکله‌ایست که به خود می‌گیرد. این امر چنان مهم است که حتی در صورت جذاب نبودن ابتدایی مفاهیم، این قالب‌ها می‌توانند عامل جذب مخاطب باشد و شرایط را برای ورود و پیگیری مباحث فراهم آورد.

۱) استفاده از ابزار هنر:

یکی از عوامل سختی انتقال مفاهیم اعتقادی، عقلی بودن آن‌ها و فاصله گرفتن کتب موجود از زندگی عادی و روزمره مردم است. استفاده از ابزارهای هنری می‌تواند به این فضا کمک کند و با فعال کردن قوه خیال انسان و تشبیه معقول به محسوس راه ارتباط‌گیری مخاطب با مفاهیم را هموارتر کند. هرکدام از ابزارهای هنری مانند عکس، صوت، فیلم، انیمیشن، تصاویر گرافیکی می‌تواند در این راستا کمک بسزایی کند.

۲) توجه به مقوله زبان تخصصی:

تفاوت فضای زبانی مبدأ و نویسنده کتاب با فضای زبانی مقصد و مخاطب برون دینی یکی از عواملی است که سختی فرایند انتقال مفاهیم را دوچندان می‌کند. برای از بین بردن این فاصله علاوه بر ساده‌سازی واژگان می‌توان از تمرین‌های مربوط به آموزش زبان تخصصی نیز کمک گرفت تا مفاهیم به صورت راحت‌تر و ماندگارتر در ذهن مخاطب شکل گیرد. در مقاله «نقد و ارزیابی کتاب آموزش عقاید گروه زبان فارسی دانشگاه مجازی المصطفی و معرفی ظرفیت‌های جدید» (دین محمدی و همکاران، ۱۳۹۶: ۹) به چگونگی این مطلب و ثمرات آن اشاره‌هایی شده است و در آخر از یک نمونه کاربردی اولیه از محتوی جدید مناسب مخاطب برون دینی پرده برداری می‌شود.

منابع

۱. حلی، حسن بن یوسف (۱۴۱۰ق). *الباب الحادی عشر*، قم: بی‌جا.
۲. خرازی، سید محسن (۱۴۲۴ ه.ق). *بداية المعارف الالهيه في شرح عقايد الاماميه*، چاپ اول، قم: نشر اسلامی.
۳. دین محمدی محمد و همکاران (۱۳۹۶). *نقد و ارزیابی کتاب «آموزش عقاید» گروه زبان فارسی دانشگاه مجازی المصطفی و معرفی ظرفیت‌های جدید، همایش بین‌المللی ظرفیت‌شناسی و تأثیرگذاری فضای مجازی در ارتقای آموزش‌های دینی*، قم: دانشگاه المصطفی.
۴. طباطبایی، محمدحسین (۱۳۹۱). *شیعه در اسلام*، چاپ بیست و چهارم، قم: جامعه مدرسان حوزه علمیه.
۵. قائمی، اصغر (۱۳۸۹). *اصول اعتقادات در چهل درس*، چاپ ششم، قم: ادباء.
۶. مصباح، محمدتقی (۱۳۷۸). *آموزش عقاید*، قم: دار الثقلین.
۷. مظفر، محمدرضا (۱۳۸۵). *عقائد الامامیه*، تحقیق عبدالکریم الکرمانی، چاپ اول، تهران: فرصاد.
۸. مقداد، فاضل (۱۴۱۳ق). *الباب الحادی عشر مع شرحه النافع یوم الحشر*، مصحح: محمود رضا افتخارزاده، چاپ اول، قم: مکتب‌العلامه.
۹. مؤمنی، علی (۱۳۹۵). *تحصیل علوم حوزوی به روش سنتی*، چاپ اول، قم: اسوه.



Evaluation of Belief Textbooks in Dialogue with Non-Religious Audience

Mohammad Dinmohammadi¹

Moderator of Al-Mustafa Virtual University, PhD student of Social Thought of Muslims.

Islam claims to provide a comprehensive plan for human life and considers all human beings as its audience. Therefore, it must attempt to promote this plan and attract each and every one of its audience. A portion of the audience have no knowledge of the teachings of Islam but for some reason have come to contact with it. Obviously, the environment and circumstances under which dialogue with non-believers takes place will be entirely different from that of dialogue with followers of Islam. Large-scale and fundamental discussions and debates over religious belief principles are of great significance and priority which can pave the way for dialogue and the attraction of this group of the audience. The responsibility for promotion and propagation of this plan, in Shiite denomination is assigned to an institution called "Hawzah Elmiye" which provides these teachings to its audience in the form of courses such as "Beliefs" or "Kalam". Through the evaluation of the textbooks of these courses it is observed that the dialogue environment prevailing in them is appropriate for believers, that is, they are intended to strengthen and consolidate the faith of those already following Islam. As a consequence, non-believers, who are not within the realm of Islam, are not the primary audience of these textbooks. The present study addresses this void and offers a few solutions for it.

Keywords: Religious Beliefs, Hawzah, Belief Textbooks, Non-believer Audience.

¹ E-mail: mdm1360@gmail.com