برآفتاب ۲۶

بسیج امام

هیأت تراز انقلاب اسلامی در بیانات امام خمینی(ره) و امام خامنه‌ای(مدظله العالی)

شماره بیست و ششم، پاییز ۱۴۰۲



تبلیغ، اولویت اول

بیانات رهبر معظم انقلاب در دیدار مبلغین حوزه‌های علمیه درآستانه ماه محرم پیرامون نکات کلیدی تبلیغ

۲۱ تیر ۱۴۰۲

آفتاب - هیأت تراز انقلاب اسلامی در بیانات امام خمینی(ره) و رهبر معظم انقلاب(مدظله العالی)
شماره بیست و ششم، پاییز ۱۴۰۲

تبلیغ اولویت اول

بیانات رهبر معظم انقلاب در دیدار مبلّغین و طلاب حوزه‌های علمیه سراسر کشور در آستانه ماه محرم الحرام پیرامون نکات کلیدی تبلیغ، ۲۱ تیر ۱۴۰۲

تهیه و تنظیم: معاونت تولیدات رسانه‌ای جامعه ایمانی مشعر

طراح جلد و صفحه آرا: حسن ناصری

شمارگان: ۵۰۰۰ نسخه

استفاده از مطالب نشریه و تکثیر آن برای هیأت‌ها، در صورت ذکر منبع آزاد می‌باشد.

جامعه ایمانی مشعر

قم ـ صندوق پستی: ۱۵۱۳ - ۳۷۱۹۵ | پایگاه اطلاع‌رسانی: www.۱۵۴۲.org

سامانه پیامک: ۳۰۰۰۱۵۴۲ | رایانامه: info@۱۵۴۲.org



مقدمه

اولویت تبلیغ در میان وظایف حوزه‌ها، پس از تشکیل جمهوری اسلامی مضاعف شده، چرا که برپایی نظامی سیاسی متکی بر دین، دشمنی مستکبران با اسلام را افزایش داده است؛ ضمن اینکه تبلیغ در دوره کنونی با انواع و اقسام شیوه‌های متکی بر علم و گسترش ابزارها از جمله اینترنت و هوش مصنوعی توسعه فراوان یافته، بنابراین عقل هم حکم می‌کند در مقابل شمشیرهای خون‌ریز تبلیغات دشمنان، تبلیغ را اولویت اول بدانیم. لذا با استناد به آیات متعدد قرآن مجید درباره تبلیغ و ابعاد و ظرایف آن، می‌توان گفت دین خدا در سطح توده‌های مردم جز با تبلیغ صحیح تحقق نمی‌یابد و با توجه به افزایش سطح آگاهی‌های عموم مردم از جمله نوجوانان و جوانان، تبلیغ بدون توجه به سطح فکری و نیازهای مخاطب بی‌اثر خواهد بود.

متن پیش‌رو بیانات رهبر معظم انقلاب در دیدار مبلغین و طلاب حوزه‌های علمیه سراسر کشور می‌باشد که در آستانه ماه محرم و در تاریخ ۲۱ تیر ۱۴۰۲ ایراد گردیده است. ایشان در این دیدار پس از تبیین اهمیت مضاعف و اولویت موضوع تبلیغ، به بیان نکات و لوازم کاربردی تبلیغ پرداختند و تهیه و تولید مواد تبلیغاتی به‌روز و نوآورانه، تنظیم شیوه‌های پیشرفته و اثرگذار تبلیغاتی و تربیت مؤثر به معنای حقیقی کلمه را سه مأموریت مبلّغین در عصر حاضر معرفی کردند.

بسم الله الرّحمن الرّحیم

والحمدلله ربّ العالمین و الصّلاة و السّلام علی سیّدنا و نبیّنا ابی‌القاسم المصطفی محمّد و علی آله الاطیبین الاطهرین المنتجبین سیّما بقیّة الله فی الارضین.

برای بنده خیلی شـیرین و لذّت‌بخش است، بودن در بین این جمـع محترم و معزّز از طلّاب و فضلای عزیز، همیشـه یکی از آرزوهـای ما همین بوده که در جمـع حوزه و در جمع طلّاب و مجموعه مسئولان قلبی و دلیِ دین در حوزه‌های علمیّه تنفّس کنیم، زندگی کنیم. من یک وقتی خدمت امام که به بنده تکلیف می‌کردند برای ریاسـت‌جمهوری دوره دوّم، عرض کردم آقا من می‌خواهـم بعد از ایـن دوره اوّل بروم قم و آنجا بمانم. ایشـان گفتند که من هم دلم می‌خواهد بروم قم، ولی خب نمی‌شـود. این آرزوی ما اسـت که بتوانیم در جمع شـماها باشیم، با شما باشیم، با شما کار کنیم؛ شما برادران عزیز و خواهران عزیز طلبه جزو بهترین قشرهای مورد اعتماد هستید که انسان می‌تواند با خیال راحت با آن‌ها کار کند، تلاش کند.

مطالبـی کـه جناب آقای اعرافـی بیان کردند، مطالب بسـیار خوبـی بـود، قبل از آمـدن اینجا هـم داخل ایـن راهرو، یک نمایشگاه گونه‌ای تنظیم کرده بودند و بعضی از فعّالیّت‌ها و کارها را در آن ذکر کردند که آن‌ها هم برای من بسـیار خرسـندکننده بود، آن چیزی که به عنوان وظایف حوزه‌های علمیّه اینجا گفته شـد و در آن نمایشـگاه تصویر شـد، صد درصد مورد تأیید این حقیر است.


ادْعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ
با حکمت و موعظه نیکو، به راه پروردگارت دعوت کن النحل ۱۲۵

اهمیت تبلیغ

درباره حوزه و حوزویان خیلی حرف می‌شود زد؛ در جهت‌های مختلف می‌شود صحبت کرد، آن نقطه‌ای را که من امروز انتخاب کرده‌ام تا روی آن صحبت کنیم، مسئله تبلیغ است، واقعاً با اطّلاعاتی که به من می‌رسد از جهات مختلف، نسبت به تبلیغ نگرانم! بله، همه این فعّالیّت‌هایی که ذکر شده، بیان شده، گزارش شده، واقعی است، درست است، می‌دانیم؛ در عین حال نیاز ما بیش از این‌ها است! این‌قدر ظرفیّت تبلیغ در این کشور انبوه و متراکم و گسترده است که اگر ما چندین برابر آن مقداری هم که کار می‌کنیم، کار کنیم، به نظرم این ظرفیّت پُر نمی‌شود. هم به تبلیغ احتیاج داریم، هم به موعظه احتیاج داریم، هم به تحقیق احتیاج داریم؛ اگر تبلیغ ما متّکی به تحقیق نباشد، خنثی و ابتر خواهد شد. حالا من یک مطلبی را در پایان عرایضم عرض می‌کنم، لذا امروز من چند مطلب درباره تبلیغ را آماده کرده‌ام که به شما عزیزان عرض می‌کنم. امروز نگاه رایج در حوزه‌های علمیّه این است که تبلیغ در مرتبه دوّم قرار دارد، مرتبه اوّل چیزهای دیگر است [مانند] مقامات علمی و امثال این‌ها؛ «تبلیغ» در مرتبه دوّم است، ما از این نگاه باید عبور کنیم. تبلیغ، مرتبه اوّل است؛ من این را می‌خواهم عرض بکنم؛ چرا این را می‌گوییم؟ برای اینکه ما هدف دین را چه می‌دانیم؟ دین خدا آمده است با ما انسان‌ها چه بکند؟ خب یک هدف نهایی داریم که عبارت است از اینکه ما را در مسیر خلیفةاللهی، در مسیر انسان کامل ارتقاء بدهد، بالا ببرد ـ حالا هر چه ظرفیّت داشته باشیم ـ این هدف نهایی دین است. هدف‌های میانی و ابتدایی هم وجود دارد؛ مثلاً اقامه قسط: «**لِيَقُومَ النَّاسُ بِالقِسطِ**»[1] یا تشکیل نظام اسلامی: «**وَ**

۱. سوره حدید، آیه۲۵.

امروز نگاه رایج در حوزه‌های علمیّه این است که تبلیغ در مرتبه دوّم قرار دارد، مرتبه اوّل چیزهای دیگر است [مانند] مقامات علمی و امثال این‌ها؛ «تبلیغ» در مرتبه دوّم است، ما از این نگاه باید عبور کنیم.

تبلیغ، مرتبه اوّل است.

ما اَرسَلنا مِن رَسولٍ اِلّا لِیُطاعَ بِاِذنِ اللَه»؛[1] مرکز اطاعت، دین است؛ این یعنی تشکیل نظام اسلامی؛ این جزو اهداف دین است؛ هدف میانی است یا فرض کنید که اقامه معروف، اشاعه معروف، ازاله منکر، ترویج کَلِم طیّب و عمل صالح: «**اِلَیهِ یَصعَدُ الکَلِمُ الطَّیِّبُ وَ العَمَلُ الصّالِحُ یَرفَعُه**»؛[2] خب این‌ها اهداف دین است؛ هر کدام از این‌ها را که شما نگاه کنید، وسیله و ابزار رسیدن به آن، تبلیغ است؛ بدون تبلیغ نمی‌شود، حالا بله یک وقتی استثنائاً یک نفری با یک اشاره الهی، یک نوری در دلش وارد بشود، آن یک حرف دیگر است، یک چیز استثنا است، امّا دین خدا با این هدف‌ها و امثال این هدف‌ها برای مردم، جز با تبلیغ تحقّق پیدا نمی‌کند؛ پس تبلیغ شد مرتبه اوّل، درجه اوّل؛ لذا شما در قرآن می‌بینید روی مسئله تبلیغ تکیه شده است.

۱. سوره نساء، آیه ۶۴.
۲. سوره فاطر، آیه ۱۰.


ی (ره): در هر جا هستید مردم را به تقوا و توجه به خدای تبارک و تعالی دعوت کنید



قرآن کریم، پیغمبران را
مسئول تبلیغ می‌داند؛ ورثه
پیغمبران چطور؟

«اِنَّ العُلَماءَ وَرَثَةُ الاَنبیاء»؛

شماها هم که ورثه انبیا هستید،
اُسّ و اساس وظیفه شما عبارت است از
تبلیغ؛ باید تبلیغ کنید؛ باید پیام دین
را، پیام خدا را به دل‌ها و گوش‌ها
برسانید؛

تبلیغ در قرآن

مـن برای همیـن صحبتِ حالا، به همین فهرسـت‌های قرآنی مراجعـه کردم؛ کلمه «بـلاغ» یا «بلاغ مبیـن» در قرآن حدود دوازده سـیزده جـا آمده؛ «بلاغ مبین» یعنی آن رسـاندنی که جای شبهه‌ای باقی نگذارد: «**وَ ما عَلَینا اِلَّا البَلاغُ المُبین**»؛[1] باید جای شـبهه باقی نگذارد. بلاغ، [یعنی] رساندن، رساندن پیام بـه گوش‌هـا و به دل‌ها، این در قرآن بارها تکرار شـده؛ دوازده سیزده مورد تکرار شده؛ از قول پیغمبران تکرار شده: «**ما عَلَینا**

۱. سوره یس، آیه۱۷.

اِلّا البَلاغُ المُبین»؛ از قول خدای متعال خطاب به پیغمبرﷺ تکرار شده: «**فَاِنَّما عَلَیکَ البَلاغ**»؛[1] از همین مادّه بلاغ، «**اَلَّذینَ یُبَلِّغُونَ رِسالاتِ اللّهِ وَ یَخشَونَهُ وَ لا یَخشَونَ اَحَداً اِلّا اللّه**»؛[2] [هم هست] ـ آیه‌ای که [قاری محترم] تلاوت کرد ـ و آیات متعدّد دیگری هم در این زمینه هست: «**اُبَلِّغُکُم رِسالاتِ رَبّی**»؛[3] «**بَلِّغ ما اُنزِلَ اِلَیکَ مِن رَبِّک**»؛[4] تعبیرات موازی و هم‌معنای با «بلاغ» هم در قرآن الی ماشاءالله [هست]: تبلیغ «دعوت» چقدر در قرآن تکرار [شده]: «**اُدعُ اِلی سَبیلِ رَبِّکَ بِالحِکمَةِ وَ المَوعِظَةِ الحَسَنَة**»؛[5] «**اِستَجیبُوا لِلّهِ وَ لِلرَّسُولِ اِذا دَعاکُم لِما یُحییکُم**»؛[6] و همین‌طور آیات متعدّد دیگری با تعبیرِ عنوان «دعوت»، آیات متعدّد فراوان با عنوان «انذار و تبشیر»؛ ترساندن و بشارت دادن، همه این‌ها دعوت است دیگر، همه این‌ها تبلیغ است. سطح گسترده قرآن کریم را که شما نگاه کنید، می‌بینید تکیه روی تبلیغ است؛ اصلاً قرآن کریم، پیغمبران را مسئول تبلیغ می‌داند؛ ورثه پیغمبران چطور؟ «**اِنَّ العُلَماءَ وَرَثَةُ الاَنبیاء**»؛[7] شماها هم که ورثه انبیا هستید، اُسّ و اساس وظیفه شما عبارت است از تبلیغ؛ باید تبلیغ کنید؛ باید پیام دین را، پیام خدا را به دل‌ها و گوش‌ها برسانید؛ دل و گوش چه کسی؟ همه بشر. البتّه اولویّت‌هایی وجود دارد؛ طبعاً جامعه خودتان اولویّت بیشتری دارد، یک جاهایی اولویّت دارد، یک جاهایی کمتر اولویّت دارد، ولی باید به همه برسد. ما به اهمّیّت تبلیغ این‌جوری نگاه کنیم.

۱. سوره آل‌عمران، آیه ۲۰.
۲. سوره احزاب، آیه ۳۹.
۳. سوره اعراف، آیه ۶۲.
۴. سوره مائده، آیه ۶۷.
۵. سوره نحل، آیه ۱۲۵.
۶. سوره انفال، آیه ۲۴.
۷. امالی صدوق، ص ۶۰.



سنت حوزه‌های علمیه

لذاســت که شــما می‌بینید در حوزه‌های علمیّه از اوّل، از هزار سال پیش، ســنّت تبلیغ وجود داشت. البتّه من فرصت نکردم که یک قدری بیشــتر فحص کنم و مراجعه [کنم] ـ یعنی وقت نکردم مراجعه کنم ـ آن مقداری که حالا در ذهن من بود، فرض کنید از زمان مثلاً شیخ صدوق رحمه‌الله، این کتاب‌های متعدّد شیخ صدوق رحمه‌الله همه تبلیغات است، امالی تبلیغ است، خصال تبلیغ است، عیون اخبارالرّضا تبلیغ است؛ همه این‌ها تبلیغات است، فقط هم تبلیغِ مذهب نیســت؛ تبلیغِ اخلاق است، تبلیغِ دین است، تبلیغِ توحید است؛ همین‌هایی که ما باید انجام بدهیم،

تعدادی از رساله‌های شیخ مفید رحمه‌الله در جواب سؤالات بلاد مختلف ــ که این‌ها چند سال پیش در کنگره شیخ مفید[1] چاپ شد ــ تبلیغات است. شیخ طوسی، در کنار آن فقهِ عمیقِ عریقِ آن‌چنانی، امالی دارد؛ امالیِ شیخ، تبلیغ است، امالیِ سیّد مرتضی، تبلیغ است.

عرض کردم، حالا من مجال نکردم مراجعه کنم ببینم ــ شماها بیشتر وقت دارید و بیشتر حوصله دارید [می‌توانید مراجعه کنید] ــ که در قرون بعدی در حوزه‌های علمیّه تبلیغ چه جوری انجام می‌گرفته؛ لکن مثلاً در قرون اخیر، مجلسی رحمه‌الله ــ مجلسی آدم باعظمتی است؛ مجلسی را دستِ‌کم نباید گرفت، خیلی آدم باعظمتی است ــ در کنار کتاب بحار و کتب متعدّدی که ایشان در مسئله حدیث و تبیین حدیث و بیان حدیث و مانند این‌ها دارد، مثلاً کتاب حقّ‌الیقین و حیات‌القلوب که کتاب‌های فارسی [است دارد]؛ این‌ها برای چیست؟ تبلیغ است دیگر، مرحوم نراقی [هم] کتاب فارسی دارد، بعدها هم البتّه بوده که حالا مواردی در ذهنم هست؛ مثلاً فرض کنید تفسیر منهج‌الصّادقین[2] و امثال این‌ها فارسی است؛ فارسی برای کیست؟ فارسی برای علما و فضلا و مانند این‌ها نیست؛ تبلیغ است برای آحاد مردم؛ یعنی علما به سنّت تبلیغ اهمّیّت می‌دادند. حالا این را هم که منبر و شکل تبلیغی منبر از کِی بوده، بنده مجال نکردم [ببینم]؛ دلم می‌خواست اگر بتوانم مراجعه کنم، امّا مثلاً همین ملّاحسین کاشفی سبزواری در قرن نهم و دهم یا مثلاً واعظ قزوینی در قرن دهم ــ که شاعر بزرگی هم هست ــ در ذهن من [این‌جور] هست که این‌ها اهل منبر بودند و می‌رفتند صحبت می‌کردند و از آن وقت‌ها این سنّتِ منبر وجود داشته، ملّا حسین کاشفی صاحب روضة‌الشّهدا است و ما که روضه‌خوانی می‌کنیم، در واقع گرفته‌شده از کتاب آن بزرگوار است و همچنین بعداً علمای بزرگی مثل شیخ جعفر شوشتری [اهل منبر بودند]؛ شیخ جعفر شوشتری معروف به وعظ است؛ ملّا است، فقیه بزرگی است امّا خب اهل منبر بوده؛ که البتّه با شیخ جعفر کاشف‌الغطاء اشتباه نشود یا مرحوم حاج آقا رضای همدانی واعظ، ملّای بزرگ ــ که باز با حاج آقا رضای

۱. کنگره جهانی هزاره شیخ مفید به مناسبت هزارمین سال وفات شیخ مفید از بیست‌وهشتم تا سی‌ام فروردین ۱۳۷۲ در حوزه علمیّه قم برگزار شد.

۲. نوشته ملّافتح‌الله کاشانی (متوفّای ۹۹۸ق).

همدانی صاحب مصباح‌الفقیه اشـتباه نشود؛ او کس دیگری است ــ صاحب هدیّةالنّملة الی رئیس‌الملّة، واعظ بوده است، در زمان خود ما مرحوم آمیرزا ابوالحسـن قزوینی فیلسوف که امام در دوره جوانی‌اش پیش ایشـان یک مقدار فلسفه خوانده بود، ملّای بزرگی بود، ایشـان را خود من دیده بودم، در همین مسـجد جامع تهران، در یک شبسـتانی نماز می‌خواند، منبر می‌رفت و مردم می‌نشستند منبر ایشان را گوش می‌کردند، قبل از ایشـان، مرحوم شاه‌آبادی، استاد امام ــ که خب ما ایشان را درک نکردیـم ــ در همین مسـجد جامع منبر می‌رفتند، این‌ها کسر شأن نمی‌دانستند منبر رفتن را، در مشهد خود ما، مرحوم حاج میرزا حسـین سبزواری، مرحوم حاج آقا حسن قمی منبر می‌رفتند، یعنی سنّت تبلیغ، حالا چه به شکل نگارش، چه به شکل منبر رفتن، چه به شکل شعر گفتن، در حوزه‌های علمیّه وجود داشته؛ این اهمّیّت این را نشان می‌دهد.

سنّت تبلیغ،
حالا چه به شکل نگارش،
چه به شکل منبر رفتن،
چه به شکل شعر گفتن،
در حوزه‌های علمیّه وجود داشته؛
این اهمّیّت این را نشان می‌دهد.

اهمیت مضاعف

خـب، حالا عرض کردیم اولویّت حوزه‌ها تبلیغ اسـت. در همه دوره‌هـا این‌جور بوده امّـا در دوره ما بالخصـوص این اهمّیّت مضاعف اسـت؛ برای اینکه در دوره ما یک اتّفاقی افتاده است کـه در طـول بیش از هزار سـال از صدر اسـلام چنین اتّفاقی نیفتاده بود و آن حاکمیّت اسلام بود، تشکیل سازمانِ سیاسیِ مدیریّتِ کشور در شـکل محتوای اسلامی سابقه ندارد، وقتی که یک چنین وضعی هست، طبعاً دشمنی‌های با اسلام شدّت پیدا می‌کند که حالا می‌دانید و می‌بینید و مشاهده می‌کنید؛ این قدر هم این دشـمنی‌ها زیاد شـده که اصلاً همه ما عادت کرده‌ایم و انواع و اقسام دشمنی‌های دشمن خیلی به چشم‌مان نمی‌آید.

خب، پس تبلیغ در دوره ما اهمّیّت مضاعف پیدا می‌کند؛ هم از جهت اینکه در نظام اسـلامی پایه و قوام نظام، مردمند، ایمان مردم اسـت و اگر چنانچه ایمان مردم نباشد، نظام نخواهد بود ـ فرمودند: حفظ نظام از اوجب واجبات اسـت؛[1] گاهی انسان فکر می‌کند که اوجب واجبات اسـت؛ پـس حفظ ایمان مردم می‌شـود واجب؛ تبلیـغ از این جهـت اهمّیّـت مضاعف پیدا می‌کند ـ ثانیاً از این جهت که دوره، دوره تطوّر[2] علمی اسـت. امروز انواع و اقسـام شـیوه‌های پراکندن پیام وجود دارد که در گذشـته حتّی فکرش را هـم نمی‌کردند؛ از تلویزیون و ماهواره بگیرید تا اینترنت و پسااینترنت؛ این چیزهای جدیدی که پیش آمـده، هوش مصنوعی و امثال این‌ها. حالا چیزهای دیگر هم در راه است.

۱. صحیفه امام، ج ۱۹، ص ۱۴۶، پیام حضرت امام به ملّت ایران در سالگرد پیروزی انقلاب(۱۳۶۳/۱۱/۲۲).
۲. تحوّل، دگرگونی.

خب، با یک چنین شرایطی، با یک چنین وضعیّتی که در دست دشمن شمشیرهای آخته[1] برّانِ خون‌ریز وجود دارد، ما چه کار می‌خواهیم بکنیم؟ تبلیغ، اینجا اهمّیّتِ مضاعف پیدا می‌کند؛ امروز، هم سخت‌افزارهای مخالف، معارض و معاند تطوّر پیدا کرده، پیشرفت پیدا کرده که اشاره کردم، هم نرم‌افزارها؛ شیوه‌های باورپذیر کردن پیام را ــ چیزهایی که در گذشته، هیچ کس بلد نبود ــ با پشتیبانی علمیِ روانشناسی و امثال این‌ها رایج کردند؛ این‌ها ابزارهای نرم‌افزاری است، این‌ها خیلی مهم است. جوری حرف می‌زند، جوری فیلم درست می‌کند، جوری صحنه‌سازی می‌کند، جوری در روزنامه تیتر می‌زند که کسی که ملاحظه می‌کند، تردید نمی‌کند که این درست است، در حالی که صد درصد غلط است، ما امروز با این‌ها مواجهیم، اگر از این چیزها غفلت کردیم، اگر امروز حوزه علمیّه از اهمّیّت تبلیغ و حسّاسیّت تبلیغ و مضاعف بودن وظیفه تبلیغ غفلت بکند، دچار عارضه‌ای می‌شویم که جبرانش به‌آسانی ممکن نیست؛ نمی‌گویم محال است، امّا به‌آسانی ممکن [نیست] و دچار استحاله فرهنگی می‌شویم، اگر لاسمح‌الله[2] استحاله فرهنگی پیش بیاید، درست کردنش، جبران کردنش دیگر کار یک ذرّه و دو ذرّه نیست، امام در یک مواردی مکرّر می‌فرمودند که اگر چنین اتّفاقی بیفتد، اسلام یک سیلی‌ای خواهد خورد که تا سال‌های متمادی اثرش بر روی او باقی خواهد ماند؛[3] قضیّه این است، اگر چنانچه ما غفلت بکنیم این پیش می‌آید، اگر غفلت بکنیم، از گناهان بزرگ قبح‌زدایی می‌شود، از کبائر قبح‌زدایی می‌شود، عادی می‌شود، می‌بینید که در غرب شده؛ در غرب همین‌طور قدم به قدم دارند پیش می‌روند، آدم دوست ندارد تعبیرات رایج این‌ها را تکرار بکند، یعنی واقعاً شأن حرف زدن انسان و زبان انسان بالاتر از این است که این‌ها را تکرار کند؛ امّا هست دیگر، اگر تبلیغ را دستِ‌کم بگیریم، این‌ها دامن جامعه ما را خواهد گرفت.

۱. برکشیده، بیرون کشیده‌شده.

۲. خدای نکرده، خدای نخواسته.

۳. صحیفه امام، ج ۱۷، ص ۳۸۳؛ بیانات در جمع مسئولان نظام جمهوری اسلامی(۱۳۶۲/۱/۱)

اگر امروز حوزه علمیّه
از **اهمّیّت تبلیغ** و **حسّاسیّت تبلیغ** و
مضاعف بودن وظیفه تبلیغ غفلت بکند،
دچار عارضه‌ای می‌شویم که
جبرانش به‌آسانی ممکن نیست.

شناخت مخاطب

خـب، حالا این مطالبی بـود که عرض کردم؛ این ذهنیّاتی که عرض شـد، مسلّمات است، جای تردید در این‌ها نیست؛ لکن حـالا برای اینکه یک مقـداری بحث را کاربردی‌تر بکنیم، چند نکتـه را من یادداشـت کرده‌ام که عرض بکنـم: اوّلین نکته در تبلیغ، شـناخت مخاطب اسـت؛ اگر ما بخواهیم درست تبلیغ بکنیـم باید مخاطب خودمان را بشناسـیم؛ حالا مِن‌باب مثال عـرض بکنیم که امروز سـطح آگاهی عمومی ــ جوان و غیر جوان ــ با گذشـته قابل مقایسـه نیسـت؛ واقعاً قابل مقایسـه نیست، تقریباً همه عمر تبلیغی بنده ــ شصت سال، بیشتر ــ با





جوان‌ها گذشته؛ من از دوره جوانی در مشهد، جلسات داشتم کـه جوان‌ها می‌آمدند، دانشـگاهی‌ها می‌آمدند، دانشـجوها می‌آمدنـد، دانش‌آموزهای دبیرسـتان [می‌آمدند]؛ آن روز هم فکـر بچّه‌ها خوب بـود، جوان‌ها خوش‌فکر بودنـد امّا با امروز قابل مقایسه نبود؛ سطح فکر بالا رفته، تبلیغ بدون توجّه به این واقعیّت خنثی خواهد شـد؛ باید بدانیم طرف مقابلمان در چه مرحله فکری قرار دارد تا محتوا را، مادّه را و صورت را ـ هیئت را ـ بـر طبق نیـاز او تنظیم کنیم؛ بدون ایـن فایده‌ای ندارد، عـلاوه بر اینکه سـطح فکر جوان ما، نوجـوان ما، مخاطب ما، بالا رفته، یک آفتی هم وجود دارد و آن اینکه در این آشفته‌بازار صداهـای مختلفِ فضای مجـازی و تکثّر رسـانه‌ای که وجود دارد، در ایـن صداهای گوناگون، یـک صدا در انزوا قرار گرفته و آن، صدای انتقال معارفِ نسـلی و خانوادگی اسـت. پدرها، مادرها خیلی چیزها را به بچّه‌هایشـان یاد می‌دادند؛ خیلی از این مردم ما، یعنی شـاید بشـود گفت اکثر [آن‌ها]، معلومات دینی‌شـان، دانسته‌های دینی‌شـان، از زبان و رفتار پدر و مادر به این‌ها منتقل شده بود؛ این صدا امروز ضعیف شده؛ در این غوغای تکثّر رسانه‌ای این صدا ضعیف شده؛ این هم یک نکته

در این آشفته‌بازار صداهای مختلفِ فضای مجازی و تکثّر رسانه‌ای که وجود دارد، در این صداهای گوناگون، یک صدا در انزوا قرار گرفته و آن، صدای انتقال معارفِ نسلی و خانوادگی است.

اســت که مخاطب ما، هم مخاطب بســیاری از حرف‌ها است، هم انواع و اقســام مطالب به ذهن او رجوع می‌کند، هم از این طرف دچار مشکل است.

ســابق ما نصیحت می‌کردیم جوان‌ها را و برحذر می‌داشتیم از رفیق بد، مصاحب بد؛ حالا مصاحب بد داخل جیبش اســت، صفحه مصاحبِ بد جلوی چشــمش اســت، همــه چیز در آن هست، این مخاطب را بشناسید، اگر چنانچه ما موادّ تبلیغی‌مان و شــیوه تبلیغمان متناســب با این وضعیّت مخاطب نباشــد، ناموفّــق خواهیم بود؛ این نکته‌ی اوّل. احتمال دارد که یکی از مصادیق یا یکی از معانی این آیه شریفه «**وَ ما اَرسَلنا مِن رَسولٍ اِلّا بِلِســانِ قَومِه**»[1] همین باشد. اینکه حالا مثلاً اگر برای مردم ترک‌زبان پیغمبری فرســتادند او بایســت ترک‌زبان باشد، خب اینکه بدیهی است، بدون این که معنی ندارد؛ احتمال می‌دهم که این «**ما اَرسَــلنا مِن رَســولٍ اِلّا بِلِســانِ قَومِه**» یعنی با همان ترکیب فکری و ذهنیِ قوم باید حرف بزند، صحبت کند، تبیین کند، حالا این نکته اوّل، پس نکته اوّل شــد شناخت مخاطب.

۱. سوره ابراهیم، آیه ۴.

تبلیغ تهاجمی

نکته دوّم اینکه تبلیغ صرفاً پاسخگویی به شبهه نیست؛ موضع دفاعی نیســت، این‌جور نیســت کــه ما خیال کنیم بنشــینیم ببینیم چه شــبهه‌ای وجود دارد، پیشــگیری کنیم از آن شبهه یا پاسخ بدهیم به آن شبهه؛ خب بله، این کار که واجب است، لازم است امّا فقط این نیست؛ طرفِ مقابل مبانی فکری دارد، باید به آن حمله کرد؛ طرفِ مقابل حرف دارد، فکر دارد، منطق دارد؛ مبانــیِ این منطق، مبانیِ غلطی اســت؛ ما باید این‌ها را بشناسیم، در تبلیغ، موضع تهاجم لازم است، اگر چنانچه این موضع تهاجمی به معنای واقعی کلمه بخواهد تحقّق پیدا کند،

لازمه‌اش شناخت صحنه است؛ یعنی شما باید بدانید که وقتی با انبوه شبهه در ذهن جوان‌ها مواجه می‌شوید، با چه کسی طرفید، ما با چه کسی طرفیم؟ حالا فرض کنید که یک شبهه‌ای را فلان سرمقاله‌نویس یا فلان ستون‌نویسِ فلان روزنامه یا مثلاً فلان توییت‌زن در فلان شبکه یک چیزی را مطرح کرده؛ ما با چه کسی طرفیم؟ این کیست؟ آیا این خودش است که این کار را دارد می‌کند؟ احتمال قوی هست که این‌جور نباشد، احتمال قوی هست که این یک پشتِ‌صحنه‌ای داشته باشد؛ آن پشتِ‌صحنه کیست؟ باید او را شناخت.

ببینید، یک روز در این کشور ــ شماها البتّه آن روزها «**لَم یَکُن شَیئاً مَذکورا**»؛[1] بودید؛ صحبتِ پنجاه شصت سال قبل است ــ توده‌ای‌ها فعّالیّت می‌کردند؛ فعّالیّت تبلیغی و غیره، ظاهر مطلب این بود که این یک جوانِ توده‌ای است، به منِ مثلاً فرض کنید که جوانِ آخوند یا غیر آخوند رسیده و مثلاً می‌خواهد حرف خودش را بر ذهن من غالب کند؛ این ظاهر قضیّه بود، امّا باطن قضیّه این نبود؛ باطن قضیّه این بود که حزب توده اساساً متّکی بود به یک دستگاه فکری و سیاسیِ گسترده‌ای به نام «شوروی»؛ توده‌ای‌ها اصلاً از آنجا استفاده می‌کردند، تغذیه می‌شدند، ارتزاق مادّی و فکری می‌کردند؛ با منبع مارکسیسم مواجهید، لذا اینجا دانشمندان هوشمند آن روز ما، مثل مرحوم علّامه طباطبائی، نرفتند سراغ اینکه جواب این‌ها را بدهند، جواب مارکسیسم [را دادند]؛ این روش رئالیسم جواب مبانی فکری مارکسیستی است؛ مبنای فکری نقطه مقابل را پیدا کنند، آن را هدف قرار بدهند؛ بسیاری از کارهای مرحوم شهید مطهّری از این قبیل است؛ یعنی صحنه را بشناسیم، بدانیم چه کسی با ما طرف است.

۱. سوره انسان، آیه۱؛ (چیزی درخورِ یادکرد نبود).

تقابل دو جبهه

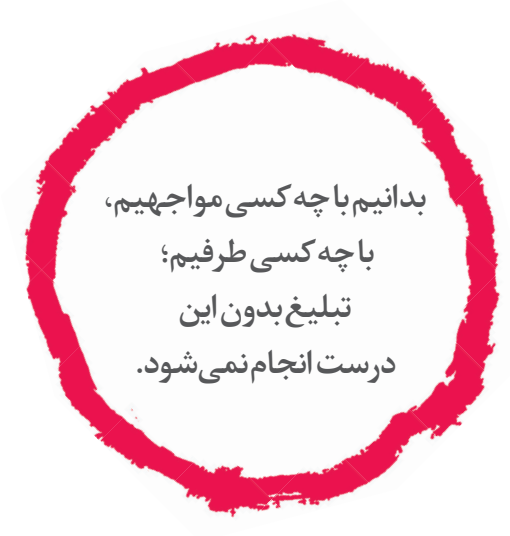
البتّــه امروز که نگاه می‌کنیم، مارکسیســمی دیگر وجود ندارد امّا یک عرصه دیگری، یک هماورد دیگری در مقابل ما اســت؛ امروز این تقابل وجود دارد؛ این تقابل بین دو جبهه است؛ اگر این دو جبهه را درست بشناسیم، بعد تشخیص خواهیم داد که آن پدیده‌ای که در مواجهه با ما قد علم کرده، خودش مستقل اســت یا وابســته به آن جبهه مقابل اســت، ایــن دو جبهه چه هســتند؟ یک جبهه، جبهه «نظام اسلامی» است ــ که بعد دو سه کلمه عرض می‌کنم ــ یک جبهه، جبهه دروغ‌گویی است که خودش را «لیبرال دموکراسی» نام‌گذاری کرده، در حالی که نه

امروز این تقابل وجود دارد؛ این تقابل بین دو جبهه است؛ اگر این دو جبهه را درست بشناسیم، بعد تشخیص خواهیم داد که آن پدیده‌ای که در مواجهه با ما قد علم کرده، خودش مستقل است یا وابسته به آن جبهه مقابل است.

لیبرال است، نه دموکرات؛ به دروغ می‌گوید لیبرال‌دموکراسی، اگر شما لیبرال هستید، چرا استعمار کردید؟ استعمارِ سنّتیِ قدیم و استعمارِ جدید و استعمارِ فراجدید و فرانو؟ شما چطور لیبرالی هستید، آزادی‌خواهی هستید، آزاداندیشی هستید که مثلاً یک ملّت چندمیلیونی مثل هند را سال‌های متمادی، بیش از صد سال، استعمار می‌کنید؟ در تصرّف خودتان نگه می‌دارید؟ همه دارایی‌هایش را از او بیرون می‌کشید، تبدیلش می‌کنید به یک ملّت فقیر؟

این‌ها حرف‌های نهرو است؛ نهرو ــ جزو مبارزین هند که بعد هم نخست‌وزیر هند شد ــ می‌نویسد و شرح می‌دهد که هند قبل از آمدن انگلیس‌ها، وارد شدن انگلیس‌ها، چه بود و بعد از آمدن آن‌ها چه شد، شما لیبرالید؟ این لیبرالیسم است؟ یا فرانسوی‌ها در الجزایر بیش از صد سال جنایت کردند، آدم کشتند. تعداد آدم‌ها را البتّه گفته‌اند، نوشته‌اند، مشخّص است، [منتها] من حالا یادم نیست؛ این‌ها [کشتار] هزاران نفر ــ شاید ده‌ها هزار کشته ــ در طول چند سال در الجزایر، عمدتاً در تونس و همین‌طور بعضی جاهای دیگر در شمال آفریقا را مرتکب شدند، دموکرات هم نیستند، دروغ می‌گویند؛ برای خاطر اینکه حکومت‌هایی را بر یک جاهایی تحمیل می‌کنند؛ طرفدار دموکراسی نیستند، با دموکراسی‌ای که در خدمت آن‌ها نباشد صد درصد مخالفند؛ این یک جبهه است، ببینید، کسی نگوید این‌ها گذشته؛ بله، از قضیّه هند صد سال گذشته، از قضیّه الجزایر شصت هفتاد سال گذشته، امّا خوی [امروز] آن کسی که در الجزایر و در هند آن کارها را کرده، همان خوی آن روز است، امروز هم این‌ها حاضرند یک ملّتی مثل ملّت بیچاره بی‌پناه اوکراین را بیندازند جلو، برای اینکه جیب کمپانی‌های اسلحه‌سازی آمریکا پُر بشود؛ قضیّه این است دیگر؛ قضیّه اوکراین اصلاً این است؛ او بجنگد، او کشته بشود، برای اینکه سلاح فروش برود، برای اینکه اروپایی‌ها مجبور بشوند سلاح بخرند، سلاح بسازند، سلاح بدهند و جیب کمپانی‌های سلاح پُر بشود، این‌ها همان‌ها هستند؛ حاضرند نفت سوریه را بدزدند که دارند می‌دزدند، تصوّر انسان از دزد مثلاً یک آدم صغیر حقیر کوچکی است، یک دولتی مثل آمریکا نفت سوریه را دارد می‌دزدد، راحت، جلوی چشم همه! این‌ها همان‌ها هستند، فرقی نکرده‌اند؛ خب این یک جبهه است.

در مقابلش هم یک نظامی است که با اتّکاء به اسلام، با الهام از اسلام، با استکبار مخالف است، با استعمار مخالف است، با دخالت در منافع ملّت‌های گوناگون مخالف است؛ این مخالفت وجود دارد، حالا این دو در مقابل هم قرار دارند،



شما یک وقت می‌بینید مثلاً یک تبلیغاتی علیه نظام اسلامی پیش می‌آید که مبانی این نظام را زیر سؤال قرار می‌دهد؛ این از طرف کیست؟ البتّه وقتی تحقیق می‌کنیم، دنبال می‌کنیم ـ که ابزار دنبال کردنش هم بحمدالله در اختیارمان هست ـ می‌فهمیم که منشأ کجا است امّا آن که این ابزار را هم ندارد، وقتی نگاه می‌کند، باید بفهمد، طرف، فلان مقاله‌نویسِ ضدّانقلابِ پناه‌برده به خارج یا مثلاً احیاناً در داخل ـ که خب کمند ـ نیست؛ طرف، یک دستگاه حکومتی است؛ مبارزه، مبارزه تمدّنی است، مبارزه جهانی است، خب تقابل‌ها این‌ها است؛ البتّه همه بحث این نیست؛ در این تقابل بین‌المللی، کارهای دیگری هم می‌کنند؛ برای اینکه از آسیب‌های این تقابل کم کنند، افرادی هستند، موظّفند، کارهای دیپلماسی و از این قبیل کارها می‌کنند؛ با حفظ اصول اشکالی هم ندارد، باید بشود، امّا بدانیم با چه کسی مواجهیم، با چه کسی طرفیم؛ تبلیغ بدون این درست انجام نمی‌شود. البتّه امروز خوشبختانه آسیب‌پذیری غرب از همیشه بیشتر است، امام رحمه‌الله آمریکا را مفتخر کردند به لقب «شیطان

بزرگ»؛[1] واقعش همین اســت، مجموعه‌ای از شیطان‌صفتی‌ها و شــرارت‌ها در آمریکا وجود دارد که همه این‌ها می‌تواند آماج حمــلات تبلیغی قرار بگیرد؛ اینکــه می‌گویم در موضع دفاعی متوقّف نشویم، یکی از مواردش همین است؛ امروز شرارت‌ها و شیطان‌صفتی‌های آمریکایی‌ها در سیاست هست، در تعامل با ملّت‌ها هست، در تعامل با ملّت خودشان هست، در نژادپرستی هســت، در اختلاف طبقاتی هست، در اخلاق جنسی هست، در بی‌رحمی هســت؛ این‌ها همه نقطه‌ضعف است، هر جا وارد بشــوند بی‌رحمانه [رفتار می‌کنند]؛ بیست و یکی دو سال قبل که آمریکایی‌ها وارد عراق شــدند و گاهی بعضی از مناظرش را انســان در تلویزیون می‌دید، با مــردم کاری کردند که تصوّرش دل انسان را می‌لرزاند، با مردم عراق [این‌جوری رفتار کردند]، بحث ســر صدّام بی‌رحم نبود؛ پس نکته اوّل شناخت مخاطب بود، نکته دوّم اینکه در موضع تدافعی گرفتار نشویم و منحصر نباشد؛ البتّه دفاع لازم است، واجب است امّا موضع، تهاجمی [باشــد]؛ همه این‌ها می‌تواند آماج حملات تبلیغی شــما قرار بگیرد، البتّه شرطش این است که جریانات جهانی را بشناسید، وضع و محاذات سیاست‌های دنیا را بدانید و آن‌وقت افشاگری کنید؛ هم درست ببینید، هم درست روایت کنید؛ این هم نکته دوّم.

۱. صحیفه امام، ج ۱۶، ص ۱۵۴: پیام امام به ملّت ایران در سالگرد تأسیس نظام جمهوری اسلامی(۱۳۶۱/۱/۱۲).

روحیه جهادی

برادران عزیز، خواهران عزیز! نکته سوّم این است که در تبلیغ، روحیه جهادی لازم است؛ اگر در همه کارها روحیه جهادی باشد، کار، پیشرفتِ مضاعف می‌کند امّا اینجا تبلیغ بدون روحیه جهادی، روح لازم را ندارد، اگر روحیه جهادی نباشد، اوّلاً انسان گاهی صحنه را خطا می‌کند و غلط می‌بیند، [ثانیاً] گاهی در رفتار غلط عمل می‌کند، وقتی که حالت جهادی باشد، نه، غالباً درست می‌بیند و همیشه خوب عمل می‌کند و پیش می‌رود، البتّه روحیه جهادی که عرض می‌کنیم، معنایش این نیست که توانایی‌های معرفتی و اخلاقی و مانند این‌ها لازم نیست؛ چرا، آن‌ها به جای خودش واجب است امّا روحیه جهادی هم لازم است، این روحیه جهادی با توجّه به این آیه شریفه است: «**وَ لایَطَؤُنَ مَوطِئاً یَغیظُ الکُفّارَ وَ لا یَنالونَ مِن عَدُوٍّ نَیلًا اِلّا کُتِبَ لَهُم بِهِ عَمَلٌ صالِح**»؛[1] آن کاری که غیظ کفّار را برانگیزد، عمل صالح است؛ «**یَنالونَ مِنه**» یعنی ضربه زدن؛ «**نالَ**» به دو معنا استفاده می‌شود، امّا وقتی با «**مِن**» باشد، «**لا یَنالونَ مِن عَدُوٍّ نَیلا**»، معنایش این است که ضربه‌ای به او نمی‌زنند، «**اِلّا کُتِبَ لَهُم بِهِ عَمَلٌ صالِح**»، [مگر اینکه برای او] عمل صالح می‌نویسند؛ خب، این بهترین جهاد است دیگر، روحانیّت باید وسط میدان باشد، باید مأیوس نشود؛ خاصیّت عمل جهادی این است، در حاشیه نشستن و گاهی مثلاً یک اشاره‌ای کردن، یک نصیحتی کردن، یک پیامی دادن، مثل روحانیّت مسیحی، کافی نیست، حالا البتّه روحانیّت مسیحی چند جور هستند؛ بعضی‌شان در کلیساها محبوس بودند، [یعنی] خودشان را محبوس کردند، بعضی بعکس، پیش‌قراول استعمار شدند، در آمریکای لاتین و در آفریقا و مانند این‌ها قبل

۱. سوره توبه، آیه ۱۲۰.

از اینکه اســتعمارگرها پا بگذارند و نیروهای نظامی بروند جلو، کشــیش‌ها رفتند، مردم را آماده کردند برای اینکه آن‌ها بیایند پدرشان را دربیاورند؛ بعضی‌شان هم این‌جوری وارد شدند، امّا خب روحانیّت اسلام باید وسط میدان جهاد لِلّه و بالله و فی‌الله قرار بگیرد و مأیوس هم نشود، وقتی این عنصر مجاهدت با نگاه علمی، با کار علمی همراه بشود، حتماً تأثیر تبلیغ تضمین‌شده است، این هم یک نکته.

در بخش‌های مختلف باید مواجهه تبلیغیِ مناسب با اصحاب فکر، اصحاب هنر، اصحاب قلم، اصحاب بیان بشود لکن اهمّ از همه، قشر جوان و نوجوان است.

اهتمام ویژه به خواص و جوانان

نکته بعدی توجّه ویژه به نسل جوان و نوجوان است که فردای کشور را این‌ها تشکیل می‌دهند، البتّه از دیگر قشرها نباید غفلت کرد؛ قشر اهل فکر، صاحبان فکر، صاحبان نظر، عالمان، دانشمندان، هنرمندان، نویسندگان، شاعران؛ برای همه این‌ها بایستی انسان، خوراک فکری داشته باشد، آمادگی داشته باشد، یک وقتی چند سال قبل از این، تعداد زیادی، شاید پنجاه شصت نفر یا بیشتر از سینماگرهای کشور آمدند اینجا، در بالای

این حسینیّه با بنده ملاقات داشتند؛[1] حرف‌هایی می‌زدند، گله‌هایی داشتند، من به این نتیجه رسیدم که ما گاهی توقّع زیادی می‌کنیم از این‌ها؛ ما کِی معارف لازم را در اختیار این‌ها گذاشتیم که حالا گله کنیم که چرا بر اساس این معارف شما فیلم نساختید؟ مواد را ما باید بدهیم؛ یکی از کارها این است، این‌ها درست است؛ یعنی بنابراین در بخش‌های مختلف باید مواجهه تبلیغیِ مناسب با اصحاب فکر، اصحاب هنر، اصحاب قلم، اصحاب بیان بشود لکن اهمّ از همه، قشر جوان و نوجوان است؛ فردای کشور مال این‌ها است، در اختیار این‌ها است؛ ایمانشان باید محکم باشد، ذهنشان باید خالی از شبهه باشد. ابزارهای ترغیب جوانان به التزامِ عملی به دین، خیلی مهم است، ما گاهی جوانی داریم که حماسه و علاقه و شور حسینی مثلاً فرض کنید او را می‌کشاند به یک راه درستی، به راه مجاهدت، امّا در اعمال عبادی ضعیف است، خب اعمال عبادی خیلی اهمّیّت دارد، نماز خیرالعمل است دیگر؛ از همه اعمال بالاتر است دیگر؛ فلاح است، خیرالعمل است؛ مثلاً فرض کنید از

۱. دیدار جمعی از کارگردانان سینما و تلویزیون با رهبر معظم انقلاب(۱۳۸۵/۳/۲۳).





نمـاز گاهی غفلـت می‌کند؛ از این قبیل داریـم، [برای اینکه] چیزی بتواند این جوان را به اعمال عبادی و اجتناب از گناهان تشـویق کنـد، عواملی، جاذبه‌هایـی وجـود دارد؛ یکی از این جاذبه‌ها مسجد است، یکی از این جاذبه‌ها هیأت است؛ این‌ها مهم است، آباد کردن مساجد، زنده نگه داشتن مساجد، یکی از کارهای واجب است، البتّه ما در سطح کشور نسبت به جمعیّت، مسـجد که کم داریم امّا همانی هم کـه داریم، بعضی‌هایش یا شـاید بسـیاری‌اش، معمور نیست، آباد نیسـت، حدّاکثر [این است که] وقت نماز باز می‌کنند، نماز آنجا خوانده می‌شود، بعد درِ مسـجد بسته می‌شود! این[طور] نمی‌شود، مسجد بایستی محلّ رفت و آمد دائمی مردم باشد، البتّه هیأت‌ها خوبند؛ هیأت هم یکی از چیزهایی است که مشوّق جوان‌ها است.

از موعظـه هم غفلت نشـود که من اوّل هـم عرض کردم، همه احتیاج داریم به موعظه؛ همه، همه، بی‌استثنا! همه ما احتیاج داریـم به موعظه، گاهـی چیزهایی را می‌دانیـم امّا گاهی در شنیدن، اثری هست که در دانستن نیست، باید بشنویم موعظه را، مواعظ حسـنه را، خب حالا این‌ها مواردی بود که به عنوان [موارد] کاربردی، عرض کردیم.

زنده نگه داشتن مساجد، یکی از کارهای واجب است، البتّه ما در سطح کشور نسبت به جمعیّت، مسجد که کم داریم امّا همانی هم که داریم، بعضی‌هایش یا شاید بسیاری‌اش، معمور نیست.

ایجاد کانون‌های تبلیغی

نکتــه آخر ــ که به نظــر من این نکته آخر، از جهاتی اهمّ نکات است ــ این است که چطور می‌شود ما این خواسته‌ها را عملی کنیم، خــب حالا گفتیم؛ شــما خودتان شــاید همین‌هایی را کــه بنده گفتم، با دو برابر اضافه هم می‌دانســتید، ما هم حالا گفتیم؛ خب این‌ها چه جور عملی بشود؟ مهم این است، بنده می‌بینم تبلیغات خوبی وجود دارد؛ چه مکتوب، چه مثلاً بیان و منبر و امثال این‌ها، تبلیغاتی هســت که خوب اســت و البتّه خیلی نســبت به آنچه باید باشــد کم اســت، از لحــاظ کمّیّت خیلی عقبیم، اگر ما بخواهیم به قدر ظرفیّت یا نزدیک به اندازه مــورد نیاز ظرفیّــت، عناصرِ تبلیغیِ با این خصوصیّات داشــته باشــیم، احتیاج داریم به کانون‌های عظیم حوزوی، در حوزه، کانون‌هایی باید به وجــود بیاید فقط برای همین؛ برای تربیت مبلّغ و پشتوانه فکری و تحقیقی و علمی هم داشته باشد؛ یعنی اینکه می‌گوییم «ما روی تبلیغ تکیه می‌کنیم»، بهانه نشــود که بعضی‌ها بگویند بنابراین دیگر کفایه نمی‌خوانیم، درس خارج نمی‌رویم؛ نه، این پشتیبانی‌های علمی لازم است، منتها توجّه به این بخش قضیّه خیلی ضروری است؛ احتیاج داریم به یک کانون اساسی، مرکز هم در درجه اوّل، حوزه علمیّه‌ی قم است؛ وقتــی در قم این کار انجام گرفت و تجربه‌ای شــد، آن‌وقت در حوزه‌های بزرگ سراسر کشور هم این کار می‌تواند تکرار بشود؛

مأموریت‌های کانون تبلیغ

تشکیل کانونی با مأموریّتِ اوّلاً «تهیّه موادّ تبلیغیِ به‌روز»؛ یک چیزهایی هست که امروز مناسب است در منبر گفته بشود، فردا ممکن است از اثر بیفتد، بی‌فایده باشد؛ پارسال می‌گفتیم مناسب بود، امسال [نه]؛ یعنی دنیا این‌جوری دارد پیش می‌رود و حوادث، این‌جوری دارد پی‌درپی به وجود می‌آید، موادّ تبلیغیِ لازمِ به‌روز تولید بشود، در این زمینه، منابع کتاب و سنّت این‌قدر پُرعمق و پُرمغز است که هرگز تمام نخواهد شد، این‌قدر می‌توانید از قرآن استفاده کنید، مطلب جدید و نو، سخن نو و متّکی به قرآن و حدیث می‌توانید به دست بیاورید که همه این صحنه را اشباع خواهد کرد. پس یکی از مأموریّت‌های این کانون بزرگ، تهیّه مواد است.

مأموریّت دوّم، تنظیم شیوه‌های اثرگذار تبلیغی است، بالاخره شیوه‌های تبلیغی ما محدود است، ای بسا شیوه‌های اثرگذار بهتری، بیشتری وجود داشته باشد؛ این شیوه‌ها در آن مرکز بایستی تنظیم بشود، تهیّه بشود، در این قضیّه غربی‌ها از ما جلویند؛ شیوه‌های نوبه‌نو، شیوه‌های اثربخش برای پیام‌ها دارند؛ ما در این زمینه‌ها عقبیم، شیوه‌هایی را بایستی حتماً تنظیم کنیم، تولید کنیم، فنّ بیان را به معنای واقعی کلمه تعلیم بدهیم؛ این مأموریّت دوّم.

بعد هم تربیت مبلّغ؛ در این کانون به معنای واقعی کلمه مبلّغ تربیت بشود، همچنان که مجتهد تربیت می‌کنیم، مبلّغ تربیت کنیم، خب حالا بحمدالله در قم آقایانِ مسئولان محترم یک حرکت جدید فقهی را شروع کردند، فقه معاصر را دارند تحقیق می‌کنند، مسائل موجود روز را از لحاظ فقهی دارند کار می‌کنند، بسیار باارزش است، باید هم ادامه پیدا کند؛ مثل همین باید مبلّغ تربیت کنیم، مبلّغینی که بتوانند اثرگذار باشند، بتوانند همه جا منتشر باشند و از لحاظ کمّیّت کفایت

کنند، یک جاهایی را، یک مراکزی را انسان سراغ دارد ـ یعنی بنده سراغ دارم ـ که این‌ها از بودن یک روحانیِ فعّال بین مردم محرومند، یکی دو جا [هم] نیست، خیلی زیاد است؛ مثلاً در مرکز کشور، مِن‌باب‌مثال در خود تهران، مواردی از این قبیل داریم، کمبود معلّم، کمبود مبلّغ، کمبود پیام‌رسان روحانی بایستی در این کانون جبران بشود؛ بنابراین آنچه حتماً باید دنبال بشود و جزو کارهای اساسی است و امروز که شما شروع کنید، ممکن است پنج سال دیگر یا بیشتر نتیجه بدهد، این است که یک چنین کانونی به وجود بیاید با این چند مأموریّتی که گفته شد، خیلی خوشحالم از اینکه شماها را دیدیم.

سلام بر شهیدان، سلام بر روح مطهّر امام.

والسّلام علیکم و رحمة الله

باید مبلّغ تربیت کنیم،
مبلّغینی که بتوانند اثرگذار باشند،
بتوانند همه جا منتشر باشند
و از لحاظ کمّیّت کفایت کنند

هیأت تراز انقلاب اسلامی،

همان قله‌ای است که باید به سویش حرکت نمود.

همان هیأتِ الگویی که گوشه گوشه و لحظه لحظه‌اش مورد رضایت امام عصر عجل‌الله‌تعالی‌فرجه باشد.

هیأتی است که شایسته برپایی در حضور حضرتش باشد. هیأتی آماده حضور و ظهور...

ترسیم بایسته‌ها و شایسته‌های چنین هیأتی، هر چند سخت و دشوار می‌نماید؛ اما لازم است و ضروری...

* * *

در «آفتاب»، در جستجوی ابعاد و شاخصه‌های «هیأت تراز انقلاب اسلامی» پای بیانات امام راحل رحمه‌الله و رهبر معظم انقلاب (مدظله العالی) می نشینیم.

جامعه ایمانی مشعر،
محفلی است برای گردآمدن
هیأت‌های کشور.
مشعر چیزی جز اجتماع هیأت‌ها نیست،
جامعه‌ای فراتر از مرزهای نژادی و
تقسیمات جغرافیایی و سیاسی.
اجتماعی ایمانی و توحیدی است

۰۲۵ - ۷۵ ۳۸ ۱۴ ۱۱
۱۵۴۲ ۰۰۰ ۳
www.۱۵۴۲.org
info@۱۵۴۲.org

که به دنبال ارتباط بیشتر
محبّان سیدالشهدا علیه‌السلام است...
قرار نیست مشعر تولید کند.
قرار است مشعر آیینه تولیدات
و فعّالیّت‌های شما باشد.
اینجا، جای آرم هیأت شماست
که باید در شماره‌های بعد پرش کنید...