

عنوان مقاله:

گونه شناسی و تحلیل آسیب های اخلاقی تبلیغ دین

محل انتشار:

فصلنامه اخلاق، دوره 14، شماره 29 (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 25

نویسنده:

مهدی احمدپور - عضو پژوهشکده اخلاق و معنویت (محقق رسمی در جایگاه هیات علمی). پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی دفتر تبلیغات اسلامی قم.

خلاصه مقاله:

اخلاق یکی از عناصر موثر در فعالیت های اجتماعی است و در موفقیت تبلیغ دینی هم نقش اساسی دارد. موضوع این پژوهش اخلاق تبلیغ دین و محور اصلی آن آسیب های اخلاقی موجود در عرصه تبلیغ دین است. این تحقیق با استفاده از دو روش کتابخانه ای و میدانی کوشیده به این پرسش اساسی پاسخ دهد که آسیب های اخلاقی موجود در عرصه تبلیغ دین کدام اند، بر چند گونه اند و علل و زمینه های پیدایش آن ها چیست. اهم یافته های پژوهش عبارتند از: اولاً، آسیب های اخلاقی موجود در عرصه تبلیغ دین به دو گونه اصلی فردی و سازمانی تقسیم می شوند؛ ثانیاً، ضعف اعتقادات دینی خود مبلغان، کمبرخورداری از انگیزه های عالی و ورود به عرصه تبلیغ قبل از کسب آمادگی های لازم، از مهم ترین علل و زمینه های بروز آسیب های اخلاقی فردی در عرصه تبلیغ دین هستند و ثالثاً، مهم ترین علل و زمینه های بروز آسیب های اخلاقی سازمانی عبارتند از: نبودن تشکیلات مدیریتی قوی و کارآمد در راس سازمان های تبلیغی دینی، فقدان منشورهای اخلاقی سازمانی، برخورد سطحی و شعاری با اخلاق سازمانی و بی توجهی به آموزش و ترویج اخلاق در سازمان و نهادینه نشدن اخلاق در فرهنگ سازمانی.

کلمات کلیدی:

اخلاق، تبلیغ، اخلاق تبلیغ دین، سازمان تبلیغی، آسیب اخلاقی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/856907>

