بررسی چالش‌های تبلیغ دینی در حوزه علمیه و راهکارهای بهبود آن

گفت‌وگوی اختصاصی هفته‌نامه افق حوزه با حجت‌الاسلام والمسلمین علیرضا پناهیان

در این گفت‌وگو، حجت‌الاسلام والمسلمین علیرضا پناهیان، به بررسی مشکلات اساسی حوزه علمیه در زمینه تبلیغ دینی می‌پردازد و راهکارهایی برای بهبود و ارتقای این حوزه مهم ارائه می‌دهد. وی با تأکید بر اهمیت تبلیغ و نقش حیاتی آن در جامعه، به مسائلی مانند کم‌ارزشی تبلیغ در حوزه، عدم ارتباط مناسب میان تبلیغ و دانش تخصصی و مشکلات مربوط به محتوای تبلیغی و روش‌های نادرست آن اشاره می‌کند. همچنین بر لزوم توجه جدی به اصول علمی و بهره‌گیری از دانش‌های تجربی در تبلیغ دین تأکید می‌ورزد. در این مصاحبه، نقش مؤسسات علمی تخصصی در تدوین محتوای آموزشی و برنامه‌های تبلیغی متناسب با نیازهای جامعه و مخاطبان مختلف نیز مورد بحث قرار می‌گیرد. این گفت‌وگو به‌خوبی وضعیت کنونی تبلیغ در حوزه‌های علمیه را تحلیل کرده و راه‌حل‌هایی برای افزایش کارآمدی و اثرگذاری آن ارائه می‌کند.

• مشکل کم‌ارزشی تبلیغ در حوزه (نگرانی‌های رهبر معظم انقلاب)

رهبر معظم انقلاب در سخنرانی ۲۱ تیرماه ۱۴۰۲ صریحاً به یک مشکل بزرگ و راهبردی در حوزه اشاره فرمودند که آن هم کم‌ارزشی تبلیغ است. درباره حوزه و حوزویان مباحث زیادی قابل طرح است و می‌توان در جهت‌های مختلف به آن پرداخت؛ اما نقطه‌ای که امروز به آن می‌پردازیم، مسأله تبلیغ است. واقعاً با توجه به اطلاعاتی که از جهات مختلف به من می‌رسد، نسبت به وضعیت تبلیغ نگرانم؛ درحالی‌که بزرگان حوزه در طول تاریخ به اهمیت تبلیغ تأکید کرده‌اند. در فضای عمومی حوزه، تلقی غیرواقعی و در نتیجه کم‌ارزشی به تبلیغ وجود دارد.

• نگرش نادرست به تبلیغ (تبلیغ به‌عنوان یک امر ذوقی و معنوی)

اولین مشکل حوزه در زمینه تبلیغ این است که تبلیغ را تنها یک امر ذوقی و معنوی می‌دانند و آن را به دانش و تخصص علمی مرتبط نمی‌دانند. این نگرش باعث شده که تبلیغ در حوزه علمیه یک امر درجه یک به‌شمار نیاید و بسیاری بر این باورند که تبلیغ به ذوق و نَفَس معنوی مبلّغ بستگی دارد؛ درحالی‌که تبلیغ واقعاً نیازمند دانش‌های تخصصی است که غالباً در حوزه تحصیل نمی‌شود و مورد تحقیق و پژوهش کافی قرار نمی‌گیرد.

قرآن کریم به‌عنوان منبع اصلی تبلیغ، در زمینه تبلیغ به‌اندازه کافی مورد بررسی و تدبیر عالمانه قرار نگرفته است و ما در زمینه فقه تبلیغ در حوزه، بسیار ضعیف هستیم. گاهی اوقات برخی اظهارات نادرست و بی‌پایه به منبر منتقل می‌شود که علمی نیست و به درد منبر نمی‌خورد؛ درحالی‌که در عصر حاضر با مخاطبان هوشمند جامعه، باید عالمانه‌ترین سخنان در منبر بیان شود و مطالعات و تحقیقات لازم برای تهیّه یک بحث منبری باید بیشتر از آنچه در امور درسی حوزه نیاز است، انجام شود.

حضرت امام رحمه‌الله فرموده‌اند: که یک فقیه لزوماً اسلام‌شناس نیست؛ اما یک مبلّغ باید اسلام‌شناس باشد و این نیازمند آگاهی از عموم آیات و روایات و تاریخ اسلام است. اگر مبلّغ بخواهد زبان‌شناس نیز باشد، باید اطلاعات تاریخی معاصر و علوم‌انسانی را نیز افزایش دهد تا بتواند، با مردم به‌درستی صحبت کند و بر افکار و اطلاعات مردم تسلط پیدا کند.

بنابراین، مبلّغ باید دامنه وسیعی از دانش‌ها را در اختیار داشته باشد؛ درحالی‌که یک فقیه که به تحصیل و تدریس در موضوعات رایج فقهی می‌پردازد، به دایره مطالعاتی کمتری نیاز دارد. مبلّغ باید علاوه بر مطالعه، اهل تفکر، تحلیل و بصیرت نیز باشد تا بتواند، از اطلاعات به‌دست‌آمده جمع‌بندی‌های مؤثری ارائه دهد. بدون تدبر و تفکر در آیات قرآن، حتی با داشتن اطلاعات زیاد، مبلّغ نمی‌تواند به‌خوبی ایفای نقش کند.

• تصور نادرست از کفایت آگاهی‌های عمومی برای تبلیغ دین

بزرگ‌ترین مشکل ما این است که فکر می‌کنیم، اگر کسی درس‌های رایج حوزه را بخواند و سپس بخواهد، دین را تبلیغ کند و در مردم انگیزه دین‌داری ایجاد کند، همین آگاهی‌ها کافی است؛ ولی این تصور کاملاً نادرست است. امروزه دانش تبلیغ در جهان به‌طرز قابل‌توجهی پیشرفت کرده و دشمنان ما با برنامه‌ریزی‌های علمی و سنگین به–طور هوشمندانه‌ای در تلاش‌اند تا در افکار جامعه نفوذ کنند و متأسفانه در این زمینه موفقیت‌هایی هم به دست آورده‌اند. در عوض، ما باید با آگاهی از ترفندهای آنان، از روش‌های خاص و اصولی که دین به ما توصیه می‌کند و از متون و منابع دینی استخراج می‌شود (و غالباً نادیده گرفته شده‌اند)، استفاده کنیم و سپس به دعوت مردم به دین بپردازیم.

قرآن کریم به‌عنوان کتابی که دعوت‌کننده به دین و انگیزه‌ساز برای دینداری است، نیازمند تئوریزه‌کردن اصول و روش‌های دعوت به دین از آن است. متأسفانه، تاکنون این کار به‌درستی انجام نشده و افراد بر اساس ذوق و آگاهی‌های عمومی و برداشت‌های اولیه، هم در شناخت مخاطب و نیازهای او و هم در شیوه‌های تشویق برای دینداری، عمل می‌کنند. این روش‌ها معمولاً موفقیت‌آمیز نیستند.

مشکل دیگر که به‌تبع مشکل اول پیش می‌آید، این است که تبلیغ را امر دانشی و نیازمند تخصص علمی نمی‌دانیم. ارزیابی صحیحی از امر تبلیغ (به‌عنوان مثال، سخنرانی دینی یا منبر) در حوزه وجود ندارد. ما معتقدیم که اگر کسی مخاطبان زیادی داشته باشد و بتواند به روش‌هایی (ولو ناصحیح از نظر علمی) بر مخاطبان تأثیر بگذارد، موفق است. بسیاری از این افراد حتی آموزش‌های خاصی در دانش تبلیغ ندیده‌اند و تنها به‌دلیل ویژگی‌های شخصی و استعدادهای طبیعی خود موفق می‌شوند؛ درحالی‌که مردم به‌طور فطری جذب این سخنان می‌شوند، ما با روش‌های غیردقیق هم تأثیراتی خواهیم داشت.

• تأثیر ویژگی‌های شخصی و استعدادهای طبیعی بر موفقیت تبلیغ

اما مشکل زمانی بروز می‌کند که با افرادی مواجه می‌شویم که دین‌گریز یا دین‌ستیز هستند. در این شرایط، ضعف تبلیغ، خود را بیشتر نشان می‌دهد و همچنین با افرادی که آمادگی لازم برای دینداری را ندارند، تبلیغ به روش‌های غیرعالمانه تأثیر کمتری خواهد داشت. ارزیابی درست از تبلیغ موفق، اهمیت زیادی دارد و باید الگوی مناسبی برای اهل فضل ارائه دهد. منبر خوب، سخنرانی خوب و روش تبلیغ خوب، نمی‌توانند صرفاً بر اساس پرمخاطب بودن سنجیده شوند. در میان مردم، افرادی وجود دارند که به‌دلیل قدرت بیان و جذابیت کلام، توجه زیادی جلب می‌کنند؛ حتی اگر اطلاعات زیادی نداشته باشند. این افراد ممکن است، با داشتن اطلاعات بیشتر، حتی درخشان‌تر نیز به نظر برسند؛ اما این تفاوت‌ها با تبلیغ ارزشمند و اصولی و دارای روش‌های متقن بسیار زیاد است.

• تأثیر دانش‌های تخصصی بر فاصله‌گرفتن ادبیات دینی از مردم

مشکل بعدی که در حوزه وجود دارد، این است که در طول تاریخ، علما دانش‌های متنوعی تولید کرده و به مشکلات و شبهات مختلف پاسخ داده‌اند. این دانش‌ها شامل: دانش کلام، نقد تفکر و فلسفه غرب و محتوای غنی و ارزشمند دیگری است که معمولاً آموزش داده می‌شود و قابل مطالعه است؛ اما مشکل اینجاست که ماحصل این دانش‌ها باعث شده است که ادبیات عالمانه دینی ما با ادبیات مردم‌فهم فاصله زیادی بگیرد.

• اهمیت تفسیر و توصیف صحیح متون دینی در تبلیغ مؤثر

بسیاری از موضوعاتی که دغدغه‌های عالمان دینی است و در پاسخ به شبهات مخالفان تولید شده‌اند، از نظر زبان و نحوه بیان، به‌شکلی است که کاربرد عمومی کمتری دارد و کمتر کسی به این شبهات توجه می‌کند. در نتیجه، ما با ادبیاتی صحبت می‌کنیم که ناظر بر دانش کلامی است و به پاسخگویی به شبهات عمیق و خاص پرداخته؛ ولی در زندگی روزمره مردم و نیازهای آنها کمتر کاربرد دارد. این ادبیات دینی رایج در میان حوزویان، به‌نوعی باعث فاصله گرفتن ما از مردم شده است.

حضرت آیت‌الله فاضل لنکرانی رحمه‌الله یک‌بار در تأیید این مسأله فرمودند: «حضرت آیت‌الله‌العظمی بروجردی رحمه‌الله کلّ گلستان سعدی را حاشیه زده بودند. الآن چند نفر از طلبه‌ها کلاً گلستان سعدی را خوانده‌اند؟!» همچنین حضرت آیت‌الله جوادی آملی به بنده گفتند: «من اگر امکانش را داشتم، هزارتا از طلبه‌های اهل فضل و دقت را جدا می‌کردم و می‌گفتم: شما فقط شعر بگویید؛ بلکه یک نفر فردوسی از بینشان دربیاید.» دیگرانی نیز خاطرات مشابهی دارند. حتی آیت‌الله وحید یک بار به بنده گفتند: «اکثر معارف قرآن به بکارت خودشان باقی مانده‌اند و دست نخورده‌اند وای کاش من فرصت داشتم، به‌جای این مباحث رایج به قرآن می‌پرداختم.»

اهمیت آشنایی طلاب با ادبیات توصیفی قرآن و فاصله از ادبیات استدلالی

وقتی دانش‌هایی که تولید کرده‌ایم، بیشتر در پاسخ به شبهات بوده و کمتر به تفسیر آیات قرآن پرداخته شده، ادبیات رایج دینی حوزه نیز، از مردم و نیازهای عمومی آنها و از متون دینی فاصله می‌گیرد. یکی از نتایج این فاصله این است که طلبه‌ها بیشتر با ادبیات استدلالی و نقدی آشنا هستند تا با ادبیات توصیفی قرآن. توصیف کردن نیاز به دانش و تحلیل بسیار بیشتری دارد و اثر مطلوب‌تری در مخاطب می‌گذارد. نسبت به استدلال که بیشتر به ساکت کردن خصم و دین‌گریزان می‌پردازد.

• فاصله ادبیات دینی با نیازها و فهم عمومی جامعه

ما به‌واسطه دانش‌هایی که در طول قرون و اعصار تولید شده، در مواجهه با شبهات، ادبیات‌مان از ادبیات حکیمانه‌ای که به موضوعاتی بپردازد که عموم مخاطبان به آن نیاز دارند و همچنین از ادبیات دینی فاصله گرفته است.

• تشبیه دست خط پزشکان به‌شیوه بیان سخت فهم در تبلیغ دینی

مشهور است که دست‌خط پزشکان محترم غالباً برای مردم قابل خواندن نیست. پزشک محترم هم به‌دلیل مشغله‌های فراوان و تعداد زیاد بیماران، ممکن است اهمیتی به خوانایی دست خط خود ندهد و تنها کافی بداند که داروساز بتواند آن را بخواند. مریض هم به نحوه نگارش نسخه توجهی ندارد و تنها به تحویل نسخه به داروساز اکتفا می‌کند. در این میان، داروساز با آشنایی خود با دست خط پزشکان، قادر است نسخه را متوجه شود.

ما نیز در سخنرانی‌ها و منبرها گاهی به‌شیوه‌ای صحبت می‌کنیم که فقط عده‌ای خاص می‌توانند، آن را درک کنند؛ مشابه همان دست خط ناخوانا. مثلاً تنها کسانی که شبهه را تولید کرده‌اند، ممکن است متوجه شوند که ما چه گفته‌ایم؛ درحالی‌که مخاطب عمومی در درک ماجرا دچار مشکل می‌شود و حیرت‌زده می‌ماند.

• نیاز به توصیف و انگیزه‌بخشی در تبلیغ به‌جای تمرکز صرف بر استدلال

تولید دانش در پاسخ به شبهات ارزشمند است؛ اما همیشه نیاز عمومی نیست. نیاز اساسی مخاطبان بیشتر به توصیف حقایق و ایجاد انگیزه برای دینداری است، نه فقط به اثبات حقایق و وجود خدا. توصیف، به‌ویژه توصیف صحیح و جذاب، قادر است مخاطب را قانع کند و انگیزه‌ای برای دینداری به او بدهد. بنابراین، خودِ دانش‌های رایج در حوزه، می‌توانند باعث فاصله میان آنچه که ما می‌گوییم و آنچه که مردم نیاز دارند، شوند.

• کم‌توجهی به اصول علمی در تبلیغ و تأثیرات منفی آن

در حوزه، تبلیغ به‌طور معمول به‌عنوان یک امر دانشی و علمی تلقی نمی‌شود و اصول و مبانی دقیق تبلیغ در نظر گرفته نمی‌شود. این موضوع منجر به کاهش بهره‌وری تبلیغی ما می‌شود. جهاد تبلیغی تا حد زیادی در حال انجام است؛ ولی به‌دلیل عدم توجه به اصول علمی و روش‌های دقیق، موفقیت لازم را کسب نمی‌کند و حتی ممکن است، منجر به نفرت از دین شود.

• تأکید رهبر معظم انقلاب بر تولید محتوای غنی و اصولی در تبلیغ

رهبری معظم انقلاب در سخنرانی اخیرشان به این موضوع اشاره کرده‌اند که باید فضاهایی برای تولید محتوای غنی و اصولی ایجاد شود. این تنها به تولید بسته‌های محتوایی محدود نمی‌شود؛ بلکه نیاز است که ابتدا مشخص شود، از کجا باید شروع کرد، چه مقدماتی باید در ذهن مخاطب قرار بگیرد و چگونه باید حقایق معارف دینی به‌درستی پذیرفته شوند. بازنگری جدی در روش‌های تبلیغی و تولید محتوا بر اساس اصول علمی و دقیق، امری ضروری است تا بتوانیم، به‌شکلی مؤثرتر و سازنده‌تر با مخاطبان خود ارتباط برقرار کنیم.

• نتایج نامطلوب ضعف در تبلیغ دینی و ضرورت ارتقای آن

نقایص تبلیغ در حوزه، واقعاً نقایصی جدی هستند. با وجود زحمات ارزشمندی که در این زمینه کشیده شده و تأثیرات مثبتی که حوزه در دینداری جامعه داشته است، هنوز هم انتظار ما از تبلیغ دینی بالاتر است. یکی از نتایج بسیار نامطلوب ضعف در تبلیغ این است که علی‌رغم سال‌ها تلاش آزادانه در تبلیغ دین، بسیاری از مردم هنوز نتوانسته‌اند، ارتباط دین و سیاست را آن‌طور که امام رحمه‌الله تبیین می‌فرمودند، درک کنند. اسلام ناب که معرفت مورد نیاز انقلاب را تشکیل می‌دهد، به‌درستی در ذهن‌ها تبیین نشده است. این موضوع باعث تعجب برخی افراد می‌شود که چرا دین به‌عنوان یک امر سیاسی شناخته می‌شود.

• بروز امواج غرب‌زدگی به‌عنوان نتیجه‌ای دیگر از ضعف تبلیغ

نتیجه دیگر ضعف تبلیغ، بروز امواج غرب‌زدگی است. در جامعه‌ای که تبلیغ دین رواج دارد و توصیه و تشویق به آن می‌شود و رسانه‌ها نیز در خدمت این موضوع هستند، نباید شاهد غرب‌گرایی فکری و فرهنگی باشیم. با این حال، متأسفانه این پدیده همچنان وجود دارد و نشان‌دهنده ضعف تبلیغ دینی است.

• وضع نابه‌سامان تعلیم و تربیت دینی در نظام آموزشی کشور

یکی دیگر از مشکلات تبلیغ در حوزه، وضع نابه‌سامان تعلیم و تربیت است. در نظام آموزشی کشور، ما دوازده سال فرصت داریم تا معارف دینی را به دانش‌آموزان منتقل کنیم. با وجود این فرصت طولانی و امکانات بسیار، آیا نتایج لازم را در انتقال معارف دینی به نوجوانان کشور مشاهده کرده‌ایم؟ حوزه علمیه باید به این رسالت مهم پاسخ دهد که برنامه‌ریزی برای تعلیم دین باید چگونه باشد. تعلیم، خود زیرمجموعه‌ای از تبلیغ است و نیازمند پاسخ به سؤالاتی کلیدی است. کدام آیات قرآن برای هر مقطع تحصیلی مناسب است؟ کدام آیات برای دختران و کدام برای پسران در سنین مختلف بیشتر مورد نیاز هستند؟

ضرورت ایجاد مؤسسات علمی تخصصی برای بهبود تعلیم و تربیت دینی

این مسائل نیازمند ایجاد مؤسسات علمی تخصصی است که به تولید این آگاهی‌ها بپردازند. اگرچه در قم مؤسسات علمی زیادی وجود دارد، این مؤسسات اغلب وجه تبلیغی ندارند و متخصصان آن‌ها لزوماً به دانش مورد نیاز برای طراحی محتوای آموزشی بر اساس نیازهای سنی و روحی دانش‌آموزان آشنا نیستند. عالمان تاریخ، کلام، یا تفسیر قرآن، ممکن است از تأثیرات مختلف آموزشی بر سنین و تیپ‌های شخصیتی مختلف آگاهی نداشته باشند.

• اهمیت بهره‌گیری از دانش‌های روان‌شناسی و تجربی در تبلیغ دین

برای برنامه‌ریزی آموزشی مؤثر، باید از دانش‌های روان‌شناسی رشد و معارف دینی مرتبط بهره‌مند شویم. این دانش‌ها به ما کمک می‌کنند تا به‌طور دقیق‌تری برنامه‌ریزی کنیم و محتوای آموزشی را به نیازهای مختلف دانش‌آموزان تطبیق دهیم.

• عدم استفاده کافی از تجربیات بشری و دانش‌های تجربی در تبلیغ دینی

ما در دوران کنونی زندگی می‌کنیم که تجربه بشری به کمک دین آمده است و عاقبت بی‌دینی را به‌وضوح نشان می‌دهد. قرآن کریم به این تجربه، اهمیت زیادی می‌دهد و ما می‌بینیم که عاقبت تکذیب‌کنندگان دین چگونه است: «انظر کیف کان عاقبه المکذبین»؛ درحالی‌که قرآن ما را به بررسی و تحلیل عواقب بی‌دینی دعوت می‌کند. متأسفانه در حوزه‌های علمیه توجه کافی به دانش تجربی نمی‌شود؛ چراکه این دانش می‌تواند به ما در ارزیابی وضعیت جوامع بشری کمک کند و نشان دهد که روش‌های غلط در تبیین زندگی چه آثار منفی دارند.

• لزوم راه‌اندازی مؤسسات علمی قوی برای مطالعات تجربی و اجتماعی در حوزه

حوزه‌های علمیه باید مؤسسات علمی قوی برای مطالعات تجربی و اجتماعی راه‌اندازی کنند. این مؤسسات می‌توانند با استفاده از آمار و اطلاعات دقیق، به بررسی تأثیرات منفی بی‌حجابی و سایر مسائل اجتماعی بپردازند و نتایج این مطالعات را در معرض دید عموم قرار دهند. این اقدامات می‌تواند به تبیین ارزش حجاب و دیگر معارف دینی کمک کند و باعث پذیرش آسان‌تر آنها توسط مردم شود.

• نگاه علمی و پژوهشی به تبلیغ دین به‌عنوان راهکاری برای بهبود آن

امیدوارم که در آینده، حوزه‌های علمیه به‌جای اینکه منبر رفتن را به‌عنوان یک کار بی‌سوادی تلقی کنند، به آن به‌عنوان یک دانش نیازمند توجه و تحقیق علمی نگاه کنند. در حال حاضر، در موضوعات فقهی، راه‌های همواری وجود دارد و تجربه علمی زیادی در این زمینه‌ها جمع شده است؛ اما در زمینه‌های غیرفقهی، مثل تبلیغ و تبیین معارف دینی، کار کردن بدون مطالعه علمی و تجربی بسیار دشوار است و نیاز به تحقیق و بررسی عمیق دارد.

به‌ویژه وقتی که بخواهیم در زمینه‌های حساس مانند انگیزه‌سازی برای حجاب، به تولید محتوای مؤثر بپردازیم، باید به تفاوت‌های فردی و نیازهای مختلف توجه کنیم. بدون توجه به این مسائل، ممکن است سخنان ما اثر معکوس داشته باشد.

• جمع‌بندی و راهکارهای پیشنهادی برای بهبود کیفیت تبلیغ دینی

در پایان، برای بهبود وضعیت تبلیغ و تعلیم دین، باید به دانش‌های تجربی و اجتماعی توجه و مؤسسات علمی قوی برای این منظور راه‌اندازی کنیم. این اقدامات می‌تواند به بهبود کیفیت تبلیغ دینی و دستیابی به نتایج بهتر کمک کند.

گفت‌وگو و تنظیم: حمید کرمی

معاون تهذیب و تربیت حوزه‌های علمیه کشور

اساتید حوزه با آموزش ۲۶۰ ساعت طرح تعالی گواهی پایان دوره دریافت می‌کنند

معاون تهذیب و تربیت حوزه‌های علمیه کشور گفت: برای استادان حوزه که ۲۶۰ ساعت دوره آموزشی طرح تعالی را بگذرانند، گواهی پایان دوره صادر می‌شود.

حجت‌الاسلام والمسلمین محمد عالم‌زاده نوری، در حاشیه برگزاری اجلاسیه مدیران و اساتید مدارس علمیه منطقه کاشان برای تشریح دوره تعالی، در گفت‌وگو با خبرگزاری حوزه در کاشان افزود: دوره تعالی شامل پنج فصل است که چهار فصل آن به‌صورت حضوری و یک فصل نیز مجازی برگزار می‌شود.

معاون تهذیب و تربیت حوزه‌های علمیه کشور بیان کرد: برای استادانی که ۲۶۰ ساعت در این دوره آموزشی شرکت کنند، گواهی پایان‌دوره صادر و در هیأت احراز صلاحیت قرار می‌گیرند و در صورت احراز صلاحیت، حکم دریافت و پس از آن رسماً به‌عنوان راهنمای تذهیبی تربیتی در مدارس خدمت می‌کنند.

حجت‌الاسلام والمسلمین محمد عالم‌زاده نوری در خصوص هدف از اجرای طرح تعالی برای اساتید مدارس علمیه، تصریح کرد: با اجرای این طرح، استاد علاوه بر اینکه ارتباط علمی با طلبه برقرار می‌کند و به او صرف، نحو، فقه، اصول، کلام، منطق، تاریخ و تجوید آموزش می‌دهد، ارتباط تربیتی نیز برقرار خواهد کرد.

معاون تهذیب و تربیت حوزه‌های علمیه کشور تأکید کرد: اساتید حوزه همان‌گونه که دغدغه‌مند ذهنیت علمی طلاب هستند، باید دغدغه‌مند شخصیت و تربیت آنها نیز باشند.

وی با بیان اینکه طرح تعالی با شعار «هر استاد، یک مربی» اجرا می‌شود، گفت: مربی باید به طلبه رسیدگی خاص کند؛ یعنی حواسش به مشکلات طلبه باشد، مراقبت کند و متوجه مسائل باشد. برای او وقت بگذارد و به‌نوعی برادری را در حقش انجام دهد.

حجت‌الاسلام‌والمسلمین عالم‌زاده نوری یادآور شد: اساتیدی که قرار است، راهنمای تربیتی شوند و این جایگاه را بر عهده بگیرند، باید دوره تعالی را بگذارند.

وی با بیان اینکه مدت زمان برگزاری دوره طرح تعالی بین۲۰ تا ۲۵ روز است، افزود: نمی‌توان این طرح را یکپارچه و متمرکز برگزار کرد، چراکه مدت آن طولانی است و به همین علت در پنج فصل برگزار می‌شود.

معاون تهذیب و تربیت حوزه‌های علمیه کشور خاطرنشان کرد: تاکنون ۲ دوره طرح تعالی با عناوین امام خمینی رحمه‌الله و علامه طباطبایی رحمه‌الله به‌ترتیب با شرکت ۱۰۰ و ۱۳۰ نفر از استادان مدارس علمیه سراسر کشور برگزار شده است.

وی از آغاز ثبت‌نام دوره سوم طرح تعالی باعنوان آیت‌الله مصباح رحمه‌الله خبر داد و گفت: تا تابستان سال آینده، پنج فصل این دوره نیز تمام می‌شود.

حجت‌الاسلام‌والمسلمین عالم‌زاده نوری ابراز کرد: امیدواریم از هر مدرسه علمیه، پنج یا شش استاد در دوره طرح تعالی شرکت کنند تا در هر مدرسه با داشتن پنج شش راهنمای تهذیبی تربیتی، دست‌کم برای هر پایه یک راهنما وجود داشته باشد.

گفتنی است، برگزاری اجلاسیه مدیران و اساتید مدارس علمیه منطقه کاشان، برای تشریح دوره تعالی، توسط حجت‌الاسلام‌والمسلمین عالم‌زاده نوری با حضور حجت‌الاسلام‌والمسلمین سیدسعید حسینی امام جمعه و نماینده ولی‌فقیه در کاشان و عضو مجلس خبرگان رهبری، به‌همت معاونت تهذیب و تربیت حوزه علمیه کاشان برگزار شد.

مرحله اول پویش «مطالعه آثار رهبر انقلاب» ویژه طلاب قم برگزار می‌شود

معاونت تهذیب حوزه علمیه قم با همکاری دفتر رهبر معظم انقلاب جهت توسعه تمدن توحیدی، سلسله دوره‌هایی برای آموزش معارف ناب اسلام محمدی برگزار می‌نماید.

حجت‌الاسلام سیدمحمد واحدی معاون تهذیب حوزه‌های علمیه قم با اعلام این خبر گفت: امیدواریم طلاب عزیز حوزه علمیه قم در سطوح مختلف بتوانند در این دوره ارزشمند شرکت کنند و مدیران حوزه‌های علمیه همکاری لازم را جهت شرکت طلاب عزیز در این دوره داشته باشند و طلاب و اساتید محترم اندیشه معرفتی امامین انقلاب را دنبال کنند.

وی افزود: برای توسعه این معارف ناب، بهترین راه مطالعه آثار امام و رهبری و شرکت در این دوره‌ها است، معاونت تهذیب در طول سال تحصیلی دوره‌های مختلفی را برگزار می‌کند که یکی از این دوره‌ها این دوره مطالعاتی آثار مقام معظم رهبری است.

معاون تهذیب حوزه‌های علمیه قم گفت: مرحله اول پویش مطالعه آثار رهبر معظم انقلاب ویژه واحدهای علمی و تربیتی حوزه علمیه قم با اهدای جوایز به نفرات برگزیده استان و نفرات برگزیده مدارس، مراکز و موسسات برگزار و آزمون آن از کتاب «خون دلی که لعل شد» روز جمعه ۳۰ آذرماه ساعت ۱۵ انجام می‌شود.

وی در پایان گفت: مزایای این پویش، برگزاری جلسات جمع بندی کتاب توسط اساتید مؤسسه پژوهشی فرهنگی انقلاب اسلامی در قم، حضور برگزیدگان مسابقات در اردوهای آموزشی–معرفتی و در اردوی زیارتی معرفتی مشهد مقدس و اهدای جوایز به نفرات برتر مسابقات است. طلاب عزیز جهت ثبت‌نام در این پویش و شرکت در مسابقه می‌توانند به آدرس www.b2n.ir مراجعه نمایند.