

## تبلیغ باید جریان ساز باشد

گزیده‌ای از بیانات ولی امر مسلمانان جهان  
در دیدار با جمعی از طلاب و روحانیون  
۸۸/۹/۲۲



مایه حیات یا هوا را به نقاط مختلفی که مورد نظر است، برساند. باید **دائم** با این دم دمید، تا این اشتعال همیشه باقی بماند. این کار هیچ نباید متوقف بشود و به برنامه‌ریزی احتیاج دارد. این گفتمان‌سازی برای چیست؟ برای این است که **اندیشه دینی، معرفت دینی** در مخاطبان، در مردم، رشد پیدا کند. اندیشه دینی که رشد پیدا کرد، وقتی همراه با **احساس مسئولیت** باشد و تعهد باشد، عمل به وجود می‌آورد و همان چیزی می‌شود که **پیغمبران** دنبال آن بودند. **فرهنگ صحیح، معرفت صحیح**، در مواردی **بیدارباش**، در مواردی **هشدار**؛ این‌ها کارکردهای تبلیغ است؛ **آثار و نتایج** است که بر تبلیغ مترتب می‌شود.

**ماه محرم** بهترین فرصت برای تبلیغ کردن است. از این فرصت باید استفاده کرد برای همان مطلبی که عرض شد؛ **شاخص** ایجاد بشود؛ مایز، شاخص‌سازی، **معالم‌الطریق**. اگر چنانچه سر دو راهی تابلوی نباشد که نشان بدهد راه فلان جا از کجاست، طرف راست است یا طرف چپ است، این سیر کننده و رونده، به خطا خواهد افتاد. اگر چند راهی باشد، گمراه خواهد شد. شاخص باید معین کرد، انگشت اشاره را بایستی واضح مقابل چشم همه قرار داد تا گمراه نشوند. در دنیایی که اساس کار **دشمنان** حقیقت بر **فتنه‌سازی** است، اساس کار طرفداران **حقیقت** بایست بر این باشد که **بصیرت** را، **راهنمایی** را، هر چه می‌توانند، برجسته‌تر کنند و این شاخص‌ها را، این مایزها را، این **معالم‌الطریق** را بیشتر، واضح‌تر، روشن‌تر در مقابل چشم مردم قرار بدهند، که مردم بفهمند، **تشخیص** بدهند و **گمراه** نشوند.

درس هم که می‌خوانیم، برای این است که بتوانیم پیام الهی را ابلاغ کنیم؛ برسانیم؛ حالا چه در زمینه معارف دینی، چه در زمینه احکام دینی، چه در زمینه اخلاق الهی. پس مناسبت‌ها و اصل مسئله **تبلیغ**، ناظر است به عمل، همراه با **بصیرت** و **یقین**. باید بصیرت باشد. یقین، یعنی همان **ایمان قلبی متعهدانه**، وجود داشته باشد و بر پایه این بصیرت و یقین، حرکت انجام بگیرد. اگر بصیرت بود، یقین بود، اما کاری انجام نگرفت، این مطلوب نیست؛ تبلیغ نشده است. اگر چیزی تبلیغ شد، اما بدون بصیرت و بدون یقین – هر کدام از این‌ها کم باشد – یک پایه خراب است و مطلوب به دست نخواهد آمد. این یقین همان چیزی است که «**امن الرسول بما انزل الیه من ربه و المؤمنون کل ءامن بالله و ملائکته و کتبه و رسله**»؛ یعنی اول کسی که به پیام، اعتقاد و ایمان عمیق پیدا می‌کند، خود پیام‌آور است. اگر این نبود، کار دنباله پیدا نخواهد کرد، نفوذ نخواهد کرد. آن ایمان هم باید با بصیرت همراه باشد؛ واقعا عمل صالح و مصداق اتم عمل صالح، همین تبلیغ است که انجام باید بگیرد. امروز تبلیغ در دنیا خیلی نقش پیدا کرده است و همیشه همین جور بوده است. قبلا این ابزارها نبود؛ این ارتباط‌های نزدیک نبود. ما **معممین** یک امتیاز داریم که تبلیغ رویاروی و چهره‌به‌چهره می‌کنیم. این یک کار بی‌نظیری است که هیچ چیزی جای این را نمی‌گیرد؛ منبر رفتن، با مردم حرف زدن. این، از سایر شیوه‌های تبلیغ، از جهاتی کارسازتر است – آن جهات هنری و غیره، آن‌ها هم در جای خود لازم است – اما این یک تأثیری دارد، یک خلأی را پر می‌کند که سایر دستگاه‌ها و شیوه‌های تبلیغی این اثر را ندارد. پس تبلیغ مهم است و امروز ابزار اساسی است. ما هم یکی از شیوه‌های مؤثر تبلیغ را در اختیار داریم. **تبلیغ** باید **جریان‌ساز** باشد، تبلیغ باید **گفتمان‌ساز** باشد، تبلیغ باید **فضا** ایجاد کند؛ گفتمان ایجاد کند. **گفتمان** یعنی یک **مفهوم** و یک **معرفت** همه‌گیر بشود در برهه‌ای از زمان در یک جامعه. آن وقت، این می‌شود **گفتمان** جامعه. این، با کارهای جدا جدای برنامه‌ریزی نشده، حاصل نخواهد شد؛ این کار احتیاج دارد به **برنامه‌ریزی** و کار فعال و مثل دمیدن پیوسته در وسیله فشاری است که می‌تواند آب یا