



نگاهی به ابعاد مفهومی و کارکردی

الگو و اسوه در تربیت و تبلیغ دینی

* مصطفی عباسی مقدم



الگو و اسوه از مفاهیم مهم و پرکاربرد در حیطه روان‌شناسی، تربیت و تبلیغ هستند. انسان‌ها و جوامع، از طریق الگوها، هویت خویش را می‌یابند، آن را تقویت و ارزش‌های مختلف را از طریق آن‌ها در خود نهادینه می‌کنند. اسوه‌ها نیز در قلمرو دین و آیین، با فضائل و کمالات خویش، کام انسان کمال‌جو و فضیلت‌خواه را سیراب می‌نمایند. فرآیند الگوپذیری انسان، از طریق تقلید آگاهانه صورت می‌گیرد و حس قهرمان‌جویی آن را تقویت می‌کند. از جمله کارکردهای الگو در تربیت، عبارتند از: ترازوی سنجش رفتار، راه‌یابی از طریق الگوها، سنجش نارسایی‌ها و نواقص و بخشی مهم از محیط تربیت. روش الگویی در میان نظریه‌های رشد، به‌ویژه در نظریه یادگیری اجتماعی، جایگاهی برجسته دارد. در میان روش‌های تبلیغ دینی نیز، روش معرفی اسوه‌ها، جایگاه مؤثری دارد. در این نوشتار ضمن اشاره به روش‌های مهم تبلیغ، روش اسوه‌نمایی را از ابعاد مختلف به‌ویژه در آیات قرآن مورد بررسی قرار داده است.

واژگان کلیدی: الگو، اسوه، تربیت، تبلیغ.



مقدمه

شکی نیست که در فرهنگ، متون و منابع اسلامی، بر چگونگی روش‌های تربیت، ارشاد و هدایت تأکید فراوانی شده است و آن را شاه‌راه وصول به غایت تربیت می‌دانند. برخی از مفسران، جمله

«وَأَتَسُواِ الْبُيُوتِ مِنْ أَبْوَابِهَا» (بقره، ۱۸۹)؛ را به معنی ضرورت اتخاذ روش صحیح در هر کار دانسته‌اند و در روایات نیز بر روش‌شناسی و بصیرت تأکید کرده‌اند؛ «العامل علی غیر بصیره کالسائر علی غیر طریق فلا یزیده سرعه السیر الا بعداً»، عمل‌کننده بی‌بصیرت به رهنوردی ماند، که بیراهه رود و سرعت حرکت، او را به هدف نمی‌رساند؛ مگر آنکه او را دور می‌کند (الحرانی، ۱۳۹۴ق، ۳۷۹).

پس علاوه بر علم و بصیرت، بینش راه نیز لازم است و در مسیر وصول به هدف، تعیین و اتخاذ روش آشکار و مؤثر ضرورت دارد. ورود صحیح به هر کار و خروج هدف‌مند و مفید نیز در آیات قرآن آورده شده است:

«رَبِّ اَدْخِلْنِيْ مُدْخَلَ صِدْقٍ وَّاَخْرِجْنِيْ مُخْرَجَ صِدْقٍ وَّاَجْعَلْ لِّيْ مِنْ لَّدُنْكَ سُلْطٰنًا نَّصِيْرًا» (اسراء، ۸۰)؛

پروردگارا مرا به جایگاه صدق و راستی داخل کن و از جایگاه صدق و راستی خارج کن و برای من از جانب خود دلیل و حجت یاری‌کننده‌ای قرار ده.

یکی از روش‌های مؤثر در تبلیغ و تربیت اسلامی، روش الگویی یا ارائه اسوه‌ها است که در همه نظام‌های تربیتی و سیستم‌های تبلیغی، چه توحیدی و چه الحادی، چه آخرت‌گرا و معنویت‌مدار و چه دنیاگرا و سکولار جایگاه ویژه‌ای دارد. در این مقاله سعی شده تا این روش تربیتی و رویکرد تبلیغی را بررسی نموده و ابعاد گوناگون آن را بیان کند.

نشریه
علمی-تخصصی

پژوهش‌نامه

تربیت‌مندی

سال اول
پیش شماره اول
پاییز ۱۳۹۱



مفهوم شناسی

در مباحث روش‌شناسی تبلیغ و تربیت به واژگانی همچون اسوه، الگو، سرمشق، قهرمان و نمونه برمی‌خوریم که هر کدام ضمن معنی مشترک، دارای مفهوم ویژه‌ای نیز هستند.

الگو: که در روان‌شناسی، جامعه‌شناسی و ارتباطات بسیار به کار می‌رود، علاوه بر معنای طرح و برنامه قابل اجرا و تکرار، معنی نمونه انسانی ارزش‌ها، هنجارها و اخلاقیات را نیز می‌دهد. «الگو: به معنای مدل، گونه و هنجار نیز می‌آید و در حقیقت آن چیزی است که در یک گروه اجتماعی، شکل گرفته به منظور اینکه به عنوان راهنمای عمل در رفتارهای اجتماعی به کار آید (بیرو، بی‌تا)».

الگو در فرهنگ پارسی، روان‌شناسی و تربیت، مفهوم گسترده‌ای دارد. دهخدا برای آن معانی: «روبر، مدل، سرمشق، مقتدا، اسوه، قدوه، مثال و نمونه» را آورده است (دهخدا، ۱۳۴۶، حرف الف).

واژه مدل هم تقریباً مترادف الگو است و در مباحث جامعه‌شناسی به کار می‌رود. بر این اساس، مدل‌سازی، (modeling) یکی از روش‌های تثبیت یا تغییر رفتارها و هنجارها به‌شمار می‌رود. بنابر فرهنگ علوم رفتاری، هدف‌سازی یا سرمشق‌سازی یکی از فنون رفتاردرمانی است که برای تغییر و تعدیل رفتار در ضمن یادگیری و با فرصت دادن به فرد به کار می‌رود تا از کسی تقلید کند (شعاری‌نژاد، حرف m).

سرمشق: واژه‌ای است قدیمی‌تر که بیشتر بر نوع انسانی الگو دلالت می‌کند، هر چند در اصل به مفهوم نوشتاری بوده، که معلم برای آموزش خط و نوشتن به دانش‌آموزان ارائه می‌کند.

اسوه: معادل عربی الگو، اسوه است که در قرآن، نیز به کار برده شده است. «لغت‌نامه‌هایی همچون دهخدا و لسان العرب، مفهوم مقتدا، پیشوا و پیش‌رو را برایش ذکر کرده‌اند (دهخدا، پیشین)». «به او تأسی کن یعنی مثل او باش و به آنچه او راضی است راضی شو (لسان العرب، حرف واو)».

راغب اصفهانی مفهوم جامع‌تری را ارائه داده، آنجا که می‌گوید: «اسوه و اسوه آن





حالتی است که انسان در پیروی از دیگری به خود می‌گیرد؛ چه در امری خوب یا بد باشد، لذا قرآن درباره پیامبر ﷺ فرموده:

«لقد کان لکم فی رسول الله اسوه حسنه» برای شما در رسول خدا حالت پیروی خوبی است (اصفهانی، بی تا، ۱۸).

البته به تدریج این واژه بر مفهوم عینی و انسانی آن، یعنی الگوی بشری و نمونه انسانی منطبق شده و کاربرد بیشتری یافته است. نکته ظریفی که از بررسی کاربردها و مفاهیم اسوه در منابع لغوی به دست می‌آید، وجود عنصر تساوی و همسانی در اسوه و تأسی است که نشان می‌دهد اسوه و متأسی در فرآیند اسوه‌پذیری، از امکانات، شرایط و توانایی‌های یکسانی برخوردارند و به هیچ روی در این فرآیند، تکلیف بیش از وسع وجود ندارد و انسان، مأمور به تبعیت از کسانی است که می‌تواند مثل آن‌ها باشد (لسان‌العرب، ماده اسوه).

نمونه و مثال: گاهی تعابیر نمونه و مثال برای الگوها به کار می‌روند. دهخدا درباره مثال می‌گوید: «شاهد، نمودار، نموده، نمونه».

بیابد آنگهی عقل مدبر از اینجا در طریق دین مثالی (دهخدا، حریف میم)

نمونه و مثال: چیزی یا انسانی است که امکان تشابه آن وجود داشته باشد؛ پس موجودی خیالی و فرضی نیست. به عبارتی، وجود عینی و تجسم یافته یک حقیقت، نمونه و مثال آن است، چنان‌که در صنعت، هر طرح و نقشه‌ای، با یک ماکت و نمونه معرفی می‌شود که تا حدود زیادی بیانگر حقیقت و غایت آن طرح است.

قهرمان: یا ابرمرد، انسانی است ممتاز که در نظر انسان‌های جستجوگر و خواهان برخوردار از صفات ویژه یک انسان رشدیافته، دوست‌داشتنی، قوی، شایسته تقلید و جذاب است. اگر علی علیه السلام قهرمان تقوی و عدالت است که حالت تقوی در او به تدریج به ملکه‌ای ثابت، تبدیل شده و همگان را به غبطه واداشته است. چنان‌که یک قهرمان ورزشی نیز در کسب مهارت‌های بدنی، همراه با به کارگیری هوش و زیرکی و وقت‌شناسی، گوی سبقت را از دیگران ربوده و شایستگی و توانایی بیشتری نسبت به رقیبان، از خود نشان داده است. ویژگی عمده قهرمان این است که در نقطه

اوج است و همگان در پی او هستند، این محدود به قلمرو خاصی مانند ورزش یا اخلاق نمی‌شود و در همه مقوله‌ها چه مقدس و چه نامقدس مطرح است. در تفاوت میان اصطلاحات و عناوین فوق می‌توان گفت: الگو بسیار عام و فراگیر، و شامل انسان و مدل و هر چیز دیگر و حتی الگوی خیاطی است. اسوه تنها بر انسان یا رفتاری اخلاقی و مهم دلالت دارد. قائد و قدوه بر جنبه راهبری و پیشوایی فرد، برای جمع دلالت دارد و همسانی و هماهنگی را نمی‌رساند. در اسوه، تساوی و هماهنگی بین پیرو و مقتدا و تبعیت محض، مفروض است. نمونه و مثال تقدسی ندارد و صرفاً تجسم یک خُلق یا هنجار و یا طرح و نقشه را نشان می‌دهد. قهرمان بیش از آنکه مقدس باشد، در اوج علم و قدرت یا نام و شهرت است.

پیرطریقت، شیخ، مراد، پیرمغان و مرشد در عرفان و اخلاق اسلامی در کنار اصطلاحات پیش گفته، واژگان متعدد دیگری در عرفان و اخلاق اسلامی به ترجمان الگو و اسوه به کار می‌روند. مراد از پیر، کاملان و راهنمایان‌اند. حافظ می‌گوید:

طفل راهی رو طلب کن پیر ره تا زمام اختیار خود بدست او دهی

(سجادی، ۱۳۶۲، ۱۱۳).

واژه مرشد را به معنی راهنما و هادی طریق دانسته‌اند، نه راهبر و اسوه. «مرشد، راهنما و هدایت‌کننده است. صوفیان، مظهر عشق را مرشد گویند و مظهر نفس را دلیل، که بندگان را به راه راست هدایت می‌کند(همان، ۴۲۵)». همچنین مفهوم مراد و شیخ را یکسان و معادل مقتدایی دانسته‌اند که مراحل سیر و سلوک را طی کرده و طرق ارشاد و تربیت به عیان بدیده و به امداد جذبات الهی از مدارج قلبی و معارج روحی گذشته و به عالم کشف و یقین رسیده باشد(همان، ۲۹۳). گاهی هم گفته‌اند: شیخ، انسان کامل است که در علوم شریعت، طریقت و حقیقت کامل شده باشد(همان).





اسوه و امام در فرهنگ قرآن

هر چند همه اصطلاحات پیش گفته، در منابع معارف و اخلاق اسلامی به کار رفته‌اند، لکن آنچه به صراحت در میان آیات قرآنی بدان اشاره شده، واژگان اسوه و امام است که هر چند در کاربرد عام می‌توانند به دو گونه مثبت و منفی (حسنه و سیئه و ایمان و کفر) تقسیم شوند، لکن در اغلب کاربردها ناظر به مفهوم مثبت و مقدس بوده‌اند. کافی است توجه کنیم که قرآن، تنها، برجسته‌ترین الگوهای مورد تأیید خود یعنی محمد و ابراهیم را اسوه لقب داده و فرموده است: «لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ» (احزاب، ۲۱)؛ «قَدْ كَانَتْ لَكُمْ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ فِي إِبْرَاهِيمَ وَالَّذِينَ مَعَهُ» (ممتحنه، ۴)؛ و هیچ‌گاه واژه اسوه را دربارهٔ چهره‌های نامطلوب به کار نبرده است.

درباره واژه امام نیز هر چند بر پیشوایان کفر عنوان ائمه‌الکفر داده است، لکن در سایر موارد به‌ویژه آن‌گاه که به صورت مفرد به کار رفته، به معنای مثبت و الهی آن آمده است، مانند «قَالَ إِنِّي جَاعِلُكَ لِلنَّاسِ إِمَامًا» (بقره، ۱۲۴)؛ «وَأَجْعَلُنَا لِلْمُتَّقِينَ إِمَامًا» (فرقان، ۷۴)؛ «وَجَعَلْنَاهُمْ أُمَّةً يَهْدُونَ بِأَمْرِنَا...» (انبیاء، ۷۳)؛ با توجه به ریشه «أَمَّ، يَوْمٌ» که به دو مفهوم: قصد، یا آهنگ چیزی یا جایی کردن و امامت و پیشوایی کردن است. روشن می‌شود که در این اصطلاح قرآنی، عناصری مانند حرکت به سوی مقصدی ارزشمند و تبعیت و پیشوایی، به صورت هم‌زمان وجود دارد. امام، کسی است که پیشاپیش امت حرکت می‌کند و آنان با پانهادن در جای پای او به سوی مقصد در حرکت هستند. این حرکت است که فرد و جامعه اسلامی را به سوی اهداف متعالی و کمال بشری رهنمون می‌شود.

زمینه‌های گرایش به اسوه‌ها

الف. الگوپذیری و تقلید در انسان

در دوره کودکی میزان تأثیرپذیری از والدین و مربیان بسیار زیاد، عمیق و پابرجا است. کودک در آغاز، تکیه‌گاه و پناهی جز پدر و مادر ندارد، تنها آن‌ها الگو و سرمشق او قرار می‌گیرند. از طرفی، تصور کودک این است که تمام آنچه از والدین سر می‌زند درست و نیکو است. از اینجا فرآیند تقلید آغاز می‌شود و به تدریج این نقش‌پذیری به اطرافیان و هم‌سالان نیز منتقل می‌شود. پس الگوپذیری انسان، زمینه‌ساز تقلید است و همچنین یکی از روش‌هایی است که تربیت از طریق آن صورت می‌گیرد. الگوپذیری به این معنا است که فرد، تبعیت کردن از رفتار دیگری را می‌پذیرد. به عبارت دیگر، از آغاز تصور تقلید تا پایان انجام عمل را الگوپذیری می‌گویند (عباسی‌مقدم، ۱۳۷۱، ۴۳). از طرفی، تقلید، یکی از جنبه‌های مهم روابط انسانی است که در طی آن، فرد پس از ادراک رفتار یا حالتی از فرد دیگر، آن را تکرار می‌کند. پس الگوپذیری، پذیرش روانی تقلید و تقلید، ادامه فرآیندی که با الگوپذیری شروع شده است.

در تعریف تقلید گفته‌اند: «تولید مجدد و فعال کیفیات و خصوصیات ادراک شده رفتار موجود دیگر (منصور، ۱۳۶۲، ۲۴۹)». قسمت عمده یادگیری‌های انسان از رهگذر تقلید صورت می‌گیرد؛ که شامل تقلید زبانی، تکرار کلمات و جملات، همانندسازی در حالات، واکنش‌ها و چگونگی برخورد با شرایط مختلف و همچنین پذیرش و التزام به اعتقادات و باورهای خاص می‌شود. البته در این میان، برخی مانند دورکیم (dorkhaim)، در تقلید فرد از آنچه در جامعه می‌گذرد، او را عنصری بی‌اراده و تنها به‌عنوان عضوی از جامعه می‌داند (همان، ۴۹۴/۳)؛ ولی در مقابل، گروهی بر این باور هستند که تقلید، تنها یکی از عوامل جامعه‌پذیری و فرهنگ‌پذیری انسان است و انسان، مقهور و مقلد بی‌چون و چرای اجتماع نیست.



ماهیت تقلید و دیدگاه‌ها

نظریه اول درباره ماهیت تقلید، آن را از غرایز اساسی انسان می‌شمرد؛ «بیشتر روان‌شناسان آغاز قرن بیستم میلادی و آن‌هایی که در چارچوب روان‌شناسی کلاسیک کار کرده‌اند، تقلید را مانند هر مسئله روانی دیگر، یک مسئله غریزی می‌دانند (پیشین، ۲۰۲)». از جمله این دانشمندان، ویلیام جیمز (William James) و بالدوین (Baldwin) هستند. اما از طرفی، مطابق بررسی‌های جدید، بسیاری معتقدند که تقلید، امری غریزی و ذاتی نیست و از ابتدا ملازم انسان نبوده است. در منبع پیشین پس از اشاره به این موضوع می‌نویسد: «پس در تقلید، از همان ابتدا می‌توان از هماهنگی‌هایی که جنبه عقلانی در آن‌ها مؤثر است، صحبت کرد (همان، ۱۹۵)». به عبارتی، تقلید، تنها نوعی تطابق با محیط یا هم‌صدایی با غریزه نیست، بلکه فرایندی اساسی در تحول روانی انسان‌ها است که از آگاهی و تعقل انسان کمک می‌گیرد.

در جمع‌بندی این دیدگاه‌ها، می‌توان گفت، هر چند بسیاری از تقلیدها، عاری از جنبه غریزی هستند، اما می‌توان اساس تقلید را غریزی و متعلق به سرشت کودک دانست که به تدریج جنبه عقلانی و انسانی می‌یابد. می‌توان اشاره کرد که دیدگاه دیگر دانشمندان در این زمینه، از جمله فین بوگاسون (finbogason) که تقلید را یک مکانیزم حرکتی - ادراکی می‌دانند با دیدگاه پیش‌گفته منافاتی ندارد.

انواع و مراحل تقلید

از منظر کیفیت تقلید، می‌توان آن را به آگاهانه و ناآگاهانه (کورکورانه) تقسیم نمود. از دیدگاه ارزشی نیز تقلید شامل تقلید ممدوح و مذموم است. از سوی دیگر، تقلید کودک از گروه هم‌بازیان و هم‌سالان خود، تقلید کودک از بزرگ‌سالان، تقلید بزرگ‌سال از بزرگ‌سال، تقلید از خودی یا بیگانه، تقلید از دانشمندان و متخصصان، تقلید از قهرمانان و چهره‌های برجسته را می‌توان از شاخه‌های تقلید به‌شمار آورد.

در بحث مراحل تقلید، پاره‌ای از روان‌شناسان برای آن سه مرحله تشخیص داده‌اند: **دوره اول:** از تولد تا دو سالگی که دارای روند حسی - حرکتی و عاری از تعقل است و شامل بازتاب رفتار دیگران و تقلید منظم صداها و تقلید در غیاب الگو است.

نشریه
علمی-تخصصی

پژوهش‌نامه

پژوهش‌نامه

سال اول
پیش شماره اول

پاییز ۱۳۹۱



دوره دوم: از ۲سالگی تا ۷سالگی که از چارچوب‌های حرکتی جدا شده و جنبه تجسمی یافته و بیشتر در فعالیت‌هایی که جنبه تخیلی دارند به چشم می‌خورد «در بسیاری از بازی‌ها، آن‌گاه که جنبه سازندگی و یا تخیلی پیدا می‌کنند و همچنین در بازی‌های رمزی، از تقلید استفاده می‌شود(همان، ۲۰۱)».

دوره سوم: از ۷سالگی به بعد، فرایندهای عقلی، تحول بیشتری یافته و جنبه عملیاتی به خود می‌گیرند. تقلید در این دوره، بسیار با آگاهی پیوند دارد و در نتیجه طفل قادر به استدلال برای فعالیت‌های خود می‌شود.

با بررسی دوره‌های سه‌گانه فوق، می‌توان چنین نتیجه گرفت که تقلید در دوره اول، همان محاکات است که از هرگونه فهم و تمیز به دور و هرچه را ببیند، ناخودآگاه تکرار می‌کند. هیچ دلیل و منطقی برای رفتار خویش ندارد و تنها نوعی هم‌رنگی با محیط و اطرافیان است. «محاکات در روان‌شناسی، اصلی مسلم است که در تربیت نیز کاربرد دارد و از گونه‌های تقلید به شمار می‌رود(وائقی، بی تا، ۹۴)»، اگر ملاک عدم آگاهی و فهم را در نظر بگیریم، در نتیجه حتی یک بزرگ‌سال هم می‌تواند دارای تقلید ناآگاهانه یا محاکات باشد. دوره دوم تقلید را برخی نویسندگان، تقلید بالمعنی الاخص نام نهاده‌اند؛ چرا که «در این دوره، فرد، رفتار دیگری را با آگاهی اجمالی و ناکافی تقلید می‌کند؛ مانند بچه خردسالی که به منظور تشبیه به بزرگ‌ترها، کارهای آن‌ها را تکرار می‌کند بدون آنکه از غرض و غایت آن‌ها آگاه باشد(مصباح یزدی، ۲۱۲)».

در توصیف مرحله سوم نیز، که برخی آن را همان اقتباس دانسته‌اند، تمامی جوانب امر سنجیده می‌شود و در صورت وجود مصلحت، تقلید صورت می‌گیرد. «از میان افعال دیگران، بهترین آن‌ها را انتخاب، و با اقامه دلیل، از آن‌ها پیروی می‌کند. این حالت را که با آگاهی کامل، علم و عمد همراه است، اقتباس می‌نامند(همان، ۲۱۳)».





تقلید و آگاهی

آنچه تاکنون گفتیم نشان می‌دهد که عنصر آگاهی، در اغلب تقلیدها نقش دارد؛ به عبارتی، هرچه تقلید بیشتر به مقوله تطابق با محیط نزدیک شود، بیشتر رنگ و بوی محاکات به خود می‌گیرد و از آگاهی و دانش دور می‌شود. اما هرچه عنصر فهم و درک، هوش‌یاری و غایت‌مندی در تقلید برجسته‌تر شود، دیگر تنها انطباق با محیط نیست، بلکه از روی مصلحت‌بینی، آینده‌نگری و نگاه به نتایج محتمل صورت می‌گیرد و به موازات آن، عنصر آگاهی در آن پررنگ می‌شود. پس به جز محاکات، سایر اقسام تقلید، ممزوج یا آکنده از آگاهی خواهد بود و شایسته است که تربیت دینی که خود را به آگاهی و حقیقت‌یابی متعهد می‌داند، قرین چنین تقلیدی باشد. بر این اساس، پیروی از قهرمانان و دلاوران که بیشتر متکی بر احساسات و هیجانات زودگذر هستند، با پیروی عمیق و هوش‌مندانه از اسوه‌های اخلاق و دانش بشری متفاوت خواهد بود.

پیروی و تقلید در اندیشه ژان پیاژه (Jan Piaget)

این روان‌شناس برجسته فرانسوی، روند شکل‌گیری اخلاق کودک را به تفصیل بررسی کرده و معتقد است مراحل زیر در این روند به چشم می‌خورد:

۱. مرحله ناپیروی: در این مرحله، دستورها و معیارهای اخلاقی برای کودک، معنا و جایگاهی ندارند و او تنها از خواسته‌ها، تمایلات، لذت خویش پیروی می‌نماید؛ وی این دوره را مرحله فقدان قانون و مرحله ناپیروی می‌نامد (زرین‌پوش، ۱۳۶۶، ۶۶).

۲. مرحله دیگرپیروی: که هم‌زمان با دوره عملیات منطقی-عینی و مقارن سنین دبستان و همراه با واقع‌نگری اخلاقی است. کودک در این مرحله چنین می‌پندارد که آنچه بزرگ‌سالان می‌گویند، معمولاً باید درست و قابل قبول باشد. او تنها به ظاهر عمل توجه دارد و انگیزه آن را در نظر نمی‌گیرد، طبیعی است که در چنین شرایطی نقش تربیتی اطرافیان به‌ویژه معلمان و والدین برجسته خواهد بود (همان، ۶۸).

۳. مرحله خودپیروی: که هم‌زمان با عملیات انتزاعی و همراه با تحول عقلی بروز

می‌کند. در این مرحله، فرد بر اساس احترام متقابل و انضباط درونی، روابطی را برقرار می‌سازد و با بهره‌برداری از یافته‌ها و آموزش‌های خود به تجزیه و تحلیل عقاید و پدیده‌ها می‌پردازد و برخی از آن‌ها را گزینش می‌نماید. چنان‌که روشن است، دیدگاه پیاژه، با دیدگاه گزینش، که با توجه به تفاوت محاکات، تقلید و اقتباس (به عنوان مراتب تقلید) توضیح داده شد، نسبتاً قابل تطبیق است و تفاوت‌های اساسی ندارد.

ب. قهرمان جویی و اسطوره‌خواهی انسان

زمینه دیگر در الگوپذیری انسان، صفت قهرمان جویی و میل به اسطوره‌ها است که از تمایل فطری انسان به کمال و اوج‌گیری در آسمان کمالات مادی و معنوی سرچشمه می‌گیرد. هر انسان سالمی دوست دارد که در زندگی و منش خود مشابه کسانی باشد که در عرصه‌های مختلف، اعم از مادی، حسی، شغلی، اخلاقی یا علمی قله‌های پیشرفت را طی کرده و گوی سبقت را از دیگران ربوده‌اند و در این راه بسیاری از سختی‌ها را بر خود هموار می‌کند. از سوی دیگر، با توجه به آرمان‌گرایی و آینده‌نگری، تمایل انسان به ایده‌آل‌هایی است که تبلور همه خواسته‌ها و ارزش‌هایش قرار گیرند و همیشه همراه او باشند؛ این‌ها همان اسطوره‌ها هستند. اسطوره، تجسم تمایلات عمیق افراد یک جامعه است که هم به آن‌ها هویت، پویایی و نشاط می‌بخشد و هم وصول به اهداف جامعه را آسان می‌سازد. «اسطوره، تمایلات عمیق یک جامعه است، بدون تمسک به اسطوره، توده‌ها به تمدن واحد یا روند توسعه نمی‌رسند. اسطوره محرکی قوی، پررنگ و غیرمستدل است که تمام توان باور کردن انسان را در خدمت خود دارد (p. 40, Jaque Ellul propaganda)». بنابراین اسطوره می‌تواند انسان یا پدیده‌ای دیگر باشد؛ اما قطعاً الهام‌بخش، شورآفرین، همگانی و مقدس است و همه سطوح و اقشار جامعه را در برمی‌گیرد.

اسطوره‌ها را می‌توان به واقعی (یعنی برخاسته از متن باورها، ارزش‌ها و تاریخ یک اجتماع) و دروغین (یعنی ساختگی، وارداتی و غیرمتکی بر باورها و ارزش‌های یک جامعه) تقسیم نمود؛ و به‌خاطر افسانه‌بودن بسیاری از اسطوره‌ها است که در





فرهنگ قرآنی، توجه و تبعیت از آن‌ها مذمت شده و مشرکان نیز گاهی در مقابله با قرآن، داستان‌های آن را افسانه‌های پیشینیان می‌دانستند: «إِنَّ هَذَا إِلَّا أَسَاطِيرُ الْأَوَّلِينَ» (مؤمنین، ۸۳). بنابراین انسان، همواره در پی یافتن قهرمانی برای همانندسازی و اسطوره‌ای برای اتکا و پیوستن به آن است. در کتاب دیباچه‌ای بر رهبری، بیان روشنی از این حقیقت آمده است. «فرد به‌ویژه در نوجوانی همواره به قهرمان توجه دارد و حتی اگر به او دسترسی نداشته باشد در عالم خیال و رویا او را الگو رفتار خویش قرار می‌دهد. از تصور خاص او، از رفتار و گفتارش، از طرز لباس پوشیدن، قیافه و هر چیز مرتبط با او الهام می‌گیرد. قهرمان منتخب، کعبه انطباق رفتار نوجوان است (صاحب‌الزمانی، ۱۳۴۸، ۹۶)». در این عرصه، قهرمان‌گزینی و نحوه انتخاب آن نیز از اهمیت به‌سزایی برخوردار است، در حالی که در مورد اسطوره‌ها انتخابی مطرح نیست؛ بلکه آن‌ها در اثر حضور قهری و همه‌جانبه در ذهنیت و روح جامعه، خود را چنان تثبیت می‌کنند که مجالی برای انتخاب نمی‌ماند. «انتخاب قهرمان و پذیرفتن او به عنوان موجودی شایسته، ممتاز و لایق پیروی، همیشه با یک کشش روحی نسبت به او و احساس یک پیوند عمیق درونی با او و خلاصه با حالت عشق به او، همراه است (واثقی، پیشین، ۲۷)».

آخرین نکته درباره قهرمان‌جویی، آن است که می‌توان با تکیه بر قهرمان‌جویی انسان و امکان انتخاب آن، دست به ساختن و ارائه کردن قهرمانان شایسته و مورد نیاز برای جوانان و نوجوانان زد تا با درک و لمس ارزش‌ها و هنجارها در این قهرمانان، نظام عقیدتی و ارزشی خویش را باور کنند و به آن پای‌بند شوند. «قهرمانان، خدایان زمین‌اند، بشر، در آنان، قدرت، کمال و جمال آسمانی را می‌جوید یا به آنان نسبت می‌دهد. بتی با دست خویش می‌تراشد، صفت‌های خدایی به او نسبت می‌دهد و آن‌گاه معبود خودساخته خویش را می‌پرستد (صاحب‌الزمانی، پیشین، ۲۱۸)».

ج. کمال طلبی

زمینه سوم الگوپذیری در انسان، کمال جویی و تکامل طلبی او است. هر انسانی، فارغ از خصوصیات جسمی و طبقاتی، همواره مشتاق کمال بیشتر و در جستجوی فتح قله‌های عالی‌تر پیشرفت است. حتی انسان‌های بدکار و خون‌آشام نیز با سوءبرداشت از حس کمال جویی، پیشرفت خود را در شکنجه و زجر دیگران یافته‌اند. خوبان، فضائل معنوی، اخلاقی و خدمت به خلق خدا را کمال می‌دادند و بدان، قدرت، شوکت و توانایی سلطه و ستم بر دیگران را مصداق کمال می‌شمردند؛ و از این‌رو، برای کسب آن‌ها تلاش می‌کنند و خداوند در این دنیا، راه را برای هر تکاملی هر چند در مسیر باطل و رذیلت، باز نهاده است. «وَمَنْ كَانَ يُرِيدُ حَرْثَ الدُّنْيَا نُؤْتِهِ مِنْهَا» و هر کس کشت آخرت را بخواهد، از آن به او می‌دهیم (شوری، ۲۰). «كُلًّا تُمِدُّ هَؤُلَاءِ وَهَؤُلَاءِ مِنْ عَطَاءِ رَبِّكَ» اینان و آنان را جملگی از عطای پروردگارت یاری می‌کنیم (اسراء، ۲۰). تردیدی نیست که الگوهای نیک و بد در این مسیر، بیشترین نقش را در راهنمایی، امیدبخشی و ترغیب سالکان به سوی هدف ایفا می‌نمایند.

کارکردهای الگو در تربیت

اهمیت وجود الگوها در عرصه تربیت به اندازه‌ای است که در ابعاد گوناگون می‌توان آن را دریافت. یکی از این ابعاد، کارکردها و نتایج حضور آن‌ها است که در ادامه به بیان آن‌ها می‌پردازیم:

۱. میزان و ترازوی سنجش رفتار

در فرآیند تربیت، مربی تلاش می‌کند تا معیارهای رشد و تربیت را به متربی ارائه دهد و از او التزام و توجه به آن معیارها را بخواهد. این معیارها که به منزله میزان و وسیله سنجش رفتار نیز هستند گاه عینی و گاه ذهنی است. وقتی مربی یک ارزش اخلاقی به متربی می‌آموزد در واقع الگویی ذهنی به او ارائه کرده و آن‌گاه که فردی را به عنوان نمونه و مدل به او معرفی می‌کند، الگویی انسانی در اختیار متربی قرار داده است. خلاصه، همان‌گونه که در سراسر زندگی، با وسایل سنجش و میزان‌های تشخیص متعددی مواجه‌ایم، الگوها معیار سنجش رفتار آدمیان و میزان پای‌بندی





انسان‌ها به فضیلت، صداقت، محبت، انصاف، سخاوت، دانش و عدالت را در مقابل میزان آلودگی به صفاتی همچون ترس، ناامیدی، سستی را نشان می‌دهند.

۲. هدایت و راه‌یابی از طریق الگوها

برای حرکت تکاملی انسان، شناخت مقصد و مسیر، ضرورتی انکارناپذیر است. الگوها همواره روشن‌گر طریق و نشان‌دهنده مقصدهایی تربیت هستند؛ و همچنین به منزله سرمشق‌های نگارش و قطب‌نماهای حرکت و سیر انسان‌ها به سوی کمال به‌شمار می‌روند. «ضرورت و اهمیت نقش الگوها در پرورش، همانند نقش سرمشق و قطب‌نما در آموزش و پیمایش است (وائقی، پیشین، ۵۳)».

۳. سنجش نارسایی‌ها و نواقص به کمک الگوها

درک میزان موفقیت در کسب فضائل، شناخت نارسایی‌ها و زمینه‌های عدم توفیق، برای جلوگیری از انحراف و آسیب ضرورتی مهم است که با وجود الگوها تأمین می‌شود. نمونه بارز این موضوع را در توجه بسیار ستودنی پیامبر ﷺ به فرزند دختر می‌یابیم. ایشان در زمانه‌ای که جامعه به خاطر ارزش‌های جاهلی، هیچ‌گونه ارزشی برای دختران قائل نیست، شخصاً احترامی ویژه در حق دخت گرامی خویش مبذول می‌دارد و در قول و فعل، این باور را به منصفه ظهور می‌رساند و مورد تأکید قرار می‌دهد.

۴. بخشی مهم از محیط تربیت

از آنجا که تأثیر محیط و عوامل محیطی در کنار وراثت، در شکل‌گیری شخصیت و رفتار آدمی شناخته شده و مورد اذعان دانشمندان قرار دارد، الگوها به عنوان عاملی مهم در محیط پیرامون، نقش به‌سزایی در جهت‌دهی و شکل‌گیری جان و روان، رفتار و کردار انسان دارند. «علاوه بر خصوصیات وراثتی، هر انسانی در دوران زندگی، با تجارب گوناگون و رویدادهای متفاوتی روبه‌رو می‌شود که هر یک به نحوی، رفتار و شخصیت او را تحت تأثیر قرار می‌دهد (احدی، بی‌تا، ۶۷)». این الگوها می‌توانند خانوادگی، دینی، اجتماعی، شغلی و یا متصف به صفت و گونه‌ای دیگر باشند.

روش الگویی در میان روش‌های تربیت

در بیان روش‌های تربیت، در هر یک از منابع این دانش، روش الگویی جایگاه ویژه‌ای دارد و مورد غفلت قرار نمی‌گیرد. محمد قطب از علمای مصر، پس از ذکر روش‌هایی چون عبادت، پرورش روح، پرورش خرد و پرورش بدن برای تربیت، به معرفی ابزارهای تربیت پرداخته، که اولین آن‌ها سرمشق و الگو است (قطب، بی تا، ۵۳). کتاب تعلیم و تربیت اسلامی به روش‌های محبت، الگویی، تکریم شخصیت، موعظه و نصیحت، تشویق و تنبیه در تربیت اشاره کرده است (شکوهی یکتا، ۱۳۶۶، ۳۳). کتاب نگاهی دوباره به تربیت اسلامی نیز به خوبی حق این بحث را ادا کرده و روش اسوه‌نمایی را مطرح و آن را تشریح نموده است. محور مشترک مباحث مختلف درباره روش الگویی آن است که همه آن‌ها این روش را از مؤثرترین روش‌های تربیتی قلمداد کرده‌اند که فرآیند تربیت بدون آن هرگز به نتیجه نمی‌رسد.

«عملی‌ترین و مؤفق‌ترین وسیله تربیت، تربیت کردن با یک نمونه عملی و سرمشق زنده است... الگو به مردم معرفی می‌شود تا صفاتش را در خود تحقق بخشند و به رنگ آن نمونه واقعی درآیند. هر کس به اندازه ظرفیت و استعدادش از آن شعله فروزان، پرتوی بگیرد و برای رسیدن به قله کمال، از کوه دانش و فضیلت بالارود (قطب، پیشین، ۲۵۱)».

جایگاه روش الگویی در یادگیری و رشد

یادگیری، یکی از مباحث مهم و گسترده روان‌شناسی است که در آن از کیفیت ورود مفاهیم و معانی به ذهن آدمی و آموزش‌های مستقیم و غیرمستقیم بحث می‌شود. صرف‌نظر از تعاریف متعددی که در این باره شده، به نظر می‌رسد جامع‌ترین تعریف متعلق به «هیلگارد» (Hilgard) و «مارکویز» (Marquiz) باشد که گفته‌اند: «یادگیری یعنی ایجاد تغییر نسبتاً ثابت در رفتار بالقوه یادگیرنده، مشروط بر اینکه این تغییر بر اثر اخذ تجربه رخ داده باشد، نه اینکه حاصل عواملی چون خستگی، استعمال داروهای مخدر و تغییرات ناشی از بلوغ باشد» (سیف، ۱۳۵۵، ۱۵۵). از طرفی تئوری‌های متعددی درباره یادگیری وجود دارد که از جمله آن‌ها یادگیری از طریق





تقلید (imitation) است. پیرامون مبحث رشد نیز، روان‌شناسان درباره ماهیت و چگونگی آن تحقیقات و اظهارنظرهای فراوانی ارائه کرده‌اند که مهم‌ترین تئوری‌های این بخش عبارتند از:

۱. نظریه روانی - اجتماعی اریکسون؛
۲. نظریه رشد هوش و شناخت ژان پیاژه؛
۳. نظریه روانی - حرکتی آرنولد گزل؛
۴. نظریه یادگیری اجتماعی آلبرت بندورا.

در میان این نظریه‌ها، رویکرد چهارم کاملاً مرتبط با تقلید از الگوها است. این نظریه در چارچوب مکتب رفتارگرایی قرار داشته و معتقد است قسمت عمده رفتار اجتماعی، از طریق مشاهده و تقلید از الگوها صورت می‌گیرد (احدی و بنی جمالی، بی تا، ۱۰۲). بندورا معتقد است که الگوها می‌توانند والدین، معلمان، هم‌بازی‌ها، افراد محبوب جامعه، شخصیت‌های فیلم‌ها و قهرمانان اجتماعی باشند. وی همچنین به تدریجی بودن فراگیری رفتار قائل است و شخصیت را زاییده تجارب محیطی می‌داند (همان، ۱۰۳).
نظریه پردازان رشد، مراحل تقلید از الگوها را نیز در قالب اصطلاحاتی خاص و مرحله‌ای چهارگانه ترسیم کرده‌اند؛ که عبارت است از:

۱. مرحله توجه فعال کودک (attention)؛
۲. مرحله نگهداری (retention)؛
۳. مرحله تولید و توانایی تکرار عمل (reproduction)؛
۴. مرحله انگیزش و نتیجه عملی (motivation).

خلاصه این مراحل این چنین است که کودک ابتدا باید به اعمال الگوها که روشن و قابل فهمند، توجه کند و سپس با استفاده از تجارب ذهنی و عملی گذشته خود، عمل الگو را تفسیر و سامان‌دهی ذهنی نماید. آن‌گاه به امکانات خود برای تکرار عملی بنگرد و در آخرین مرحله در صورت وجود مصلحت تام و عدم مانع، عمل الگو را تکرار نماید. به عنوان مثال، اگر تنبیه یا توبیخی در کار باشد از انجام آن عمل خودداری خواهد کرد.

ارائه اسوه‌ها در میان روش‌های تبلیغ

همان‌طور که الگوها در تربیت، جایگاهی ویژه دارند، اسوه‌ها و نمونه‌های برجسته فضائل و ارزش‌های دینی در فرایند تبلیغ دینی و پیام‌رسانی الهی نقش برجسته و منحصر به فردی ایفا می‌نمایند. همچنین در تبلیغات جهانی امروز، قهرمانان و ستاره‌ها بیشترین سهم را در تأمین اهداف فرهنگی، سیاسی و اقتصادی قدرت‌های جهانی به خود اختصاص داده‌اند. در اینجا ضمن اشاره به برخی از مهم‌ترین روش‌های تبلیغ دینی، اهمیت روش اسوه‌نمایی را خواهیم شناخت. یکی از نویسندگان درباره اهمیت روش تبلیغ می‌نویسد: «عوامل متعددی وجود دارد که تا حد زیادی به موفقیت مبلغ در زمینه‌های تبلیغی یاری می‌رساند. اتخاذ روش درست، قطعاً یکی از این عوامل مهم است که ارزش فرصت‌ها و تلاش‌های مبلغ را دو چندان کرده، او را با کمترین زحمت به نتیجه مطلوب می‌رساند (یکن، ۱۳۸۷، ق، ۱۱۳)».

تردیدی نیست که اهداف، روش‌ها و ابزارهای تبلیغ دینی کاملاً و اساساً با روش‌ها و ابزارهای تبلیغات در جهان امروز متفاوت هستند. «نظر اسلام پیرامون تبلیغات، مبتنی بر ارائه واقعیت‌ها و بیان حقایق و تشویق به نیکی‌ها است، درحالی‌که از دیدگاه غرب، تبلیغات باید تغییرات مناسب با اهداف تعیین شده سیاسی و اقتصادی را به وجود آورد، بدون آنکه جامعه از صحت، ضرورت و اصالت این تغییرات آگاهی یابد (عباسی‌مقدم، پیشین، ۱۳۹)»؛ یعنی از دیدگاه اسلامی، تبلیغات، رسالتی جز ابلاغ پیام راستی و تشویق به پذیرش حق نیست، آن هم از طریق بسط آگاهی نه حذف آگاهی.

بر این اساس، روش‌های تبلیغ اسلامی عبارتند از:

۱. روش حکمت و استدلال: که متکی بر برهان و استدلال و احتجاج منطقی است و از بزرگ‌نمایی، دروغ و ظاهرسازی پرهیز می‌کند. قرآن، خود به صراحت به این روش دعوت فرموده است:

«ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ» (سوره نحل، ۱۲۵).

۲. روش موعظه و اندرز نیکو: با تکیه بر خیرخواهی و نصیحت دلسوزانه و با استفاده از احساس پاک و لطیف مخاطب نسبت به حق، فضیلت و وجدان الهی صورت





می‌گیرد و این روش همراه با مهربانی زاید الوصف که البته گاهی نیز با نوعی بیم دادن خفیف توأم می‌شود.

۳. روش جدال احسن: مجادله و احتجاج به بهترین روش، که شیوه‌ای بس حساس و ظریف بوده و هر کسی را یارای به کار بردن آن نیست.

۴. روش تنبیه و انذار: از پرکاربردترین روش‌های تبلیغ دینی که آیات متعددی در قرآن بر این شیوه نازل شده است. بشارت و انذار در تبلیغ به همان اندازه مطرح هستند که تشویق و تنبیه هدف‌مند و حساب شده در تربیت. استاد مطهری می‌گوید: «تبشیر، مؤده دادن و از مقوله تشویق است» (مطهری، ۱۳۶۶، ۲۱۷).

۵. روش نرمش و مسامحه: برای زدودن مظاهر کفر و شرک، فساد و جایگزینی ارزش‌ها و صفات اسلامی و اخلاقی، پرهیز از شدت و سخت‌گیری، شرط اساسی توفیق دعوت است. این همان آسان‌گیری است که از آیات قرآن نیز به‌خوبی برداشت می‌شود: «يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ» (بقره، ۱۸۶). «ویژگی ضعف انسان، مانع از آن است که آدمیان در برابر تکالیف دشوار تاب آورند. پس خداوند در مقام ربوبیت، اساس تکالیف را بر سهولت و قابلیت نیل به هدف نهاده است» (باقری، ۱۳۶۸، ۱۱۲). «البته مسلم است که این مسامحه تنها در عرصه تربیت و مراحل تبلیغی بوده و به معنی پذیرش کفر و شرک مخالفان نیست.

۶. روش همراهی: برای ایجاد زمینه پذیرش در مخاطبان، نسبت به تغییر یک عادت یا رفتار تثبیت شده باید با تیزبینی و رعایت اصول تغییرناپذیر، نرمش و همراهی موقت نشان داد تا مخاطب به تدریج با عقیده و روش صحیح، همراه شود. نمونه بارز این روش، همراهی هوشمندانه و هدف‌دار ابراهیم با قوم ستاره، خورشید و ماه‌پرست است که به تدریج باعث اثرپذیری آنان و توفیق دعوت توحیدی او شد.

۷. روش تذکر و یادآوری: که می‌تواند در زمینه‌های مختلف عقیدتی، اخلاقی و غیره به شکل‌های مختلف باشد.

۸. روش برانگیختن عقل و تفکر و تحریک ایمان: از آنجا که انسان همواره در معرض آسیب غفلت و آفت نسیان است با نهبی از عقل و هشدار از ایمان درونی، هر از

گاهی می‌توان او را بیدار ساخت. خطاب‌های قرآنی همچون: «ان کنتم مؤمنین» (اگر مؤمن هستید)، افلا ینظرون (آیا پس نمی‌نگرند؟)، فاین تذهبون (پس به کجا می‌روید؟) این روش را دنبال می‌کنند.

۹. **روش ارائه اسوه‌ها در تبلیغ اسلامی:** و در نهایت، این روش معرفی اسوه‌ها است که دعوت اسلامی را به نتایج کامل نزدیک می‌کند و قادر است تحقق تمام ارزش‌ها و فضیلت‌های اسلامی را در میان جامعه دینی ضمانت نماید. از منظر قرآن، مبلغ دین موظف است نخست، خود اسوه باشد؛ یعنی در رفتار و عمل، مطابق گفتار و ادعای خویش عمل کند. دوم، اسوه‌های شایسته را در هر زمینه و نیز اسوه مطلق و همه‌جانبه را به مخاطبان تشنه‌اش معرفی و روحیه کمال‌جویی و اسوه‌طلبی آن‌ها را پاسخی مناسب دهد. «این ویژگی شخصیتی پیامبران است که نه تنها در گفتار، مظهر رسالت الهی خویش هستند که در میدان عمل، رسالت خویش را تحقق می‌بخشند و بدین‌سان، مردم، ارزش‌های اسلامی را در اعمالشان، همانند گفتارهایشان متجلی و آشکار می‌بینند. رسول خدا ﷺ به همین جهت خود یک اسلام متحرک و مجسم بر روی زمین بود که از عمل و سخنش یک معنی فهمیده می‌شد (فضل‌الله، ۱۳۶۷، ۱۸/۲۹۸).

تأکید قرآن بر روش اسوه‌نمایی

قرآن به عنوان سند هدایت برتر الهی و اساس‌نامه تبلیغ دینی که از حیث لفظ و محتوا، اعجازی کامل و بی‌نظیر است که خود به مثابه یک مبلغ توانا، همه‌جانبه و کامل، همه ابعاد فوق‌الذکر در روش الگویی را در نظر گرفته و در بیانات روشن‌گرش آورده است: «از سویی همه مؤمنان را به اسوه شدن و نیل به درجات عالی انسانی و الهی ترغیب می‌کند»، مانند آن که می‌گوید: «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا آمِنُوا» یعنی درجه‌ای به ایمان خویش بیفزاید و بالاتر بروید (نساء، ۱۳۶)؛ و یا از زبان بندگان راستین می‌گوید: «وَأَجْعَلْنَا لِلْمُتَّقِينَ إِمَامًا»؛ ما را امام و پیشوای اهل تقوی قرار ده (فرقان، ۷۴). از سوی دیگر به کرات، اسوه‌ها و نمونه‌های وارسته و فرهیخته را به انسان یادآوری می‌کند «وَأَذْكُرْ عِبَادَنَا إِبْرَاهِيمَ وَإِسْحَاقَ وَيَعْقُوبَ أُولِي الْأَيْدِي وَالْأَبْصَارِ» (ص، ۴۵)؛ و اینکه دو زن



را به عنوان نمونه انسان‌های مؤمن و دو زن دیگر را نمونه انسان‌های کافر معرفی می‌کند (تحریم، ۱۰-۱۲). از سوی دیگر، از پیروی الگوهای باطل، شامل پیشوایان کفر، نفاق و فسق مرتباً نهی می‌کند، مانند این که می‌گوید: «وَلَا تُطِعْ مَنْ أَغْفَلْنَا قَلْبَهُ عَنِ ذِكْرِنَا وَاتَّبَعَ هَوَاهُ» (کهف، ۲۸)؛ «وَلَا تُطِيعُوا أَمْرَ الْمُشْرِكِينَ» (شعرا، ۱۵۱)؛ «وَلَا تَرْكَنُوا إِلَى الَّذِينَ ظَلَمُوا» (هود، ۱۱۳)؛ و در نهایت اینکه، با ذکر داستان‌های پرفراز و نشیب مردان نیکوکار، در کنار سرگذشت عبرت‌انگیز افراد و اقوام بدکار، در واقع الگوهایی روشن و مرزبندی شده از خوبی و بدی، ایمان و کفر معرفی می‌کند تا به خوبان تأسی کنیم و از بدان تبری جویم.

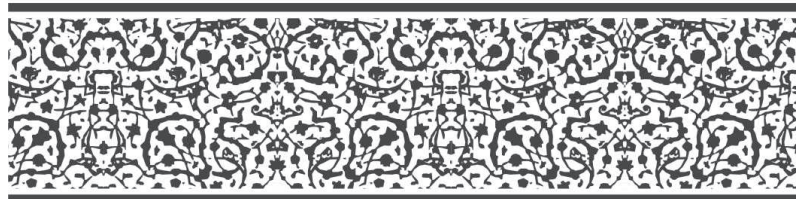
نشریه
علمی-تخصصی

پژوهش‌نامه

تذوق

سال اول
پیش شماره اول

پاییز ۱۳۹۱



منابع

۱. قرآن مجید
۲. اصفهانی، راغب؛ *المفردات فی غریب القرآن*؛ تحقیق و ضبط محمد سید گیلانی؛ بیروت: دارالمعرفه، بی تا.
۳. ابن منظور، *لسان العرب*؛ بیروت: دار احیاء التراث العربی، ۱۴۰۷ق.
۴. احدی، حسن و بنی جمالی، *شکوه السادات*؛ روان شناسی رشد، مفاهیم بنیادی در روان شناسی کودک؛ تهران: چاپ و نشر بنیاد، بی تا.
۵. باقری، خسرو؛ *نگاهی دوباره به تربیت اسلامی*؛ تهران: دفتر امور کمک آموزش و کتابخانه‌ها، چاپ اول، ۱۳۶۸.
۶. بیرو، آلن؛ *فرهنگ علوم اجتماعی*؛ بی تا.
۷. الحرائی، ابن شعبه؛ *تحف العقول عن آل الرسول*؛ بیروت: مؤسسه الاعلمی للمطبوعات، ۱۳۹۴ق.
۸. دهخدا، علی اکبر؛ *لغت نامه*؛ تهران: دانشگاه تهران، ۱۳۴۶.
۹. زرین پوش، فتانه؛ *تربیت اخلاقی کودک در دوره دبستان*؛ تهران: دانشگاه تربیت مدرس، ۱۳۶۶.
۱۰. سجادی، سیدجعفر؛ *فرهنگ لغات و اصطلاحات و تعبیرات عرفانی*؛ چاپ سوم، تهران: کتابخانه طهوری، ۱۳۶۲.
۱۱. سیف، علی اکبر؛ *روان شناسی یادگیری و تدریس*؛ تهران: دانشگاه سپاهیان، ۱۳۵۵.
۱۲. عباسی مقدم، مصطفی؛ *نقش اسوه‌ها در تبلیغ و تربیت*؛ تهران: چاپ و نشر سازمان تبلیغات اسلامی، ۱۳۷۱.
۱۳. شکوهی یکتا، محسن؛ *تعلیم و تربیت اسلامی*؛ مبانی و روش‌ها، تهران: دفتر تحقیقات و برنامه‌ریزی و تألیف، ۱۳۶۶.
۱۴. صاحب الزمانی، ناصرالدین؛ *دیباجه‌ای بر رهبری*، تهران: مؤسسه مطبوعاتی عطایی، ۱۳۴۸.
۱۵. فضل الله، محمدحسین؛ *گام‌هایی در راه تبلیغ*؛ ترجمه احمد بهشتی؛ تهران: چاپ و نشر سازمان تبلیغات اسلامی، ۱۳۶۷.
۱۶. قطب، محمد؛ *روش تربیت اسلامی*؛ ترجمه محمد مهدی جعفری؛ تهران: انتشارات پیام، بی تا.
۱۷. کلاین برگ، اتو؛ *روان شناسی اجتماعی*، علی محمد کاردان؛ جلد دوم، تهران: سازمان انتشارات و آموزش انقلاب اسلامی، ۱۳۸۶.
۱۸. مطهری، مرتضی؛ *سیری در سیره نبوی*؛ چاپ دوم، تهران: انتشارات صدرا، ۱۳۶۶.
۱۹. منصور، محمود؛ *روان شناسی ژنتیک، تحول روانی از کودکی تا نضری*؛ چاپ سوم، تهران: انتشارات رز، ۱۳۶۲.
۲۰. واثقی، ق؛ *امام، الگوی امت*؛ تهران: کتاب فروشی امیری، بی تا.
۲۱. یکن، فتحی؛ *مشکلات الدعوه والداعیه*؛ بیروت: بی تا، ۱۳۸۷ق.

نشریه
علمی-تخصصی

پژوهش‌نامه

پژوهش‌نامه

سال اول
پیش شماره اول

پاییز ۱۳۹۱

