

کارآمدی استراتژی تبلیغ، در دفاع از انقلاب اسلامی

(رهیافت‌هایی از امام خمینی (ره) برای دفاع از آرمان‌های انقلاب اسلامی
با تکیه بر الگوی تبلیغات دینی)

دکتر علی ربانی خوراسگانی^۱
دکتر وحید قاسمی^۲

◆ چکیده



۱. عضو هیأت علمی دانشگاه اصفهان - دانشکده ادبیات، گروه علوم اجتماعی

۲. عضو هیأت علمی دانشگاه اصفهان - دانشکده ادبیات، گروه علوم اجتماعی

◆ مقدمه

اثر بخشی تبلیغات مذهبی و موفقیت روحانیون در آن به عنوان یکی از مهم‌ترین انتظارات نقشی که برای این گروه اجتماعی تعریف شده است، از موضوعاتی است که همواره از دغدغه‌های خاطر امام خمینی بوده است و ایشان در بیانات خود از بدو ورود به صحنه مبارزات اجتماعی به مناسبت‌های مختلف گوشه‌هایی از این دغدغه خاطر را ظاهر کرده است. در این مقاله سعی خواهد شد با استفاده از تحلیل کیفی بیانات ایشان، الگوی مطلوب تبلیغ در مقابل سایر ابزارهای دفاع و نشر آرمان‌ها و اندیشه‌ها برای مبلغان مذهبی ترسیم شود و مشخص گردد که متغیرهای مهم و نوع رابطه آنها با یکدیگر به منظور موفقیت مبلغ دینی در انجام وظیفه خود از نظر ایشان به چه کیفیتی است.

در مجموع می‌توان گفت امام خمینی در استراتژی تبلیغ سعی در پاسخ دادن به پنج سؤال اصلی داشته‌اند. این سؤالات به شرح ذیل می‌باشند:

۱. وظایف مبلغان دینی با توجه به نقش آنها و تعدد انتظارات نقش ایشان (مذهبی، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، قضایی، اقتصادی و...) چیست؟
۲. تبلیغات دشمنان اسلام و انقلاب اسلامی ایران بر چه موضوعاتی متمرکز می‌باشد و آنها با چه اهدافی دست به تبلیغ می‌زنند و دینداران چگونه باید با این تبلیغات مقابله کنند؟
۳. مخاطرات درونی در جهت ایفای نقش روحانی به ویژه به عنوان یک مبلغ کدامند و چه

توجهات و وظایفی در این باره متوجه روحانیون است؟

۴. اهمیت نقش یک عالم دینی در نظام اجتماعی ایران در دوره پس از انقلاب اسلامی در چه

مواردی است و ضرورت توجه روحانیون به این موضوع در چیست؟

۵. ابزارهای مختلف تبلیغی که مبلغان دینی و به طور کلی دینداران باید به آنها توجه بیشتری

نمایند کدامند و این ابزارها چه نقشی در مبارزات نوین امپریالیسم غرب با اسلام دارند؟

۶. در قسمت‌های آتی تلاش می‌شود ضمن پاسخگویی به هر یک از سؤالات پنج‌گانه فوق،

مشخص شود که این پنج مقوله چگونه با یکدیگر در ارتباط هستند به نحوی که جامعه دینی و

عالمان دین با توجه و عمل به آنها، می‌توانند به عنوان یک مبلغ در نقش خود توفیق حاصل

کنند.

الف) کار ویژه‌های روحانیت در استراتژی تبلیغ

بخش اصلی و محور سخنان امام خمینی درباره روحانیون به وظایفی مربوط می‌شود که از

ایشان در نقش خود و به ویژه بازتعریف نقش آنها در دوره پس از انقلاب اسلامی انتظار

می‌رود. این انتظار هم به عنوان یک انتظار مبتنی بر آموزه‌های مکتب اسلام تعریف شده است

و هم به عنوان انتظاراتی که قشرهای مختلف مردم از نقش روحانیت پیدا کرده‌اند، هر چند بین

این دو عملاً نمی‌توان تفکیکی معنادار قائل شد.

این وظایف در دیدگاه امام خمینی از تعدد و تنوع درخور ملاحظه‌ای برخوردار است که

حاکی از سنگینی نقشی است که بر گروه یا قشر اجتماعی روحانیت بعد از انقلاب قرار دارد و

می‌تواند این قشر را با فشار نقش و تعارض نقش روبه‌رو سازد. تنها بیان تیتروار این وظایف،

دها صفحه فضای نوشتاری را طلب می‌کند.

از مهم‌ترین نکات قابل توجه در این بخش، توجه به شیوه‌های رفتاری روحانیون است.

موارد متعددی از وظایف به رفتار و عمل روحانیون و توجه ایشان به این شیوه‌ها با توجه به

ارزیابی رفتار ایشان از جانب مردم است. توجه به زهد به ویژه زهدی که می‌توان آن را زهدی این جهانی نامید در بیانات امام خمینی بارها تکرار و بر آن تأکید شده است. توجه به ارزش‌های فرامادی و مبارزه با خواهش‌های نفسانی و دوری از منافع شخصی موضوعی است که به دفعات مورد توجه و اشاره ایشان قرار گرفته است.



دوری از هوا و هوس‌های نفسانی و توجه به معنویات در برابر مادیات از جمله وظایفی است که امام خمینی همواره به شیوه‌های گوناگون برای روحانیون مورد تأکید قرار داده‌اند. به عنوان نمونه ایشان همواره اظهار داشته‌اند که برای خدا کار کنید و نه برای مقام و منصب.



یکی از نکاتی که از مجموع دیدگاه‌های ایشان درباره روحانیون می‌توان دریافت اینکه امام خمینی روحانیت را یک مجموعه یکپارچه و به هم پیوسته قلمداد کرده و وظایفی که برای ایشان برشمرده عمدتاً صرف نظر از این است که آیا یک روحانی در محیط نظامی خدمت می‌کند، در مقام یک مبلغ در یک روستاست، در مقام رئیس جمهور یا نماینده مجلس است و یا در نقش یک معلم. وظایف روحانیون را با توجه به نقش تبلیغی رئیس آنها می‌توان به شیوه زیر طبقه‌بندی کرد:

- وظیفه شناختی و واقع‌گرایی در آن

در این رابطه روحانیون باید آنچه در نزد افکار مردم ایران یا افکار عمومی جهانیان به عنوان نقطه کور مطرح است روشن نمایند، در تبلیغ به صحت تبلیغات اهمیت فراوان دهند و در آن مبالغه نکنند. سلامت تبلیغ امری شناختی است که به لحاظ روان‌شناسی تبلیغات از مهم‌ترین عوامل موفقیت تبلیغات در بلندمدت ارزیابی می‌شود. امام خمینی همواره تأکید داشته‌اند اسلام را آن طور که هست باید عرضه داشت و معرفی کرد. چهره واقعی اسلام را باید ابلاغ کرد.

شناساندن اسلام به سایر ملت‌ها از دیگر وظایف شناختی است که از دیدگاه امام خمینی روحانیون باید به آن بها دهند. باید احکام اسلام را به مردم بفهمانند و آن چیزی که نادرست و نارواست و در میان مردم جا افتاده است باید تصفیه کنند.

در میان وظایف شناختی، رشد و تکامل فکری روحانیون جوان توسط ایشان مورد تأکید قرار گرفته و همواره بر همکاری و مشورت با افراد مطلع توجه داشته‌اند. در همین حیطه ثابت کردن مستند دروغ دیگران و پرده‌برداری از بوق‌های تبلیغاتی بیگانگان نیز به دفعات مطرح شده است.

گفتن مسائل روز و فراموش نکردن آن و همچنین گفتن مسائل اخلاقی و اعتقادی نیز از دیگر وظایف شناختی است که امام خمینی برای روحانیون و در گفتگوی با ایشان توصیه کرده‌اند (ر.ک: اخلاق از دیدگاه امام خمینی، ص ۹ - ۱۳ و ص ۲۱).

- معنویت‌گرایی

دوری از هوا و هوس‌های نفسانی و توجه به معنویات در برابر مادیات از جمله وظایفی است که امام خمینی همواره به شیوه‌های گوناگون برای روحانیون مورد تأکید قرار داده‌اند. به عنوان نمونه ایشان همواره اظهار داشته‌اند که برای خدا کار کنید و نه برای مقام و منصب، از طمع دوری کنید، از هواهای نفسانی دوری کنید، از خودنمایی بپرهیزید، در زندگی سادگی را پیشه کنید، به معنویات به جای مادیات توجه کنید و معنویت را به مردم بفهمانید، تزکیه نفس را بالاتر از تحصیل علم و حکمت قرار دهید و تحصیل را با تهذیب همراه کنید و از منافع شخصی بپرهیزید (ر.ک: روحانیت طلایه‌دار اسلام فقاہت از دیدگاه امام خمینی، ص ۷۷ - ۷۸؛ امام و انقلاب فرهنگی، ص ۷۸؛ امام و روحانیت، ص ۴۷ و ص ۷۵ - ۹۳؛ تبلیغات از دیدگاه امام خمینی، ص ۳؛ اخلاق از دیدگاه امام خمینی، ص ۱۶ و ص ۲۲ - ۲۷؛ نقش روحانیت در اسلام، ص ۴۸).

اینها مجموعه‌ای است که در بین مجموع وظایف روحانیون از دیدگاه امام خمینی می‌توان آنها را تحت عنوان معنویت‌گرایی گروه‌بندی کرد.

- عمل گرایی

عمل گرایی به معنای محدود نشدن در حوزه فکر و نظر و وارد صحنه و میدان عمل شدن، یکی از محورهایی است که در دیدگاه های امام خمینی درباره وظایف روحانیون مشاهده می شود. در این رابطه به عنوان نمونه می توان به موارد زیر اشاره کرد:

* اهمیت تبلیغ عملی (تبلیغات از دیدگاه امام خمینی، ص ۱۰).

* ورود به میدان عمل در لحظه ضرورت (روحانیت طلایه دار در اسلام فقاومت از دیدگاه امام خمینی، ص ۵۷، ۶۱).

* اهمیت عمل و حل گرفتاری های مسلمین (امام و انقلاب فرهنگی، ص ۸۹ - ۸۷).

* هم زمانی علم و عمل (امام و انقلاب فرهنگی، ص ۵).

* کفرستیزی و آرام نماندن در برابر ستم ستمکاران (امام و روحانیت، ص ۵۶).

* پشتیبانی از استقلال کشورهای اسلامی (امام و انقلاب فرهنگی، ص ۹۹ - ۱۰۵).



- وحدت گرایی

می توان گفت وحدت و تأکید امام خمینی بر آن موضوعی است که احتمالاً بیش از هر موضوع دیگری از جانب ایشان مورد تأکید قرار گرفته است. وحدت میان روحانیون، وحدت میان مردم، وحدت روحانیون و مردم، وحدت حوزه و دانشگاه یا به تعبیر ایشان وحدت فیضیه و دانشگاه و وحدت کشورهای اسلامی از زمینه هایی هستند که در آنها اهمیت وحدت توسط ایشان مورد یادآوری و تأکید قرار گرفته است. در همین زمینه می توان به برخی موارد اشاره کرد:

* هماهنگی بین همه نهادها در تبلیغ (درس هایی از وصیتنامه امام خمینی، ص ۹۲، ۹۳).

* حفظ وحدت در برابر تبلیغات دشمنان (درس هایی از وصیتنامه امام خمینی، ص ۹۲، ۹۳).

* طرد و دور نکردن دانشگاهیان، وحدت حوزه و دانشگاه، پیوند با دانشگاهیان و جوانان،

شکستن سد بین فیضیه و دانشگاه (امام و روحانیت، ص ۶۰، ۴۵۴ - ۴۵۶؛ امام و انقلاب فرهنگی، ص ۱۵۰ - ۱۵۴).

* همه یک هدف را دنبال کردن (امام و انقلاب فرهنگی، ص ۱۱۴).

* حفظ جماعات (امام و انقلاب فرهنگی، ص ۱۱۴؛ درس‌هایی از وصیتنامه امام، ص ۸۸).

* پیوند و انسجام با مردم (امام و انقلاب فرهنگی، ص ۱۰۶).

* حفظ وحدت کلمه و... (امام و انقلاب فرهنگی، ص ۱۰۶؛ درس‌هایی از وصیتنامه امام خمینی، ص ۸۹، ۹۰).

- کمیت‌گرایی توأم با کیفیت

کمیت‌گرایی در اینجا نه به معنای غلبه کمیت بر کیفیت بلکه تنها نشان‌دهنده یکی از ابعاد مورد نظر امام خمینی در تبلیغات توسط روحانیون است. در واقع بر اساس این متغیر مشخص می‌شود که ایشان همواره بر گسترش تبلیغات و اکتفا نکردن به آنچه هست توجه داشته و خواهان افزایش حجم تبلیغات موجود بوده‌اند. این متغیر را می‌توان در اشاره‌های ایشان به مواردی نظیر موارد ذکر شده در زیر یافت:

* دامنه‌دار کردن تبلیغات (امام و روحانیت، ص ۵۹).

* حجم زیاد تبلیغات و توجه به ایجاد مجامع تبلیغات (تبلیغات از دیدگاه امام خمینی، ص ۵).

* احتیاج به مجالس تعزیه و روضه بیشتر از گذشته (درس‌هایی از وصیتنامه امام خمینی، ص ۳۹ - ۵۰).

در عین حال علاوه بر این به طور مستقیم و غیر مستقیم می‌توان کیفیت‌گرایی را در بسیاری از گفته‌های ایشان یافت. به عنوان مثال برخی اشاره‌های ایشان در این رابطه عبارت‌اند از:

* محتوا دادن به صورت‌ها (نقش روحانیت در اسلام، ص ۵۹، ۶۰).

* تصفیه آن چیزی که نارواست و... (امام و روحانیت، ص ۹ و ص ۲۴ - ۳۰).

- عدالت گرایی

عدالت خواهی، عدالت جویی و به طور کلی عدالت گرایی یکی دیگر از متغیرهایی است که می توان از مجموعه بیانات امام خمینی درباره روحانیت و تبلیغات استخراج کرد. این متغیر را در جنبه های مختلف اقتصادی، اجتماعی می توان مشاهده کرد. به عنوان نمونه می توان به تأکیدات ایشان در موارد زیر اشاره کرد:

- * برخورد یکسان با فقیر و غنی و خدمت به همه مردم خصوصا مستضعفان (درس هایی از وصیت نامه امام خمینی، ص ۶۲).
- * اقامه عدالت اجتماعی (نقش روحانیت در اسلام، ص ۵۹).
- * فرق نگذاشتن بین شهرهای بزرگ با روستاهای کوچک (امام و روحانیت، ص ۲۶۱، ۲۶۲).

- مردم گرایی

مردم از اصلی ترین پایه هایی هستند که در اندیشه و بیانات امام خمینی عامل حفظ نظام اسلامی می باشند. با تحلیل محتوای کمی سخنان ایشان، احتمالا یکی از واژه هایی که در کنار واژه هایی نظیر اسلام و وحدت بیش از سایر واژه ها توسط ایشان ابراز شده است، واژه مردم است. تأکید بر مردم در قالب های مختلفی توسط ایشان ارائه شده است. تأکید ایشان بر موارد زیر را می توان به عنوان نمونه هایی از مردم گرایی و اهمیت آن دانست:

- * خدمت به مردم (اخلاق از دیدگاه امام خمینی، ص ۹۱ - ۱۰۱).
- * اهمیت توجه به مردم و فکر و قلوب مردم (اخلاق از دیدگاه امام خمینی، ص ۱۷).
- * کار برای ملت نه راست و چپ (اخلاق از دیدگاه امام خمینی، ص ۱۰۴، ۱۰۵).
- * پیوند و انسجام با مردم (اخلاق از دیدگاه امام خمینی، ص ۱۸).
- * فهماندن احکام اسلام به مردم (تبلیغات از دیدگاه امام خمینی، ص ۴، ۳).
- * تشویق مردم (تبلیغات از دیدگاه امام خمینی، ص ۳۱۰).
- * فهماندن واقعیات به مردم (تبلیغات از دیدگاه امام خمینی، ص ۳۱۱).

* غفلت زدایی از مردم (تبلیغات از دیدگاه امام خمینی، ص ۲۵۴).

* آشنا کردن مردم به وظایف سیاسی، اجتماعی و فرهنگی شان (امام و روحانیت، ص ۲۵۲).

- اصول‌گرایی دینی

اصول‌گرایی یکی از متغیرهایی است که مورد نظر امام خمینی بوده است. این متغیر در کنار توجه به مقتضیات زمان و ابزارهای دنیای نوین قرار گرفته است و به معنای جدایی از دنیای جدید و فراغت از زمان حال و بازگشت به گذشته نیست. در واقع متغیرهایی که در این بخش از نوشتار سعی در تجزیه آنها داریم تنها

می‌توان گفت وحدت و تأکید امام خمینی بر آن موضوعی است که احتمالا بیش از هر موضوع دیگری از جانب ایشان مورد تأکید قرار گرفته است.

تجزیه‌ای نظری به منظور شناخت بهتر اندیشه‌های امام است و در واقع این متغیرها در یک کل یا مجموعه قرار می‌گیرند و هیچ یک را نمی‌توان در دیدگاه امام از دیگری تجزیه کرد. با این حال تأکید بر حفظ اصول و سنت‌های اصیل دینی به همان شیوه گذشته و برگزاری مناسک مذهبی را به روشنی می‌توان در بیانات ایشان مشاهده کرد. به عنوان نمونه می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

* اهمیت حفظ مسجد (نقش روحانیت در اسلام، ص ۷۲؛ امام و انقلاب فرهنگی، ص ۱۱۲).

* مسجد به عنوان مرکز تبلیغ اسلام (تبلیغات از دیدگاه امام خمینی، ص ۷۲، ۷۳).

* زنده نگه داشتن عاشورا با همان وضع سنتی (امام و روحانیت، ص ۴۹۱).

* گفتن شعر و نثر در فضائل و مصائب اهل بیت (علیهم السلام) (درس‌هایی از وصیتنامه

امام خمینی، ص ۴۰ و ۴۵).

* مرثیه خوانی (امام و روحانیت، ص ۴۹۱).

* روضه را مفصل خواندن نه مختصر، دست پر نداشتن از روضه (امام و روحانیت، ص ۴۹۲).

* بزرگداشت حماسه عاشورا و سید الشهداء (درس‌هایی از وصیتنامه امام خمینی، ۳۹-۵۰).

* حفظ اعیاد و مجالس عزاء، مجالس عزاء باعث هماهنگ کردن ملت می‌شود (امام و روحانیت، ص ۴۹۱؛ درس‌هایی از وصیتنامه امام خمینی، ص ۴۱).

* توجه به تبلیغ در محرم و صفر (درس‌هایی از وصیتنامه امام خمینی، ص ۴۳).

- خداجویی

به طور کلی باید گفت فرهنگ تبلیغ توسط قشر روحانی با محوریت خداوند تبارک و تعالی است. در انجام هر رفتار و در ارسال هر پیام، روحانی باید خدا را در نظر داشته باشد و ایقاع نقش خود را به عنوان وظیفه‌ای الهی بنگرد. تبلیغ در نهایت برای خدا انجام می‌شود. در این رابطه برخی موارد که مورد تأکید ایشان بوده است به عنوان نمونه عبارت‌اند از:

* تبلیغ برای خدا (اخلاق از دیدگاه امام خمینی، ص ۲۸، ۲۹).

* تبلیغ وظیفه‌ای الهی (اخلاق از دیدگاه امام خمینی، ص ۳۶، ۳۷).

* کار برای خدا نه مقام و منصب (اخلاق از دیدگاه امام خمینی، ص ۴۴، ۴۵).

* کار برای خدا بدون ریا کاری و نمایش (اخلاق از دیدگاه امام خمینی، ص ۳۰).

* روحانی باید یادآور پیامبر اسلام (ص) باشد (روحانیت طلایه دار اسلام فقاہت از دیدگاه امام خمینی، ص ۸۱).

* حاضر دانستن خدای تبارک و تعالی در هر جا (اخلاق از دیدگاه امام خمینی، ص ۸۸، ۸۹).

- اسلام خواهی

حفظ اسلام و احکام و قوانین آن سرلوحه انتظارات نقش روحانیت محسوب می‌شود. در واقع موفقیت نقش روحانیت بر اساس این معیار است که این ضعف تا چه حد در حفظ اسلام و

انتقال آن به نسل‌های آینده موفق بوده است.

بسیاری از مواردی که امام خمینی درباره نقش روحانی و مبلغ عنوان کرده‌اند مستقیماً یا غیر مستقیم به این انتظار نقش مربوط می‌شود. در هر حال در این رابطه می‌توان به موارد زیر به عنوان نمونه اشاره کرد:

* دفاع از احکام اسلام (روحانیت طلایه‌دار اسلام فقا‌هت از دیدگاه امام خمینی، ص ۷۹ - ۸۳).

* تحویل با قدرت اسلام به نسل‌های آینده (اخلاق از دیدگاه امام خمینی، ص ۹۸).

* آمادگی برای فدا کردن جانمان برای اسلام (امام و روحانیت، ص ۴۶).

* حفظ قوانین اسلام سر لوحه مرام روحانیون (امام و روحانیت، ص ۴۴).

* دمیدن روح شهامت و شجاعت و شهادت در کالبد مردم (امام و روحانیت، ص ۴۳).

* هدف اصلی در هر فعالیتی اسلام است (نقش روحانیت در اسلام، ص ۴۲، ۴۳).

* اسلام از هر چیز عزیزتر است. آمده‌ایم اسلام را حفظ کنیم (اخلاق از دیدگاه امام خمینی، ص ۹۹).

مرکز تحقیقات کامپیوتر علوم اسلامی

- کارآمدی در بهره‌گیری از نیروی انسانی

نیروی انسانی متخصص به عنوان یکی از مهم‌ترین انواع سرمایه محسوب می‌شود که توانایی بهره‌گیری از آن نقش مهمی در دستیابی به اهداف سازمانی یا اهداف تبلیغی دارد. این موضوعی است که امام خمینی بر آن تأکید کرده‌اند و طرد نیروی توانمند را به کمتر دلایلی مجاز شمرده‌اند و بیشتر اعتقاد به استفاده از توان افراد همراه با اعمال شیوه‌های نظارتی بوده است. در این رابطه به عنوان نمونه می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

* اهمیت افراد و از دست ندادن آنها حتی یک نفر (امام و روحانیت، ص ۹۱؛ نقش روحانیت در اسلام، ص ۱۹).

* طرد نکردن دانشگاہیان (امام و روحانیت، ص ۹۱).

* همکاری روحانیون، نویسندگان و هنرمندان (تبلیغات از دیدگاه امام خمینی، ص ۳۴۶، ۳۴۷).

* مشارکت دادن سایرین و نظارت بر کار آنها (تبلیغات از دیدگاه امام خمینی، ص ۷۹).

۱- موقعیت‌شناسی (زمان‌شناسی)

آشنایی با مقتضیات زمان و نیازهای نظام اجتماعی موضوعی که در ضمن سنت‌گرایی مورد توجه و تأکید امام خمینی قرار داشته است. پاسخگویی تبلیغات مذهبی به نیازهای احساس شده در یک نسل مشخص، نقش مهمی در اثربخشی پیام‌های تبلیغی خواهد داشت در حالی که دور بودن پیام‌های تبلیغی از نیازهای مخاطبان می‌تواند تبلیغات انجام شده را غیر کارآمد و غیر اثربخش نماید.

و آن را با شکست مواجه سازد. در این رابطه می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

* عدم انفعال در تبلیغ، عضو فعال در جامعه بودن (امام و روحانیت، ص ۲۰۵، ۲۰۶).

* استفاده از فرصت‌ها (امام و روحانیت، ص ۱۹۴؛ نقش روحانیت در اسلام، ص ۲۲).

* فرصت ندادن به دشمن (تبلیغات از دیدگاه امام خمینی، ص ۳۱۲).

در مجموع باید یادآور شد که وظایف روحانیون به ویژه در نقش یک مبلغ به لحاظ عملی و در واقع قابل تجزیه از یکدیگر نیست و همگی به عنوان یک عامل یا مجموعه کلی می‌باشند که در کنار یکدیگر قرار می‌گیرند. تجزیه آنها بیشتر به لحاظ نظری و برای شناخت بیشتر می‌تواند

مفید واقع شود. این موضوع در شکل زیر نمایش داده شده است:

واقع گرایی شناختی	معنویت گرایی	عمل گرایی
وحدت گرایی	کمیت گرایی...	عدالت جویی
مردم گرایی	اصول گرایی...	خداجویی
اسلام خواهی	کارآمدی...	موقعیت شناسی

شکل ۱ - مجموعه وظایف روحانی به ویژه در نقش مبلغ اسلامی به عنوان یک کلیت به هم پیوسته

ب) تاکتیک‌های تبلیغاتی دشمنان انقلاب اسلامی

سؤال دومی که بر اساس یک تحلیل محتوایی سخنان امام خمینی می‌توان گفت ایشان در پی پاسخگویی به آن بوده‌اند به این شرح است که تبلیغات دشمنان اسلام و انقلاب اسلامی ایران بر چه موضوعاتی متمرکز بوده و آنها با چه اهدافی دست به تبلیغ می‌زنند و دینداران و در رأس آن روحانیون چگونه باید با این تبلیغات مقابله کنند؟

مقابله با اهداف تبلیغی دشمنان ایران و انقلاب اسلامی به عنوان حوزه‌ای است که هر چند به بحث وظایف روحانیت در ارتباط نزدیک و در واقع جزئی از آن است اما به علت اهمیت موضوع می‌توان آن را به عنوان مقوله‌ای جداگانه نیز مورد بررسی قرار داد. در این رابطه می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- تاکتیک تفرقه افکنی و مقابله با آن

به همان نحو که وحدت و یکپارچگی در درون و بین روحانیون و مردم به عنوان یکی از انتظارات مهم نقش روحانیت تعریف شده است، در برابر، دشمنان دارای هدف تفرقه افکنی و از بین بردن این وحدت و یکپارچگی هستند. آگاهی و مقابله با این هدف دشمنان، از وظایف یک روحانی به ویژه در نقش یک مبلغ است. در هر حال باید توجه داشت که روحانی در نقش

تبلیغی قرار دارد چه نقش رسمی او مستقیماً به تبلیغات مربوط باشد یا خیر. در رابطه با هدف تفرقه افکنی دشمن، می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

* از بین بردن اتحاد ما، از بین بردن همبستگی ما (امام و روحانیت، ص ۲۶۳، ۲۶۹).

* بد بین کردن دانشگاهی و روحانی به هم، تلاش برای جدا کردن روحانی و دانشگاهی (روحانیت طلایه دار اسلام فقاقت از دیدگاه امام خمینی، ص ۳۷ — ۴۰؛ امام و روحانیت،

ص ۲۸۲، ۲۸۳ و ص ۲۸۳ - ۳۸۷).

* اختلاف بین روحانیون با صحنه سازی (نقش روحانیت در اسلام، ص ۲۹).

* جدا کردن مردم و روحانیت (روحانیت طلایه دار اسلام فقاقت از دیدگاه امام خمینی،

ص ۲۵ - ۳۳؛ امام و روحانیت، ص ۲۳۰ و ۳۹۲، ۳۹۳).

* بد بین کردن ما به یکدیگر (امام و روحانیت، ص ۱۴۱).

- تاکتیک القای وجود دیکتاتوری و مقابله با آن

یکی از اهداف تبلیغی دشمنان ایران و انقلاب اسلامی القای وجود دیکتاتوری و اختناق با استفاده از جنگ رسانه‌ای است. این موضوعی است که امام خمینی در مواردی آن را مورد توجه قرار داده و به روحانیون گوشزد کرده‌اند. موارد زیر به عنوان برخی از اهداف تبلیغی دشمنان از طرف ایشان ذکر شده است:

مردم یکی از اصلی‌ترین پایه‌هایی هستند که در اندیشه و بیانات امام خمینی عامل حفظ نظام اسلامی می‌باشند. با تحلیل محتوای کمی سخنان ایشان، احتمالاً یکی از واژه‌هایی که در کنار واژه‌هایی نظیر اسلام و وحدت بیش از سایر واژه‌ها توسط ایشان ابراز شده است، واژه مردم است.

* القای وجود دیکتاتوری در ایران (امام و روحانیت، ص ۳۷۴).

* القای وجود سلطنت و اختناق (نقش روحانیت در اسلام، ص ۴۴).

* القای اینکه روحانیون می‌خواهند دیکتاتوری درست کنند (تبلیغات از دیدگاه امام خمینی، ص ۴۰).

تاکتیک ایجاد یاس و ناامیدی و مقابله با آن

مبارزه روانشناختی دشمنان عمدتاً بر پایه ایجاد یأس و ناامیدی نسبت به وضع موجود یا آینده قرار دارد. در واقع آنچه به عنوان تبلیغات سیاه نامیده می‌شود همان است که ایجاد یأس و ناامیدی کرده و این نگرش را القا می‌کند که وضع با گذشت زمان بد و بدتر خواهد شد. در چنین وضعیتی هر گونه انگیزه حرکت رو به جلو از میان رفته و باعث ایجاد سستی و کرختی در بین افراد و گروه‌های اجتماعی خواهد شد. برخی از مواردی که در بیانات امام خمینی درباره این هدف تبلیغی دشمنان وجود

دارد به عنوان نمونه عبارت‌اند از:

* مأیوس کردن مردم در دفاع از حق
(تبلیغات از دیدگاه امام خمینی،
ص ۱۳۲، ۱۳۳).

* مأیوس کردن جوانان از راهی که
رفته‌اند (نقش روحانیت در اسلام،
ص ۴۱، ۴۲).

* خستگی مردم از جنگ و مبارزه
(تبلیغات از دیدگاه امام خمینی،
ص ۱۳۲).

آشنایی با مقتضیات زمان و نیازهای
نظام اجتماعی موضوعی که در ضمن
سنت‌گرایی مورد توجه و تأکید امام
خمینی قرار داشته است.
پاسخگویی تبلیغات مذهبی به
نیازهای احساس شده در یک نسل
مشخص، نقش مهمی در اثربخشی
پیام‌های تبلیغی خواهد داشت.

- تاکتیک تهاجم فرهنگی و مقابله با آن

برخی از مواردی را که بیشتر با هدف از بین بردن هویت فرهنگی (هویت مذهبی و ملی) افراد صورت می‌گیرد می‌توان تهاجم فرهنگی نام نهاد هر چند سایر اهداف نیز غیر مستقیم با این هدف می‌تواند در ارتباط قرار گیرد. موضوع تهاجم فرهنگی نیز در صورت‌های از جانب امام خمینی مورد اشاره قرار گرفته و روحانیون را به شناخت و مقابله با آن فرا خوانده‌اند. برخی از موارد ذکر شده از طرف ایشان به عنوان نمونه عبارت‌اند از:

* نشان دادن اسلام غیر از آن چیزی که هست (نقش روحانیت در اسلام، ص ۵۲).

* از خود بیگانه ساختن مردم (نقش روحانیت در اسلام، ص ۴۴).

* غرب‌زده کردن مردم (نقش روحانیت در اسلام، ص ۴۴).

* معرفی اسلام به عنوان کهنه‌پرستی و ارتجاع (تبلیغات از دیدگاه امام خمینی، ص ۲۲).

* جدا کردن مردم از قرآن و اسلام (نقش روحانیت در اسلام، ص ۴۴، ۵۱).

* قبولاندن به جوانان که همه چیز آنها باید غربی باشد (امام و انقلاب فرهنگی، ص ۳۹ - ۴۱ و ۴۵).

* اینکه دیانت به سیاست کاری ندارد (امام و روحانیت، ص ۳۵۳).

* معرفی نادرست اسلام با هدف روی‌گردانی مردم و منزوی کردن روحانیت (تبلیغات از دیدگاه امام خمینی، ص ۲۶).

- تاکتیک تخریب روحانیت و مقابله با آن

روحانیت به عنوان یک گروه اجتماعی مستقیمی در معرض تبلیغات دشمنان قرار دارد و تخریب و تضعیف این گروه از مهم‌ترین اهداف تبلیغاتی آنان است. این هدف ممکن است به شکل‌های مختلفی درآید که باید نسبت به آنها آگاه بود. برخی از موارد اشاره شده از سوی امام خمینی که در آن حمله تبلیغاتی دشمنان به سمت روحانیت را ذکر کرده‌اند عبارت‌اند از:

* تبلیغات دامنه‌دار بر ضد روحانیت (روحانیت طلایه‌دار اسلام فقاقت از دیدگاه امام

خمینی، ص ۲۱؛ امام و روحانیت، ص ۳۲۰).

* شایعه‌سازی (روحانیت طلایه‌دار اسلام فقاقت از دیدگاه امام خمینی، صفحات ۶۱، ۶۲).

* ایجاد سوء ظن و بدبینی (امام و انقلاب فرهنگی، ص ۴۹، ۵۰).

* هدف اجانب روحانیت و قرآن است (روحانیت طلایه‌دار اسلام فقاقت از دیدگاه امام خمینی، ص ۱۹).

* از بین بردن نفوذ روحانی، از بین بردن حیثیت روحانی (روحانیت طلایه‌دار اسلام فقاقت از دیدگاه امام خمینی، ص ۱۸، ۳۰؛ امام و روحانیت ص ۱۳۶ - ۱۳۹ و ۳۹۷).

* جدا کردن روحانیت از سیاست، تبلیغ جدایی دین از سیاست (به ویژه بین طلاب جوان) (روحانیت طلایه‌دار اسلام فقاقت از دیدگاه امام خمینی، ص ۳۴ - ۳۶).

* تبلیغ تز اسلام منهای روحانیت (امام و روحانیت، ص ۲۸۸؛ نقش روحانیت در اسلام ص ۴۵، ۴۶ و ص ۵۲، ۵۳).

مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی

- تاکتیک تضعیف اسلام و مقابله با آن
در برخی موارد دشمنان مستقیماً اسلام را مورد نظر دارند و تضعیف آن را به عنوان هدف خود تعریف کرده‌اند. در چنین مواردی دیگر هدف فرد یا افراد یا گروه‌های خاصی نبوده بلکه کلیت اسلام به عنوان یک مکتب مورد نظر است. موارد ذکر شده از طرف امام خمینی به عنوان نمونه عبارت‌اند از:

* نشان دادن اسلام غیر از آن چیزی که هست (نقش روحانیت در اسلام، ص ۵۷).

* تبلیغات علیه اسلام نه افراد (روحانیت طلایه‌دار اسلام فقاقت از نظر امام خمینی، ص ۱۹).

* زدن برچسب ارتجاع و ارتجاعی بودن به اسلام، مرتجع و کهنه‌پرست معرفی کردن روحانیون (روحانیت طلایه‌دار اسلام فقاقت از دیدگاه امام خمینی، ص ۴۱ - ۴۴؛ امام و

روحانیت، ۱۱۷، ۱۱۸ و ۳۷۸؛ نقش روحانیت در اسلام، ص ۲۱).

* تبلیغ اینکه اسلام توانایی اداره کشور را ندارد (نقش روحانیت در اسلام، ص ۶۹).

* همه مخالفت‌ها با اسلام است نه با روحانی (روحانیت طلایه‌دار اسلام فقاقت از دیدگاه امام خمینی، ص ۱۷ و ۱۹؛ امام و روحانیت، ص ۴۲).

- تاکتیک القای ناتوانی و ناکارآمدی نظام اسلامی و مقابله با آن

از بین بردن اعتماد به نفس و القای ناتوانی در اداره امور کشور و یا القای ناتوانی در مقابله با ابرقدرت‌ها از دیگر اهداف تبلیغاتی بیگانگان و دشمنان انقلاب اسلامی است. برخی موارد اشاره شده از طرف امام خمینی در این باره عبارت‌اند از:

* باور اینکه با ابرقدرت‌ها نمی‌توان مقابله کرد (امام و انقلاب فرهنگی، ص ۴۱).

* القای ناتوانی اسلام در اداره مملکت (تبلیغات از دیدگاه امام خمینی، ص ۲۹).

در نهایت توضیح این نکته ضرورت دارد که از نظر امام خمینی بعد از انقلاب اسلامی ایران، هجوم تبلیغاتی بیگانگان بیش از هجوم تسلیحاتی آنان بوده است و لذا مقابله با این تبلیغات اولویت بالاتری از مقابله تسلیحاتی دارد. این هجوم تبلیغاتی با هدف نهایی ایجاد آشفتگی و از میان بردن انقلاب اسلامی صورت می‌گیرد که لازم است با ابزار تبلیغی به مقابله و مقاومت و خنثی کردن تلاش تبلیغاتی آنان مبادرت کرد.

ایجاد یأس و ناامیدی			تفرقه افکنی
القای ناتوانی		تضعیف اسلام	تهاجم فرهنگی
القای وجود دیکتاتوری			تخریب روحانیت

شکل ۲ - مقابله با اهداف تبلیغی دشمنان به عنوان بخشی از وظایف روحانیت در جهت موفقیت تبلیغی

ج) آسیب شناسی درون سازمانی روحانیت

آسیب شناسی نقش روحانیون به عوامل بیرونی (تبلیغات دشمنان) محدود نبوده و بخشی از آن به عوامل درونی مربوط می‌شود که شناسایی و تعدیل و از میان بردن آنها یکی از عوامل

موفقیت روحانی به ویژه در نقش یک مبلغ است. می‌توان چنین گفت که سومین سؤالی که امام خمینی در رابطه با نقش روحانیون در صدد پاسخگویی به آن بوده‌اند به این شرح است: مخاطرات درونی در جهت ایفای نقش روحانی به ویژه در نقش یک مبلغ کدام‌اند و چه توجهات و وظایفی در این باره متوجه روحانیون است؟ در این قسمت سعی می‌شود به این سؤال پاسخ داده شود.

- دنیاگرایی

دیناگرایی یکی از آسیب‌های مهم درونی در راستای ایفای نقش روحانی است. تبدیل ارزش‌های معنوی به ارزش‌های مادی برای روحانیون یکی از عواملی است که می‌تواند روحانیت را در انجام وظیفه تبلیغی خود با مخاطره یا شکست مواجه سازد. در این رابطه به عنوان نمونه می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

* سرگرم شدن به دنیای مادی و

مسائل شخصی (نقش روحانیت در

اسلام، ص ۳۷).

* مادیات حجاب معنویات شود (امام و انقلاب فرهنگی، ص ۱۴، ۸۱).

* فدا شدن ارزش‌ها برای منافع مادی و دنیاپرستی و هواپرستی (اخلاق از دیدگاه امام

خمینی، ص ۶۳).

روحانیت به عنوان یک گروه اجتماعی مستقیماً در معرض تبلیغات دشمنان قرار دارد و تخریب و تضعیف این گروه از مهم‌ترین اهداف تبلیغاتی آنان است. این هدف ممکن است به شکل‌های مختلفی در آید که باید نسبت به آنها آگاه بود.

- بی‌تقوایی (ضعف در تقوی)

تقوی و پرهیزکاری هر چند در ارتباط با آسیب مادی‌گرایی قرار دارد اما می‌توان گفت علاوه بر بعد عینی (مادی‌گرایی) دارای بعد ذهنی است. در مادی‌گرایی چه بسا افراد متوجه این تغییر ارزشی - به دلیل آنکه به نوعی هنجار در جامعه تبدیل شده است - نباشند اما زهد و تقوی دارای بعد روانشناختی نیز می‌باشد و می‌توان آن را متغیری فراتر از مادی‌گرایی دانست. در این رابطه می‌توان به برخی موارد به شرح زیر اشاره کرد:

* اگر عالم فاسد شود و اگر معنویت در کار نباشد یک مملکت به فساد کشیده می‌شود (نقش روحانیت در اسلام، ص ۴۷).

* اگر روحانی مهذب نباشد، فسادش بیشتر است (نقش روحانیت در اسلام، ص ۴۷؛ امام و انقلاب فرهنگی، ص ۱۱ - ۱۴).

* مغرور شدن به خود (نقش روحانیت در اسلام، ص ۳۲، ۳۳).

* مضر بودن علم بدون تقوی (امام و انقلاب فرهنگی، ص ۳ - ۱۰).



- سستی و ضعف در حرکت

باید دانست که دشمنان در جنگ تبلیغی خود با قوت و به صورت گسترده عمل می‌کنند. در این حالت آنچه موفقیت دشمنان را می‌تواند تضمین کند ضعف و سستی ما در امور مختلف و به ویژه در امور تبلیغاتی است. باید در امور مربوط به انقلاب و تبلیغ آن کاملاً با قوت و قدرت و جدی حرکت کرد و از ضعف و سستی پرهیز نمود. برخی موارد اشاره شده در این رابطه از جانب امام خمینی عبارت‌اند از:

* سستی و ضعف ما در تبلیغ، ضعف و محدودیت ما در تبلیغ (تبلیغات از دیدگاه امام خمینی، ص ۶، ۷).

* سستی از راهی که رفته‌ایم (امام و روحانیت، ص ۶).

* قوت و گستردگی تبلیغات مخالفان (تبلیغات از دیدگاه امام خمینی، ص ۶، ۷).

- فاصله گرفتن از مردم

همان‌طور که در قبل نیز اشاره شد، حضور مردم در صحنه و حمایت آنها از روحانیت و انقلاب را می‌توان رمز پیروزی عنوان کرد. در همین حال اگر مردم بنا به هر دلیلی از روحانیت، انقلاب یا ارزش‌های اسلامی فاصله بگیرند در راه پیروزی دچار اختلال و مشکل جدی خواهیم شد. امام خمینی به دفعات، پیوند میان روحانیت و مردم را به صورت‌های مختلف مورد توجه و تأکید قرار داده‌اند و به مواردی نظیر ضعف حضور ملت در

دنیاگرایی یکی از آسیب‌های مهم درونی در راستای ایفای نقش روحانی است. تبدیل ارزش‌های معنوی به ارزش‌های مادی برای روحانیون یکی از عواملی است که می‌تواند روحانیت را در انجام وظیفه تبلیغی خود با مخاطره یا شکست مواجه سازد.

صحنه، ترس موقعی است که مردم در صحنه نباشند، جدا شدن مردم از قرآن، اهتمام نداشتن به امور جامعه و مصیبت‌های مردم و کوشش نکردن برای رفع مشکلات در قسمت‌های مختلف بیانات خود اشاره کرده‌اند.

- تعارض و اختلاف

با وجود قبول اختلاف نظر، امام خمینی به ویژه مسئولان و مدیران را از به تعارض رسیدن اختلاف نظرها برحذر کرده‌اند. یکی از ابعاد وحدت یا وحدت کلمه و در واقع معرف آن را می‌توان وجود یا فقدان تعارض بین مدیران جستجو کرد و در این رابطه به دوری از اختلاف نظرهای منجر به تعارض و مانند آن اشاره داشته‌اند (به عنوان مثال: نقش روحانیت در اسلام،

-روحانی نمایان

وجود برخی افراد در ظاهر و صورت روحانی می تواند به روحانیت و ایفای نقش او آسیب وارد کند. مخاطره ای که به ویژه در این رابطه روحانیت با آن روبه روست این است که اگر یک فرد در لباس روحانی عمل خلاف یا اشتباهی را مرتکب شود با توجه به نقش آنها در جامعه، مردم قضاوت می کنند که روحانیون این گونه اند و تعمیم می دهند. لذا دقت و اهمیت در افرادی که به سلک روحانی در می آیند و نظارت بر شیوه های رفتاری آنها برای جلوگیری از افرادی ضرورت می یابد که امام خمینی آنها را مقدس نما یا روحانی نما نامیده است. در این رابطه می توان به موارد زیر اشاره کرد:

- * وجود برخی مقدس نمایان یا روحانیون ساختگی، وجود روحانی نمایان (روحانیت طلایه دار اسلام فقاقت از دیدگاه امام خمینی، ص ۸۶، ۸۷).
- * اگر اشتباهی کنند نمی گویند فلان فرد، می گویند روحانیت (امام و روحانیت، ص ۳۱۸).

- جدایی از سیاست و مسائل انقلاب

در ارتباط بین روحانیت و سیاست دو مخاطره یا آسیب وجود دارد که باید از آنها جلوگیری کرد. یکی اینکه روحانیت را از سیاست جدا دانست و گفته شود که سیاست کار روحانی نیست و دوم اینکه سیاست را فقط از آن روحانیت دانست و سایر قشرها را از آن محروم کرد. هر دوی اینها آسیب هایی است که باید از آن پرهیز کرد. روحانی باید با سیاست پیوند داشته باشد و مسائل روز و انقلاب را فراموش نکند. به عنوان مثال در این رابطه می توان به موضوع باور برخی روحانیون به اینکه روحانی سیاسی نیست، جدا شدن روحانیت از سیاست اشاره کرد (امام و روحانیت، ص ۴۱).

- بی‌توجهی به صلاحیت و تخصص

وارد شدن به اموری که در صلاحیت و تخصص یک روحانی خاص نیست می‌تواند به بدبین شدن مردم نسبت به روحانیون بینجامد. یک روحانی نباید به اموری وارد شود و مسئولیتی را بپذیرد که توانایی انجام آن را ندارد. این موضوعی است که امام خمینی در مواردی به آن اشاره کرده است. به عنوان نمونه می‌توان به موضوع غیر شرعی بودن و بدبین شدن ملت به آنها (به روحانیونی که بدون صلاحیت مسئولیتی را پذیرفته‌اند و تعمیم آن به سایر روحانیون) اشاره کرد.

مادی‌گرایی	ضعف در تقوی	سستی و ضعف
فاصله از مردم	مخاطرات دورنی	تعارض و اختلاف
روحانی‌نمایان	جدایی از سیاست	بی‌توجهی به صلاحیت

شکل ۳ - مخاطرات دورنی به عنوان آسیب‌های در جهت موفقیت روحانی در نقش تبلیغی خود

د) اهمیت نقش روحانیت در نظام اجتماعی ایران

بخش مهمی از سخنان امام خمینی درباره روحانیت و تبلیغ، توجه به اهمیت نقشی است که این گروه به عنوان متخصصان دین در ترویج و اشاعه اسلام و حفظ آن و انتقال آن به نسل‌های آتی دارند. در این بخش از سخنان ایشان است که اهمیت نقش تبلیغی روحانیون کاملاً واضح و نمایان می‌شود و نشان می‌دهد که تا چه حد تبلیغات و به ویژه تبلیغاتی که از سوی روحانیون انجام می‌شود دارای ضرورت و اهمیت است تا جایی که گاهی تبلیغات را در رأس امور برای روحانیت قلمداد کرده‌اند.

- اهمیت نقش تبلیغی

در این رابطه سخنان امام خمینی کاملاً آشکار نشان می‌دهد که وظیفه تبلیغی روحانیون تا چه حد اهمیت دارد به نحوی که ممکن است چنین برداشت شود که از وظایف بسیار مهم روحانی، تبلیغ است. موارد ذکر شده در این رابطه متعدد و متنوع است. در هر حال برخی از مواردی که ایشان به آنها اشاره کرده‌اند عبارت‌اند از:

- * تبلیغ و اهمیت آن (تبلیغات از دیدگاه امام خمینی، ص ۲-۱۲).
- * تکلیف بزرگ است (تبلیغ) (امام و روحانیت، ص ۳۱۶).
- * تحصیل یک تکلیف است و تبلیغ بالاتر از آن، تبلیغات و تعلیمات دو فعالیت اساسی روحانیون (تبلیغات از دیدگاه امام خمینی، ص ۱۲).
- * تحصیل مقدمه تشکیل حکومت (تبلیغات از دیدگاه امام خمینی، ص ۱۱).
- * تبلیغات در رأس امور است (تبلیغات از دیدگاه امام خمینی، ص ۶).
- * سلاح تبلیغات برنده از سلاح در میدان جنگ و اهمیت قلم بالاتر از خون شهیدان (تبلیغات از دیدگاه امام خمینی، ص ۷، ۸).

- رسالت تاریخی

روحانیت به عنوان یک مجموعه یکپارچه دارای رسالتی تاریخی است. هدایت جنبش‌های اسلامی و حفظ و اقتدار اسلام در گروه فعالیت‌های این گروه شناخته می‌شود. هیچ گروه یا قشر اجتماعی دیگری به اندازه روحانیون در حفظ و اشاعه و اقتدار دین اسلام تأثیر ندارد هر چند یاری‌گر روحانیون باشد. در این رابطه امام خمینی به موارد متعددی اشاره کرده‌اند که به عنوان نمونه برخی از آنها ذکر می‌شود:

- * حفظ اسلام، با همه ابعادش به دست روحانیون (امام و روحانیت، ص ۱۵۸، ۱۸۴؛ نقش روحانیت در اسلام، ص ۵).

- * علما پیشرو حرکت‌های اصلاحی و انقلابی (امام و روحانیت، ص ۲۵۲، ۲۶۴ و ۳۲۳).
- * پیوند روحانی و اسلام (امام و روحانیت، ص ۳۴۲).
- * کلکم راع و کلکم مسئول، رعی بیشتر برای علما مطرح است (امام و روحانیت، ص ۴۶۳).
- * روحانیون مظهر اسلام‌اند، روحانیت مظهر نبی اکرم (ص) هستند (امام و روحانیت، ص ۲۴۵؛ نقش روحانیت در اسلام، ص ۲۹).
- * روحانیت نجات دهنده کشور در صورت داشتن تهذیب و تعهد (امام و روحانیت، ص ۲۷۰).
- * روحانیون مبین قرآنند، روحانیت کارشناسان اسلام هستند (نقش روحانیت در اسلام، ص ۳۱).
- * روحانیت حافظ معارف اسلام و فقه، حافظ اخلاق، حافظ فلسفه و احکام سیاسی اسلام است (اسلام و روحانیت، ص ۲۷۱؛ نقش روحانیت در اسلام، ص ۵).
- * مجاهدت روحانیت عامل حفظ اسلام است، روحانیون پاسداران اسلام هستند (امام و روحانیت، ص ۲۷۲، ۲۷۳).
- * روحانیت نادرترین قشری است که زیر بار شرق و غرب نمی‌رود (امام و روحانیت، ص ۱۹۰).
- * روحانیت اساس اسلام است، اسلام منهای روحانیت اسلام منهای محتواسست (امام و روحانیت، ص ۱۹۰، ۱۹۱؛ نقش روحانیت در اسلام، ص ۱۶، ۱۷).
- * روحانیت قدرت بزرگی است که با از دست دادن آن پایه‌های اسلام فرومی‌ریزند (نقش روحانیت در اسلام، ص ۳۵، ۳۶).

- ویژگی‌های شخصیتی

ویژگی‌هایی که به لحاظ شخصیتی، امام خمینی برای روحانیون برمی‌شمرد حاکی از اعتماد و باوری است که ایشان به این گروه داشته و از همین روست که رسالت تاریخی حفظ و اقتدار

اسلام را از نقش‌های آنان دانسته‌اند. علاوه بر مواردی که در بحث رسالت تاریخی روحانیت ذکر شد و برخی از آنها را می‌توان به عنوان ویژگی‌های شخصیتی روحانیون ذکر کرد، امام خمینی از روحانیون به عنوان علمای ربانی، دانشمندان دیندار، حق‌پرستان شرافتمند، شرافتمندان وطن‌خواه و آماده برای جهاد و شهادت نام برده است (ر ک: امام و روحانیت، ص ۲۵۴).

- مردم‌گرایی

روحانیون در میان مردم نفوذ دارند و مردم آنها را قبول دارند و این در واقع رمز قدرت بالای روحانیت در پیش بردن جنبش‌ها و حرکت‌های اسلام‌خواهی و کفرستیزی است. علاقه مردم به روحانیت به خاطر پیوندی است که روحانیت با اسلام دارد و مردم چون به اسلام علاقه‌مندند به روحانیت علاقه‌مند می‌شوند و روحانیون برایشان اعتبار دارند. این موضوع به دلیل اهمیتی که دارد یکی از اهداف تبلیغی دشمنان نیز به شمار می‌رود. به این معنا که مخالفان اسلام و انقلاب اسلامی همواره سعی در جدا کردن این دو گروه از یکدیگر داشته‌اند. موارد ذکر شده از پیوند مردم و روحانی در بیانات امام خمینی بسیار متعدد است. در اینجا به برخی از آنها اشاره می‌شود:

* مردم، بازار، کشاورزها، کارگرها، صنعتگرها و کارگرها دنبال روحانیت هستند (امام و روحانیت، ص ۱۹۱).

* روحانیون عمال اسلام هستند و مردم به اسلام علاقه‌مندند (نقش روحانیت در اسلام، ص ۳۵).

* روحانیت در بین مردم نفوذ دارند (امام و روحانیت، ص ۱۹۱).

* قدرت روحانیت لایزال است، قدرت مردم است (امام و روحانیت، ص ۱۹۱).

نقوذ روحانیت		اهمیت نقش تبلیغی
	ابعاد اهمیت نقش روحانیت	
ویژگی‌های شخصیتی		رسالت تاریخی روحانیت

شکل ۴ - ابعاد مختلف اهمیت نقش روحانیت در نظام اجتماعی

ه) ابزارهای تبلیغی عالمان دینی در مواجهه با تهاجمات دشمنان انقلاب اسلامی

ابزارهای تبلیغی در مجموع صحبت‌های امام خمینی در مقایسه با اموری که می‌توان آنها را امور غیر ابزاری نامید و بیشتر اموری رفتاری قلمداد می‌شوند، کمتر مورد اشاره قرار گرفته‌اند. در هر حال صحبت‌های ایشان درباره ابزارهای تبلیغی به اندازه‌ای بوده است که در الگوی مطلوب طرح شده در این مطالعه که شامل پنج عامل است یکی از عوامل را به خود اختصاص داده است. ابزارها در مقایسه با نیروی انسانی (روحانیت) نقشی فرعی دارند و به هر حال ابزاری هستند در دست روحانیت. به عنوان مثال گفته ایشان مبنی بر اینکه «هیچ عذری پذیرفته نیست چرا که همه ابزارها در اختیار است» و یا «انبیا نه اینکه فقط تبلیغات لفظی کردند برای پاسداری، بلکه تبلیغات عملی آنها بوده است یعنی اعمال آنها در طول تاریخ سرمشق ما و همه اهل تاریخ تا ابد باید باشد» (تبلیغات از دیدگاه امام خمینی، ص ۱۰).

۱- اهمیت رادیو و تلویزیون

چنین استنباط می‌شود که در نظر امام خمینی رادیو و تلویزیون از مهم‌ترین ابزارهای رسانه‌ای برای تبلیغ به شمار می‌آیند و ایشان بر این نکته تأکید کرده‌اند که تبلیغات باید بیشتر از طریق رادیو و تلویزیون باشد.

- اهمیت ابزار نوین -

استفاده از ابزارهای نوین در عین توجه به شیوه‌ها و ابزارهای سنتی مورد توجه امام خمینی بوده‌اند. ایشان در مواردی بر استفاده از ابزارهای روز تأکید کرده و در این رابطه به ویژه به استفاده از زبان‌های زنده دنیا در مدارس و بهره‌گیری از آنها در امور تبلیغی اشاره نموده است (تبلیغات از دیدگاه امام خمینی، ص ۱۰۳).

- کتاب -

آنچه در انتشار کتاب به عنوان یک ابزار تبلیغی بیشتر مورد توجه امام خمینی بوده است مستند بودن کتاب‌ها و صحت و سلامت مطالب موجود در آن است و تأکید بر این نکته که انتشار کتاب با مشورت فضلا بوده و چیز خلاف واقع در آنها منتشر نشود. اهمیت قلم در این رابطه به اندازه‌ای است که ایشان بارها تأکید کرده‌اند که امریکا با سرنیزه نمی‌آید و اینکه قلم‌های زهرآگین از سلاح گرم جنایت‌بارتر است.

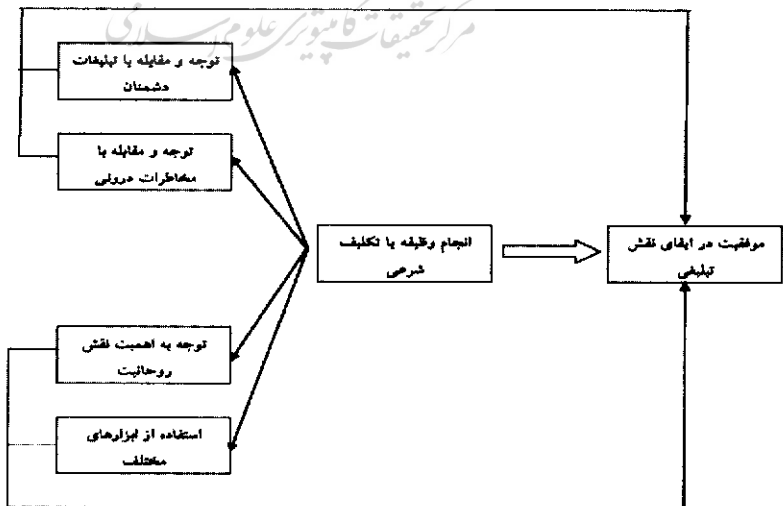
در ارتباط بین روحانیت و سیاست دو مخاطره یا آسیب وجود دارد که باید از آنها جلوگیری کرد. یکی اینکه روحانیت را از سیاست جدا دانست و گفته شود که سیاست کار روحانی نیست و دوم اینکه سیاست را فقط از آن روحانیت دانست و سایر قشرها را از آن محروم کرد.

البته در کنار سه عنصر مذکور نباید از نقش تاریخی مساجد، حسینیه‌ها، هیأت‌های مذهبی و سایر تشکلهای سنتی در تبلیغات و ایجاد پایگاه‌های مقاومت در مقابل تهاجمات مدرن دشمنان انقلاب اسلامی غافل شد.

اهمیت قلم به طور کلی	کتاب و سلامت آن
	ابزارهای تبلیغی و ابعاد مورد توجه
نقش رادیو و تلویزیون	ابزارهای نوین تبلیغی

شکل ۵ - ابعاد مختلف توجه به ابزارهای تبلیغی

با توجه به مطالب مذکور می‌توان گفت امام خمینی پنج متغیر اصلی را در رابطه با استراتژی تبلیغ دینی از جانب دینداران و روحانیون در دفاع از انقلاب اسلامی و نشر آرمان‌های حکومت دینی مطرح کرده‌اند که توسط مؤلفان با تحلیل کیفی سخنان ایشان به دست آمد. این متغیرها عبارت‌اند از: ۱ - انجام وظیفه ۲ - توجه و مقابله با تبلیغات دشمنان ۳ - توجه و مقابله با مخاطرات درونی ۴ - توجه به اهمیت نقش تبلیغی ۵ - استفاده از ابزارهای تبلیغی. بر این اساس الگوی مطلوب از دیدگاه امام خمینی برای روحانیون به شکل زیر قابل ترسیم است:



شکل ۶ - الگوی مطلوب تبلیغات دینی از دیدگاه امام خمینی

منابع

- * امام و انقلاب فرهنگی، تهران، انتشارات دفتر تحکیم وحدت، ۱۳۶۰.
- * روحانیت طلایه دار اسلام فقاہت از دیدگاه امام خمینی، گردآوری: واحد بررسی و پژوهشهای علمی انتشارات میقات، ۱۳۶۱.
- * امام و روحانیت، گردآوری توسط دفتر سیاسی سپاه پاسداران انقلاب اسلامی، ۱۳۶۲.
- * نقش روحانیت در اسلام، مجموعه سخنرانی‌های امام خمینی (ره)، قم، دارالفکر، ۱۳۶۶.
- * مخاطبین در وصیتنامه سیاسی - الهی حضرت امام خمینی (ره)، تهران، دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی، ۱۳۷۱.
- * اخلاق از دیدگاه امام خمینی، محمدمهدی بهداروند، تهران، پیام آزادی، ۱۳۷۸.
- * روحانیت و سیاست از دیدگاه امام خمینی (قدس سره)، تهیه و تنظیم رسول سعادت‌مند، قم، انتشارات تسنیم، ۱۳۷۸.
- * تبلیغات از دیدگاه امام خمینی (ره)، تهیه و تنظیم رسول سعادت‌مند، قم، تسنیم، ۱۳۷۹.
- * امام خمینی (ره) و کارگزاران حکومت، تنظیم حسین نمازی، قم، یاقوت، ۱۳۸۰.
- * درس‌هایی از وصیتنامه امام خمینی (ره)، توسط سید محمد شفیعی مازندرانی، قم، معارف، ۱۳۸۰.
- * جلوه‌های معلمی امام خمینی (ره)، توس.