

عنوان مقاله:

مبلغان دینی و شناخت اصول تصمیم گیری اجتماعی از منظر نهج البلاغه

محل انتشار:

پژوهشنامه تبلیغ اسلامی، دوره 2، شماره 5 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

نویسنده:

مسعود حکیمیان - Researcher

خلاصه مقاله:

هدف از تصمیم گیری، انتخاب یک راه از میان چند راه مختلف است. تصمیم گیری و تصمیم سازی، یکی از امور مهم در مدیریت و اداره امور جامعه است که توجه به آن، برای مبلغان نقشی راهبردی دارد. در نوشتار پیش رو، به این پرسش پرداخته می شود که: «چه لزومی دارد مبلغان دینی با اصول تصمیم گیری اجتماعی آشنا شوند؟» و پاسخ آن، در سیره حاکمیتی علوی مورد واکاوی قرار می گیرد. این مسئله، سبب می شود تا تصمیم سازان جامعه در حوزه تصمیم گیری های اجتماعی مسیری را انتخاب کنند که مردمان را به سعادت دنیوی و اخروی برسانند. از این رو، تاثیرگذاران در تصمیمات کلان اجتماعی لازم است با القای اصول دینی از قبیل: خداباوری، معادباوری، شایسته سالاری و مشورت پذیری، در تصمیم گیری های خود توجه نمایند و در نهایت، با قاطعیت تمام، تصمیمات خود را به جامعه اعلام نمایند. همچنین، لازم است، موانعی را که در تصمیم گیری وجود دارد و موجب اختلال یا سستی در اجرای آن می شود، شناسایی کرده و از آن جلوگیری نمایند تا از لجاجت در تصمیم گیری که موجب عدم پیشرفت جامعه می شود، پرهیز دهند و خود نیز پرهیز نمایند. روش این پژوهش، به صورت کتابخانه ای و تحلیلی توصیفی است. کارکرد این نظریه، آن است که مبلغان دینی با توجه به جایگاه تصمیم گیری و تصمیم سازی در شناخت جامعه بر اساس رویکرد امام علی(ع) بر مبنای مراحل چندگانه مذکور و شناخت اصول تصمیم گیری در جوامع تبلیغی خود، تاثیر گذاری آن را در خود و دیگران القا کنند تا بتوانند با بهترین تصمیم ها، روند تبلیغ خویش را پیش برده، نظامات اسلامی را رونق بخشند.

کلمات کلیدی:

Strategic components of Islamic propaganda, social decision-making, line-drawing method, policy-making in governance

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1562876>

