





بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

فهرست

- ۷/ نکات مورد ملاحظه در منبر
- ۵۵/ اساس تبلیغ در دوران حاکمیت اسلام
- ۱۱/ موعظه، تبیین معارف و آرائه‌ی الگو، سه فصل مربوط به
- ۶۱/ منشأ، هدف و روش سه رکن تبلیغ
- شغل منبر
- ۷۱/ گزینش مخاطب و محتوا، دو نکته مهم در چگونگی
- تبلیغ
- ۱۷/ ما بایستی حرف خود را به دل‌ها برسانیم
- ۲۹/ تبلیغ یعنی؛ قرص کردن پایه‌های نظام
- ۷۹/ «انسان‌سازی» هدف تبلیغ و یکی از بزرگترین کارها
- ۳۹/ تبلیغی که همچون تیغ بُرنده پرده ظلمات را می‌شکافد
- ۸۵/ الزامات تبلیغ
- ۴۷/ تبلیغ، اولین وظیفه عالم دینی
- ۹۳/ دو ضرورت برای تبلیغ در شرایط فعلی





«معرفتهاتان را بالا ببرید. عزیزان من! سقف معرفت خودتان را، سایتهای سیاسی و اوراق روزنامه‌ها و پرسه‌زدن در سایتهای گوناگون قرار ندهید؛ سقف معرفت شما اینها نیست... سطح معرفت دینی بالا برود؛ این یکی از کارهاست که حتماً لازم است. به نظر من آن کاری که مهم است انجام بگیرد، مطالعات اسلامی است.»

(بیانات رهبر معظم انقلاب اسلامی ۱۳۹۱/۰۵/۱۶)

اشاره

فراتر رفتن از اخبار و هیاهوهای رسانه‌ای روزمره و داشتن برنامه و سیر مطالعات دینی و اجتماعی از جمله توصیه‌ها و تأکیدات همیشگی رهبر معظم انقلاب اسلامی در طول سالیان متمادی بوده است.

از جمله عرصه‌هایی که می‌تواند در مسیر مطالعات اسلامی افراد گوناگون به خصوص فعالین فرهنگی - اجتماعی و ... مورد توجه و استفاده قرار گیرد اندیشه‌های مقام معظم رهبری بوده و اصلی‌ترین مجرای ظهور و بروز این افکار نیز بیانات معظم‌له می‌باشد.

پایگاه اطلاع رسانی KHAMENEI.IR پیش از این در جهت نیل به این مهم و زمینه‌سازی مناسب جهت آشنایی مناسب اقشار گوناگون با ابعاد مختلف این اندیشه‌ها، محصول «پیشخوان» را ارائه داده بود. پیشخوان مبتنی بر فهرست بیانات پایه و اصلی رهبری در یک موضوع بود که هر یک از بیانات مربوط به موضوع نیز دارای نمایه‌ی موضوعی خاص خود بود که هم‌اکنون نیز آرشیو این موضوعات در صفحه‌ی پیشخوان این پایگاه قابل دسترسی است.

اینک در جهت تکمیل این حرکت مطالعاتی، جزوات موضوعی پیشخوان جهت دریافت و مطالعه‌ی مخاطبان آماده شده است. گفتنی است «جزوات پیشخوان» در قالب PDF آماده شده و شامل بیانات مختص به هر موضوع به صورت مجزا و مشخص می‌باشد.





نکات مورد ملاحظه در منبر

منبر، تبلیغی استثنایی

رعایت چند نکته در منبر

فهمیدن نیاز مردم

رعایت اعتدال در منبرها

رعایت اقتضای حال

نکات مورد ملاحظه در منبر*

منبر، تبلیغی استثنایی

من به شما برادران عزیز و آقایان محترم عرض میکنم که ماه رمضان در پیش است. این ماه رمضان و ماه رمضانها و ایام معدّ برای تبلیغ را خیلی باید قدر بدانیم. در این ایام، مردم آماده‌اند. البته رسانه‌ها، رادیو، تلویزیون و روزنامه‌ها در خدمت تبلیغ اسلام هستند و تبلیغ میکنند؛ اما سنت منبر ما - یعنی نشستن جلوی مستمع و چهره‌به‌چهره با او حرف زدن - یک چیز استثنایی است؛ این را از دست ندهید. این، چیز خیلی با عظمت و با ارزش و مهمی است.

رعایت چند نکته در منبر:

۱- فهمیدن نیاز مردم

در اظهاراتی که در منبرها میشود، رعایت چند چیز را بکنید: اول، نیاز مردم است. امروز مردم چه چیزی را بیشتر احتیاج دارند؟ آن را پیدا کنید. امروز مردم به اخلاق و عمق تفکر انقلابی احتیاج دارند. این انقلابی که به وجود آمد، بر پایه‌ی چه مبانی‌ای استوار است؟ این را مردم احتیاج دارند. باید روی این، فکر کنید. بهترین مرجع هم، کلمات و فرمایشهای امام (رضوان الله تعالی علیه) و بعضی از نوشته‌ها و گفته‌های قیمی است که در طول این یازده سال، بحمدالله ما بزرگانی داشته‌ایم که آنها بیان کرده‌اند. البته برای اهل تحقیق، مراجعه‌ی به قرآن و حدیث در باب حاکمیت و جامعیت اسلام و این که اسلام دین

زندگی است، پس به آن نیاز است، ضروری میباشد.

۲- رعایت اعتدال در منبرها

دوم، اعتدال را رعایت کنید. اعتدال، یعنی در هیچ جهت دچار افراط نشوید. بعضی در منبرها دچار افراط میشوند؛ حالا یا در طرف جهات اخلاقی، یا در طرف جهات سیاسی؛ فرق نمیکند. علیایّ حال، افراط مذموم است؛ مستحسن نیست. البته مردم به اخلاقیات خیلی احتیاج دارند. ما احتیاج به یک انقلاب اخلاقی داریم؛ برای این که در خودمان و در آحاد مردممان، صفات رذیله را ریشه کن کنیم و اخلاق مُسَلِّم حقیقی را با همان خصوصیات که در روایات و آیات کریمه‌ی قرآن هست، در مردم رشد بدهیم. اخلاق، خیلی لازم است؛ اما این طور نباشد که ما وقتی اخلاق میگوییم، یا برای مردم حدیث میخوانیم، بکلی از مسایل روز، مسایل انقلاب، مسایل جهان، مسایل زندگی و تاریخچه‌ی این یازده سال پُر از حادثه بر کنار باشیم. همان طور که عرض کردم، بعضی که منبر میروند، وقتی انسان پای منبرشان مینشینند، گویی در این کشور انقلابی رخ نداده، گویی رهبری مثل امام راحل (رضوان الله علیه) ظهور نکرده، گویی این جنگ اتفاق نیفتاده است! این طور حرف میزنند و بکلی از اوضاع برکنارند! این، از آن طرف افراط است. در جهت سیاسی هم افراط خطاست. بعضی در منبر و سخنرانی خود، همه‌ی مطلب را - من البدو الی الختم - مصروف به امور سیاسی میکنند و یک کلمه اخلاق و نصیحت و تهذیب و احکام، در گفتارشان نیست! حتی مثلاً میبینید که آقا در فلان ده منبر رفته و درباره‌ی انقلاب نیکاراگوئه بحث میکند و این که چه طور شد ساندنیستها در نیکاراگوئه شکست خوردند! یا مثلاً درباره‌ی علل پیدایش کشور نامیبیا و این که سابقه‌اش چه بوده است، بحث میکند! حالا این بحثها چه اهمیتی دارد، او دیگر فکر نمیکند و توجه ندارد که این مباحث، در رادیو، تلویزیون و روزنامه‌ها مطرح میشود و همه آن را میگویند. این هم از این طرف افراط است. افراط، از هیچ طرف مناسب نیست. در ماه رمضان، منبر را بین احکام دینی - همین احکام عملی، فردی و جمعی - نصایح و اخلاقیات متخذه از آیات کریمه‌ی قرآن و احادیث شریفه و تکیه‌ی روی اینها و استفاده‌ی صحیح از آنها، و نیز بیان مسایل روز و تکالیف مردم در جنب انقلاب و کشور و شناساندن دوست و دشمن تقسیم کنید. پس، اعتدال و عدم افراط هم، یکی از آن شرایط است.

۳- رعایت اقتضای حال

چیز دیگری که باید رعایت کنید، اقتضای حال است. گاهی مطلبی صحیح است، اما گفتن آن در بعضی از تریبونها مستحسن نیست و باور مستمع را جلب نخواهد کرد. ما حرف گفتنی خیلی داریم. بعضی از نقلهای ضعیف، بعضی از روایات یا حکایات ضعیف و بعضی از استنتاجهای ضعیف

را مطرح نکنید. هر جا منبر میروید، منبر باید قوی باشد؛ ولو در سطح پایین. من همیشه مثال میزنم، میگویم: کتابی که برای کلاس اول یا دوم دبستان در باب یک مسأله‌ی ریاضی مینویسند، همان مطلبی را میگوید که کتابی در باب ریاضیات استدلالی درجات بالای این علم بیان میکند؛ مطلبش یکی است. این جا هم میگویند اگر دو عدد سیب را با دو عدد سیب دیگر جمع کردی، چهار عدد میشود. تا ده سال، بیست سال بعد هم که این کودک رشد میکند و درس میخواند، باز هم همین است، عوض نمیشود؛ ولو در این جا سطحی و با زبان ساده صحبت شده و در آن جا با سطح و زبان دیگری بیان شده باشد. باید این طور باشد. ساده بگویید، اما غلط ابداً. البته این جلسات منبری که در سابق معمول بود، خیلی خوب است که امروز هم باشد؛ برای این که از لحاظ قالب و محتوا اصلاح بشود.



موعظه، تبیین معارف و ارائه‌ی الگو، سه فصل مربوط به شغل منبر

- شرف هر فن وابسته به هدف و غایت آن
- منبر رفتن، جزو شریفترین کارهاست
- الزامات اهل منبر
- موتور حرکت قرون اسلامی در جهت تفکرات صحیح اسلامی
- سه فصل مربوط به شغل منبر
- منبر؛ یک نهاد مؤثر در بافت اجتماعی، دینی و فکری
- رسانه‌ای به نام منبر
- وظیفه جدید در مقابل نهاد منبر
- پیشبرد منبر از لحاظ محتوا، قالب و روشها

موعظه، تبیین معارف و ارائه‌ی الگو، سه فصل مربوط به شغل منبر

شرف هر فن وابسته به هدف و غایت آن

در جلسه، اگرچه جمعی از علمای عالی‌مقام تشریف دارند، ولی به مناسبت نزدیکی ماه محرم، این جلسه بیشتر ناظر به گویندگان دینی و مبلغان است. یک جمله در باب تبلیغ دینی عرض میکنم و در پایان، مطلبی هم درباره‌ی مجموعه‌ی روحانیت مطرح خواهم کرد. مقدمتاً باید عرض کنم، اگر این مطلب درست است که شرف هر فنی، به شرف هدف و غایت از آن فن بستگی دارد، باید بگوییم که یکی از اشرف فنون، همین فن تبلیغ دین و گویندگی معارف دینی و اسلامی است؛ همین چیزی که در عرف ما، به وعظ و منبر معروف است؛ زیرا هدف از حرفه‌ی تبلیغ و گویندگی دینی، عبارت است از موعظه برای تزکیه‌ی مردم، تبیین معارف دینی برای بالا رفتن سطح آگاهی دینی مردم، و بیان مصایب و مرائی حضرت ابی‌عبدالله (علیه‌السلام)؛ یعنی ارایه‌ی الگویی به مردم، برای کیفیت بخشیدن به حرکت در راه هدفهای بزرگ. همه‌ی این چیزها جزو اشرف هدفهاست؛ هم تزکیه، هم بالا بردن افکار و آگاهیهای مردم، هم ارایه‌ی الگو برای جهاد و تلاش فی سبیل الله.

منبر رفتن، جزو شریفترین کارهاست

این فن را نباید کوچک گرفت. منبر رفتن و سخن گفتن در امر دین، جزو شریفترین کارهاست، و باید و شاید که شریفترین انسانها و عالمترین و آگاهترین آنها به مسایل اسلامی و عاملترین آنها به احکام شرعی، در این راه قدم بردارند و آن را برای خود افتخاری بدانند؛ کما این که در گذشته

هم همین‌طور بوده است. افرادی مثل شیخ جعفر شوشتری - عالم اخلاقی بزرگ - که خود منبری بوده است؛ یا مرحوم حاج آقا رضا همدانی واعظ - صاحب کتاب «هدیة التَّمَلَّة» - که خود یک واعظ و یک گوینده‌ی دینی بوده است؛ یا پسر آن مرحوم، مرحوم آقامیرزا محمّد همدانی که از علما بوده است؛ و امثال اینها. در گذشته، شخصیت‌های علمی و چهره‌های معروف تقوایی و دینی، متصف به این صفت و مفتخر به این فن بوده‌اند. در این زمان هم ما بحمدالله شخصیت‌های برجسته‌ی در زمینه‌ی تبلیغ و منبر دیده‌ایم و بوده‌اند و هستند.

الزامات اهل منبر

آن چیزی که در محدوده‌ی جمع کسانی که اهل منبرند - چه حرفه‌ی آنها این است، و چه در کنار حرفه‌ی اصلی به آن می‌پردازند - واقعاً باید معلوم باشد، این است که اگر ما می‌خواهیم مردم را موعظه بکنیم، لازمه‌ی آن در درجه‌ی اول، انعاض نفسی خود ماست. برای کسی که بنا بر گویندگی دین دارد، تهذیب نفس یک امر الزامی است، تا از دل بگوید و حرف او دارای اثر بشود و عملش قبول او را تقویت کند و شاهده‌ی بر آن باشد.

چون مبلغ بنا بر این دارد که سطح فکر مردم را در مسایل اسلامی بالا ببرد، پس باید آگاهی و بینش دینی وسیع و متنوع داشته باشد؛ با قرآن مأنوس باشد؛ در احادیث غور بکند و کرده باشد؛ با افکار نوی مربوط به مذهب و دین آشنا باشد؛ اهل تحقیق درباره‌ی مسایل دینی و افکار دینی باشد؛ نه فقط آشنایی با دین به تنهایی، بلکه در کنار مسایل دینی، پاره‌ی افکار فلسفی و بینش‌های اجتماعی هست که از آنها هم باید طعمی چشیده و آگاهی داشته باشد؛ و چون بنا دارد که اسوه‌ی جهاد و مبارزه را به مردم معرفی کند، در این کار باید دقت نظر و وسواس داشته باشد؛ زیرا زندگی حسین بن علی (علیه‌السلام) و ماجرای چندروزه‌ی آن حضرت در کربلا، فصل عظیمی از تاریخ ماست؛ حجم آن کم، اما مفهوم آن بسیار وسیع، و عمق آن خیلی زیاد است.

موتور حرکت قرون اسلامی در جهت تفکرات صحیح اسلامی

ماجرای حسین بن علی (علیه‌السلام)، حقیقتاً موتور حرکت قرون اسلامی در جهت تفکرات صحیح اسلامی بوده است. هر آزادیخواه و هر مجاهد فی‌سبیل‌الله و هر کس که می‌خواسته است در میدان خطر وارد بشود، از آن ماجرا مایه گرفته و آن را پشتوانه‌ی روحی و معنوی خود قرار داده است. در انقلاب ما، این معنا به صورت بینی واضح بود. معلوم نبود اگر ما این حادثه را نمیداشتیم، چه‌طور میتوانستیم در این معرکه خوض کنیم. این خودش فصل عریض و قابل تعمقی است که تمسک به ذیل ماجرای عاشورا و مجاهدت سیدالشهداء (علیه‌الصلاة والسلام)، چه

تأثیری در وضع انقلاب ما داشت. انسان وقتی در این مسأله غور میکند، از عظمت تأثیر آن حادثه به دهشت میافتد و فکر میکند کسانی که از آن محرومند، این خلأ را چگونه میتوانند پُر کنند.

سه فصل مربوط به شغل منبر

این سه فصل مربوط به شغل منبر - یعنی موعظه، تبیین معارف، و ارایه‌ی الگو و اسوه - هر کدام لازمی در نفس منبری و گوینده دارد و چیزی از او میطلبد. پس، این میدان را نباید کم گرفت. در گذشته تصور غلطی در ذهن بعضی از ماها بود که بحمدالله بعدها مرتفع شد. ما خیال میکردیم که اگر کسی اهل علم و مجتهد است، نمیتواند اهل منبر یا روضه‌خوان باشد؛ این دو را در دو سطح مختلف مشاهده میکردیم. آن کسی که میخواهد این سه وظیفه را عهده‌دار بشود، چه بهتر است که در معارف دینی، در فقه اسلام، در علوم و فنون رایج در حوزه‌های علمیه - که ملاک فهم احکام است - در سطح بالا، بلکه اعلی باشد. منبر را با این چشم ببینیم.

منبر؛ یک نهاد مؤثر در بافت اجتماعی، دینی و فکری

تأثیر نهاد منبر در جامعه‌ی ما، هنوز یک تأثیر بررسی نشده است. شما به جامعه‌ی ما نگاه کنید، ببینید جایی که منبری به نام ابی‌عبدالله (علیه‌السلام) نباشد، کجاست؟ از شهرهای بزرگ و مراکز پُر جمعیت، تا دوردستها، روستاها، حتی روستاهای کوچک و دورافتاده، دانشگاهها، میان دانشمندان، انجمنهای تحصیلکردگان علوم جدید، تا مردم دور از علوم و معارف جاری زمان در اقصا نقاط کشور، در کجا منبر ابی‌عبدالله (علیه‌السلام) نیست، که گوینده‌ی در موقعی از مواقع بر آن منبر می‌رود و سخنی نمی‌گوید؟ پس، کل جامعه‌ی ما به عنوان یک مجموعه‌ی باتفکر و عقیده‌ی شیعی، زیر چتر امام حسین (ع) است. البته مخصوص شیعیان هم نیست؛ در نقاط گوناگونی از عالم، غیر شیعه، بلکه غیر مسلمین هم به نحوی از انحاء از این بساط بهره‌ی می‌برند. در طول قرن‌ها و در این چند قرن اخیر، در مجموع کشور ما، این بینش و این تذکر راجع به دین، به نام و مناسبت حسین بن علی (علیه‌السلام) وجود داشته است و در سطحی مردم را متذکر به دین نگهداشته است. این کانال‌کشی وسیع، در انقلاب به کار آمد. از این کانال‌کشی منظم در سطح کشور، تفکر انقلابی ما - که مستند به حادثه‌ی عاشورا هم بود - در همه جا گسترش پیدا کرد و مردم را وارد میدان نمود. اگر در این خصوص، کشور ما را با کشورهای دیگر اسلامی مقایسه کنید، در آن جایی که نام امام حسین (ع) وجود ندارد، فرق بین این دو را مشاهده خواهید کرد. این، خصوصیتی به جامعه‌ی ما بخشیده است. پس، این یک نهاد مؤثر در

بافت اجتماعی و دینی و فکری ماست. این مجموعه و این نهاد، در گذشته مؤثر بود؛ اما تحت یک ضابطه و قانون و قاعده نبود؛ علاوه بر این که افکار دینی، میدان عرضه شدن و مطرح شدن نداشت. در این رسانه‌ی جمعی صوتی و تصویری کشور، تنها در ایام عاشورا، سطح خیلی نازلی از این مسایل را در شکل یک سینه‌زنی و از این قبیل، به مردم نشان میداد. وقتی هم که انسان گوش میکرد، غالباً انحرافی بود!

🕌 رسانه‌ای به نام منبر

امروز این رسانه، حامل پیام تفسیر قرآن و معارف اسلامی و مسایل فلسفی و عرفانی و معارف آل محمد (علیهم‌السلام) است. پس، از طرفی، این یک امکان جدید در خدمت گویندگان دین است؛ از طرف دیگر، ما معلمان و گویندگان، این توان و امکان را پیدا کرده‌ایم که به صورت یک وظیفه، معارف اسلامی را در همه‌ی ابعادش، آزادانه برای مردم بشکافیم. در گذشته این‌طور نبود. چیزهایی را میشد گفت، چیزهایی را هم نمی‌باید گفت و نمی‌گذاشتند؛ ولی امروز آن‌طور نیست.

🕌 وظیفه جدید در مقابل نهاد منبر

گمان من این است که ما امروز در قبال نهاد منبر، یک وظیفه‌ی جدید داریم؛ یک سازمانده‌ی و یک قاعده و ضابطه لازم است. این قاعده و ضابطه، بایستی به وسیله‌ی معمران این فن و خبرگان این میدان و کسانی که سالیان درازی در این راه بوده‌اند و جوانب گوناگون آن را سنجیده‌اند، و نیز فضلا و آگاهان به شرایط زمان برقرار بشود. هر سخن ضعیف و سستی گفته نشود؛ هر معرفت بیفایده یا کم‌فایده‌ی، جای معارف پُر فایده را نگیرد؛ اقتضای زمانه و نیاز مردم به معارف دینی، مورد توجه قرار بگیرد؛ حادثه‌ی عاشورا که در باب جهاد و مبارزه‌ی فی‌سبیل‌الله، ام‌المعارف است و پایه‌ی اصلی انقلاب ماست، به صورت پیراسته بیان بشود؛ حقایق در آن جلوه کند و اضافاتی که احياناً در گوشه و کنار از زبانها و یا قلم‌هایی تراوش کرده و شنیده و خوانده شده است، کنار برود. مسأله‌ی عاشورا شوخی نیست. نمیشود این قضیه‌ی با آن عظمت را با خرافات آمیخت و انتظار تأثیر کامل داشت. امروز، روزی است که باید این کارها انجام بگیرد.

مداحان اهل بیت و گویندگان معارف و مراثی آن بزرگواران، چه موقع این امکانی را که امروز در اختیار شماست، داشتند؟ علمای دین، چه هنگام می‌توانستند بر این کار اشراف و نظارتی - آن‌چنان که امروز دارند - داشته باشند؟ البته کسانی هستند که از این‌گونه چیزها خشنود نخواهند بود - نباشند - مانعی ندارد؛ آنچه مورد رضای خدا و مورد نیاز مردم و توقع نسلهای

بعد از ماست، باید مورد توجه قرار بگیرد. تقریباً در صد سال پیش، مرحوم حاج میرزا احسین نوری، کتابی به نام «لؤلؤ و مرجان» در شرایط پله‌ی اول و دوم منبر روضه‌خوانان نوشت. آن زمان، یک محدث که دلسوز، روشن‌فکر و آگاه بود، به فکر این بود که پله‌ی اول و دوم منبر، هر کدام شرایطی دارد؛ بیشتر نمی‌شود وارد این میدان شد. شاید در آن روز، روضه‌خوانان و مرثیه‌خوانان روی پله‌ی اول، و وعاظ روی پله دوم مینشستند.

آن روز، آن بزرگوار مینوشت و در محدوده‌ی دید آن زمان میدید؛ اما امروز شما در یک محدوده‌ی وسیع‌تر می‌بینید و می‌توانید آن را عمل بکنید: چه کسی به صورت مجاز منبر برود و مورد قبول جامعه‌ی که بر این کار نظارت دارد، باشد؟ چه بگوید؟ کی و کجا بگوید؟ این، به معنای نسخه‌نویسی و دست‌آین و آن دادن نیست. در کشورهای اسلامی دیگر این‌گونه است که مأموران دولتی چیزی را مینویسند و در اختیار امام‌جمعه‌ی می‌گذارند و می‌گویند این را بخوان. نه، تفکر و مطالعه و بررسی و استفاده‌ی از اساتید فن و پیشکسوت‌های این میدان لازم است و باید با معیارهایی، مناسب‌گویی و درست‌خوانی، با هدف اصلاح خواندن و گفتن، انجام بگیرد. امروز در بسیاری از زمینه‌ها ضابطه وجود دارد. خوشبختانه حوزه‌های علمیه و در رأس آنها حوزه‌ی مبارکه‌ی علمیه‌ی قم، در جهت سازماندهی و طبقه‌بندی و مراتب‌سازی پیش می‌رود. این، حرکت مبارکی است که اگرچه دیر آغاز شده، اما بالاخره شروع گردیده است. در این میدان هم چنین کاری بایستی انجام بگیرد. البته دشوار است و فکر و زحمت و پشتکار لازم دارد؛ اما باید بشود. آن نسلی که می‌خواهد از سخن دینی ما استفاده کند، اگر ما آن را پیراسته نکنیم، از ما نمی‌گذرد.

پیشبرد منبر از لحاظ محتوا، قالب و روشها

امروز دنیا در زنده‌ترین مسایل و علوم مورد احتیاج مردم، ساعت‌به‌ساعت روشهای نو را پیش می‌آورد. واقعاً در بسیاری از علوم که در میدان و صحنه‌ی تبادل نظر هست، شما اگر امروز نظریه‌ی را خواندید، یک ماه بعد نمیتوانید به عنوان آخرین نظریه به آن تکیه کنید. روشها دائماً عوض میشود و حرفها نوبه‌نو می‌آید. ما چه‌طور میخواهیم حرف حق خودمان را به همان شیوه و روشی که با مردم پنجاه سال یا صد سال پیش گفته میشد، امروز در میان بگذاریم؟ امروز حتی با قبل از انقلاب فرق دارد. منبری که در روزهای پیش از انقلاب - در سالهای ۵۵ و ۵۶ - میتوانست مفید و مؤثر باشد، ممکن است امروز در همه‌جا آن قدر مفید و مؤثر نباشد. البته بعضی از معارف هست که به هر زبانی و در هر شرایطی بیان بشود، گیرایی دارد؛ اما این عمومیت ندارد. این، آن نکته‌ی اساسی است که خواستم در باب مسایل منبر و اهل منبر عرض کنم و خلاصه‌اش، پیشبرد این فن شریف از لحاظ محتوا و قالب و روشها و اسلوبهاست.



ما بایستی حرف خود را به دل‌ها برسانیم

- توجه به وضعیت کشور و نظام از جهت برنامه‌ریزی و انتخاب آدمهای کارآمد
- پیچیده‌تر شدن توطئه‌های دشمن علیه ما
- استفاده از فرصت اختلاف در جبهه‌ی کفر و استکبار
- تنها سنگر با عظمتی که در مقابل استکبار و شیطان باقی مانده
- انتظار دشمنی‌های بسیار عمیق و پیچیده از طرف استکبار
- کاری که برای جنگ فرهنگی باید کرد
- جلوگیری از تباه شدن نسل جوان
- دو عامل اثر گذار بر روی ذهن جوانها
- وظیفه سنگین ائمه جمعه در تبلیغ
- رعایت دو مسئله در باب تبلیغ
- نماز جمعه، تریبون و منبر عظیم تبیین دین خدا
- روی این مسائل فکر شود
- ائمه‌ی جمعه، بزرگترین مظهر عمومی روحانیت
- ایجاد پادزهر در مقابل افکار غربی
- رد انحرافات، تحریفات و اشتباهات در جوانان
- پرجاذبه کردن منبرهای جمعه

ما بایستی حرف خود را به دل‌ها برسانیم*

توجه به وضعیت کشور و نظام از جهت برنامه‌ریزی و انتخاب آدمهای کارآمد

قبل از این که مطلب مورد نظر را عرض بکنم، مقدمه‌یی را بیان میکنم. آن مقدمه این است که امروز وضعیت کشور و نظام و انقلاب ما از دو جهت قابل توجه است: اول از جهت موازین معمولی یک حکومت؛ یعنی برنامه‌ریزی، انتخاب آدمهای کارآمد، به کار گرفتن تجربه‌های فراوان، آشنا شدن با مسائل و مفاهیمی که در حکومت به آنها نیاز است، و روان شدن کار. ما در این جهت پیشرفت کرده‌ایم و اثر این پیشرفت محسوس است. بنابراین، در مجموعه‌ی اداره‌ی کشور، همه چیز رو به پیشرفت است.

من حالا که به خطوط گوناگونی که در اداره‌ی کشور وجود دارد، نگاه میکنم، احساس میکنم که ما در همه‌ی این خطوط، از لحاظ مدیریت، برنامه‌ریزی و پختگی در کار، در حال پیشرفتیم. اگر تحلیل دقیق و مبسوطی در این باب بشود، این نکته روشن خواهد شد. مثلاً ما در زمینه‌ی اقتصاد، در حال پیشرفتیم. ممکن است بعضی از ظواهر موجود در زمینه‌ی اقتصاد، مثل تورم و گرانی ارزاق و مسائلی از این قبیل، به ذهن آقایان بیاید؛ اما من عرض میکنم که این با آن چیزی که ما ادعا میکنیم، منافاتی ندارد. ما بالاخره در همین زمینه‌ی اقتصاد، با گذشت سالهای متمادی، به نقطه‌ی روشنی رسیده‌ایم؛ یعنی برای مسؤولان، برنامه‌ی اقتصاد کشور، برنامه‌ی روشنی است؛ و مشییی که برای رسیدن به هدفهای این برنامه در نظر گرفته شده، مشی صحیح و متین و قابل دفاعی است.

خیلی از کارهایی که خودش صحیح، هدفش صحیح، و ممشا هم درست است، در حین عبور

از گردنه‌های مختلف، به مشکلاتی برخورد میکند. این مشکلات، دلیل نادرست بودن راه و هدف و برنامه و پیش‌بینی نیست. حالا این یک نمونه، برنامه‌ی متین و دقیقی است که اگر بی‌معارض و بی‌مزاحم پیش برود، به نقاطی خوب خواهد رسید. در زمینه‌ی مسائل سیاسی و مشی بین‌المللی، برنامه‌ی دقیقِ روشنِ حساب‌شده‌ی وجود دارد که اگر بی‌معارض و بی‌مزاحم حرکت بکند، به هدفهای خوبی خواهد رسید. در زمینه‌های مختلف، دردها شناخته شده، و مسؤولان در صدد برنامه‌ریزی و اقدامند.

البته «کلّ ما يتمنى المرء يدرکه» و «نَيْةُ الْمُؤْمِنِ خَيْرٌ مِنْ عَمَلِهِ»^۱. همیشه مؤمن چیزهایی را نیت میکند که احیاناً در مقام عمل نمیتواند به آنها دست پیدا کند. نیت مؤمن، همیشه بالاتر و بهتر از آن مقداری است که عمل میکند؛ این یک امر قهری است. حالا این مسائل اقتصادی یا سیاسی و غیره، به عنوان مثال مطرح شد؛ این یک جنبه‌ی مسأله است؛ یعنی امروز وضع ما در حرکت عمومی کشور به سمت هدفهای انقلابی، از گذشته روشنتر، دقیقتر و مستحکمتر است.

پیچیده‌تر شدن توطئه‌های دشمن علیه ما

طرف دیگر قضیه این است که امروز به همین دلیل و بسی دلایل دیگر، توطئه‌های دشمنان برضد ما پیچیده‌تر است. البته هیچ‌کس در عالم بصراحت اعتراف نمیکند که قصد مخالفت با جمهوری اسلامی را دارد، یا با اسلام مخالف است. ظاهرها همه دوست، زبانها گرم و گیرا، اما باطن قضیه چیز دیگری است. یک طرف، دشمن چپ بود که به خودی خود مضمحل و نابود شد و ما آن را در صحنه نداریم. یعنی نظام مارکسیستی و کشورهای فراهم‌شده‌ی با این نظام، امروز آن موضع خصومت دیروز را با ما ندارند. اما سؤال این است که آیا حذف این دشمن در مجموع صحنه‌ی نبردی که انقلاب و اسلام با دشمنان دارد، به نفع ما تمام شد؟ آیا در میدان نبرد، به معنای کم‌شدن دشمنیها با ما شد، یا نه؟ از یک نظر بله، این به نفع ما تمام شد و آن، این بود که جبهه‌ی الحاد، سلاح برنده‌ی خودش را - که تفکر مارکسیستی و مکتب تدوین‌شده و سروته‌دار مارکسیسم بود - از دست داد. برادرانی که در دوران مبارزات و اوایل انقلاب با گروههای چپ سروکار داشتند، یادشان است که با چه حدتی و از چه موضع قدرت و اطمینانی از این مکتب یاد میکردند. آن جبهه از بین رفت و معلوم شد که امروز تفکر مادّی صریح، در دنیا جایی ندارد. این، نقطه‌ی مثبت قضیه بود؛ اما از آن طرف، امام در نامه به رئیس‌جمهور شوروی، مرقوم فرمودند که شما باید مواظب باشید که تسلیم غرب نشوید؛ ولی به این توصیه‌ی امام عمل نشد. امروز اروپای شرقی که مایه‌ی دغدغه‌ی اروپای غربی بود، جزو اروپای غربی و نان‌خور و

سیاهی لشکر اروپای غربی شده است! کشورهایی که در بین دو قدرت، در حال مانور بودند، به خاطر این که در آن کشورها استقلال حقیقی نیست، به یک طرف متمایل شده‌اند و همه به یک طرف رفته‌اند.

امروز یک امپراتوری خطرناک عظیم - البته به حسب ظاهر؛ باطن قضیه چیز دیگری است که حالا بیان خواهیم کرد - مجهز به علم و سلاح و تکنولوژی، در یک نقطه‌ی عالم قرار گرفته؛ در رأس آن هم امریکاست. این خطر بزرگی است؛ ما نباید آن را دست کم بگیریم.

استفاده از فرصت اختلاف در جبهه‌ی کفر و استکبار

نقطه‌ی مثبتی که باز در این جا باید از نظر دور نماند، این است که «المنافقون و المنافقات بعضهم من بعض»^۱؛ یعنی از جنس یکدیگرند. در مورد «المؤمنون و المؤمنات» میفرماید: «بعضهم اولیاء بعض»^۲؛ پیوسته‌ی به یکدیگرند. بین منافقون و منافقات، آن صمیمیت و صفا و وحدت هرگز به وجود نخواهد آمد. بالاخره در این جبهه‌ی واحد کفر و استکبار، اختلاف و تشتت رأی و تعارض قوا و نیروها با یکدیگر به قدری وجود خواهد داشت که اگر مؤمنین وقت‌شناس وجود داشته باشند و بخواهند از فرصتها استفاده کنند، بتوانند؛ لیکن ظاهر قضیه آن است که اگر خطر واحدی مجموعه‌ی قدرت مادی عالم و این امپراتوری خطرناک را تهدید بکند، آنها دستشان با هم است.

تنها سنگر با عظمتی که در مقابل استکبار و شیطان باقی مانده

امروز در دنیا در مقابل این امپراتوری واحد، چه قدرتی هست؟ کاملاً روشن است که هیچ تفکر و مکتب و ایدئولوژی و گرایش فکریی غیر از اسلام نیست. نگذاشتند که در مقابل این مجموعه، چیزی از سنگرهای قدرت و مبارزه باقی بماند؛ جز اسلام که همچنان باقی است و به حول و قوه‌ی الهی همیشه باقی خواهد بود.

البته امروز افکاری در دنیا هست. همین دانشمندان فیلسوف و جامعه‌شناس غربی، از قبیل آنهایی که قبلاً بودند، امروز هم هستند و مکاتب اجتماعی دارند؛ لیکن این مکاتب اجتماعی و سیاسی، در خدمت تفکر غربی است. همین لیبرالیسم و به اصطلاح دموکراسی غربی - که خودشان مایلند این امپراتوری جهانی را به نام دموکراسی بشری اسم بگذارند؛ که البته در آن از دموکراسی و آزادی واقعی هم خبری نیست - در خدمت همین امپراتوری است.

امروز مکتبی که به انسانها تعلیم بدهد که باید با این شیطان زر و زور جنگید، وجود ندارد؛ ناسیونالیسم و حس ملیت هم در مقابل آن قدرت قرار ندارد. یک روز در آفریقا و در امریکای لاتین و در بعضی کشورهای آسیا، استعمارگران مستقیماً قدرت را به دست می‌گرفتند؛ روحیه‌ی

قومیت و ملیت مردم را جریحه‌دار میکردند و در مقابل خودشان قرار میدادند؛ امروز آن هم نیست. امروز سیاست استعماری، خیلی دقیقتر از آن است که حس ناسیونالیسم و ملیت‌گرایی و قومیت‌گرایی مردم را بر علیه خود تحریک بکند. قومیت عربی، یک نمونه است. آیا قومیت عربی در مقابل امریکا خواهد ایستاد، یا در خدمت امریکاست و به نفع آنها به کار خواهد رفت؟

هیچ مکتبی، هیچ سنگری و هیچ نقطه‌ی اتکاء و امیدی وجود ندارد. البته انسانهای حق طلب هیچ‌وقت از بین نمیروند. خفقان ناشی از قدرت استکبار و قدرت‌نماییهای او و خلفایی که هم‌اکنون مرتکب میشود و بعدها بیشتر مرتکب خواهد شد، اینها هیچ‌کدام از بین نخواهد رفت و از نظر انسانهای دقیق و حساس، مغفول نخواهند ماند. نسل جوان در کشورهای مختلف فقیر و وابسته و در خدمت استکبار غربی، مطمئناً مثل گذشته جوش و خروش خواهند داشت؛ اینها که از بین نمیروند؛ اما سنگری هم ندارند و وسیله‌ی که پشت سر آن قرار بگیرند و آن را برای اطفای غیظ خود در مقابل مستکبران و ظالمان به کار ببرند، در اختیارشان نیست. یک وسیله باقی است، و آن اسلام است؛ آن هم اسلام با تفسیر درست و انقلابی و به تعبیر امام بزرگوارمان، اسلام ناب محمدی (صلی‌الله‌علیه‌وآله). این اسلام است که امروز در مقابل این همه قدرت‌نمایی در دنیا حضور دارد و از آن میترسند؛ این اسلام است که هنوز ملت‌ها را به خود جذب میکند؛ این اسلام است که امروز شما به هر نقطه از نقاط عالم که سفر کنید - چه کشور اسلامی باشد، چه غیر اسلامی - انسانها و جوانان زیادی را میباید که به شوق آن، به همان شبی که از دور میبینند و میشنوند، امید و دل بسته‌اند؛ لذا به شما نزدیک میشوند، با شما حرف میزنند، از شما استفسار میکنند و خیل‌ها از شما کمک میخواهند.

این تنها سنگری است که در مقابل استکبار و در مقابل شیطان و شیطنت با این عظمت، باقی است. نتیجه این است که امروز دشمنیها با اسلام و با نظامی که این حقیقت و این مکتب را ترویج میکند و پرچم آن را به دست گرفته، بیش از پیش است. این هم آن طرف دیگر قضیه است.

🕌 انتظار دشمنی‌های بسیار عمیق و پیچیده از طرف استکبار

امروز ما باید منتظر دشمنیهای بسیار عمیق و پیچیده‌ی از طرف استکبار باشیم. البته بعید است که این دشمنیها به صورت حمله‌ی نظامی و به صورت تجربه‌های گذشته باشد؛ به احتمال زیاد راههای دیگری را برای این کار انتخاب خواهند کرد. یکی از راهها، تنگ‌کردن محاصره‌ی اقتصادی است. یکی از راهها، فشارهای روزافزون سیاسی است. الان میبینید چند وقتی است که باز مسأله‌ی حقوق بشر در دهنها افتاده است. فلان کشور،

فلان مجموعه و فلان کمیسیون، با حربه‌ی حقوق بشر به جنگ جمهوری اسلامی می‌آیند؛ کسانی که ته دلشان، حقوقی برای بشر قایل نیستند؛ و اگر حقی برای انسان قایلند، برای انسان غربی است، نه برای هر انسان؛ و حاضرند که میلیونها انسان غیرغربی، برای حفظ سعادت و سلامت خودشان نابود و فدا بشوند. این آدمهای دروغگو، شعار حقوق بشر را علیه جمهوری اسلامی علم میکنند، و قبلاً هم فشارهای سیاسی از این قبیل و فشارهایی از طریق به وجود آوردن مراکز فساد و تباهی در داخل را علم کرده بودند.

این که ما مکرر گفته‌ایم و میگوییم که توطئه‌ی فرهنگی در جریان است و من آن را به عیان در مقابل خودم مشاهده میکنم، متکی به استدلال است؛ شعار نمیدهیم؛ من این را مشاهده میکنم. امروز دشمن با شیوه‌ی بسیار زیرکانه‌ی در داخل، در حال یک جنگ و مبارزه‌ی تمام عیار فرهنگی علیه ماست. این همان مقدمه‌ی است که میخواستیم عرض بکنم.

🕌 کاری که برای جنگ فرهنگی باید کرد

مطلب این است که حالا ما برای این جنگ فرهنگی چه کار باید کنیم؟ عادت بر این جاری است که اگر یک مشکل فرهنگی در کشور دیده یا شنیده بشود - که چنین مشکلی هم وجود دارد - همه‌ی روها را به طرف دولت برگردانیم و بگوییم که دولت! شما چرا تلاش و فعالیت نمیکنی؟! مثال واضحش هم بدحجابی، یا در بعضی از شهرها و نقاط دور افتاده، رواج این ساز و دهل‌های قدیمی و این چیزهایی است که گاهی آقایان برای ما مینویسند، یا گزارش می‌آید و ما مطلع میشویم که بعضی آقایان گله‌مند و ناراحتند.

البته اینها ظواهر بدی است - شکی نیست - اما مسأله‌ی توطئه‌ی فرهنگی اینها نیست؛ اینها ظاهری کوچکی است و نسبت به آن توطئه، مسأله‌ی خیلی کم‌اهمیتی است. امروز از لحاظ وضع حجاب و وضعیت زنان کشور، فاصله‌ی ما با قبل از انقلاب، خیلی ژرف و عمیق است. کمتر قسمتی است که ما نسبت به قبل از انقلاب، این قدر فاصله پیدا کرده باشیم. شما ببینید در کدامیک از بخشهای مختلف جامعه - چه بخشهای مربوط به مذهب و دین، چه بخشهای مربوط به مسائل علمی، چه بخشهای مربوط به سیاست و اقتصاد و غیره - این همه فاصله بین وضع موجود و وضع آن روز وجود دارد، که در حال حاضر ما میان زن امروز و زن زمان حکومت ستمشاهی مشاهده میکنیم؟ آن روز، چیزی از زن باقی نمانده بود. آن روز، نگذاشته بودند که چیزی به نام حرمت و حجاب و حفاظ و قداست و طهارت زن باقی بماند؛ بخصوص در شهرهای بزرگ. وضعیت امروز، قابل مقایسه با آن روز نیست. البته شکی نیست که باید از این بهتر بشود؛ اما آنچه که امروز هست، قابل مقایسه با آن روزگار نیست. این، آن چیزی نیست که ما باید به عنوان ضایعه‌ی فرهنگی و پوسیدگی جامعه‌ی خودمان و به

عنوان خطر و حمله‌ی دشمن به آن توجه نکنیم؛ چیز دیگری است که در مواردی، این هم یکی از گوشه‌ها و یکی از مظاهر آن است.

🌱 جلوگیری از تباه شدن نسل جوان

خلاصه‌ی مطلب این‌که آقایان! نسل جوان در حال تباه شدن تدریجی به وسیله‌ی دشمن است؛ ما باید نگذاریم. ما باید نسل جوانی را حفظ کنیم که اگر جنگ بود، دفاع کند؛ اگر حادثه‌ی در داخل بود، حضور پیدا کند؛ آن‌جا که نوبت علم و تربیت علمی و تحقیقی است، درس بخواند و خودسازی کند؛ آن‌جایی که صحبت آینده است، خود را آماده کند. روی این نسل جوان که مایه‌ی تکیه و امید است، دارد بتدریج با شکلها و شیوه‌های گوناگون، کار و تلاش میشود؛ این تلاش هم عمدتاً فرهنگی است. البته محافلی برای این‌که جوانان را ببرند و آلوده به فساد بکنند، وجود دارد، که جنبه‌ی غیر فرهنگی و جنبه‌ی عملی دارد؛ لیکن آنچه که بیش از همه خطرناک است، ذهن و فکر و روحیه‌ی جوان است؛ این را باید دریافت.

🌱 دو عامل اثر گذار بر روی ذهن جوانها

بیشترین چیزی که روی ذهن جوان اثر میکند، دو عامل است: یکی تبلیغات گوناگون دشمن است؛ تبلیغاتی که جوان را نسبت به حقایق مقدس اسلامی و حقایقی که در انقلاب به عنوان مسلمات و پایه‌ها و ستونهای اصلی اعتقاد شناخته شده، سست و بیتفاوت کند. و عامل دوم، عدم تبیین و دفاع صحیح از این حقایق و اصول است. من گمان میکنم که تأثیر عامل دوم، کمتر از عامل اول نباشد؛ چون در نظام جمهوری اسلامی، به طور صریح و علنی، علیه اسلام و اصول اسلامی و مبانی اسلامی و معارف اسلامی، کمتر تبلیغ میشود و میدان برای تبلیغ وسیع باز نیست؛ بنابراین تبلیغ دشمن فقط سطح معینی را میپوشاند؛ در حالی که عامل دوم، دیگر حد و اندازه‌ی ندارد.

🌱 وظیفه سنگین ائمه جمعه در تبلیغ

وقتی ما تبلیغ نکردیم، وقتی ما حقایق را بیان نکردیم، وقتی ما تبیین و دفاع درستی از معارف اسلامی - از خود توحید، از حکومت الهی، از لزوم عبودیت انسان در مقابل خدا، از لزوم تسلیم انسان در مقابل احکام خدا، که پایه‌های اصلی است - نکردیم، تأثیری که از این عدم دفاع و عدم تبیین و عدم توجیه صحیح حاصل میشود، محدود به حد خاصی نیست؛ شامل همه است.

من از این‌جا میخواهم به وظیفه‌ی خودمان به عنوان روحانیون و بخصوص ائمه‌ی جمعه وارد بشوم. به نظر من، وظیفه خیلی سنگین است. کاری که آقایان ائمه‌ی جمعه باید انجام



بدهند، کار بسیار عظیم و بزرگی است؛ نمیتوان با آن سرسری برخورد کرد، و نمیشود آن را سهل گرفت.

رعایت دو مسئله در باب تبلیغ

البته آنچه ممکن است در ذهن بعضی از آقایان بگذرد، در ذهن من هم هست. ممکن است بعضی بگویند که ما هرچه تبلیغ بکنیم، از آن طرف مثلاً رادیو و تلویزیون یا بعضی از مراکز، ضد تبلیغ انجام میدهند. البته من این را تا حدودی قبول دارم؛ طبعاً ما که به طور صددرصد این را قبول نداریم. بله، تبلیغات بد و نادرست در آنجا هست؛ ولی من قایل به تفکیک بین مسائل هستم. من میگویم دو مسأله هست:

یک مسأله این است که ببینیم ضد تبلیغهایی که از ناحیهی غیر ماست، چیست؛ آنها را باید علاج کنیم؛ در این شکی نیست. البته باید دستی و تدبیری و اقدامی و کاری دنبال آن برود، و امیدواریم که ان شاء الله اصلاح بشود. نسبت به آن مسائل، دنبالگیری هم هست.

مسألهی دیگر این است که حالا با توجه به همین وضعیت، و با توجه به این که رادیو و تلویزیون ما، رادیو و تلویزیون مطلوب حد اعلاّی لازم برای محیط اسلامی نیست، چه کار باید کرد؟ آیا این، تکلیف را از گردن ما برمیدارد؟ آیا محیط روحانی ما میتواند ادعا بکند که همهی تلاش و کار لازم را در جهت توجیه افکار جوانان و نوجوانان و زنان و مردان در این جامعه انجام میدهد؟ این، آن سؤالی است که ما باید به آن جواب بدهیم. در این بخش قضیه، من خودم را هم به عنوان یک روحانی مثل شما مسؤول میدانم. البته وظایف دیگری هست که باید در جای خودش عمل بشود، و امیدواریم که عمل بشود.

در باب تبیین چه طور؟ من میگویم در یک شهر، آنچه که از منبر جمعه متوقع است، فقط این نیست که ما مطلبی را آماده کنیم و برویم در منبر بیان کنیم؛ بیش از این متوقع است. متوقع این است که مثل طبیبی باشیم که بیماری را جستجو میکند و او را میشناسد و درمان او را با زحمت هرچه تمامتر تهیه میکند و آن را بر روی زخم میگذارد، یا به بیمار میخوراند. تکلیف ما این نیست که بگوییم: «ما گفتیم؛ هر کس میخواهد، عمل بکند». این مربوط به این دوره نیست که حکومت به دست مسلمین است؛ دورهی که بار ادارهی جامعه بر دوش ماست؛ بخصوص دورهی که دشمن این همه تلاش میکند، تا مفاهیم اسلامی را از ذهنها بزدايد. تکلیف ما فقط این نیست که حالا مطلبی را گفتیم؛ شد، شد؛ نشد، نشد؛ ما فقط بایستی حرفمان را بزنیم؛ این گونه نیست. ما بایستی حرف خود را به دلها برسانیم؛ «و ما علیالرسول الالبلاغ»^۴. این که چیزی را در هوا پرتاب کنیم، کسی گرفت، گرفت؛ نگرفت، نگرفت؛ به جایی رسید، رسید؛ نرسید، نرسید؛ این قبول نیست. من این را به عنوان یک

مشکل مشاهده میکنم.

البته میدانم که آقایان تلاش میکنند و زحمت میکشند. امام جمعه در یک شهر، مرکز توقعات و محل مراجعات است؛ کار مردمی و کار اداری و سیاسی دارد؛ مردم حل خیلی از مشکلات را از او میخواهند؛ حتی به صرف این که او و بعضی از مسؤولان حکومت هم معممند، بعضی از کوتاه نظرها، وجود مشکلات را از چشم او میبینند! من اینها را میدانم؛ لیکن باید بر این مشکلات فایق آمد و آن تکلیف اصلی را پیدا کرد.

🕌 نماز جمعه، تریبون و منبر عظیم تبیین دین خدا

برادران! امروز در یک شهر، اگر امام جمعه فرضاً به اختلاف فلان دو مسؤول اداری نرسید، هیچ طوری نمیشود و هیچ آسمانی به زمین نمیآید. البته اگر رسید و اقدام و اصلاح کرد، خیلی بهتر است؛ اما چنانچه من در این شهر باشم و مسؤولیت تریبون و منبر عظیم تبیین دین خدا را داشته باشم و درعین حال جوانان گروه‌گروه بیدین بشوند، این ضایعه است. ما اول باید فکر کنیم که چگونه میشود جوانان را به نماز جمعه جذب کرد. من گزارش نمازهای جمعه‌ی سرتاسر کشور، حتی بعضی از بخشها را به مرور میبینم. آنچه که این گزارشها برای ما ایجاب میکند، این است که نسبت به این قضیه، بررسی و فکر بشود. البته خیلی آسان میشود همه‌ی تقصیرها را گردن دیگران انداخت؛ بگوییم وضع اقتصادی این‌طور، گرانی آن‌طور، فوتبال آن‌طور، پس مردم نمیآیند! میشود این را گفت؛ اما درست نیست. اینها عواملی در گوشه و کنار هستند و البته تأثیراتی هم دارند - بیتأثیر نیستند - اما عامل این که ما بینیم در نماز جمعه‌ی ما جوانی حضور ندارد، یا بسیار معدود حضور دارد، یا با شوق و رغبت نمیآید، این نیست. اصل قضیه این است که این مرکز باید جاذبه داشته باشد، تا بکشاند. اگر جاذبه داشت، خواهد کشاند؛ حتی از پای تلویزیون هم هرگونه انسانی را میکشاند.

🕌 روی این مسائل فکر شود

آقایان! باید روی این مسأله فکر کرد. توقع و خواهش من این است که آقایان در این جلسات روی این مسأله فکر کنند که چه عواملی را برای این قضیه میشود به کار گرفت؛ از چه شیوه‌ی بیانی باید استفاده کرد و از چگونه‌مطلبی برای جذب و جاذبه باید بهره برد. ممکن است بعضی ابتکار لازم در شناختن بیان صحیح نداشته باشند؛ بسیار خوب، بنشینیم ترتیبی بدهیم که آنچه باید گفته بشود، با بهترین بیان در مجموعه‌ی تدوین گردد و در اختیار همه گذاشته شود.



ما نباید این مرکز به این مهمی را رها بکنیم؛ اساس کار ما این جاست. نماز جمعه است که دلها را محکم و ایمانها را قوی میکند؛ شجاعت اقدام به افراد میبخشد و این سربازان عظیم و این جنودالله را در هنگام لزوم به کار میاندازد. اگر این حربه کند شد، بسیاری از مشکلات به وجود خواهد آمد. تکیه‌ی نظام الهی به مردم است؛ و مردم بیش از همه چیز، با عواطف و با ایمانشان در صحنه حضور پیدا میکنند؛ این عواطف و این ایمان را بایستی جذب کرد. البته من در این زمینه مطالبی دارم که فقط مربوط به ائمه‌ی جمعه نیست؛ مربوطه به همه‌ی روحانیون است، و بایستی آن مطالب را در جمعی عرض بکنم که فقط اختصاص به آقایان ائمه‌ی جمعه نداشته باشد، که همه‌ی بار بر در خانه‌ی این بزرگواران فرود بیاید؛ لیکن آنچه که این جا میتوانم عرض بکنم، این «منبر» است. این منبری که در اختیار ماست، مسؤولیت سنگینی است؛ این مسؤولیت را بایستی با تمام شرایط و با همه‌ی خصوصیات آن قبول کرد و به همان گونه که لازم است، از آن استفاده نمود.

❁ ائمه‌ی جمعه، بزرگترین مظهر عمومی روحانیت

امروز چشم مردم به شماست. امروز امید و تکیه‌ی معنوی مردم به روحانیت است. بزرگترین مظهر عمومی روحانیت در همه‌جای کشور، ائمه‌ی جمعه هستند. البته در حوزه‌های علمیه و مراکز علمی، اساتید و اساطین و مراجع هستند؛ اما مخصوص بعضی از نقاط کشورند. آن چیزی که در همه‌جای کشور عمومیت دارد، امامت جمعه است. امامت جمعه، هم نمایندگی از کل روحانیت، و هم نمایندگی از نظام است؛ چون نظام هم نظام اسلامی است.

با این دید، با این برداشت و با این توجه، بایستی در آن مرکز و آن کانون با آن اهمیت حضور پیدا کرد و بر اساس آن بایستی مطلب انتخاب نمود و به مردم گفت. من گمان میکنم که بر این اساس ما باید مقداری کار کنیم. البته حرفی ندارم که خود من در هر کاری که باید انجام بگیرد، شرکت بکنم. با این که گرفتاری من زیاد است، لیکن این مسأله را بسیار مهم میدانم و معتقدم که بایستی برای این کار، فکر اساسی بشود.

باید مطالبی از مسائل اسلامی آماده گردد و به شکل مناسبی تحریر و تقریر بشود و در همه‌جای کشور گفته بشود؛ آن چنان که در همه‌ی دلها و ذهنها جای بگیرد. باید مطالبی از مسائل اسلامی انتخاب بشود که پاسخ به شبهه‌های تقدیری و فرضی باشد که میدانیم امروز با وسایل مختلف، در بین خواص مردم پراکنده میشود.

❁ ایجاد پادزهر در مقابل افکار غربی

افکار فلاسفه و نویسندگان و متفکران مادی غرب، امروز در سطح دانشگاههای ما، به صورت

کتاب و ترجمه وجود دارد. نمیشود سدی درست کرد که اینها وارد نشوند؛ این امکان ندارد و مصلحت نیست. افکار باید بیایند و حضور داشته باشند. در مقابل آن افکار، باید پادزهر ایجاد کرد. روحانیت این کشور، جوانان را در مقابل تفکرات پُر جاذبه‌ی مارکسیسم واکسینه کرد و به آنان پادزهر زد.

مارکسیستها در این مملکت، مگر کم کار میکردند، کم جزوه منتشر میکردند، کم بحث میکردند؟ همین متفکران اسلام و روحانیون بودند که توانستند در مقابل آن همه حرف پُر جاذبه و شیرین و عوامفریب - که از آن عوامفریب‌تر، انسان کمتر حرفی را سراغ دارد - جوانان ما را حفظ کنند. در بین جوانان ما کسانی بودند که با مارکسیستها مبارزه‌ی علمی میکردند. حالا دیگر هر فکری باشد، جاذبه‌اش بیشتر از آنها که نیست.

رد انحرافات، تحریفات و اشتباهات در جوانان

ما باید مطالبی را آماده کنیم که رد انحرافات و تحریفات و اشتباهاتی باشد که به شکل خوراک فکری، در کتابها و جزوه‌های مختلف، میان جوانان ما تقسیم میشود. حتی گاهی نادانسته، در جزوه‌ها و کتابهای درسی دانشگاه و نیز در گفتگوهایی که در رسانه‌های جمعی ما منتشر میشود، این مطالب می‌آید! ما بایستی پاسخ اینها را آماده بکنیم. جمعی خوشفکر و دانشمند وقت بگذارند و آماده کنند، تا در بین همه‌ی ائمه‌ی جمعه منتشر گردد و بر روی آن، کار و مطالعه شود. مباحث و تحلیلهای سیاسی و کار سیاسی دقیق و مسائل سیاسی روز، باید به شکل صحیح و عمیق و دقیق بررسی گردد و در اختیار ائمه‌ی جمعه گذاشته شود. اینها کارهایی است که خود این مجموعه باید انجام بدهند. این مجموعه، یک سازماندهی عمومی در سطح کشور است که باید کارهایش را خودش و در درون خودش انجام بدهد. البته در مرکز، قهراً وظایفی برعهده‌ی برادران هست.

پرجاذبه کردن منبرهای جمعه

این طرق را باید انتخاب کرد: منبرهای جمعه را بایستی پُر جاذبه کرد و جوانان را به آن جذب نمود. از چیزهایی که منقرطباع سالم است، بایستی پرهیز کرد. از چیزهایی که ایمانها را از روحانی سلب میکند، بایستی اجتناب کرد. یکی از وظایف عمده‌ی روحانیت، عبارت از این است که این ایمانها را حفظ کند؛ چون ایمان به روحانیت، همواره ملازم با ایمان به اصل دین بوده است. کمتر کسانی بوده‌اند که روحانیت را قبول نداشته باشند، اما یک اعتقاد درست و حسابی به اصل دین داشته باشند. بعضی ادعا کرده‌اند، ولی ما کمتر یافته‌ایم. مردم دین را از این طریق فهمیده‌اند. ایمان مردم به دین، باید همراه با ایمانشان به همین



مجموعه باشد.

البته کمیسیونها مجال دارند که روی این مسائل بحث کنند. بحمدالله چند روزی فرصت هست؛ میشود این موضوعات را مورد تأمل قرار داد و در آنها اندیشید و واقعاً دلسوزانه و پیگیر، راه پیدا کرد؛ خدای متعال هم کمک خواهد کرد.

به فضل الهی، تشکیلات عظیم امامت جمعه در کشور، تاکنون خدمات بزرگی انجام داده و کشور و انقلاب را حفظ کرده و به مردم امید و نشاط بخشیده است؛ در آینده هم انشاءالله بایستی همین‌طور باشد، و به فضل الهی خواهد بود، و ابزار و وسیله‌اش در اختیار ماست. ما بایستی تلاش و کار کنیم، تا انشاءالله رحمت الهی جلب بشود.



تبلیغ یعنی؛ قرص کردن پایه‌های نظام

- انجام وظیفه، احساسی شوق آفرین برای طلبه
- دو نگاه در منبر رفتن
- حرکت متوکلاً علی الله
- نگاه به قضایا با معیار الهی
- تبلیغ، یعنی رساندن
- تبلیغ با زبان امروز
- عقاید ما باید «لاریب فیه» و قرص و محکم باشد
- استفاده از فرصت تبلیغ
- نمیشود منبر بی مطالعه رفت
- منبر هنری و غیر هنری
- قرص کردن پایه‌های نظام با تبلیغ
- مرکز دنیا
- اضافه کردن ابزار هنری در تبلیغ

تبلیغ یعنی؛ قرص کردن پایه‌های نظام*

انجام وظیفه، احساسی شوق آفرین برای طلبه

نکته‌ی اولی که امروز می‌خواهم عرض کنم، این است که آنچه برای ما طلبه‌ها همیشه شوق آفرین بوده، احساس انجام وظیفه بوده است. عالم طلبگی، با شکل و فرم و ساخت و محتوای دستگامه‌های صرفاً اداری فرق دارد. یک وقت انسان آشپزی را می‌آورد و استخدام و اجیر میکند، برای این که مثلاً در یک میهمانی، طعامی را برای جمعی فراهم کند. معمولاً آشپزها مقدار زیادی روغن، گوشت و جنس عالی از برنج می‌طلبند و یک فهرست طولانی هم میدهند که اینها را برای ما فراهم کنید؛ آدم میداند هم که اگر فراهم نکند، هنر اینها به کار نخواهد افتاد و بالاخره آن کاری را که باید بکنند، نمیکنند! یک وقت هم این است که شما در مجموعه‌یی هستید؛ افراد خانواده و دوستانتان هم هستند؛ مثلاً در جبهه‌ی جنگ هستید و در نقطه‌یی گیر افتاده‌اید و دوستانتان هم گرسنه هستند و شما هم هنر آشپزی دارید؛ این‌جا دیگر شرط و شروط و قید و قیودی ندارید؛ عاشقانه، سراسیمه، دست‌بالا، دامن‌ها به کمر، با همه‌ی توان و قدرت و ابتکار، غذا را تهیه میکنید؛ که گاهی این غذا بهتر از آن غذا هم در می‌آید؛ چون از روی عشق و شور و محبت و احساس وظیفه است. ما طلبه‌ها از اول این‌طوری کار کرده‌ایم.

دونگاه در منبر رفتن

آن وقتی که در دوران مبارزات و نهضت اسلامی، طلبه‌یی از مرکزی مأمور میشد، یا حتی بدون

مأموریت از مرکز خاصی حرکت میکرد، برای این که پیامی را به جایی برساند، مردمی را از اوضاع مطلع کند و اعلامیه‌یی را در جایی تولید یا تکثیر کند، کمترین چیز و آخرین مطلبی که به یادش می‌آمد، امکانات بود؛ اصل قضیه این بود که راه بیفتد؛ راه هم میافتاد و خدای متعال هم به حرکت او برکت میداد و شد آنچه که شد. این نقل از جای دوری نیست؛ زندگی خود شماست که آن را شاهد بودید.

درس خواندن‌ها و تبلیغات دینی معمولی ما هم همین‌طور بوده است. برای منبر گاهی دعوت میکردند، گاهی هم بیدعوت میرفتیم - و هذا هو الغالب - دنبال این بودیم که بالاخره این مطلبی که فراهم کرده‌ایم، این مطالعه‌یی که کرده‌ایم، این منبری که آماده کرده‌ایم، به گوش مردم برسد. ما با آن کسانی که وقتی برای منبر دعوتشان میکردند، میگفتند که این مقدر باید بدهید، یا چکش را قبلاً باید بدهید، فرق داشتیم؛ آن عالم طلبگی نبود.

امروز هم همین‌طور است. نفرمایید که حالا ما تشکیلات و حکومت و دولت و بودجه و خزانه و درآمد نفت داریم؛ بله، معلوم است؛ لیکن یک کشور بر این امکانات استوار است. اگر شرکای ما در کارهای کشور - آنهایی که غیر کار ما را بر عهده دارند - قیودی، حدودی، امتیازاتی، شرط و شروطی در کارشان هست و سهم ما برای تبلیغات کم میشود، بسیار خوب، فلنرجع الی اصلنا؛ با همان روحیه، همان نشاط و همان تلاش.

🕌 حرکت متوکلاً علی الله

اشاره کردند^۱ که شماها چه قدر در میدان جنگ بودید. من گاهی این خاطرات رزمندگان را میخوانم - که خوشبختانه این روزها به همت حوزه‌ی هنری سازمان تبلیغات اسلامی دارد چاپ میشود - وقتی که آنها خاطرات خودشان را نقل میکنند، میبینیم که حضور یک روحانی و یک طلبه‌ی جوان در مقدم‌ترین خطوط، در خطرناکترین سنگرها و کمینگاهها، در دشوارترین مواقع، در لحظه‌های تعیین کننده و حساس، چه قدر بابرکت و پُرفایده و اثربخش بوده است؛ در حالی که وقتی آن طلبه حرکت میکرد، نه بودجه‌یی برایش در نظر گرفته بودند، نه او یادش بود که بودجه‌اش کجاست؛ نمیگفت برای ما چه بودجه‌یی در مجلس تصویب شده، یا از طرف دولت و خزانه چه بودجه‌یی تخصیص داده شده است. شما و امثال شما به آن جا رفتید و همین خدمات را انجام دادید و در دورانی که از جهاد و از اسلام هیچ خبری نبود، به این بنای عظیمی که نامش حماسه‌ی جهاد اسلامی است، کمک کردید؛ کاهی به عظمت تاریخ ساختید و سرچشمه‌یی جاری کردید که ان شاء الله برکات آن تا ابدالدهر باقی خواهد ماند؛ یعنی شما هم در اجرای این سرچشمه سهیم بودید و چه قدر نیروهای مقدس و مؤمن و این جوانان بسیجی و بقیه‌ی نیروهای رزمنده و مسلح در این جهت کار کردند.

البته این حرفها معنایش این نیست که ما و هرکسی در جمهوری اسلامی، درصدد نباشد که برای کار تبلیغات، امکانات بیشتری را فراهم بکند - این وظیفه‌ی ماست؛ وظیفه‌مان را هم باید انجام بدهیم - اما شما هم منتظر انجام این وظیفه از سوی مسؤولان نمانید؛ شما حرکت را علی‌باب‌الله و متوکلاً علی‌الله و قاصداً لوجهه‌الکریم ادامه دهید، تا ان‌شاءالله خدای متعال از شما قبول کند؛ که اگر قبول کرد، از همه‌ی اینها عظمتش بیشتر است. غصه و درد آن‌جاست که تلاشی نکنیم، اما خدا آن را قبول نکند؛ به خاطر این‌که اخلاص ما در آن کم است. مخلصاً، موقناً و متوکلاً علی‌الله راه بیفتید، خدای متعال ان‌شاءالله کمک خواهد کرد؛ هم کمک مادی، و هم کمک غیرمادی.

🔗 نگاه به قضایا با معیار الهی

البته گاهی هم خدا کمک مادی نمی‌کند. این‌طور هم نیست که ما فرض کنیم در همه‌ی حالات خدای متعال موظف است کمک مادی کند؛ نه، طبیعت عالم هرچه هست، نقشه‌ی الهی کار خودش را میکند. زکریای نبی را با اره به دو نیم کردند. من ذیل این آیه‌ی شریفه‌ی «الذین قال لهم الناس ان الناس قد جمعوا لكم فاخشوهم فزادهم ايمانا و قالوا حسبنا الله و نعم الوكيل. فانقلبوا بنعمة من الله و فضل لم يمسسهم سوء»^۲ سابقاً روایتی دیدم که این «فانقلبوا بنعمة من الله و فضل لم يمسسهم سوء» مربوط به همانهایی است که در راه خدا کشته شدند. کشته شدن در راه خدا، «سوء» نیست. معنای «لم يمسسهم سوء» این نیست که یک سیلی هم به ما نخواهد خورد؛ چرا، سیلی هم می‌خورد؛ بالاتر از سیلی هم می‌خورد؛ منتها این «سوء» نیست. با معیار الهی که نگاه کنید، «لم يمسسهم سوء»؛ اما با معیارهای مادی بشری که نگاه کنید، همه‌اش «سوء» است. خدای متعال با معیارهای خودش حرف می‌زند؛ با معیار محدود ما مادی‌دلها و مادی‌ذهنها که حرف نمی‌زند.

به‌رحال ان‌شاءالله خدا کمک میکند. حرکت شما باید برای قبول و رضای خدا باشد. در مناجات شعبانیه می‌خوانیم: «ما اذنتك تردني في حاجة قد افنيت عمري في طلبها منك».^۳ آن چیزی که ما عمر خود را برای آن فنا کردیم، چیست؟ آن ان‌شاءالله کسب رضا و مغفرت الهی است؛ اصل کار این است؛ این باید به دست بیاید.

🔗 تبلیغ، یعنی رساندن

نکته‌ی دوم در باب معنای تبلیغ است. تبلیغ، یعنی رساندن. ابزار رساندن، به حسب شرایط متفاوت است. یک وقت هست که شما می‌خواهید چیزی را به اتناق بغلی برسانید؛ میشود آن را در مشت گرفت و به آن‌جا برد؛ اما گاهی یک فرسخ فاصله هست؛ گاهی تا آن طرف دنیا باید

بروید؛ گاهی حجابها و دیوارها هست؛ گاهی از کوهها و گردنه‌ها باید عبور کنید؛ گاهی آنچه را که بردید، طرف طوعاً و رغبتاً میپذیرد؛ گاهی باید با لطایف‌الحیل آن را به او بدهید؛ گاهی دیگری آن‌جا ایستاده و نمیگذارد آن چیزی که شما برده‌اید، به او برسد؛ بنابراین، تبلیغ انواع و اقسامی دارد. در هر شرایطی، نحوه‌ی رساندن به گونه‌ی است. آن چیست که تشخیص می‌دهد ابزار و نحوه‌ی رساندن کدام است؟ آن، ابتکار و ذوق و سلیقه و فهم و سرعت انتقال شماست.

تبلیغ با زبان امروز

اگر آن‌جایی که آبی را باید به یک فرسخی برد، شما لیوانی به دست بگیرید و آب را در آن بریزید و راه بیفتید، عقلاً وقتی نگاه کنند، دچار شگفتی خواهند شد: این چه‌طور آب بردن است؟! آن‌جا باید کوزه و یا قمقمه‌ی پیدا کنید؛ لااقل سطلی پیدا کنید؛ چون یک فرسخ باید طی بشود. آب در یک لیوان تکان و لب‌پر می‌خورد؛ یا لیوان می‌شکند و آب میریزد؛ آب را این‌طوری نمی‌برند؛ چه برسد به این‌که همان‌طوری که آب را با دو دست از جایی برمی‌داریم و به لب خودمان نزدیک می‌کنیم، بخواهیم با دو دست آن را بگیریم و ببریم؛ عقلاً بر این کار، بیشتر می‌خندند!

نباید گفت که یک روز این‌طوری تبلیغ می‌کردیم و خیلی هم مؤثر بود. بله، یک روز شیخ جعفر شوشتری^۴ (رضوان‌الله‌تعالی‌علیه) در یکی از مدارس تهران روی منبر می‌آمد و به مردم می‌گفت: مردم! همین قدر بدانید خدایی هست. با این تذکر، در دل‌های مردم، انقلابی درست می‌کرد. حالا نفس او بود، کمک خدا بود، فضای آن روز بود، قابلیت مستمع بود؛ به‌رحال تأثیر خودش را می‌کرد. امروز اگر من و شما برویم روی منبر بنشینیم و بگوییم مردم! همین‌قدر بدانید خدایی هست، مردم هم مثل ما سری تکان می‌دهند و می‌گویند عجب! آنگاه ما پا می‌شویم و می‌رویم، آنها هم پا می‌شوند و می‌روند؛ کأن لم یکن شیئا مذکوراً!

یک روز مرحوم مجلسی^۵ (رضوان‌الله‌علیه) در کتاب «حق‌الیقین» و «عین‌الحیاء» و امثال اینها، اخلاق و عقاید دینی را با همان زبان خودش می‌گفت و دنیایی را به تفکر اعتقادی شیعی نزدیک می‌کرد. شما خیال نکنید که این کتب مجلسی بیهوده نوشته شده است؛ نخیر، پایه‌های تشیع را - در آن زمانی که تشیع در کشور ما تازه بود - همین کتابها قرص کرده است. به کتابهای «حیاء‌القلوب» و «حق‌الیقین» و «عین‌الحیاء» مجلسی به چشم حقارت نگاه نکنید و نگوید اینها چه اثری دارد؛ نخیر، اینها یک روز خیلی اثر داشته است. مجلسی وقتی آمده است که در همان شهر، یک قرن و نیم قبل از آن، برای این‌که مردم را به عقاید شیعه وادار کنند، چه کارهای حتی غیرانسانی کرده بودند؛ مجلسی و امثال او آمدند این عقاید را در دل‌های مردم محکم کردند. آن روز آن مطالب به درد می‌خورد؛ اما امروز من و شما نمیتوانیم «حق‌الیقین» و



«حیةالقلوب» را تجویز کنیم؛ بگذارید در قفسه به عنوان تاریخ بماند؛ اگر هنر داریم، آن مضمون را با زبانِ امروز بنویسیم. بنده امروز «حق‌الیقین» و «حیةالقلوب» را برای مردم تجویز نمیکنم؛ به درد مردم نمیخورد. ممکن است خیلی از شماها اصلاً «حق‌الیقین» را نخوانده باشید؛ اما بنده خوانده‌ام. «حیةالقلوب»، «حق‌الیقین»، «عین‌الحیاء» - این کتب فارسی مرحوم مجلسی - پُر از مطلب است؛ اما نه مطلب باب جوان امروز؛ نه مطلب باب تفکر روشنفکریِ امروز که در زمان مجلسی از این حرفها عین و اثری نبود.

عقاید ما باید «لاریب فیه» و قرص و محکم باشد

آن قدر سخن نو، حرفِ فکربرانگیز و حواس‌جذب‌کن در دنیا وجود دارد که با رادیوها و کتابها و ترجمه‌ها به این جا می‌آید؛ نمیشود که من و شما هر یک خطی که در جایی نوشته شد یا گفته شد، فوراً عزا بگیریم و جنجال راه بیندازیم که فلان کس فلان چیز را ترجمه کرده یا فلان چیز را گفته است؛ گفته باشد؛ فکر است، میگویند. شما خیال میکنید روزی که شبهه‌ی ابن‌کمون^۶ را رفع میکردند، به صرف این که کسی شبهه‌ی ابن‌کمون را در کتابهایش بنویسد، او را تکفیر میکردند؟ مگر میشود مردم را بیخودی تکفیر کرد؟ مگر میشود هر کس حرف جدیدی زد، ما بگوییم شما مخالفید، شما ضدید؛ این مطلب را نگویید؟ با نگفتن که مشکل ما حل نمیشود.

قرآن کریم با این عظمت، افکار الحادیه‌ها و مادّیه‌ها را در خودش نقل میکند؛ دشنام آنها را به پیامبر نقل میکند؛ «قالوا ساحر او مجنون»^۷؛ ولی حالا کسی جرأت نمیکند بگویند که فلان کس به فلانی - که رئیس این تشکیلات است - چنین اهانتی کرده است! اما قرآن با صراحت این را نقل میکند؛ چون به خودش معتقد و متکی است؛ «لاریب فیه»^۸؛ در آن هیچ شکی نیست.

همه‌ی ما باید «لاریب فیه» باشیم؛ عقاید ما باید «لاریب فیه» و قرص و محکم و استوار باشد و آن را با زبان مناسب بیان کنیم؛ آن وقت خواهیم دید که «سحر با معجزه پهلوی نزنند دل خوش دار»^۹. دیگر غصه نخورید؛ معجزه را به میدان بیاورید؛ سحر به خودی خود جمع خواهد شد و آن عصی^{۱۰} و حبالشان^{۱۱} را خواهد خورد و برد. مهم این است که ما این ید بیضا را از جیبمان بیرون بیاوریم و نشان بدهیم؛ مهم این است که ما این عصای موسوی را بیندازیم؛ این همان ابتکار را لازم دارد.

استفاده از فرصت تبلیغ

میخواهم این را عرض بکنم که تبلیغ - رساندن - مقدماتی دارد؛ باید محتوا را آماده کرد؛ ابزار

را هم به تناسب انتخاب کرد و پشت سر این محتوا و ابزار، همت و شوق و اراده‌ی قوی‌یی هم قرار داد و با سعی صدر جلو رفت. این‌که عرض میکنیم محتوا، یادمان باشد که ما معلمان سالهای متمادی منتظر بودیم که گوشه‌یی از شهری، در مسجد یا حسینیه‌یی، چهار نفر جمع بشوند و ما یک کلمه حرف بزنیم؛ بیش از این‌که نبوده است. در شهری، عالمی، پیش‌نمازی، منبری خوب و فاضلی بود و کسی غیر او نبود، یا اشخاص چندانی غیر او نبودند؛ جوش میزد، غصه می‌خورد، زحمت میکشید، به این متوسل میشد، به آن متوسل میشد، رفع تهمت میکرد، ایجاد زمینه میکرد؛ برای چه؟ برای این‌که همین یک وجب مسجد را از او نگیرند - به عنوان مثال، مسجد سقاخانه‌ی آقای پورمحمدی در رفسنجان؛ یا فلان مسجد در فلان شهر دیگر - چرا؟ چون فکر میکرد که الان پایگاه اشعاع فکری همین جاست؛ اگر این‌جا را هم بستند، هیچ چیز باقی نمی‌ماند. آیا امروز هم همین‌طور است؟ امروز شما در این شهر دارید تبلیغ میکنید و میدانید که در صد و سی و چند شهر دیگری که فرمودند،^{۱۲} مثل شما دارند تبلیغ میکنند؛ وانگهی رادیو و تلویزیون هم همین تبلیغ شما را دارد میکند؛ روی دیگر سکه‌ی رادیو و تلویزیون این است؛ حالا چهار تا ساز و آواز و چهار تار مو که بیرون می‌آید، همه جنجالشان بلند میشود؛ اما دیگر این را نمی‌بینند که رادیو صبح تا شب قرآن و سخنرانی و مفاهیم اسلامی پخش میکند؛ شروع مطلب با بسم‌الله، و ختم مطلب با آیه‌ی قرآن است. پس امروز ما فرصت خوبی داریم؛ آیا از این فرصت باید استفاده کنیم یا نه؟ باید از این فرصت استفاده کنیم.

نمیشود منبر بی مطالعه رفت

این‌طوری نمیشود که منبر بی‌مطالعه برویم. منبر بی‌مطالعه، یعنی این‌که هم و غم آنچه که میخواهیم بیان کنیم و به مردم بگوییم، در دل ما نباشد؛ بگوییم حالا بالاخره می‌رویم ببینیم چه به یادمان می‌افتد و چه به زبانمان می‌آید! این‌که نمیشود؛ باید برنامه‌ریزی کرد. حداقل قضیه این است که از بهترین گفته‌هایی که گویندگان بزرگ و متفکرانی مثل شهید مطهری، شهید بهشتی، شهید باهنر و اینهایی که در گذشته چیزهایی گفتند و نوشتند، مطالبی در ذهن من و شما ثبت باشد؛ یعنی هر جا رفتیم، بتوانیم مفاهیمی را که آقای مطهری در طول این چندساله بیان کرده، مطرح کنیم. الان بیش از چهل عنوان کتاب از آقای مطهری موجود است؛ این کتابها هم غالباً سخنرانی است - در میان اینها کتابی که ایشان نوشته باشد، کمتر وجود دارد - همینها را ما روان باشیم؛ خواننده باشیم؛ فهمیده باشیم؛ در ذهنمان نشست باشد؛ اینها را بیان کنیم؛ امروز اینها حرفهای نویی است؛ حرفهای کهنه‌یی نیست. البته مطالب بعضی دیگر هم همین‌طور است؛ اما بخصوص مطالب شهید مطهری (رضوان‌الله‌علیه) هنوز مطالب نویی است؛ مطالبی است که در نظام ما لازم است. مثلاً شما میخواهید درباره‌ی تقوا بحث کنید.

آقای مطهری حدود سی سال قبل - در سال ۱۳۳۹ - در تهران چند سخنرانی درباره‌ی تقوا کردند که در همین «گفتار ماه»^{۱۳} منتشر شده است؛ نگاه کنید ببینید چه قدر پایه‌اش بالاست و چه قدر با مطالبی که ممکن است ما در یک منبر بی‌مطالعه بگوییم، متفاوت است؛ اینها را ما باید بلد باشیم.

منبر هنری و غیر هنری

همه‌ی کار هم فقط منبر نیست؛ استفاده از ابزارهای مختلف و ابزارهای هنری هم لازم است. منبر دو گونه است؛ هنری و غیرهنری. این منبرهای خوبی که شما دیده‌اید منبرهاشان میگیرد، همه‌اش به لبّ مطالب نیست؛ به هنرمندی در بیان است. در گذشته، افراد وارد میگفتند که بعضی از منبرهای معروف زمان ما یک هنرمند واقعیند. باید هنر سخن گفتن، هنر بیان کردن و تبلیغ کردن را فرا گرفت. باید کتابهای خوب در اختیار مردم گذاشت. باید قشرها را از هم تفکیک کرد؛ دختران جوان، پسران جوان، کودکان، اساتید علوم جدید، دانشمندان، توده و عامه‌ی مردم، زنان در خانه؛ هر کدام از اینها مطالبی میخواهند.

قرص کردن پایه‌های نظام با تبلیغ

برادران عزیز! ما باید پایه‌های نظام را قرص کنیم؛ تبلیغ یعنی این؛ سازمان تبلیغات یعنی این؛ یعنی یک مجموعه‌ی پُر تحرک و فعال. البته من بایستی حقیقت را عرض بکنم. حقیقتاً سازمان تبلیغات - تا آنجایی که من اطلاع دارم - در گوشه و کنار تلاشهای بسیار باارزشی کرده است؛ اما ظرفیت این سازمان بیش از اینهاست. این همه روحانی خوب، وجود شخص باارزش و بافضیلت و سابقه‌دار و موجه و عالمی مثل جناب آقای جنتی در رأس این سازمان، وجود عناصر خوب در داخل کشور - بحث خارج کشور، بحث دیگری است - انتظار از این سازمان را بالا میبرد. ما که در فلان گوشه‌ی سازمان مشغول کار هستیم، باید آن شغل را جدی بگیریم و به آن برسیم؛ آن را همان کار مهمی بدانیم که به ما محول شده است؛ خودمان را در آن شغل بسازیم؛ نباید فکر کنیم که حالا دیگر مثلاً چند سال است که در فلان شهر مشغول این کارها هستیم؛ نه، واقعاً چه فرقی میکند؟ در جبهه به یکی میگویند سر برانکار را بگیر و مجروحان را ببر؛ به یکی میگویند آر. پی. جی بزن؛ به یکی میگویند برو نگاه کن، هر وقت دیدی کسی میآید، ما را خبر کن. بنابراین، هرکسی کاری میکند. چنانچه هر کدام این کار را نکردند، جبهه شکست خواهد خورد. نمیشود ما بگوییم این هم کار شد که به دست ما داده‌اند؛ برو مجروحان را بردار حمل کن! در حقیقت، اهمیت حمل مجروح در جای خود، کمتر از زدن آر. پی. جی که نیست.

۱۳. «گفتار ماه» نام مجموعه‌ی سه جلدی شامل سی سخنرانی است که توسط اشخاص مختلف در «انجمن ماهانه‌ی دینی» ایراد شده است. فعالیت این انجمن از سال ۱۳۳۹ شروع شد و به مدت دو سال و نیم ادامه یافت و شهید آیه‌الله مطهری در آن جلسه هفت سخنرانی ایراد کردند.

🕌 مرکز دنیا

در جمهوری اسلامی، هر جا که قرار گرفته‌اید، همان جا را مرکز دنیا بدانید و آگاه باشید که همه‌ی کارها به شما متوجه است. چند ماه قبل از رحلت امام (رضوان‌الله‌علیه)، مرتب از من میپرسیدند که بعد از اتمام دوره‌ی ریاست جمهوری می‌خواهید چه کار کنید. من خودم به مشاغل فرهنگی زیاد علاقه دارم؛ فکر میکردم که بعد از اتمام دوره‌ی ریاست جمهوری به گوشه‌یی بروم و کار فرهنگی بکنم. وقتی از من چنین سؤالی کردند، گفتم اگر بعد از پایان دوره‌ی ریاست جمهوری، امام به من بگویند که بروم رئیس عقیدتی، سیاسی گروهان ژاندارمری زابل بشوم - حتی اگر به جای گروهان، پاسگاه بود - من دست زن و بچه‌ام را میگیرم و میروم! والله این را راست میگفتم و از ته دل بیان میکردم؛ یعنی برای من زابل مرکز دنیا میشد و من در آن جا مشغول کار عقیدتی، سیاسی میشدم! به نظر من بایستی با این روحیه کار و تلاش کرد و زحمت کشید؛ در این صورت، خدای متعال به کارمان برکت خواهد داد.

🕌 اضافه کردن ابزار هنری در تبلیغ

غرض این است که ابزار هنری را هم اضافه کنید؛ در پی محتوای عالی هم باشید و به کم و متوسط هم قانع نشوید. اگر شما اهل فکر و تراوش فکری و سازندگی و خلاقیت در مفاهیم هستید، فیها و نعمت؛ اگر نیستید، از آن فردی که هست، بگیرید؛ کتابی که دارد، آن را بخوانید و حفظ کنید. دوم، انتخاب و استفاده از ابزارهای مناسب، با ذوق و سلیقه، ابتکار، خلاقیت، فهم موقع و بیان طبق مقتضای حال است. سوم، همت و ایمان و اراده‌یی که پشت سر اینها باشد؛ یعنی خسته نشدن.



تبلیغی که همچون تیغ بُرنده پرده ظلمات را می شکافد

- آشکار شدن برکات عاشورا با گذشت زمان
- شروع نهضت پانزده خرداد به برکت عاشورا
- بهره‌برداری به بهترین شکل ممکن از ماجرای عاشورا و محرّم
- عاشورا، حربه‌ای علیه ظلمات متراکم حاکم بر فضای

زندگی

- مسئولیت امروز روحانیون
- امروز حسین بن علی میتواند دنیا را نجات دهد
- روضه‌خوانی عاشورا به شکل سنتی
- اتقان در واقعه‌خوانی
- فراموش نشدن هدف امام حسین در بحث
- بیان حقایق اسلامی در منبر
- تشبیه طلاب به نحل

تبلیغی که همچون تیغ برنده پرده ظلمات را می شکافد *

آشکار شدن برکات عاشورا با گذشت زمان

اگر چه در باب محرم و عاشورا و آثار این پدیده عظیم صحبتها و افادات ارزشمندی شده است و همه شنیده‌ایم و استفاده کرده‌ایم؛ لکن هر چه زمان میگذرد، احساس میشود که چهره بی‌زوال این خورشید منور - که میشود آن را به «خورشید شهادت»، «خورشید جهاد مظلومانه و غریبانه» تعبیر کرد که به‌وسیله حسین بن علی علیه‌السلام و یارانش برافروخته شد - بیشتر آشکار میگردد و برکات عاشورا بیشتر معلوم میشود. از همان روز اولی که این حادثه اتفاق افتاد، تأثیرات بنیانی آن، بتدریج معلوم شد. از همان روزها، عده‌ای احساس کردند که وظایفی دارند. ماجرای «توآیین» پیش آمد. قضایای مبارزات طولانی بنی‌هاشم و بنی‌الحسن علیهم‌الصلوة‌والسلام پیش آمد. بعد، حتی نهضت بنی‌عباس که علیه بنی‌امیه به‌پا خاست، در اواسط قرن دوم هجری، در همه اطراف عالم اسلام آن روز، بخصوص در ایران و شرق ایران - خراسان - و غیره، با فرستادن دُعائی، زمینه را برای ازاله حکومت ظالم، مستکبر و نژادپرست اموی، فراهم کردند. حتی نهضت عباسیان هم که بالاخره به پیروزی رسید، با نام حسین بن علی علیه‌السلام شروع شد.

اگر تاریخ را نگاه کنید، مشاهده خواهید کرد که دُعای بنی‌عباس، وقتی به اطراف عالم اسلام میرفتند، از خون حسین بن علی علیه‌السلام و شهادت آن بزرگوار و انتقام خون فرزند پیغمبر و جگر گوشه فاطمه زهرا علیهاسلام، مایه میگرفتند تا بتوانند تبلیغات خودشان را به راه بیندازند. مردم هم قبول میکردند. حتی - آن‌طور که در ذهنم هست - لباس سیاهی که شعار بنی‌عباس

بود، به عنوان لباس عزای امام حسین انتخاب شد و بعدها هم در زمان حکومت پانصد ساله بنی‌عبّاس، همواره لباس رسمی آنها، لباس سیاه بود. لباس سیاه، برای اولین بار به مناسبت عزاداری امام حسین استفاده شد. آنها میگفتند: «هذا حداد آل محمد» صلی‌الله‌علیه و آله. یعنی این لباس عزای ذریه پیغمبر است. این‌گونه شروع کردند و آن تحوّل را به راه انداختند. البته منحرف شدند و خود آنها هم دنباله کار بنی‌امیه را پیش بردند. اینها تأثیرات عاشورایی است. در طول زمان نیز همین‌طور بوده است.

🕌 شروع نهضت پانزده خرداد به برکت عاشورا

آنچه در زمان ما اتفاق افتاد، از همه اینها بالاتر بود. یعنی در عصر تسلط ظلم، کفر و الحاد بر سرتاسر عالم؛ در عصری که عدالت خلاف قانون و ظلم قانون و مقررات بین‌المللی شده است، حق به حکومت رسید. این‌که شما میبینید ابرقدرتها زورگویی میکنند و میخواهند نظام جدیدی را بر دنیا حاکم کنند - که البته همان نظام قبلی هم نظام حاکمیت ابرقدرتها بود - این، همان سلطه ظلم است. برای هر آنچه در دنیا ظلم، حق‌کشی و تبعیض میشود، اسمهای قانونی مثل «حقوق بشر»، «دفاع از ارزشهای انسانی» و از این قبیل میگذارند. بدترین نوع سیطره ظلم این است که ظلم به اسم عدل و ناحق به اسم حق، بر دنیا مسلط شود. در چنین زمانی، ناگهان به برکت عاشورا، حجاب ظلمت شکافته و خورشید حقیقت آشکار شد. حق، به قدرت و حکومت رسید. اسلام که همه دستها سعی میکردند آن را منزوی کنند، در وسط عرصه، خودش را مطرح کرد و دنیا مجبور شد که حضور اسلام راستین و ناب را در شکل حکومت جمهوری اسلامی بپذیرد. شروع نهضت پانزده خرداد هم به برکت عاشورا بود. امسال بعد از گذشت سی و دو سه سال از حادثه پانزده خرداد، مثل آن سال اول، دوباره خرداد با محرّم همزمان و مقارن شده است.

🕌 بهره‌برداری به بهترین شکل ممکن از ماجرای عاشورا و محرّم

در پانزده خرداد که در سال چهل و دوی شمسی - هشتاد و سه قمری - با دوازدهم محرّم مصادف بود، امام بزرگوار ما رضوان‌الله‌تعالی‌علیه در عرصه عاشورایی و با بهره‌برداری به بهترین شکل ممکن از ماجرای عاشورا و محرّم، توانستند پیام حق و داد برآمده از دل خود را به گوش مردم برسانند و مردم را متحوّل کنند. اولین شهدای ما هم در ماجرای پانزده خرداد، در تهران، ورامین و بعضی جاهای دیگر، همین سینه‌زنهای حسینی بودند که آمدند و در معرض تهاجم دشمن عاشورا قرار گرفتند. در سال پنجاه و هفت هم مشاهده کردید ماجرای آن روز و ماهی را که در آن، خون بر شمشیر پیروز میشود. این نام را امام بزرگوار از همه قضایای محرّم،

خلاصه‌گیری، استحصال و مطرح کردند. همین‌طور هم شد. یعنی مردم ایران به پیروی از حسین بن علی علیه‌السلام، درس عاشورا را گرفتند و در نتیجه خون بر شمشیر پیروز شد. این موضوع در ماجرای امام حسین چیز عجیبی است.

عاشورا، حرب‌های علیه ظلمات متراکم حاکم بر فضای زندگی

خوب؛ حالا ما و شما، امانتدار و وارث این حقیقت تاریخی هستیم. امروز کسانی هستند که میخواهند ماجرای عاشورا را به عنوان یک درس، خاطره و یک شرح واقعه، از زبان علما، روحانیون، مبلغین، مبلغات و امثال اینها بشنوند. ما در این زمینه چه خواهیم کرد؟ در این‌جا به قضیه خیلی مهمّ تبلیغ میرسیم. اگر روزی این طلاب جوان، فضایی حوزه‌های علمیه، مبلغین، وعاظ، مدّاحان و روضه‌خوانان، توانسته‌اند ماجرای عاشورا را مثل حرب‌های علیه ظلمات متراکم حاکم بر فضای زندگی همه بشر به کار گیرند و با این تیغ بُرنده الهی پرده ظلمات را بشکافند و خورشید حقیقت را به شکل حاکمیت اسلام، واضح و آشکار کنند - این حقیقت در زمان ما اتفاق افتاده است - چرا نباید متوقّع بود که در هر عصر و زمانی - هر چه هم که تبلیغات دشمن در آن دوره سخت، همه‌گیر و ظلمات «آشد تراکماً» باشد - مبلغین، گویندگان و علمای دین، بتوانند علیه هر باطلی، شمشیر حق و ذوالفقار علوی و ولوی را در دست گیرند و از آن استفاده کنند؟!

مسئولیت امروز روحانیون

چرا ما چنین چیزی را مستبعد بدانیم؟! درست است که امروز تبلیغات دشمن، همه فضای ذهن بشریت را فرا گرفته است. در این، شکی نیست. درست است که اموال کلانی برای تشویش چهره اسلام، بخصوص تشیع، خرج میشود. درست است که هر کس که منافع نامشروعی در زندگی ملتها و کشورها دارد، خود را موظف به فعالیت علیه اسلام و حکومت اسلامی میبیند. درست است که کفر، با همه تفرّق و تشتّتش، با استفاده از همه امکانات، در یک امر اتفاق کرده و آن ضدیت با اسلام ناب است و حتی اسلام محرّف را هم به جنگ اسلام ناب آورده و به میدان کشانیده است. اینها همه درست؛ اما آیا جناح حق و جبهه اسلام ناب نمیتواند در مقابل این تبلیغات خصمانه و خباثت‌آلود، به برکت روح، پیام و حقیقت عاشورا و پیام محرّم، همان معجزه را یک بار دیگر تکرار کند؟! چرا نتواند؟! سختی دارد؛ اما ممکن است. همت و فداکاری لازم دارد. راه باز است؛ بن‌بست نیست.

مسئولیت ما و شما این است. امروز دنیا تشنه حقیقت است. این حرف یک روحانی یا یک شخص متعصب اسلامی نیست؛ بلکه حرف کسانی است که سالها با فرهنگ غربی ارتباط، رفت و آمد، مبادله و حتی نسبت به آن، حسن نظر داشته‌اند. آنها میگویند که امروز دنیای غرب در

سطوح حسّاسش، تشنه اسلام است. «سطوح حسّاس» یعنی چه؟ فلان جماعت عامی و غافل، یا فرض بفرمایید جماعت‌هایی که منافعشان به شدت مطرح است - مثل حکام، دولتمردان، سرمایه‌داران، زراندوزان و زورگویان - بخشهای کرخ و دیر احساس پیکره فرهنگ غرب و جوامع غربی‌اند. دانشمندان، متفکرین، انسانهای با وجدان، روشنفکران و جوانان بخشهای حسّاس پیکره جوامع غربی هستند. این بخشهای حسّاس، امروز تشنه مکتب و درسی از زندگی هستند که آنها را از هزاران دشواری واقعی زندگی نجات دهد. خیلی از این مشکلات زندگی، مشکلات واقعی نیست. مشکل واقعی، احساس ناامنی روحی، تنهایی، افسردگی، تزلزل و عدم اطمینان و سکینه روحی است. اینها مشکلات واقعی بشر است که در اوج ثروت و شهرت، یک نفر را به خودکشی وادار میکنند. جوان، پولدار و دارای امکانات تنعم و بهره‌برداری از زندگی است؛ اما خودکشی میکند. خوب؛ چرا؟ دردش چیست؟ کدام درد است که از بیپولی و نداشتن امکانات تمتع جسمانی و لذایذ جنسی هم سخت‌تر است؟ دردی که امروز گریبان جوامع مادی دنیا و تمدن غربی را گرفته است، عدم اطمینان، عدم آرامش، عدم نقطه اتکای روحی، عدم انس و تواصل بین انسانها، احساس غربت، و انکسار است.

🌟 امروز حسین بن علی میتواند دنیا را نجات دهد

بخشهای حسّاس جوامعی که این دردها را بیشتر احساس میکنند، چشم انتظارند که دست نجاتی بیاید و آنها را از این حالت نجات دهد. در آن جاهایی که آگاهی هست، چشمها به اسلام دوخته شده است. البته عده‌ای از آنها آگاهی ندارند و اسلام را نمیشناسند؛ اما زمینه‌گرایش به اسلام را دارند. کسانی که اسلام را میشناسند، مشخصاً روی اسلام تکیه میکنند. یکی از اندیشمندان ایرانی خود ما گفته بود - بنده شنیدم آن شخص به رحمت خدا رفته است - که «امروز غرب در جستجوی چهره‌هایی مثل شیخ انصاری و ملاصدر است.» زندگی، معنویات و ارزشهای آنها، امروز چهره‌های غربی و متفکرین غربی را جذب میکند. منبع زخار این حقایق و ارزشها، معارف اسلامی، و در قلّه و اوج این معارف، معرفت عاشورایی است. قدر اینها را باید دانست. ما حالا میخواهیم این معارف را در مقابل چشم مردم دنیا قرار دهیم. من این‌جا، با تشکر از همه افراد و آحادی که در سال گذشته درخواست ما را اجابت کردند و یک حرکت تحریف‌آمیز را از صفحه عزاداری عاشورا حذف نمودند، باز میخواهم بر روی همین قضیه تکیه کنم. عزیزان من؛ مؤمنین به حسین بن علی علیه‌السلام! امروز حسین بن علی میتواند دنیا را نجات دهد؛ به شرط آن‌که با تحریف، چهره او را مغشوش نکنند. نگذارید مفاهیم و کارهای تحریف‌آمیز و غلط، چشمها و دلها را از چهره مبارک و منور سیدالشهدا علیه‌السلام و السلام منحرف کند. با تحریف مقابله کنید.

🕌 روزه خوانی عاشورا به شکل سنتی

بنده می‌خواهم به طور خلاصه، دو مطلب را عرض کنم: یکی این‌که، عاشورا و ماجرای حسین بن علی باید در منبر، به شکل سنتی روزه‌خوانی شود؛ اما نه برای سنت‌گرایی، بلکه از طریق واقعه‌خوانی. یعنی این‌که، شب عاشورا این‌طور شد، روز عاشورا این‌طور شد، صبح عاشورا این‌طور شد. شما ببینید یک حادثه بزرگ، به مرور از بین می‌رود؛ اما حادثه عاشورا، به برکت همین خواندن‌ها، با جزئیاتش باقی مانده است. فلان کس این‌طوری آمد با امام حسین وداع کرد؛ این‌طوری رفت به میدان، این‌طوری جنگید؛ این‌طوری شهید شد و این کلمات را بر زبان جاری کرد.

🕌 اتقان در واقعه‌خوانی

واقعه‌خوانی، تا حدّ ممکن، باید متقن باشد. مثلاً در حدود «لهوف» ابن طاووس و «ارشاد» مفید و امثال اینها - نه چیزهای من‌درآوردی - واقعه‌خوانی و روزه‌خوانی شود. در خلال روزه‌خوانی، سخنرانی، مدّاحی، شعرهای مصیبت، خواندن نوحه سینه‌زنی و در خلال سخنرانیهای آموزنده، ماجرا و هدف امام حسین علیه‌السلام. یعنی همان هدفی که در کلمات خود آن بزرگوار هست که: «وانی لم اخرج اشراً و لا بطراً و لا ظالماً و لا مفسداً، و اما خرجت لطلب الاصلاح فی امه جدی»^۱، بیان شود. این، یک سرفصل است. عباراتی از قبیل «ایها الناس، ان رسول الله، صلی الله علیه و آله و سلم، قال: من رأى سلطاناً جائراً، مستحلاً لحرم الله، ناكثاً لعهد الله...، فلم یغیر علیه بفعل و لا قول، كان حقاً علی الله ان یدخله مدخله»^۲ و «من كان بادلاً فی نامهجه و موطناً علی لقاء الله نفسه فلیرحل معنا»^۳، هر کدام یک درس و سرفصلند.

بحث لقاء الله و ملاقات با خداست. هدف آفرینش بشر و هدف «اتک کادح الی ربک کدحاً»^۴ - همه این تلاشها و زحمتهای - همین است که «فملاقیه»: ملاقات کند. اگر کسی موطن در لقاء الله است و بر لقاء الله توطین نفس کرده است، «فلیرح معنا»: باید با حسین راه بیفتد. نمیشود توی خانه نشست. نمیشود به دنیا و تمتعات دنیا چسبید و از راه حسین غافل شد. باید راه بیفتیم. این راه افتادن از درون و از نفس ما، با تهذیب نفس شروع میشود و به سطح جامعه و جهان میکشد. اینها باید بیان شود. اینها هدفهای امام حسین است. اینها خلاصه‌گیریه‌ها و جمع‌بندیهای نهضت حسینی است.

🕌 فراموش‌نشدن هدف امام حسین در بحث

جمع‌بندی نهضت حسینی علیه‌السلام این است که یک روز امام حسین علیه‌السلام در حالی که همه دنیا در زیر سیطره ظلمات ظلم و جور پوشیده و محکوم بود و هیچ کس جرأت نداشت

۱. مقتل مرقم: ص ۱۳۹. جزء عاشر بحار از مقتل محمد بن ابیطالب موسوی

۲. تاریخ طبری: ج ۴ ص ۳۰۴. کامل ابن ایثر: ج ۳ ص ۲۸۰

۳. بحار الانوار: ج ۴۴، ص ۳۶۷

۴. انشاق: ۶

حقیقت را بیان کند - فضا، زمین و زمان سیاه و ظلمانی بود - قیام کرد. شما نگاه کنید، ببینید: «ابن عباس» با امام حسین نیامد. «عبدالله بن جعفر» با امام حسین نیامد. عزیزان من! معنای این، چیست؟ این نشان نمیدهد که دنیا در چه وضعی بود؟ در چنین وضعیتی، امام حسین تک و تنها بود. البته چند ده نفری دور و بر آن حضرت ماندند؛ اما اگر نمی ماندند هم، آن حضرت می ایستاد. مگر غیر از این است؟! فرض کنیم شب عاشورا، وقتی حضرت فرمود که «من بیعتم را برداشتم؛ بروید.» همه میرفتند. ابوالفضل و علی اکبر هم میرفتند و حضرت تنها میماند. روز عاشورا چه میشد؟ حضرت برمیگشت، یا می ایستاد و میجنگید؟ در زمان ما، یک نفر پیدا شد که گفت «اگر من تنها بمانم و همه دنیا در مقابل من باشند، از راهم برنمی گردم.» آن شخص، امام ما بود که عمل کرد و راست گفت. «صدقوا ما عاهدوا الله عليه.»^۵ لقلقه زبان را که - خوب همه داریم. دیدید، یک انسان حسینی و عاشورایی چه کرد؟ خوب؛ اگر همه ما عاشورایی باشیم، حرکت دنیا به سمت صلاح، سریع، و زمینه ظهور ولی مطلق حق، فراهم خواهد شد. باید این مفاد برای مردم بیان شود. فراموش نکنید که هدف امام حسین بیان شود. حالا ممکن است انسان یک حدیث اخلاقیای هم - به فرض - بخواند، یا سیاست کشور یا دنیا را تشریح کند. اینها لازم است؛ اما در خلال سخن، حتماً طوری صحبت شود که تصریحاً، تلویحاً، مستقلاً و ضمناً، ماجرای عاشورا تبیین شود و مکتوم و مخفی نماند. این، مطلب اول بود.

🌟 بیان حقایق اسلامی در منبر

مطلب دوم این که، از این فرصت استفاده شود و همان طور که خود حسین بن علی علیه السلام به برکت جهادش، اسلام را زنده کرد (اسلام، در حقیقت زنده شده و آزاد شده خون و قیام حسین بن علی است) امروز هم شما به انگیزه یاد، نام و منبر آن بزرگوار، حقایق اسلامی را بیان کنید؛ قرآن و حدیث را معرفی کنید؛ نهج البلاغه را برای مردم بخوانید؛ حقایق اسلامی، از جمله همین حقیقت مبارکی را که امروز در حکومت حق، یعنی نظام علوی، ولوی و نبوی جمهوری اسلامی، تجسد پیدا کرده است برای مردم بیان کنید. این، جزو بالاترین معارف اسلامی است. خیال نکنند که میشود اسلام را تبیین کرد و از حاکمیت اسلام - که امروز در این مرز و بوم متجسد شده است - غافل ماند و آن را مغفول عنه گذاشت. این، توصیه ما به شما عزیزان است.

🌟 تشبیه طلاب به نحل

بحمدالله همه برکات در وجود آقایان محترم، بزرگان؛ بخصوص طلاب جوان، پرشور، مؤمن و فاضل، وجود دارد. در روز اول هم که همین طبقه، این نهضت را گسترش دادند، و با استفاده از



آن حدیث شریف، اصحابشان را به نحل تشبیه کردند، این آیه در مقابل چشم انسان مجسم میشد که «و اوحی ربک الی التحل ان اتخذی من الجبال بیوتاً و من الشجر و مما یرشون. ثم کلی من کل الثمرات فاسلکی سبل ربک.» (۶) حقایق را می‌مکیدند و عسل ناب را به تشنگان حقیقت میدادند، که «فیه شفاء للناس» (۷). امروز هم همین است. امروز هم طلاب، فضلا و مبلغین جوان، با بهره‌گیری از تجربه‌های اساتید و بزرگان این فنون، کوله‌بار خودشان را محکم کنند و به امید خدا، برای خدا، در راه خدا و با قصد قربت، بروند و این حقایق را در همه جای کشور، در اقطار این کشور، در اقطار عالم، با زبان مناسب بیان کنند.



تبلیغ، اولین وظیفه عالم دینی

- تبلیغ، سنت پایدار جامعه شیعی
- فرق اساسی در تبلیغ شیعیان و دیگران
- برکات سنت هزار ساله تبیلیغ
- دوران سخت تبلیغ مبلغان
- تبلیغ، اولین وظیفه عالم دینی
- سطوح مختلف تبلیغ
- مبلغ دین، عالم انتخاب شده
- عالم با عمل بودن مبلغ
- صدق در گفتار مبلغ
- عذری که از مبلغان پذیرفته نیست
- تعلیم و فراگیری فن تبلیغ
- کارهایی که حوزه باید برای تبلیغ انجام دهد
- پرداختن جامعه تبلیغ به صورت یک کار اصلی و حقیقی به تبلیغ

تبلیغ، اولین وظیفه عالم دینی*

تبلیغ، سنت پایدار جامعه شیعی

تبلیغ دین مخصوص ماه رمضان نیست؛ لیکن ماه رمضان، ماه برکت و رحمت است و تبلیغ هم یکی از برکات الهی است و اگر کسانی بتوانند در این ماه، دین خدا و راه زندگی مردم را به شکل صحیحی تبلیغ کنند، یقیناً از برکات الهی محسوب خواهد شد. به همین خاطر، جای آن است که مسؤولان و دست‌اندرکاران امر تبلیغ در همه جا - بخصوص در حوزه‌های علمیّه - به این سنت پایدار جامعه شیعی، توجه ویژه‌ای کنند.

فرق اساسی در تبلیغ شیعیان و دیگران

یک فرق اساسی بین تبلیغ در میان شیعیان و روحانیت شیعه و غیر آن وجود دارد و آن این است که تبلیغ دین به وسیله روحانیت، یک وظیفه مقرر دولتی و یک مأموریت رسمی و خشک نیست؛ بلکه در آن انگیزه‌های شخصی و از جمله انگیزه‌های معنوی و الهی و همچنین سلايق نقش دارد. این، از جهتی نقطه قوت است. در بقیه ادیان و مذاهب هم، تبلیغ وجود دارد و گاهی تبلیغ به شکلی است که ما باید در حرکت تکمیلی امر تبلیغ خود، از آنها فراگیریم و کارمان را تکمیل کنیم.

در عین حال، جوهر کار در میان ما روحانیت شیعه، یک جوهر ویژه است. احساس تکلیف الهی، بیشتر موجب میشود که کسی اقدام به تبلیغ کند. نه این که انگیزه‌های مادی وجود ندارد، یا مثلاً وظیفه الهی با بعضی انگیزه‌های مادی برای مبلغ منافات دارد؛ این

طور نیست. نفس این که یک نفر روحانی با اختیار خود به امر تبلیغ اقدام میکند و اگر اهل اخلاص و تقرب به خدا و توجه به منافع معنوی تبلیغ باشد، جلو او میدان کار باز میشود، مهم است. این فرصت قابل توجهی است که در اختیار ماست.

برکات سنت هزار ساله تبلیغ

به هر حال، این یک سنت هزار ساله است و اگر دوران قبل از هزار سالی که حوزه‌های علمیه و جامعه روحانیت شیعه تشکیل شده است، مورد مطالعه قرار گیرد، در آن زمان هم ما در میان برجستگان و زیدگان علمی شیعه، تبلیغ را مشاهده میکنیم؛ لیکن آنچه که روشن و مدون است و میتوانیم با نام و نشان از آن یاد کنیم؛ همین مدتی است که حوزه‌های علمیه به وجود آمد. در زمان سید مرتضی (رضوان الله علیه) و شیخ طوسی (رحمة الله تعالی) فقها و علمای بزرگی از حوزه بغداد و سپس حوزه نجف آن روز، به مناطق مختلف اسلامی اعزام میشدند و برای تبلیغ و بیان احکام، در آن جاها سکونت میکردند. بزرگانی که در منطقه حلب و شامات ساکن بودند و در سطح عالی علمی قرار داشتند و از مجتهدین بزرگ محسوب میشدند و آثار علمی آنها تا امروز مورد استفاده است، در حقیقت از برکات اعزامهای همین بزرگانند که مبلغین را از نجف و بغداد به آن دیار اعزام کردند.

دوران سخت تبلیغ مبلغان

البته در این مدت، شیعه و علمای آنها دوران مختلفی را طی کردند و دوران تقيه‌های سخت و شدت عملهای فراوان از طرف حکام جائر زمان را پشت سر گذاشتند. یک وقتی بوده است که اگر دعوات و مبلغین شیعه را در جامعه آن روز و در بسیاری از شهرهای همین کشور فعلی ما پیدا میکردند، برای آنها سخت‌ترین مجازات را در نظر میگرفتند؛ لیکن تبلیغ متوقف نشد. اگر برادران عزیز مقداری به تاریخ مراجعه کنند، برای فهمیدن موقعیت فعلی بسیار لازم است و کمک میکند که بفهمیم امروز مبلغین اسلام در کجا قرار گرفته‌اند و در چه موقعیتی هستند. سخت‌ترین مجازاتها برای مبلغین - بخصوص مبلغین مهاجر که برای تبلیغ و بیان احکام و فقه جعفری و حقایق قرآن به شهرهای مختلف میرفتند - بود. آنها با چه تقيه‌هایی زندگی میکردند و چه فشارهایی بر آنها وارد میشد؛ لیکن رشته‌ی تبلیغ متوقف نماند و منقطع نشد.

تبلیغ، اولین وظیفه عالم دینی

این را از آن جهت میخواهم بگویم که امروز علمایی که مشغول تحصیل علم دین و حقایق



دینی هستند و نیز فضلالی حوزه‌ها و علمای شهرستانها توجه کنند که اولین وظیفه عالم دینی تبلیغ است و علم دین برای تبلیغ است. درست است که تربیت عالم و مبلغ، به بزرگان و متخصصینی احتیاج دارد که در نقطه‌ای بنشینند و شاگردان و فضلا و طلاب از آنها استفاده کنند و توقعی نیست که آنها با طبقات مختلف مردم مواجه شوند. کار آنها در واقع تربیت مبلغ و عالم و متخصص است - این در جای خود درست و قابل قبول است - لیکن وقتی انسان با نگاه کلی به علمای دین نگاه میکند، آن عده متخصص پرور، عده کمی خواهند بود.

📌 سطوح مختلف تبلیغ

اساس کار در بین علمای شیعه، عبارت از تبلیغ و رساندن حقایق دین است. البته این کار، سطوح مختلفی دارد: یک سطح، سطح عامه مردم است. سطح دیگر مربوط به کسانی است که تا حدودی از معرفت و آگاهی برخوردارند. یک سطح هم مربوط به زبندگان جامعه است؛ افرادی که اگر چه در علم دین آگاهی و معرفتی ندارند؛ ولی در رشته‌های علوم دیگر یا فنون مختلف زندگی، اشخاص برجسته‌ای محسوب میشوند و داری ذهن و قیاد و هوش سرشار و تجربه و آگاهی و معرفتند. اینها هم جزو مخاطبین مبلغین دین به شمار می‌آیند. اینها هم احتیاج دارند که برایشان دین بیان شود. پس در یک نگاه کلی، مبلغ دین با قشرهای مختلفی مواجه است و فقط با طبقه عامی محض رو به رو نیست؛ بلکه با افرادی که تا حدود زیادی از معرفت و علم و دانش و تجربه برخوردار هستند نیز مواجه میشود. این مطلب قابل توجهی است که اساس و ملاک تصمیم‌گیری میشود.

📌 مبلغ دین، عالم انتخاب شده

نکته دوم این است که مبلغ دین، عالم انتخاب شده است و تبلیغ دین جزو وظایف علمای دین است. آیا میشد بگوییم که افراد غیر عالم، تبلیغ دین را انجام دهند؟ نه. تبلیغ دین وظیفه عالم است. کسانی که میخواهند تبلیغ دین کنند، باید از علم دین - در حدی که مورد نیاز آنهاست - برخوردار باشند. معنای این حرف، این است که مبلغ دین باید در هر سطحی که مخاطبین خود را مشاهده میکند، برای بالا بردن آنها از آن سطح، همت بگمارد و باقی ماندن مخاطبین خود را در یک نقطه، تحمل نکند. اساس کار تبلیغ، بر پیش بردن مخاطب است. باید آنها را آگاه کرد و ترقی و رشد فکری داد و در جهت آگاهی دینی و تقرّب به پروردگار و کمالات نفسانی پیش برد؛ مثل شاگردی که انسان او را روز به روز تربیت میکند و پیش میبرد.

عالم با عمل بودن مبلغ

نکته سوم هم مطلبی است که بارها گفته شده است و بزرگان گفته‌اند و امام (رضوان الله علیه) نیز مکرر بر آن تکیه کرده‌اند. همه، این مطلب را گفته‌ایم و خود من هم بیش از همه به فهم این مطلب محتاجم. مبلغ دین و مبین معارف دینی، باید به زبان اکتفا نکند؛ بلکه عمل او هم باید ایمان و اخلاص و صفایش را در بیان این حقیقت برای مخاطب ثابت کند و نشان دهد. این که مشاهده میکنید در هر کاری که علمای دین پیشگام باشند، مردم پاسخ مثبت میدهند و اجابت میکنند و جمع میشوند و عمل میکنند - چه جبهه باشد، چه امر سیاست و چه خود انقلاب - به خاطر این است که این لباس و شغل و زنی، به خاطر عمل اخیار و نیکانی که قبل از ما بوده‌اند، توانسته است ایمان مردم را به خود متوجه و جلب کند. این، اخلاص علمای گذشته و بزرگان ماست و سرمایه ارزشمندی محسوب میشود. باید این را حفظ کنیم. وقتی علمای دین، چنین ایمان و اخلاصی را از خود نشان میدهند و عملاً برای مردم ثابت میکنند، کار هدایت آنها را آسان میسازند.

صدق در گفتار مبلغ

مردم، راه خدا را پیدا میکنند. این، برای کسی که بتواند مردم را به راه خدا بکشانند، چقدر اجر و ثواب دارد! این، متوقف به عمل و صدق در گفتار است. در تأثیر خارجی کارها نیز همین طور است. انسان اگر صادق باشد، حرف و کار و راه او، در عالم واقع و خارج برکت پیدا میکند. صدق یک ملت و یک امت، میتواند آنها را در میدانهای گوناگون پیروز کند. امام بزرگوار ما در راه خود صادق بودند که توانستند ایمان مردم را جلب کنند و مردم نیز صادق بودند که توانستند نهضت را به این جا برسانند، و الا اگر آن صدق و صفا و ایمان نمیبود، این نهضت محکوم به شکست میشد. امیرالمؤمنین علیه الصلاة والسلام فرمود: «فلما رأى الله صدقنا انزل بعدونا الكبت و انزل علينا النصر... (۱)». در صدر اسلام نیز این طور بوده است. صدق لازم است. صدق یعنی این که گفتار انسان به وسیله عمل و کردارش تأیید شود. اگر ما مردم را به بیرغبتی به زخارف دنیا دعوت میکنیم، باید این معنا در عمل خود ما هم دیده شود. اگر ما مردم را به تلاش بیمزد و منت - در آن جایی که نظام احتیاج دارد - دعوت میکنیم، خود ما هم آن جایی که احساس میکنیم نظام و کشور اسلامی به تلاش ما نیازمند است، بدون دغدغه آن نیاز را برطرف کنیم و منتی بر کسی نگذاریم. اینها مواردی است که تبلیغ را مؤثر میکند.

عذری که از مبلغان پذیرفته نیست

یک نکته دیگر هم در باب تبلیغ مطرح میکنم که قبلاً آن را به فضلا و زبدگان قم نیز عرض کرده‌ام. عزیزان من! امروز دوران حاکمیت اسلام است و اگر یک جای کارمان لنگ باشد، هیچ عذری از ما پذیرفته نیست. در زمان طاغوت و حاکمیت کفر، میگفتیم وسایل و ابزار در اختیار ما نیست؛ ولی امروز علمای دین و روحانیون، نمیتوانند این حرف را بزنند. امروز، اگر جامعه علمی و دینی - یعنی همین جامعه روحانیت و علمای دین - به آنچه که نیاز زمان و کشور و جامعه و جهان اسلام است، کما هو حقه عمل نکنند، عذری پیش خدای متعال و تاریخ ندارند. در ذهن آیندگان، سؤال جدی خواهد بود. به همین خاطر به این چیزها باید توجه کنیم و اقدام لازم را انجام دهیم. البته، شاید هر فردی از افراد، قادر بر اقدام نباشد؛ اما وقتی مجموعه و همه آحاد بخواهند، میشود اقدام کرد و ممکن نیست انجام نگیرد. عمده این است که همه بخواهند این طور شود.

تعلیم و فراگیری فن تبلیغ

آن نکته‌ای که در قم مطرح کردم و امروز به شما هم عرض میکنم، این است که تبلیغ یک فن است و به تعلیم و فراگیری احتیاج دارد. همچنین نیاز دارد که نو به نو و روز به روز، ضرورتها و لوازم آن به مبلغین ارائه شود. اینها چیزهایی است که لازم است. جامعه تبلیغی باید بتواند کار خود را درست انجام دهد. باید فن تبلیغ را آموخت. باید کسانی این فن را یاد بگیرند و تعلیم دهند و تکمیل کنند. علاوه بر این - همان طور که عرض شد - نیازهای روز به روز تبلیغ و مبلغ، باید در اختیار آنها قرار گیرد.

ما امروز چه چیزی را به مردم بگوییم؟ در کجا چه مطلبی دارای اولویت است؟ بعضی از مسائل دینی، عمومی است و باید در سطح عموم به همه گفته شود؛ مثل اخلاقیات و معارف دینی و سیاسی که همه به آن احتیاج دارند؛ یا مسائل مربوط به نظام و یا مسائل موسمی مانند انتخابات که هر جا مبلغ میرود، باید مردم را به اهمیت انتخابات آشنا کند و تفهیم نماید که این یک وظیفه و ضرورت است. اینها متعلق به همه جای کشور است و مخصوص قشر و محلّ معینی نیست؛ لیکن بعضی از موضوعات متعلق به بعضی از جاهاست؛ مثلاً در محیط روشنفکران و جوانان و دانشجویان، چیزهایی مورد نیاز است که شاید در جای دیگر مورد نیاز نباشد و باید کسی باشد که آنها را بیان کند.

کارهایی که حوزه باید برای تبلیغ انجام دهد

بنابراین اولاً، مرکزی برای آموزش تبلیغ لازم و واجب است. خود حوزه باید این کار را

بکند و دیگران نه میتوانند و نه بعضی جاها امین هستند. این کار، کار حوزه است و باید در خود قم و یا در شهر دیگری راه‌اندازی شود. ثانیاً، موضوعات عمومی برای همه جا تدوین شود و جمعی از فضلا و بزرگان و علما و افراد برجسته و صاحب نظر بنشینند و موضوعات مهم را تعیین و تدوین کنند - نه این که هر کسی بیاید کتابی فراهم کند - تا هر مبلغی حداقل بداند آنچه که باید در اختیار مخاطبین بگذارد، چه چیزهایی است. بعضی از معارف، قدیمی - نه منسوخ - است. حرفه‌هایی بود که اگر سی سال قبل برای جوامع ویژه متدین گفته میشد، حرفه‌های تازه‌ای بود؛ ولی امروز این حرفه‌ها دیگر تازه نیست. همه میدانند باید حرفه‌های مهم و جدید را جستجو و بیان کرد. البته تکرار آنچه که مخاطبین میدانند، در مواردی لازم است؛ زیرا چیزهایی وجود دارد که باید تکرار شود، ولی چیزهایی هم هست که تکرارش مُمَلَّ است. پس باید مجموعه‌هایی باشد که سطح لازم برای معارف را به مبلغ نشان دهد. شما ببینید مثلاً کتاب تعلیمات دینی که در مدارس و دانشگاهها تدریس میشود، چه مفاهیمی را بیان میکند؟ مبلغ دین، آن جایی که با چنان مخاطبی مواجه است، سطح مطلب دینیش نباید از آن پایینتر باشد؛ بلکه باید از آن راقیتر و برجسته‌تر باشد تا بتواند او را هدایت کند و پیش ببرد.

نیاز دیگر، نشریه برای تبلیغ است. این نشریه باید به وسیله افراد صاحب نظر و از روی احساس مسؤولیت و معرفت و دانش - نه به عنوان از سر باز کردن - منتشر شود. حالا محلّ این طور بحثها، این جا هم نیست؛ باید جلساتی مخصوص این گونه بحثها تشکیل شود تا ببینیم چه لازم است و چه لازم نیست. عزیزان من! اگر این کارها شد، حقیقت درخشنده‌ای که در اختیار شماست به طور طبیعی حداقل فضای جهان اسلام را روشن خواهد کرد. دشمن هم هیچ کار نمیتواند بکند. وقتی خلأ نبود و پاسخ فکری به طور مناسب داده شد و معضلات ذهن مخاطبین به شکل حکیمانه‌ای حل گردید و گره‌ها باز شد، دشمن چه کار میتواند بکند؟ تبلیغ دشمن چه تأثیری میتواند ببخشد؟ حرف درست این جاست. وقتی خلأ بود، دشمن همه کار میتواند بکند و در خانه ما هم میتواند نفوذ کند و جوانان ما را ببرد و بعد ما باید بدویم تا به او برسیم. نباید بگذارید چنین وضعی پیش آید.

❁ پرداختن جامعه تبلیغ به صورت یک کار اصلی و حقیقی به تبلیغ

بنابراین، غیر از مطالبی که به طور معمول همیشه در این مجامع گفته میشود؛ من مصرّم که جامعه تبلیغی ما باید به تبلیغ به صورت یک کار اصلی و حقیقی و لازمه قطعی علم دین نگاه کند. جامعه علمی دینی - یعنی روحانیت - اولین وظیفه‌اش تبلیغ

است. تبلیغ یک وظیفه درجه دوم مخصوصِ عده‌ای خاص از روحانیون نیست. شرایط و لوازم و نیازها و تلاشهایی احتیاج دارد. کسانی که اهل این کارند، باید دامن همت به کمر بزنند و آستینها را بالا کنند و این حرکت را انجام دهند. امروز نظام اسلامی، پشتیبان این گونه حرکتهاست. علمای محترم دین، ائمه محترم جماعات و آبرومندان محترم در هر جا که هستند، از این گونه حرکت حمایت کنند و آن را تأیید نمایند.



اساس تبليغ در دوران حاکمیت اسلام

- تفاوت تبليغ در دوران حاکمیت اسلام
- بیان احکام فقهی و اخلاق در دوران حاکمیت اسلام
- تفاوت تبليغ در قبل و بعد از حکومت اسلامی
- مسئولیت مضاعف مبلغان دین در دوران حکومت اسلامی
- بیشترین حمله به اصول فکری سیاسی نظام جمهوری بعد از انقلاب
- آگاهی از سیاست برای امر تبليغ

اساس تبلیغ در دوران حاکمیت اسلام*

البته اهمیت ماه محرم و آنچه در این ماه انجام میگیرد، آنقدر هست که به خاطر آن، اجتماعی تشکیل شود و درباره مسائل مربوط به آن، گفتگو صورت گیرد. ان شاء الله در آینده، خیلی بجا و خوب است که قبل از ایام تبلیغ ماه محرم، هماهنگیها و همفکریهای فراوانی در جهات مختلف، برای انتخاب موضوعات و کیفیت تبلیغ و وظایف مهمتی که در ماه محرم هست، انجام شود. ما هم امروز به قدر وسع، چند کلمه‌ای عرض میکنیم:

تفاوت تبلیغ در دوران حاکمیت سلام

در قضیه محرم - که در تاریخ اسلام، از همه جهت قضیه نمونه و بینظیری است - یک جهت بارز، همین قضیه تبلیغ است. فرصتی است برای این که به برکت خون مطهر و نابحق ریخته حسین بن علی علیه الصلاة والسلام و اصحاب و خانواده آن بزرگوار و واقعه مظلومانه آنها، مردم نسبت به حقایق آن دینی که این دم‌مطهره به پاس آن ریخته شد، آشنا و آگاه شوند. این هم یکی از برکات ماندگار حادثه کربلاست و باید آن را قدر دانست.

چند صد سال است که در ایران و شاید در بقیه نقاط پیرو مذهب اهل بیت در عالم، سنت تبلیغ در ماه مهم محرم جاری است. تبلیغ در دورانی که حاکمیت اسلام نیست، یک تفاوت اساسی با تبلیغ در دوران حاکمیت اسلام دارد. در دوران حاکمیت اسلام، تبلیغ هر بخشی از دین، میتواند درست در جای خود واقع شود؛ یعنی بیان یک بخش از مجموعه‌ای که برای اداره زندگی مردم لازم است. در حالی که وقتی حاکمیت اسلام وجود ندارد، این طور نیست؛ بخشها

از هم جداست، به هم بی‌ارتباط است و همه مجموعه، کامل نیست.

🕌 بیان احکام فقهی و اخلاق در دوران حاکمیت اسلام

فرضاً اگر کسی درباره احکام فقهی در دوره حاکمیت اسلام کار میکند، آن احکام را دوگونه میتواند مورد مطالعه و ملاحظه قرار دهد: یک طور احکام فقهی مربوط به اداره یک فرد، منهای این که این فرد در کجای عالم زندگی میکند. یک وقت هم انسان همین حکم فقهی را به عنوان بخشی کوچک یا بزرگ از چگونگی اداره یک جامعه بررسی میکند. اینها با هم متفاوت است. حتی در استنباط حکم فقهی هم تفاوت‌هایی به وجود می‌آید؛ حتی در مسأله طهارت و نجاست؛ حتی در مسائل شخصی. یک وقت به عنوان جزئی از مجموعه اداره کننده فرد و جامعه در حاکمیت اسلام مطرح میشود؛ یک وقت هم نه، مجرد از مجموعه اسلام و فقط به عنوان یک حکم که برای یک فرد مطرح است، می‌باشد. ای کاش فضایی روشن بین بنشینند، تفصیل این تفاوتها را برای پژوهشگران خود حوزه‌های علمیه تشریح کنند.

مسأله اخلاق نیز همین طور است. مثلاً راجع به گذشت و صبر حرف می‌زنیم. یک وقت یک مسأله شخصی محض است و به عنوان اخلاق اسلامی و یک دستور اخلاقی و روحی صرفاً فردی، یک ارزش مطرح میشود: در مقابل مصائب صبر کنیم. این، یک طور است. یک وقت هم صبر در سطح جامعه‌ای که با انواع مشکلات و فشارها و موانع و عوائق در کار و راه خود مواجه است، مطرح میشود: باید افراد در قبال این موانع و این شداید، صبر بورزند. در این جا، صبر یک طور دیگر مطرح میشود. حقیقت صبر یک چیز است؛ چگونگی طرح قضیه مهم است.

🕌 تفاوت تبلیغ در قبل و بعد از حکومت اسلامی

اساس فرق بین دوگونه تبلیغ که عرض کردیم، این است که در دوران حاکمیت اسلام، دین عبارت از مجموعه مسائل زندگی است که سیاست هم جزو آن است، اداره حکومت هم جزو آن است، مسائل ارتباطات خارجی و موضع‌گیری‌های مسلمانان در مقابل جناح‌های مختلف دنیا هم جزو آن است، مسائل اقتصادی هم جزو همین مجموعه است، ارتباط اشخاص با یکدیگر و رعایت اخلاق در امور مختلف زندگی هم جزو آن است. دین، یک مجموعه است که شامل مسائل شخصی و فردی، مسائل اجتماعی، مسائلی که دست‌جمعی باید انجام گیرد، مسائلی که ولو اجتماعی است، ولی یک یک افراد میتوانند آن را انجام دهند و مسائلی که مربوط به سرنوشت دنیا یا سرنوشت آن کشور است، میشود. وقتی که میخواهیم تبلیغ کنیم، یعنی تبلیغ همه اینها. ببینید این تبلیغ، با نوع تبلیغی که ما در گذشته قبل از اقامه حکومت حق و حکومت الهی می‌کردیم، چقدر متفاوت است. آن روز کافی بود ما همین موضوعی را که

میخواهیم تبلیغ کنیم، درست بلد باشیم؛ آن گاه یک مبلغ خوب میشدیم. امروز اگر جهان، یا لاقبل جامعه خود را درست شناسیم، هر چه هم که آن موضوع را خوب بلد باشیم، نمیتوانیم یک مبلغ خوب باشیم. باید بفهمیم این حرفی که ما میزنیم، به کجا ارتباط پیدا میکند؛ چه جناحی را در سطح جهان - نه در سطح کشور - تقویت میکند، چه جناحی را تضعیف میکند. مثل یک جبهه نبرد. یک وقت یک نفر انسان، با دشمنی مواجه میشود و میخواهد از خودش دفاع کند. این، یک طور دفاع است. یک وقت هم انسان در مجموع یک جبهه چند کیلومتری در سنگری قرار گرفته است و میخواهد دفاع کند. این دفاع، طور دیگر است. یک وقت باید به مصلحت جلو رفت، یک وقت هم باید به مصلحت عقب آمد. یک وقت انسان خیال میکند که در حال حمله به دشمن است؛ اما ناگهان میبیند که به خودی تیراندازی میکند!

مسئولیت مضاعف مبلغان دین در دوران حکومت اسلامی

از اول تشکیل این نظام تا امروز، بعضی از افراد بودند و هستند که در گوشه و کنار مینشینند و زبان انتقادشان مرتب روی این نظام و حقایق آن باز است. اشتباه اساسی آنها این است که مثل کسانی هستند که در سنگرهای خود، خوابشان برده است؛ بعد که از اطراف جبهه پیشرفتهایی صورت گرفته است و عده‌ای رفته‌اند مواضع دشمن را آن جلو جلوها گرفته‌اند، این آقا حالا از خواب پا شده است و آن جایی را که خودیها گرفته‌اند، زیر رگبار میگیرد؛ به خیال آن که دشمن آن جاست! آن جا، خودیها نیستند؛ اما این آقا خواب بوده و خبر ندارد! خواب ماندن در مسائل سیاسی، گاهی این طور نتایج میدهد. تبلیغ، این قدر اهمیت پیدا میکند.

گاهی شنیده میشود که در گوشه و کنار، کسانی اظهاراتی میکنند و حرفهایی میزنند و بدون توجه، به جایی ضربه وارد میکنند. این، بر اثر عدم توجه به وضع و محاذات سیاسی دنیا و وضع و محاذات دوست و دشمن است. نمیدانند که جبهه خودی کجاست، جبهه دشمن کجاست. کافی نیست که ما چهارتا مسأله یاد بگیریم و بخواهیم آنها را بگوییم. گاهی بیان یک مسأله، شیوه خاصی دارد که اگر آن شیوه رعایت نشود، ممکن است ضربه وارد بیاید. باید هوشیار بود. این، خصوصیت فضای اقامه دولت حق است. در فضایی که دولت حق قائم است، همه اهل حق، مسئولیتشان مضاعف میشود. وقتی که دولت و نظام اجتماعی بر اساس دین است، مسئولیت مبلغان دین مضاعف میشود. اساس همه اینها هم - همان طور که عرض کردیم - این است که دین و سیاست از هم منفک نیستند.

بیشترین حمله به اصول فکری سیاسی نظام جمهوری بعد از انقلاب

به اعتقاد من، این بزرگترین فصل مربوط به نظام سیاسی اسلام است که امام بزرگوار و

عظیم الشان ما ابداع کرد. سالها، بلکه قرنهای متمادی، قدرتمندان و زمامداران ناحق و غیرعادل عالم سعی کردند دین را - که هر جا هست، حکم به حق و عدل میکند و با کسی مماشات نمیکند - از دخالت در امور خودشان پس بزنند. قرنهای متمادی سعی کردند اثبات کنند که دین از سیاست جداست؛ چرا دین را با سیاست مخلوط میکنید؟ بروید دین خودتان را تبلیغ کنید! حرفهای ظاهر فریبی هم مطرح میکردند: دین، اشرف از این است که وارد میدان سیاست آلوده شود! بله؛ سیاستی که از دین جدا باشد، آلوده است؛ اما سیاست دینی به همان اندازه مقدّس است که عبادت دینی.

بعد از انقلاب تا امروز، شاید بیشترین حمله‌ای که به اصول فکری سیاسی نظام جمهوری اسلامی شده است، حمله به همین «عدم انفکاک دین از سیاست» است. همه جای دنیا به این حمله کردند؛ امروز هم حمله میکنند. امروز کسانی در اطراف دنیا نشسته‌اند، کتاب مینویسند، مقاله مینویسند، به زبانهای مختلف و در محیطهای دور از ایران و در همه جای جهان، گفتار تلویزیونی ارائه میکنند؛ برای این که ثابت کنند دین از سیاست جداست. سبحان الله! این قضیه «عدم انفکاک دین از سیاست»، در شکستن هیمنه قدرتهای ظالم و ناحق، چقدر نقش عظیمی دارد که رهاش نمیکند! روز به روز علیه قضیه «عدم انفکاک دین از سیاست» حرف گفته میشود، مطلب نوشته میشود. البته عده‌ای هم در داخل، گاهی مثل طوطی - که بیتوجه، چیزهایی را تکرار میکند - مانند همان حرفها را تکرار میکنند. البته بعضی هم اصلاً دلشان با بیگانگان است و دین را با کلیت خودش قبول ندارند!

آگاهی از سیاست برای امر تبلیغ

در آن سالهای ریاست جمهوری که برای شرکت در یک اجتماع جهانی، میخواستیم به یک کشور خارجی سفر کنم، سخنرانای فراهم کرده بودم و طبق معمول، خدمت امام ارائه کردم که ایشان نظر بدهند. ایشان در حاشیه یادداشت کردند که راجع به «عدم انفکاک دین از سیاست» هم در این سخنرانی مطلبی بگنجانید. من اولش قدری تعجب کردم که این قضیه «عدم انفکاک دین از سیاست»، چه ارتباطی میتواند با سران کشورها - مثلاً صد کشور غیر مسلمان - داشته باشد؟ در عین حال، چون امام دستور داده بودند، نشستیم چند صفحه نوشتیم. وقتی وارد مطلب شدم، تأمل کردم و دیدم که نه، درست همین است. جای این بحث، در منبرهای عظیم جهانی است. چرا؟ چون علیه این بحث، در منبرهای جهانی کار میشود. بعد هم به آن جا رفتیم و آن بحث را القا کردیم و بسیار هم در نفوس مؤثر واقع شد و اهمیت این حرف آشکار گردید. این عدم تفکیک دین از سیاست، روشن‌بینی آن مرد بزرگ را میرساند. وقتی که به عدم تفکیک دین از سیاست قائل هستید، پس اهل دین باید سیاست را بشناسند

و آن را بفهمند و در آن جایی که میدان کار سیاسی است، فعال باشند و در آن جایی که میدان بیان احکام دینی محض است، آگاه از امر سیاسی و وضع سیاسی، آن را اعلام کنند. سیاست موجب نمیشود که انسان حکمی را کتمان کند. سیاست نباید موجب کتمان احکام الهی شود. نخیر؛ به عکس، سیاست موجب میشود که انسان، احکام و معارف الهی را طوری بیان کند که در نفوس مؤثر واقع شود و با توجه به همه جوانب ادا گردد. این، معنای آگاهی از سیاست برای امر تبلیغ است.



منشأ، هدف و روش سه رکن تبلیغ

- ❖ احتیاج همه به تصفیه باطنی
- ❖ فرصتی برای عروج معنوی
- ❖ استفاده حداکثری از فرصتها
- ❖ از دست ندادن فرصت تبلیغ
- ❖ ارکان تبلیغ:
- ❖ درس اخلاق بگویند
- ❖ پاسخ به استفهام‌های مخاطبان
- ❖ پاسخ به نیازهای مردم
- ❖ یکی از خدمات‌های دشمن به ما
- ❖ اهمیت دادن دشمن به مسئله اختلاف
- ❖ مبهم جلوه دادن آینده
- ❖ حاکم کردن یأس دلها
- ❖ نابود کردن ایمان مردم به ارزشها و پایه‌های انقلاب
- ❖ تبلیغ نقطه مقابل همه‌ی فعالیت‌های دشمن

منشأ، هدف و روش سه رکن تبلیغ *

🕌 احتیاج همه به تصفیه باطنی

برای من توفیق بزرگی است که در آستانه ماه مبارک رمضان، با جمع عزیزانی مانند شما ملاقاتی کنم. خصوصیت این جمع همین است که عمرشان، جوانیشان، نیروهایشان، به جای صرف در منافع و مصالح شخصی و جمع کردن و گردآوردن مطاع دنیوی برای خود، صرف اهداف والای دین و تبلیغ دین و تحکیم مبانی ایمان دینی در دلها میشود. این شرف بزرگی برای ملت ایران است که روحانیت اسلام در این کشور، حاوی مجموعه‌ای است که حقاً و انصافاً در مجموعه همه جمعها و سازمانهای روحانی در بین ادیان و مذاهب عالم، بینظیر است. ماه رمضان، ماه مبارکی است. برکات رمضان، از خود آحاد و افراد مسلمانی که میخواهند در ضیافت الهی در این ماه وارد شوند، شروع میشود؛ از دلها شروع میشود. اولین حقیقتی که تحت تأثیر برکات این ماه قرار میگیرد، دل و جان مؤمنین و روزه‌داران و وارد شوندگان به عتبه مقدس و مبارک این ماه است. از طرفی روزه این ماه، از طرفی تلاوت قرآن در این ماه و از طرفی انس با ادعیه‌ای که در این ماه وارد شده است، انسان را در معرض یک تزکیه و تهذیب و تصفیه باطنی قرار میدهد و ما همه به این تصفیه احتیاج داریم.

🕌 فرصتی برای عروج معنوی

علاوه بر این که هر فرد مسلمانی احتیاج دارد به این که در این ماه ذخیره تقوا و پرهیزکاری و تهذیب و تزکیه را برای خود فراهم کند، ما منسلکین در سلک روحانیت، بیشتر از دیگران به

این معنا احتیاج داریم. به قول آن عارف معروف^۱ که میگوید: «آب که از برکات الهی است، همه پلیدیها و ناپاکیها را از بین میبرد؛ هر جسمی که با آب تماس میگیرد، پاک میشود؛ ولی خود آب تحت تأثیر تماس با ناپاکیها و ناپاکیها، به تصفیه احتیاج پیدا میکند و خدای متعال در یک گردش طبیعی، آب را به بخار تبدیل میکند؛ به آسمان میبرد، از بالا مجدداً به صورت قطرات باران به زمین برمیگرداند، پلیدیها را از آن جدا میکند، آن را تصفیه میکند و باز به صورت ماء طهور در اختیار افراد انسان و سایر موجودات قرار میدهد.»

گوینده این سخن حکمت‌آمیز میگوید: «این جان شما، معارف شما، نصایح شما، بلکه خود قلب و روح شما، همان ماء طهوری است که ناپاکیها را از انسانها میزداید؛ اما خود این ماء طهور بتدریج به تصفیه و تزکیه احتیاج پیدا میکند و تزکیه و تصفیه آن، جز با یک عروج معنوی، جز با یک گردش معنوی به سمت علویات - که آن هم با ذکر و دعا حاصل خواهد شد - ممکن نمیشود.» با ذکر، با توجه، با توسل، با مناجات، با نافله، با تضرع در مقابل خداوند، با تفکر در آیات آفاقی و انفسی، این ماء طهور باز همان طهارت خود را به دست می‌آورد؛ آماده میشود تا باز هم با پلیدیها مواجه گردد و آنها را از جسم و جان بشر و عالم بزدايد. بنابراین، ماه رمضان فرصت این عروج معنوی است.

استفاده حداکثری از فرصتها

همیشه فرصت هست. ماه شعبان و ماه رجب نیز همین‌طور است. ایام دیگر سال هم برای انسانهایی که اهل ذکر و توجهند، همین‌طور است؛ «أَمَا تَنْذِرُ مَنْ اتَّبَعَ الذِّكْرَ»^۲. پیروی از ذکر - یعنی به یاد آوردن و توجه کردن - مایه نجات جان بشر است. در همه ایام سال، در همه شبها، در نیمه‌شبها، با تلاوت قرآن، با تدبیر در قرآن، با خواندن این دعاها، پُرمغز و عمیق و این لحن عاشقانه‌ای که در این دعاها هست - بخصوص ادعیه صحیفه مبارکه سجّادیه - میشود این تسویه باطن را به وجود آورد؛ ولی ماه رمضان یک فرصت استثنایی است. لیالی و ایام این ماه، هر ساعت و هر دقیقه‌اش برای انسان - بخصوص برای جوانان - یک فرصت است. شما فضایی جوان که بحمدالله جوانی خودتان را به توفیق الهی در خدمت دین و شریعت و تبلیغ قرار داده‌اید، خیلی باید بهره ببرید و از قبل از ورود در ماه رمضان، در همین روزهای معدودی که باقی مانده است، خودتان را آماده کنید. شما از امثال این بنده حقیر آماده‌تر هستید. هم از لحاظ روحی آماده‌ترید، هم گرفتاریهای کمتری دارید و هم از نورانیت بیشتری برخوردارید. این را قدر بدانید، مغتنم بشمارید و خودتان را باز هم هر چه بیشتر برای برداشتن بارهای سنگینتر و انجام بخشیدن به کارهای بزرگتر آماده کنید. هنوز این جامعه و این کشور و این دنیای بزرگ و این تاریخ، به تلاش شما - آن هم تلاش مقدّس و پاکیزه - خیلی احتیاج

۱. مقصود «مولانا» ست که در مثنوی به این مطلب پرداخته است.

۲. یس: ۱۱

دارد. بایستی از این فرصتها حداکثر استفاده را بکنید.

از دست ندادن فرصت تبلیغ

در زندگی شما عزیزان، یک عامل دیگر هم برای مبارک بودن این ماه وجود دارد و آن تبلیغ است، که اجتماع امروز ما هم به مناسبت تبلیغ است. تبلیغ به این شکلی که در میان ما معمول است، امر خیلی بدیعی است. حقیقتاً هیچکدام از روشهای تبلیغی، هنری، وسایل ارتباط جمعی و رسانه‌ها، جای این تبلیغ را نمیگیرد. نمیخواهم عرض کنم که این تبلیغ مغنی از آنهاست؛ لیکن آنها هم مغنی از این تبلیغ و از این سبک و این روش نیست.

این که انسانی روبه‌رو با مؤمنین در اجتماعات هرروزه یا هرشبه پی‌پی بنشیند و برای آنها با روشهایی که باید مورد توجه قرار گیرد به بیان معارف الهی را پردازد، نصیحت کند، اخلاق فاضله را برای آنها بشکافد، صراط مستقیم را در مقابلشان قرار دهد و آن را برایشان تبیین کند و میان گوینده و مخاطب، نفسها و نگاهها و دلها بر هم گره بخورد، این چیز بسیار با اهمیتی است. جامعه روحانیت و حوزه‌های مبارکه علمیه نباید این را به هیچ قیمت از دست بدهند. البته همین‌طور هم هست؛ هم طالب و فضلا و عاملان تبلیغ در این راه قدر این تبلیغ را میدانند، هم بزرگان تا سطح عالی مراجع معظم به این سبک تبلیغ اهمیت میدهند و باید هم اهمیت بدهند؛ چون بسیار حائز اهمیت واقعی است.

ارکان تبلیغ:

۱- منشأ

این تبلیغ دارای سه رکن اصلی است که من مختصراً عرض میکنم: یک رکن، منشأ این تبلیغ است؛ یک رکن، هدف این تبلیغ است؛ یک رکن، ابزار و وسایل و شیوه‌های این تبلیغ است. منشأ این تبلیغ چیست و چه باید باشد؟ منشأ این تبلیغ باید فکر، اندیشه، خردمندی، اخلاص و معنویت باشد؛ یعنی تبلیغ باید از یک منبع نورانی سرچشمه بگیرد. اگر این تبلیغ از روی هوای نفس شد، براساس انگیزه‌های ناسالم شد، از روی بیاعتنایی به اصل کار شد و آن منشأ را نداشت، تأثیر آن هم تأثیر آن سرچشمه فیاضی نخواهد بود که از یک منشأ عزیز و پربار حقیقی سرچشمه میگیرد و میریزد؛ منقطع و ناسالم و آلوده خواهد شد. منشأ باید هم فکر و اندیشه و مطالعه و تأمل و تدبیر باشد و هم اخلاص و نصح و علاقه به مخاطب که برای او تبلیغ میکنیم. در تبلیغاتی که در دنیا برای بعضی از فرق - که من نمیخواهم اسم بیاورم - میشود و میگویند مبلغان فلان فرقه در آفریقا یا در فلان جا رفتند، این حرفها را زدند، این کارها را کردند، با این هدف است که آنها میخواهند نشان دهند که تبلیغشان ناشی از همین منشأ مبارک است

- یعنی از عشق و نصیح نسبت به مخاطبان - لیکن حقیقت قضیه غیر از این است. معلوم شد که گروه‌های تبشیری از صدوپنجاه سال پیش، دوپست سال پیش، به عنوان مقدمه استعمار، چه کارهایی را در کشورهای دیگر - چه در کشورهای آسیایی و چه بیشتر از آن در کشورهای آفریقایی - انجام دادند. در خود اروپا هم وضع بدتر از این حرفاست، که قابل ذکر نیست؛ لیکن در شما این ممکن واقع است و گذشته تبلیغی ما نیز همین را نشان می‌دهد که تبلیغ ناشی از اندیشه و فکر و مطالعه و تدبیر و رسیدگی است.

شما به آثار تبلیغی برخی از بزرگان نگاه کنید! اغلب کتابهای مرحوم آیه‌الله شهید مطهری رضوان‌الله‌تعالی‌علیه سخنرانیهای اوست؛ یعنی تبلیغات اوست که با همین روش و سبکی که شما امروز انجام می‌دهید، ابلاغ شده است، تبلیغ شده است، رسانده شده است و ببینید چقدر پرمایه و پرمغز است. از این قبیل، الی ماشاءالله چه در دوران قبل از انقلاب و چه بعد از آن وجود دارد. همچنین منشأ باید همان اخلاص و صفا و عشق و علاقه به مخاطبان را داشته باشد؛ «عزیز علیه ما عنتم حریص علیکم بالمؤمنین رؤوف رحیم»^۲. این، خصوصیت آن مبلغ اول و داعی اول است که شما دنبالش حرکت می‌کنید. باید با مردم این‌گونه بود. با این منشأ باید با مردم حرف زد. وقتی که مبلغ با این احساس و با آن مایه فکری سخنش وارد میدان میشود، مثل مغناطیس دلها را جذب میکند، مثل قطرات آب زلال در سخت‌ترین سنگها هم اثر می‌گذارد و در زمین مناسب باروری می‌دهد؛ «والبلد الطیب یخرج نباته بإذن ربّه»^۴. آنچه که شما از این زلال معنوی به سرزمین دل‌های مردم و ذهن‌های مردم سرازیر کنید، فوراً پرورش می‌یابد و رشد میکند، که نمونه‌های آن را در زندگی‌های خودمان مشاهده کردیم و یک نمونه‌اش همین انقلاب است. این انقلاب عظیم، مهمترین رکن و عاملش همین تبلیغات بود؛ حال تحلیلگران مادی هرطور می‌خواهند تبلیغ کنند، بکنند. آنچه که ما دیدیم و حس کردیم، این است و هر هدف بزرگی هم با این تأمین خواهد شد.

۲- هدف

هدف باید «صراط الله» باشد؛ «صراط الله العزیز الحمید»^۵، «آنک علی صراط مستقیم»^۶، «ادع الی سبیل ربک»^۷. هدف تمام پیامبران، کشاندن مردم به صراط مستقیم است و صراط مستقیم هم یعنی عبودیت؛ «و ان اعبدونی هذا صراط مستقیم»^۸. باید مردم را به عبودیت الهی که همان صراط مستقیم است، سوق دهید. البته این عبودیت، در زمینه اخلاق، در زمینه عمل فردی و در زمینه عمل اجتماعی کاربرد دارد، که وقتی بحث عمل اجتماعی پیش آمد، آن وقت بحثهای سیاسی، تحلیلهای سیاسی - تبیین سیاسی - هم در حوزه کار شما قرار می‌گیرد. اشتباه کسانی که در گذشته مسائل سیاسی را از تبلیغ کنار می‌گذاشتند، در این بود که عبودیت

را به منطقه فردی منحصر میکردند. آنها این جا را غلط میفهمیدند و غلط عمل میکردند. بله؛ هدف، کشاندن مردم به عبودیت است؛ منتها عبودیت منطقه وسیعی در زندگی انسان دارد و آن منطقه به عمل شخصی منحصر نیست. وقتی که عمل جامعه، عمل یک مجموعه عظیم انسانی و مردم یک کشور، عمل اقتصادی، عمل سیاسی و موضعگیریهای سیاسی مشمول بحث عبودیت شد، آن وقت دعوت شما هم میتواند شامل این مسائل باشد و باید هم باشد؛ چاره‌ای ندارید. درس اخلاق بگویید باید درس اخلاق بگویید، درس اخلاق سیاسی هم بگویید، درس اخلاق و معنویت هم بگویید، تحلیل سیاسی هم بدهید، دشمن درونی را هم - که نفس آماره یا شیطان رجیم است - معرفی کنید، دشمن اجتماعی را هم - که شیطان بزرگ یا شیطانهای گوناگونند - معرفی کنید، ایادی و اذتاب شیطان را هم معرفی کنید. وقتی معنای عبودیت الهی این شد که انسان از «انداد الله» اجتناب کند و تبری جوید، باید از همه اشکال آن تبری جوید. «انداد الله»، یک وقت نفس پلید انسانی است که درون اوست؛ «نفسک التی بین جنبیک^۱». یک وقت شیطان است که در دعای صحیفه سجّادیه میگوید که «او را در وجود من مستقر کردی و به چیزی که مرا از آن متمکن نکردی، تمکن بخشیدی.» یک وقت هم شیطانهای قدرتمند عرصه سیاسیانند که برای اغوا و راهزنی و تسلط و ضربه زدن و به جهتم کشاندن ملت‌ها و شعوب بشری منتظر نشسته‌اند. «انداد الله» اینهاست. دعوت به عبودیت، نفی اینها را میطلبد؛ چاره‌ای ندارید. ما توصیه نمیکنیم که منبرها و سخنرانها را به جنبه‌های فردی و شخصی منحصر کنید؛ نه. ممکن است یک سخنرانی، یک منبر، یک سلسله منبر، منحصر به این معانی باشد - مانعی ندارد - اما در کنار آن بایستی صحنه زندگی اجتماعی - سیاسی انسان هم میدان عبودیت الهی باشد. آن جا هم بایستی طواغیت ازاله و زدوده شوند و افشا گردند.

۳- روش

عامل سوم، عبارت از روش است. روشها خیلی مهم است. در همین آیه مبارکه «ادع الی سبیل ربک بالحکمة^۱»، روش را بیان فرموده است. سخن حکمت‌آمیز، یعنی سخن محکم، سخن غیرمشتبه، سخن غیرموهون و غیر ضعیف. حکمت، همه اینها را دارد. سخن حکیم است، یعنی هم حکمت‌آمیز است، هم مستحکم است، هم در مقابل متشابه است؛ «بالحکمة والموعظة الحسنه و جادلهم بالتی هی احسن^۱». گفتگو، مذاکره، با ذهنها مواجه شدن، مخاطب قراردادن دلها و ذهنها، با لسان مبین و با روش برادرانه حرف زدن، بسیار بسیار مهم است.

📌 پاسخ به استفهام‌های مخاطبان

عزیزان من! از جمله چیزهایی که در تبلیغ بسیار مهم است، این است که شما پاسخ استفهامهای

مخاطبان خود را بدهید. اگر جوانی جلو ما نشسته است و ده، بیست سؤال در ذهن اوست، ما هم یک سخنرانی یکساعته برای او می‌کنیم، در حالی که هیچ‌یک از سؤالات او جواب داده نشده است، آیا به نظر شما این سخنرانی موفق است؟ البته که نه. ما باید سؤالهای ذهن او را که احیاناً بر زبان نمی‌آورد، یا نمیتواند به زبان بیاورد، یا خودش متوجه نیست که این سؤالها را باید به زبان آورد، یا موقعیت مقتضی نیست، پاسخ دهیم. چطور میشود پاسخ داد؟ وقتی که استفهامهای او کشف شود و ما بدانیم در ذهن او چیست.

این قدر که من به فضایی جوان و به علما توصیه می‌کنم که با نسل جوان تماس بگیرید، برای این است. با نسل جوان تماس بگیرید، سؤالهای اینها را بخواهید، استفهامهای اینها را بشناسید، ببینید وقتی پای صحبت روحانی مینشینند، چه می‌طلبند؛ نه این که چه توقع دارند شما بگویید، بلکه چه توقع دارند برای آنها تبیین شود. این شناختن نیازها، خیلی مهم است.

🌸 پاسخ به نیازهای مردم

از این بالاتر، نیازهای جماعت مردم است. گاهی یک نیاز تبلیغی در جامعه وجود دارد، آحاد هم به آن توجه ندارند؛ ولی شما میدانید که این نیاز هست. مثلاً شما تبلیغات دشمن را گوش کردید، دیدید که دشمن متمرکز و متوجه به چیست؛ می‌فهمید که باید این را مورد توجه قرار دهید و ازاله پلیدی و دفن تبلیغات کذب دشمن را بکنید؛ در حالی که ممکن است خود آن مخاطبان به آن توجه نداشته باشند. این میشود رفع نیاز.

🌸 یکی از خدمات‌های دشمن به ما

عزیزان من! یکی از خدمات‌هایی که دشمنان ما به ما میکنند، همین است که به ما نشان میدهند در تبلیغ روی چه نقاطی باید متمرکز شویم. امروز اگر شما نگاه کنید، می‌بینید که همه دستگاههای تبلیغی دشمن دست به دست هم داده‌اند و تبلیغات خود را بر روی چند نقطه متمرکز کرده‌اند. در رأس آنها هم تبلیغات صهیونیست‌هاست. صهیونیستها که عرض می‌کنیم، فقط مراد ما دولت صهیونیست غاصب نیست؛ او بخشی از مجموعه صهیونیست‌هاست؛ مجموعه صهیونیست‌هایی که سرمایه‌داران بزرگ کشورهای از جمله آمریکا را تشکیل میدهند و بر سیاست آن کشور مسلطند. امروز متأسفانه کشور آمریکا، دولت آمریکا، کنگره آمریکا، در زمینه‌های گوناگون - مالی، تبلیغاتی، فرهنگی و غیره - اسیر طلسم صهیونیست‌هاست. تبلیغات رسانه‌ای دنیا هم غالباً در اختیار اینهاست. این خبرگزاریهای معروفی که شما می‌بینید، عمده‌شان در اختیار همین مجموعه‌اند. بعضیها هم که متعلق به آنها نیستند، با آنها هم‌جهتند. اگر شما تبلیغات اینها را نگاه کنید، می‌بینید که در مورد کشور عزیز و ملت بزرگ و قهرمان و درعین حال مظلوم ما،



بر روی چند نقطه متمرکزند: اول، اختلاف و دوئیت و تفرقه است؛ همان داستان قدیمی «تفرقه بینداز، حکومت کن»؛ همان درد و بلائی عمده‌ای که از قدیم در جان ملتها میافتاده است. درصدد تفرقه ایجاد کنند، یا اگر هرچه تلاش کردند دیدند نمیتوانند تفرقه ایجاد کنند، شایعه تفرقه بیندازند.

شما ملاحظه کنید، همین کنفرانس اسلامی بحمدالله و به عزت الهی، موجب عزت امت اسلامی و ملت عزیز ایران شد؛ «من کان یرید العزّة فللّه العزّة جمیعاً» (۱۲) هرکس عزت میخواهد، سراغ خدا برود؛ خدا به او عزت خواهد داد. در این کنفرانس، این آیه شریفه خودش را نشان داد و دست قدرت الهی و عزت الهی، ملت ایران و دولت ایران و مسؤولان کشور و دست‌اندرکاران را در دنیا مثل خورشیدی روشن‌بخش و بامشکوه و منور جلوه داد. علیرغم میل امریکا، به وسیله این اجلاس باشکوهی که در این‌جا تشکیل شد، همه سیاستهای امریکا در مورد ایران شکست خورد. دیدند که این اجلاس، نشان‌دهنده وحدت، یکپارچگی، مدیریت قوی، همکاری صمیمانه بین مسؤولان کشور و مسؤولان و مردم است و قدرت و توانایی انجام کارهای بزرگ و پیچیده و مرکب را دیدند. حالا چه کار باید بکنند؟ شروع به ساختن شایعات و ایجاد اختلاف کردند. از روز اول تشکیل کنفرانس تا به حال شایعه اختلاف را همین‌طور ترویج میکنند. البته کسی هم گوشش بدهکار نیست، اعتنایی هم نمیکند؛ چون شواهد و قرائن و نصوص و همه‌چیز برخلاف شایعات آنهاست؛ اما آنها کار خودشان را میکنند.

اهمیت دادن دشمن به مسئله اختلاف

پیداست که به مسأله اختلاف خیلی اهمیت میدهند. شما باید درست نقطه مقابل این جریان حرکت کنید. اولاً سعی کنید اختلاف نباشد، ثانیاً سعی کنید شایعه اختلاف که دشمن آن را رشد و پرورش میدهد، نباشد. کسانی که شایعه اختلاف را در داخل تقویت میکنند، مثل کسانی هستند که خود اختلاف را دامن میزنند. دستهای حقیر و ضعیف و پلیدی سعی میکنند ایجاد اختلاف کنند. اگر هم دیدند نمیشود اختلاف به وجود آورند، سعی میکنند شایعه پراکنی کنند که بله، اختلاف هست. مثل این که دشمن سعی میکند به جبهه حق شکست وارد کند. وقتی که دید نمیتواند، شایعه میاندازد که بله، شکست میخورند؛ الان است که شکست بخورند؛ الان است که عقب‌نشینی کنند! کار دشمن همین است؛ شما باید نقطه مقابل او حرکت کنید. این خدمتی است که دشمن به ما میکند. دشمن به ما نشان میدهد که روی این نقطه حساس است و در واقع معلوم میشود که ما بایستی روی این نقطه متمرکز شویم. البته نسبت به رفتار دشمن، عکس‌العملی و انفعالی حرکت نمیکنیم؛ یک تجزیه و تحلیل منطقی و خردمندانه است.

مبهم جلوه دادن آینده

نقطه دوم، تیره‌وتار و مبهم جلوه دادن آینده است. سعی دشمن این است که نشان دهد آینده مبهم و تیره‌وتار است و معلوم نیست که چه خواهد شد و به کجا میرسند. وظیفه مبلغ دین و مبلغ معنویت و پیام‌آور حقیقت این است که مردم را امیدوار کند و یأس را از آنها بزدايد. یأس، بزرگترین دشمن یک ملت است. باید تلاش گردد که یأس از مردم زدوده شود. نگاه کنید ببینید در منطقه‌ای که مورد بحث شماسست، مخاطبتان چه زبانی نیاز دارد. به هر تقدیر باید مانع شوید که یأس در دلها راه پیدا کند.

حاکم کردن یأس دلها

کاری که دشمن میخواهد بکند، این است که یأس را بر دلها حاکم کند و هر کس به گونه‌ای مایوس باشد: دانشجو یکطور، دانش‌آموز یکطور، کارگر یکطور، روحانی یکطور، کاسب یکطور، اداری یکطور، مسؤول دولتی یکطور، مسؤول بلندپایه یکطور. هر کدام روشهایی دارند؛ ما از نزدیک میبینیم. روشهایی دارند که حتی برخی از مسؤولان بلندپایه را هم در یک کشور مایوس کنند. ما مسؤولانی را از کشورهای دیگر میبینیم که گاهی با ما صحبت میکنند، دلشان پر از یأس است. واقعاً آدم مایوس چه کار میتواند بکند؟ ما سعی کردیم یأس را از دلهای آنها بیرون بکشیم و به جایش امید تزریق کنیم. بحمدالله ملت ما، ملت امیدوار و بانشاطی است. در مردم امید را تزریق کنید.

نابود کردن ایمان مردم به ارزشها و پایه‌های انقلاب

یک مرکز دیگر که دشمن روی آن کار میکند، ارزشها و پایه‌ها و اساس انقلاب است. دشمن میخواهد ایمان مردم به آن عاملی که توانست این حرکت عظیم و معجزآسا را تقریباً نوزده سال قبل به وجود آورد و آن را تا امروز نگه بدارد و جنگ را به نفع اسلام و مسلمین به پیروزی برساند، در دلها و ذهنها از بین ببرد. خیلی باید مراقب باشید. میخواهند مردم را به پایه‌ها و به اصول انقلاب و به این حرکت و نهضت عظیم و به پایه‌های جمهوری اسلامی بیاعتقاد و آنها را متزلزل کنند. دشمنی آنها با اشخاص نیست. دشمنی آنها با فلان عنوان مخصوص نیست. دشمنی با اصل این حرکت عظیم است؛ دشمنی با انقلاب است. کسی که این را نفهمد، چقدر غافل است!

تبلیغ نقطه مقابل همه‌ی فعالیت‌های دشمن

نقطه مقابل این حرکت، حرکت شما در تبلیغ است. اگر آن منشأ تبلیغی، آن هدف تبلیغی و این روشها و ابزارها و شیوه‌های تبلیغی مورد نظر باشد، موفقترین و ماندگارترین و عمیقترین



روشهای تبلیغی همین کاری است که شما به صورت سنتی انجام میدهید. من به شما عرض کنم که به فضل الهی این را ما به چشم خودمان مشاهده کردیم و دیدیم که دست قدرت الهی، این ملت را حمایت و پشتیبانی میکند. نه قدرت امریکا، نه قدرتهای عظیم مالی و اقتصادی، نه قدرتهای جاسوسی و امنیتی و نه قدرتهای مخرب نظامی، هیچکدام قادر نیستند این ملت مؤمن و انقلابی و شاداب و جوان و پرامید را از راه عزت و عظمت اسلام که پیش میبرد و پرچم اسلام را که بر دست گرفته است و به اهتزاز درمیآورد، برگردانند و او را در نیمه راه متوقف کنند.



گزینش مخاطب و محتوا، دو نکته مهم در چگونگی تبلیغ

- نقش تعیین‌کننده مبلغان دینی
- تبلیغ دین به شکل سنتی مهم‌ترین ابزار
- حداکثر اهتمام در تبلیغ
- جوانان، اکثریت مخاطبان منبرهای تبلیغی
- محتوایی که باید در منبر تبلیغ گفت
- راسخ کردن اعتقاد به حاکمیت اسلام
- مواردی که باید جوانها را به سمت آنها سوق داد
- بازگو کردن نعمت بزرگ انقلاب برای مردم
- در منابر مسائل اختلافی را مطرح نکنید
- اساس کار، اخلاق است

گزینش مخاطب و محتوا، دو نکته مهم در چگونگی تبلیغ *

نقش تعیین‌کننده مبلغان دینی

مسأله تبلیغ، یکی از مسائل اساسی در حیات اجتماعی است و مخصوص یک دوره نیست. تبلیغ که از آن در قرآن به «بلاغ»، «بیان»، «تبیین» و از این قبیل تعبیر شده است، یکی از وظایف مقدّس، وظیفه انبیا، وظیفه علما، وظیفه متفکران و دانایان و مصلحان است. تبلیغ، یعنی رساندن. رساندن چه؟ رساندن آن حقایقی به اذهان و دلهای مخاطبان که بدون آن، دچار خسارت خواهند شد. این است که ارزش تبلیغ را بالا میبرد. تبلیغ، یک جنبه انسانی دارد. تبلیغی که اسلام به آن امر میکند و علمای اسلام و روحانیت شیعه، در طول تاریخ به آن پایبند بوده‌اند، وظیفه‌ای است که هم جنبه الهی دارد - «لتبیتنه للناس و لاتکتّمونه»^۱ - هم جنبه انسانی دارد؛ چون دستگیری از دلها و ذهنها و انسانهایی است که دچار عدم علم، دچار شک و دچار جهالتند. به این وظیفه، باید با این چشم نگاه کرد.

بحمدالله روحانیت اسلام در طول این چند قرن اخیر، پایبند به این مسأله بوده و نگذاشته است که مشعل فروزان تبلیغ دین و اخلاق و معنویات خاموش گردد. قبل از پیروزی انقلاب، نقش عظیمی که تبلیغ ایفا کرد، برای کسانی که مطلعند، کاملاً بارز و روشن است. بعد از پیروزی انقلاب، هنگامی که دشمنان با طُرق مختلفی تلاش میکردند جامعه را دچار رکود و اختلاف و تشنج کنند، نقش مبلغین دینی در شهرها، روستاها، مراکز عمده کشور و در منبرهای مختلف، نقشی تعیین‌کننده و بسیار مهم بود.

*. بیانات در دیدار جمعی از روحانیون ۱۳۷۷/۰۲/۰۲

۱. آل عمران: ۱۸۷

تبلیغ دین به شکل سنتی مهمترین ابزار

امروز هم تبلیغ، دارای همان نقش عظیم است. مبدا کسی این‌طور تصوّر کند که با بودن رادیو و تلویزیون و ویدئو و این وسایل امروزی، دیگر منبر چه نقشی دارد؟ تبلیغ دین چه نقشی دارد؟ نه؛ آن تأثیری که گفتار یک انسان در یک مجلس - روبه‌رو، با گزینش مخاطبین، با انتخاب مطلب لازم - در ذهن مخاطبین میگذارد، به‌کلی با هر نوع تبلیغ دیگر متفاوت است. این، نوع تبلیغی است که برکات الهی با آن هست؛ آثار مواجهه انسانی در آن هست. بسیار مهم است.

من این‌جا درصدد نیستم که اهمیت تبلیغ دین را برای شما بیان کنم؛ چون علی‌الظاهر این معنا برای شما روشن است و بر این معنا عازم هستید؛ لذا از این مقوله میگذریم. اجمالاً عرض میکنیم که تبلیغ دین به شکل سنتی، یعنی همین حضور روحانی در جمعهای مختلف مردم و استفاده از منبر دین و تبلیغ، یکی از مهمترین ابزارها و نعمی است که خدای متعال در اختیار شما قرار داده است. برای خدا و در راه خدا، باید حداکثر و بهترین استفاده را از آن بکنید.

حداکثر اهتمام در تبلیغ

آنچه من امروز میخواهم عرض کنم، تذکر مطلبی درباره چگونگی این تبلیغ است؛ بخصوص در برهه حاضر زمان و دوران کنونی انقلاب ما. آن نکته این است که در تبلیغ، باید دو چیز را با حداکثر اهتمام، مورد توجه قرار داد: یکی گزینش مخاطب و یکی گزینش محتوای تبلیغ است. مخاطب، ممکن است قشرهای مختلفی از مردم باشند. وقتی که انسان در جمعی مشغول صحبت میشود، اگر بداند که مخاطب او کیست و مخاطب خود را انتخاب کند و آن مخاطب را مورد نظر قرار دهد، طبعاً محتوا را هم به تبع انتخاب مخاطب، به تناسب نیاز او انتخاب خواهد کرد. پس این دو، مرتبط و متصل به یکدیگر است.

جوانان، اکثریت مخاطبان منبرهای تبلیغی

در مورد انتخاب مخاطب، من میخواهم عرض کنم شاید لازم است که امروز، اکثریت نزدیک به همه مخاطبان منبرهای تبلیغی ما، جوانان باشند - نسل جوان - به چند دلیل: اولاً چون امروز جوانان در کشور ما اکثریتند. جوانان در بعضی از کشورها اقلیتند، ولی در کشور ما، به دلایل مشخصی که هست، امروز جوانان اکثریتند؛ یعنی بیش از دو سوم مردم ما جواناند. خود شما هم جوانید؛ اکثر جزو همین نسل هستید. پس بیشتر از همه آنها را باید مخاطب قرار داد. این یک.

دوم این که دشمنان این کشور، دشمنان این انقلاب و دشمنان دین، با توجه به همین حقیقت،



مدتهاست که برای مخاطبین جوان برنامه‌ریزی میکنند. ممکن است ما غفلت کرده باشیم؛ اما دشمن ما غفلت نکرده است! سعی دارند به وسیله رادیوها، جزوه‌ها، ابزارها و روشهایی که متناسب با طبیعت جوان و شهوات قشرهایی از جوانان هم هست، دلها و فکرهای آنها را متوجه و تسخیر کنند و در آنها اعمال نفوذ نمایند. این هم دلیل دیگری است که باید توجه بیشتر شما به جوانان باشد.

دلیل سوم این است که جوان، آسان‌پذیر و زودپذیر است؛ چون دل او نورانی است. هنوز آلودگی در دلهای جوانان به قدر افرادی از قبیل بنده که سنی از آنها گذشته است، نیست و سخت‌پذیر نشده‌اند. نورانی هستند؛ میتوانند به راحتی حقیقت را درک کنند و بیایند و آن را بشنوند و بپذیرند. این هم دلیل دیگری برای گزینش این قشر است.

پس، از اول که شما به فکر تبلیغ هستید و میخواهید مطالبی را برای بیان دین و اخلاق و هر آنچه باید گفته شود، انتخاب کنید، هدف را مخاطبه با جوانان قرار دهید. این، نوع محتوا را تحت تأثیر قرار خواهد داد.

📌 محتوایی که باید در منبر تبلیغ گفت

امروز کدام محتوا مهم است؟ ما باید چه چیزی را در منبر تبلیغ، برای مردم بیان کنیم؟ میتوان در یک کلمه گفت: مباحثی که عقاید دینی آنها را مستحکم و راسخ کند؛ لیکن همین جمله، قابل تفسیر و تبیین است. بعضی از عقاید دچار تزلزل و اضطراب نیست. آن کس که میخواهد مخاطب خود را هدایت کند، ابتدا باید ببیند آن بخش جهالت او و آن بخش آسیب‌پذیر ذهن او، کجاست. باید آن امواجی را که بر روی ذهن مخاطبین شما تلاش و کار میکند تا تخریب نماید، بشناسید، تا بدانید جوان، چه چیزی را احتیاج دارد که به او بگویید. طوری نباشد که دهها سؤال در ذهن مخاطب ما وجود داشته باشد و ما به جای پاسخگویی به آن سؤالات و استفهامها، یک مطلب دیگر را که اصلاً برای او مورد سؤال نیست، مطرح کنیم.

این مطلبی که عرض میکنم، مربوط به ماه محرم امسال و جمع حاضر نیست؛ این باید اساس کار تبلیغ ما باشد. اگر در دانشگاهها تبلیغ میکنیم؛ اگر در نیروهای مسلح یا در قشرها و جوامع مختلف تبلیغ میکنیم - در هر جا که با مخاطبین خودمان مواجه هستیم - اول باید بدانیم که آن سؤال و استفهامی که در ذهن جوان است، چیست.

البته مواردی هم پیش می‌آید که سؤال و استفهامی که در ذهن اوست، اهمیت کمی دارد و شما ترجیح میدهید چیز مهمتری رابه او بگویید. البته باید همین‌طور عمل کنید؛ لیکن امروز که شبهات، سؤالات و استفهامهای گوناگون را به فکر قشرهای مختلف - علی‌الخصوص جوانان - تزیق میکنند، مبلغ دین بایستی آن شبهه را، آن موج مخرب و مفسد و مضر را بشناسد تا بداند



که می‌خواهد علاج چه دردی را بکند و کدام خلأ را می‌خواهد پر کند.

راسخ کردن اعتقاد به حاکمیت اسلام

یک نکته اساسی دیگر این است که امروز علاوه بر این که باید به مسائل اعتقادی اسلام پرداخت و اعتقاد به اسلام را در ذهنها و دلها راسخ نمود، باید اعتقاد به حاکمیت اسلام را هم راسخ کرد. این مطلب واضح است. این امری است که مسلمانان عالم در طول قرنهای متمادی و بخصوص متفکرین بزرگ در قرن اخیر - از سید جمال اسدآبادی تا اقبال لاهوری، تا بزرگان فکر و اندیشه، تا علمای بزرگی در داخل کشور خود ما - دنبال آن بوده‌اند که دین خدا را حاکم کنند و این ادامه راه پیغمبران بوده است. امروز دستها، زبانها، نوشته‌ها و امواج تبلیغاتی، در این امر واضح ایجاد خدشه و درباره آن، سؤال ایجاد میکنند. بایستی این را در ذهنها مستحکم کنید. باید بدانند که حاکمیت اسلام، یعنی حاکمیت عدل و علم و انصاف بر مجموعه انسانها. حاکمیتی که میتواند هم جسم انسانها، هم دل انسانها، هم عواطف، اخلاق و زندگی واقعی و زندگی معنوی آنها و هم دنیا و آخرتشان را آباد کند. حاکمیت دین یعنی این. حاکمیت دین، در مقابل حاکمیت طاغوت است؛ که «إذا تولى سعى فيالارض ليفسد فيها و يهلك الحرث والنسل»^۲. حاکمیت طاغوت، حاکمیت فساد و حاکمیت ضایع کردن دین و دنیاست - نه فقط دین - کمالین که در گذشته کشور خودمان از نزدیک شاهد بودیم و کسانی که آن دوره را درک کردند، همه آن را حس نمودند. حاکمیت خدا، یعنی نجات و سعادت انسانها. حاکمیت دین خدا، یعنی پاسخگویی به نیازهای اساسی انسانها. هر نیازی که انسانها دارند - نیازهای معنوی، نیازهای مادی، فردی، اجتماعی، دنیوی، اخروی و همه و همه - در ظل حاکمیت دین خدا تأمین میشود.

بایستی اینها را برای مردم، بخصوص برای جوانان تبیین کنید. اگرچه ملت ما بحمدالله این بخش مسأله را از بن دندان معتقدند، آن را پذیرفته‌اند، با همه وجود از آن دفاع کردند و در هشت سال دفاع مقدس، خونهایشان را در حاکمیت دین خدا دادند و امروز هم همان‌طور است؛ لیکن نباید از کید دشمن غافل شد. نباید از تلاش دشمن غافل شد. آنها کار میکنند، برای این که در درازمدت، بهره آن را ببرند؛ استفاده آن را بکنند.

مواردی که باید جوانها را به سمت آنها سوق داد

از جمله چیزهایی که بخصوص در رابطه با جوانان، لازم است به آنها گفته شود و آنها به آن هدایت شوند، سوق دادن آنان به اندیشیدن، تعقل، اخلاق اسلامی، حلم، اجتناب از شتابزدگی و عجله در امور، اجتناب از تندخویی و اعمال خشونت است. در محیط اسلامی آن وقتی میشود

حقایق را به اعماق دلها نفوذ داد که زبان لَین، رفتار اندیشمندانه و عاقلانه در میان باشد و حلم وجود داشته باشد.

حلم، عبارت است از همان ظرفیت داشتن - به اصطلاح عمومی مردم - جنبه داشتن و در قضایای گوناگون، آتشی نشدن؛ در وقت اعمال غضب، غضب را اعمال کردن، که هر انسان عاقلی هم در جنگها و در برخورد با دشمنان، اعمال میکند. اما در زندگی روزمره، مبنای کار جامعه اسلامی بر تأمل، تدبّر، اندیشیدن، جوانب را دیدن، عاقلانه و منصفانه با قضایا مواجه شدن و شتابزده نبودن در داوری است. اینها را به جوانان تعلیم دهید. جوانان را جوانانِ پرداخته و ساخته امت اسلام و اخلاق اسلامی بار آورید. اینها لازم است.

بازگو کردن نعمت بزرگ انقلاب برای مردم

از جمله نکاتی که باید به مردم - بخصوص به جوانان - بگویید، نعمت بزرگی است که خدای متعال به وسیله رهبر عظیم‌الشأن و عظیم‌القدر و کم‌نظیر و حرکت عظیم ملت ایران در این انقلاب عظیم به ما داد. جوانان امروز، قبل از این انقلاب را ندیدند، با آن آشنا نیستند و نمیدانند در این مملکت چه بود و چه ذلتی بر ملت ایران حاکم بود! در پنجاه سالِ آخر قبل از انقلاب، دو نفر در این مملکت حکومت کردند - پدر و پسر - که هر دو را بیگانگان بر سر کار آوردند. رضاخان را انگلیسیها از میان فوج قرّاق پیدا کردند - به یک قلدر بیباک و بی‌محابا احتیاج داشتند - آوردند و دست او سلاح دادند! دست، پشتش زدند، او را آوردند تا به مقام سلطنت رسانند، بعد مقاصد خودشان را به وسیله او اعمال کردند! آن کاری را که میخواستند در این مملکت بکنند به وسیله او کردند. آن ضربه‌ای را که میخواستند به دین، به روحانیت، به سنتهای قدیمی و ملی این کشور و به پایه‌های دینی و اعتقادی این کشور بزنند، به وسیله او زدند. چون آدم بی‌باک و گستاخی بود، به درد آنها میخورد! انگلیسیها مدتها - از قبل از مشروطیت - دنبال وسیله نفوذی در این کشور میگشتند؛ اما نمیشد. بیشتر هم علما مانع نفوذ بودند. این آدم، آدمی بود که میدانستند در برخورد با علما، گستاخ و بی‌باک است. او را بر سر کار آوردند و هر کار خواستند، به وسیله او انجام دادند! بعد هم چون دیدند که از لحاظ سیاسی به سمت دیگری گرایش پیدا میکند، او را برداشتند و پسرش را جایش گذاشتند!

برای یک ملت - برای ملت ایران - هیچ ننگی بالاتر از این نیست که حکام، فرمانروایان، سیاستمداران و سررشته‌داران امور کشور را دولت انگلیس به وسیله سفارتخانه خود بیاورد و ببرد! کدام ننگ برای یک ملت، از این بالاتر است؟! خاطراتی را که از عناصر دوران پهلوی نوشته‌اند، بخوانید! بعد از آن که در سال ۱۳۲۰ رضاخان را بردند، پسر او محمدرضا تا چند روز نمیدانست که آیا پادشاه خواهد بود یا نه! کسی را به سفارت انگلیس فرستاد، آنها گفتند که بله، عیبی

ندارد، پادشاه باشد، به شرطی که فلان کار را نکند و فلان کار را نکند! خوشحال شد. اینها حقایق این کشور است.

پنجاه سال حکومت ایران که حکومت دیکتاتوری، سلطنتی، طاغوتی، فاسد و آن چنانی بود، به وسیله دو نفری انجام گرفت که آنها را بیگانگان بر سر کار آوردند و مردم هیچ نقشی نداشتند. قبل از آن هم که حکومت قاجار و حکومت سلاطین بود. شرح حال این سلاطین را ببینید! مردم که هیچ، مردم که اصلاً برای آنها قابل ذکر نبودند! عمال دولت را از صدر اعظم تا پایین، نوکران خودشان میدانستند و به آنها میگفتند شما در بین نوکران ما چنین هستید، چنان هستید! چنین حکومتهایی بر این کشور حاکم بوده‌اند!

این برای اولین بار در طول قرون متمادی است که به برکت انقلاب در این کشور، حکومتهایی سر کار می‌آیند که ملاک مسؤولان حکومتها، علم، تقوا، عدالت، مردم‌دوستی و گزینش مردم است. با مردمند؛ برای مردم و در خدمت مردمند؛ اهل سوء استفاده، دزدی و سرسپردگی به دشمن نیستند. این حقایق در تاریخ طولانی ایران، قرن‌ها سابقه نداشته است. اینها را اسلام و انقلاب به این ملت داد. اینها را باید برای نسل جوان تشریح کنید؛ بدانند کشور ایران چه بود و چه شد! از کجا به کجا آمد! امروز تفاله‌های همان رژیمهای وابسته فاسد ذلیل توسری خورده حقیر، در دامن همان اربابهایی که آن روز به ایشان پول میدادند، نشسته‌اند! امروز هم به ایشان پول میدهند، میکروفون دستشان میدهند، با ایشان مصاحبه میکنند، پخش میکنند، رادیو و روزنامه درست میکنند؛ آن وقت به فلان نقطه جمهوری اسلامی - یک گوشه از نظام عظیم و دستگاه عریض و طویل حکومت اسلامی - اشکالی را وارد میکنند و آن را بزرگ و در رادیوهایشان پخش میکنند! باید جوانان اینها را بدانند؛ اینها نکات مهمی است. امروز تبلیغ دین و تبیین حقایق، بایستی این چیزها را هم در برگیرد و شامل این چیزها هم بشود. از جمله چیزهای مهمی که بایستی در تبلیغات، مردم را به آن توجه دهید، مسأله وحدت و اتفاق و اتحاد ملت است.

🌸 در منابع مسائل اختلافی را مطرح نکنید

عزیزان من! امروز وقتی که من به امواج تبلیغاتی دشمنان نگاه میکنم و نیز به آنچه که به تبع آنها بعضی از انسانهای غافل یا مغرض و بددل ترویج میکنند، همین خط اختلاف، خط ایجاد تشنج و ایجاد درگیری آحاد مردم و بزرگ کردن چیزهای کوچک است. مبدا در منابع عمومی، در آن جایی که بایستی دین و اخلاق تبلیغ شود، مسائل اختلافی را مطرح و اختلافها را بزرگ کنید! دشمن سعی میکند اختلافات کوچک را بزرگ جلوه دهد. از اول انقلاب، این‌طور بوده است و فقط امروز نیست. از اول انقلاب، از قبل از جنگ، حتی در دوران جنگ با حضور

امام بزرگوار، همیشه این‌طور بوده است. سعی میکردند چیز کوچکی را به عنوان سندی بر وجود اختلاف و شکاف، با شیوه‌های روانشناسانه تبلیغی، آن‌چنان بزرگ جلوه دهند که هر کس گوش میکند خیال کند که در کشور، غوغایی از زد و خورد و اختناق است؛ در حالی که چنین چیزی نبود؛ الان هم نیست.

متأسفانه بعضی از مطبوعات خودِ ما هم بی‌توجه، همین خط را دنبال میکنند! در حالی که امروز مسؤولین کشور و دولت خدمتگزار، احتیاج به فضای آرامی دارند تا بتوانند به مسائل عمده کشور برسند، مسائل اقتصادی را سر و سامانی بدهند و بتوانند مشکلات و گره‌ها را باز کنند. البته دولت‌ها برای باز کردن گره‌ها هستند و همه تلاش خودشان را هم میکنند؛ اما این احتیاج به جو آرام و همدلی بین آحاد مردم دارد. بعضی از قلم‌ها نمیتوانند آرام بگیرند! حتی گاهی به بهانه حمایت از دولت هم بیشتر فضا را متشنج و جوسازی میکنند! اینها مسائل مهمی است.

اساس کار، اخلاق است

تبلیغ دین و تبیین حقایق که وظیفه علما و مبلغین بزرگ اسلام است، امروز شامل همه اینهاست. اگر ما از لحاظ اقتصاد به بالاترین مقام برسیم و از لحاظ سیاست، همین اقتدار و عزتی را که امروز داریم، چند برابر کنیم، ولی اخلاق‌های مردم ما، اخلاق‌های اسلامی نباشد؛ در میان ما گذشت، صبر، حلم و خوش‌بینی نباشد، اساس کار از بین خواهد رفت. اساس کار، اخلاق است. همه اینها مقدمه اخلاق حسنه است - بعثت لاتمم مکارم الاخلاق -^۳ حکومت اسلامی برای این است که انسانها در این فضا تربیت شوند، اخلاق آنها تعالی پیدا کند، به خدا نزدیکتر شوند و قصد قربت کنند. سیاست هم قصد قربت لازم دارد. مسائل سیاسی هم قصد قربت لازم دارد. آن که در مسائل سیاسی چیزی میگوید و آن که چیزی مینویسد؛ آن که تحلیل میکند و آن که تصمیم میگیرد، بایستی بتواند قصد قربت کند. قصد قربت چه زمانی است؟ آن وقتی است که مطالعه و بررسی کنید، ببینید رضای خدا در این کار هست؟ اگر رضای خدا را در این کار دیدید، میتوانید قصد قربت کنید. پس اول، احراز رضای خدا لازم است. ببینید چقدر خط روشن است و چطور بعضی توجه نمیکنند!



«انسان‌سازی» هدف تبلیغ و یکی از بزرگترین کارها

- ❖ مسأله‌ای که باید منبری و مداح مراقب باشند
- ❖ تبلیغ یعنی رساندن به دل
- ❖ منطق عنصر اصلی در تبلیغ ما
- ❖ عمل ما، رساترین تبلیغ
- ❖ هنرمندی در نحوه بیان
- ❖ حاکم بودن انذار بر دل ما و مستمعان ما
- ❖ تبلیغ، کار بسیار بزرگ، حساس و موثر

«انسان‌سازی» هدف تبلیغ و یکی از بزرگترین کارها *

❏ مسأله‌ای که باید منبری و مداح مراقب باشند

ما مبلغان، زیر نام حسین بن علی تبلیغ میکنیم. این فرصت بزرگ را یاد این بزرگوار به مبلغان دین بخشیده است، که بتوانند تبلیغ دین را در سطوح مختلف انجام بدهند. هر یک از آن سه عنصر باید در تبلیغ ما نقش داشته باشد؛ هم صرف پرداختن به عاطفه و فراموش کردن جنبه‌ی منطقی و عقلی که در ماجرای حسین بن علی (علیه السلام) نهفته است، کوچک کردن حادثه است، هم فراموش کردن جنبه‌ی حماسه و عزت، ناقص کردن این حادثه‌ی عظیم و شکستن یک جواهر گرانبهاست؛ این مسأله را باید همه - روضه‌خوان، منبری و مداح - مراقب باشیم.

❏ تبلیغ یعنی رساندن به دل

تبلیغ یعنی چه؟ تبلیغ یعنی رساندن؛ باید برسانید. به کجا؟ به گوش؟ نه؛ به دل. بعضی از تبلیغ‌های ما حتی به گوش هم درست نمیرسد! گوش هم حتی آن را تحمل و منتقل نمیکنند! گوش که گرفت، میدهد به مغز؛ قضیه این‌جا نباید تمام بشود، بلکه باید بیاید در دل نفوذ و رسوخ کند و به هویت ما هویت مستمع - تبدیل شود. تبلیغ برای این است. ما تبلیغ نمیکنیم فقط برای این که چیزی گفته باشیم؛ ما تبلیغ میکنیم برای این که آنچه را که موضوع تبلیغ است، در دل مخاطب وارد شود و نفوذ کند. آن چیست؟ آن، همه‌ی آن چیزهایی است که در اسلام به عنوان ارزش، مورد حمایت جان و حرم و ناموس حضرت ابی‌عبدالله (علیه السلام) قرار گرفت،

که همه‌ی پیغمبران و اولیای الهی دیگر و وجود مقدس رسول الله هم همین‌طور عمل کردند، که البته مظهرش حسین بن علی (علیه السلام) است. ما می‌خواهیم منطق دین، ارزش‌های دینی، اخلاق دینی و همه‌ی چیزهایی را که در بنای یک شخصیت انسانی بر مبنای دین تأثیر دارد، تبلیغ کنیم؛ برای این‌که مخاطب ما به همین شخصیت دینی تبدیل شود.

منطق عنصر اصلی در تبلیغ ما

از جمله‌ی این کارها، بنای حکومت اسلامی است. این را من عرض بکنم که تشکیل حکومت اسلامی، یکی از معجزه‌گون‌ترین کارهاست، اما این مسأله نباید تشکیل هویت انسانی افراد را - فرد فرد انسان‌هایی را که ما با آنها سر و کار داریم - از یاد ما ببرد. این، خیلی مهم است. نبی مکرم اسلام انسان‌ها را اول ساخت؛ اول این پایه‌ها را تراشید، تا توانست این بنا را بر روی دوش آنها قرار دهد. در تمام مدت آن ده سال - که بیش از صد سال کار در این ده سال مترکم شده است - پیغمبر در همه جا؛ در بحبوحه‌ی جنگ، در هنگام ساختن، در هنگام عبادت کردن، در هنگام گفتگو کردن با مردم، بنای هویت انسان‌های مخاطب خودش را فراموش نکرد؛ پیغمبر در غوغای جنگ‌های خطرناک مثل احزاب، بدر و احد هم انسان‌سازی میکرد. آیات قرآن را ملاحظه کنید! «انسان‌سازی» هدف این تبلیغ است و این، یکی از بزرگترین کارهاست.

از دو طرف نباید لطمه بخوریم: نه ما باید مسائل سیاسی را بکلی از حیطة‌ی حرف و گفت و تلاش و مجاهدت تبلیغی خودمان خارج کنیم؛ آن‌چنان که دشمنان روی آن ده‌ها سال سرمایه‌گذاری کردند، ولی نهضت اسلامی آمد و این سرمایه‌گذاری را آتش زد و از بین برد و گفتار و اندیشه‌ی سیاسی را وارد متن فعالیت‌های دینی کرد، و نه از این طرف باید بیفتیم که تصور کنیم همه‌ی منبر، همه‌ی تبلیغ، همه‌ی مخاطبه‌ی با مردم و با مؤمنین، یعنی این که بنشینیم مسائل امریکا و اسرائیل و مسائل سیاسی را تحلیل کنیم؛ نخیر، یک کار واجب‌تر اگر نباشد، واجب دیگری وجود دارد و آن، دل مخاطب شماست. دل و جان و فکر او را بایستی تعمیر و آباد و سیراب کنیم. البته این به یک منبع درونی احتیاج دارد. ماها باید یک چیزی در خودمان داشته باشیم تا بتوانیم این تأثیر را بر مخاطب بگذاریم، والا نمیشود. در آن سرمایه‌ی درونی، باید عنصر فکر و منطق باشد؛ باید به فکر و منطق درست مجهز شویم، تا حرف سُست زده نشود. آنهایی که گفته‌اند یکی از مؤثرترین حمله‌ها، دفاع‌های ناقص و بد است، حرف کاملاً درستی زده‌اند. وقتی دفاع از دین، ضعیف و سُست و بد باشد، تأثیرش از حمله‌ی به دین، بیشتر است؛ باید از این، به خدا پناه ببریم. مبدا در حرف و منبر و تبلیغ ما - آنچه به عنوان تبلیغ داریم انجام می‌دهیم - حرف سُست، بی‌منطق و ثابت نشده‌ای وجود داشته باشد. گاهی بعضی از چیزهایی که در کتابی هست و سند ندارد، خود، یک حکمت و مسأله‌ی اخلاقی است، که دیگر سند

نمیخواهد و میتوانیم آن را بیان کنیم؛ این، عیبی ندارد؛ اما یک وقت هست که یک چیزی دور از ذهن مخاطب است، که باورش برای او مشکل است؛ این را نباید بگوییم؛ چون این مسأله، او را از اصل قضیه دور میکند و موجب موهون شدن دین و مبلغ دین در ذهن و دل او میشود و خیال میکند این، از منطق عاری است؛ در حالی که پایه‌ی کار ما منطق است. بنابراین، منطق، عنصر اصلی در تبلیغ ماست.

📌 عمل ما، رساترین تبلیغ

بعد از این، نوبت به چگونه عمل کردن ما میرسد. ما در فلان شهر یا روستا برای تبلیغ وارد میشویم؛ رفتار، نشست و برخاست، معاشرت، نگاه و عبادت ما، دلبستگی یا دلبسته نبودن ما به تنعمات دنیوی و خورد و خواب ما، رساترین تبلیغ یا ضدتبلیغ است؛ درست باشد، تبلیغ است؛ غلط باشد، ضدتبلیغ است. ما در محیط اجتماعی و محیط زندگی چطور میتوانیم دل مردم را به منشأ گفتار خودمان مطمئن کنیم و اعتماد آنها را برانگیزیم؛ در حالی که از مذمت شهوات دنیوی حرف میزنیم و در عمل خدای نکرده خودمان طور دیگری عمل میکنیم! از مذمت دل سپردن به پول و حرکت کردن و مجاهدت کردن در راه زیاده‌خواهیهای دنیوی حرف میزنیم؛ اما عمل ما طور دیگری باشد! چطور چنین چیزی ممکن است اثر بکند؟! یا اثر اصلاً نمیکند، یا اثر زودگذر میکند، یا اثری میکند که بعد با کشف واقعیت کار ما، درست به ضداثر تبدیل میشود. بنابراین، عمل بسیار مهم است.

📌 هنرمندی در نحوه بیان

عنصر سوم، هنرمندی در نحوه‌ی بیان است. من به منبر خیلی عقیده دارم. امروز اینترنت، ماهواره، تلویزیون و ابزارهای گوناگون ارتباطی فراوان هست، اما هیچ‌کدام از اینها منبر نیست؛ منبر یعنی روبه‌رو و نفس‌به‌نفس حرف زدن؛ این یک تأثیر مشخص و ممتازی دارد که در هیچ‌کدام از شیوه‌های دیگر، این تأثیر وجود ندارد. این را باید نگه داشت؛ چیز باارزشی است؛ منتها بایستی آن را هنرمندانه ادا کرد تا بتواند اثر ببخشد.

📌 حاکم بودن انداز بر دل ما و مستمعان ما

یک نکته در همین زمینه‌ی تبلیغ عرض بکنم: در دعای صحیفه‌ی سجاده‌ی یک جا حضرت سجاد (علیه‌السلام) از طرف خودش به خداوند متعال عرض میکند که: «تفعل ذلک یا الهی بمن خوفه اکثر من رجائه لا ان یکون خوفه قنوطاً»؛ من خوفم از رجایم بیشتر است، نه این که مأیوس باشم. این، یک اعلان رسمی و دستورالعمل است. خوف را همراه رجاء حتماً به دل‌ها بدمید؛ و خوف را بیشتر. این که ما آیات رحمت الهی را بخوانیم - که بعضی از این آیات و

مبشرات، مخصوص یک دسته‌ی خاصی از مؤمنین است و به ما ربطی ندارد - و یک عده‌ای را غافل کنیم و نتیجه‌اش این بشود که خیال کنند - با یک توهم معنویت - غرق در معنویتند و از واجبات و ضروریات دین در عمل غافل بمانند، درست نیست. در قرآن، بشارت مخصوص مؤمنین است؛ اما انذار برای همه است؛ مؤمن و کافر مورد انذارند. پیغمبر خدا گریه میکند، شخصی عرض میکند: یا رسول الله! خداوند فرمود: «لیغفر لک الله ما تقدم من ذنبک و ما تأخر». این گریه برای چیست؟ عرض میکند: «أولا اکون عبدا شاکرا»؛ یعنی اگر شکر آن مغفرت را نکنم، پایه‌ی آن مغفرت سُست خواهد شد. در همه حال، انذار باید بر دل ما و مستمعان ما حاکم باشد. راه، راه دشواری است؛ بشر بایست خود را برای پیمودن این راه و رسیدن به آن سرمنزل آماده کند.

تبلیغ، کار بسیار بزرگ، حساس و موثر

کار تبلیغ، کار بسیار بزرگ، حساس و مؤثری است. امروز برکات تبلیغ‌های گذشته را مشاهده میکنیم و فردا برکات تبلیغ امروز شما را ان شاء الله جامعه مشاهده خواهد کرد. تأثیرات تبلیغ، دفعی و آنی نیست؛ طولانیمدت است. مبلغ دین اگر ظواهری را مشاهده میکند که به گمان او ظواهر غیر دینی است، مایوس نشود. این توهمات که بعضی شایع میکنند که جوان‌ها از دین برگشته‌اند، همه را جنگ روانی بدانید، که واقع قضیه هم همین است. این‌طور نیست؛ جوان‌های ما دل را به طرف دین دارند و تشنه‌ی حقایق دینند و دل‌هاشان تشنه است. هر جوان سالم الفطره و سالم الطبیعه‌ای این‌طور است؛ مخصوص این‌جا هم نیست. این‌جا بحمد الله زمینه هم آماده است؛ تشنه‌اند و مشتاق؛ باید کام جان آنها را سیراب و با حقایق دینی شیرین کرد؛ این نتیجه‌اش را خواهد بخشید و فردای جامعه‌ی ما از این موهبت‌ها بهره‌مند خواهد شد.



الزامات تبلیغ

- ❁ مباهله امام حسین(ع) در کربلا برای تبلیغ دین
- ❁ ناظر بودن اصل مسئله‌ی تبلیغ به عمل، همراه با بصیرت و یقین
- ❁ نقش امروزی تبلیغ در دنیا
- ❁ تبلیغ باید جریان ساز و گفتمان ساز باشد
- ❁ محرم، بهترین فرصت برای تبلیغ
- ❁ دو شرط برای تبلیغ رسالات الله
- ❁ بیان مصیبت‌ها و مناقب اولیاء خدا برای پیوند عاطفی
- ❁ اهمیت تبلیغ در پیوند عاطفی با اولیاء دین
- ❁ وظیفه حوزه علمیه نسبت به تبلیغ
- ❁ کار متمرکز و برنامه‌ریزی شده برای تبلیغ

الزامات تبلیغ *

مناسبت هم مناسبت تبلیغ است؛ یعنی در واقع کار اصلی و جوهری من و شما، ایام هم ایام کاملاً مناسبی است و ایام الهام‌بخشی است؛ دیروز، روز مبارک مباحله بود؛ چند روز دیگر ایام محترم شروع خواهد شد؛ روز بیست و هفتم آذر - چند روز دیگر - روز پیوند یا وحدت حوزه و دانشگاه است. همه‌ی این مناسبت‌ها برای ما که کمربسته‌ی تبلیغ دین و ابلاغ حقیقت به دلها و ذهنها هستیم، مناسبت‌های مهم و درس‌آموزی است.

روز مباحله، روزی است که پیامبر مکرم اسلام، عزیزترین عناصر انسانی خود را به صحنه می‌آورد. نکته‌ی مهم در باب مباحله این است: «و انفسنا و انفسکم» در آن هست؛ «و نساءنا و نساءکم» در آن هست؛ عزیزترین انسانها را پیغمبر اکرم انتخاب میکند و به صحنه می‌آورد برای محاجه‌ای که در آن باید تمایز بین حق و باطل و شاخص روشنگر در معرض دید همه قرار بگیرد. هیچ سابقه نداشته است که در راه تبلیغ دین و بیان حقیقت، پیغمبر دست عزیزان خود، فرزندان خود و دختر خود و امیرالمؤمنین را - که برادر و جانشین خود هست - بگیرد و بیاورد وسط میدان؛ استثنائی بودن روز مباحله به این شکل است. یعنی نشان دهنده‌ی این است که بیان حقیقت، ابلاغ حقیقت، چقدر مهم است؛ می‌آورد به میدان با این داعیه که میگوید بیائیم مباحله کنیم؛ هر کدام بر حق بودیم، بماند، هر کدام بر خلاف حق بودیم، ریشه‌کن بشود با عذاب الهی.

🕌 مباحله امام حسین(ع) در کربلا برای تبلیغ دین

همین قضیه در محرّم اتفاق افتاده است به شکل عملی؛ یعنی امام حسین (علیه الصّلاة و السلام) هم برای بیان حقیقت، روشننگری در طول تاریخ، عزیزترین عزیزان خود را برمی‌دارد می‌آورد وسط میدان. امام حسین (علیه السلام) که میدانست حادثه چه جور تمام خواهد شد؛ زینب را آورد، همسران خود را آورد، فرزندان خود را آورد، برادران عزیز خود را آورد. اینجا هم مسئله، مسئله‌ی تبلیغ دین است؛ تبلیغ به معنای حقیقی کلمه؛ رساندن پیام، روشن کردن فضا؛ ابعاد مسئله‌ی تبلیغ را این جور می‌شود فهمید که چقدر مهم است. در آن خطبه «من رأی سلطانا جائرا مستحلا لحرم الله ناکثا لعهدالله ... و لم یغیر علیه بفعل و لا قول کان حقا علی الله ان یدخله مدخله»^۲ یعنی وقتی او دارد فضا را به این شکل آلوده می‌کند، خراب می‌کند، باید یا با فعل یا با قول آمد روشننگری کرد. و امام حسین (علیه السلام) این کار را انجام می‌دهد، آن هم با این هزینه‌ی سنگین؛ عیالات خود، همسران خود، عزیزان خود، فرزندان امیرالمؤمنین، زینب کبری، اینها را برمی‌دارد می‌آید وسط میدان.

🌸 ناظر بودن اصل مسئله‌ی تبلیغ به عمل، همراه با بصیرت و یقین

یک بُعد امروزی قضیه هم آن مناسبت سوم است، که پیوند حوزه و دانشگاه است. اینجا هم مسئله، مسئله‌ی ساختن و رساندن است. ارتباط مجموعه‌ی عظیم دانشجویی کشور با علمای دین، با جوانان شاغل در راه معرفت دینی و تبلیغ دینی، چیزی است که مطلوب در این مناسبت است؛ یعنی این مناسبت برای آن هست. وحدت حوزه و دانشگاه یعنی این. والا مراد وحدت عینی و خارجی که نبود. این که معنا ندارد. حوزه، حوزه است، دانشگاه، دانشگاه است؛ یعنی این پیوند حقیقی بین دو مجموعه‌ی اثرگذار و مهمی که تا آن روز که از سوی امام عزیز بیان شد و ابراز شد، سیاستها بر این بود که این دو را از هم دور نگه دارند و جدا نگه دارند: دانشگاه از اسلام دور بماند، حوزه از تحولات جهانی و پیشرفتهای علمی فاصله بگیرد؛ اینها از هم دور بشوند؛ یعنی این دو بال با هم تلاش نکنند، هماهنگ نباشند. این، برمیگردد به مسئله‌ی تبلیغ. اهمیت تبلیغ، این است. درس هم که می‌خوانیم، برای این است که بتوانیم پیام الهی را ابلاغ کنیم، برسانیم؛ حالا چه در زمینه‌ی معارف دینی، چه در زمینه‌ی احکام دینی، چه در زمینه‌ی اخلاق الهی.

پس این مناسبتها و این اصل مسئله‌ی تبلیغ، ناظر است به عمل، همراه با بصیرت و یقین. باید بصیرت باشد. یقین، یعنی همان ایمان قلبی متعهدانه، وجود داشته باشد و بر پایه‌ی 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

۲. مقتل ابیمخنف، ص ۸۵؛ «هر کس سلطان ستمکاری را ببیند که حرام خدا را حلال می‌شمارد و پیمان خدا را می‌گسلد، ... اگر با رفتار و گفتار خود کارهای او را تغییر ندهد، سزاست که خداوند او را با وی محشور کند.»

چیزی است که «ءامن الرسول بما انزل الیه من ربه و المؤمنون کلّ ءامن بالله و ملائکته و کتبه و رسله»^۳؛ 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؛ همچنانی که حالا درباره‌ی بصیرت مطالبی گفته شده است و روشن است. این، میشود عمل صالح. یعنی «انّ الذّین ءامنوا و عملوا الصّالحات»^۴، واقعاً عمل صالح و مصداق اتمّ عمل صالح، همین تبلیغ است که انجام باید بگیرد. پس در باب تبلیغ، باید فکر کرد، باید کار کرد. این نکته‌ای را که جناب آقای مقتدائی^۵ اخیراً در بیانشان ذکر کردند، من نشنیده بودم و برای من نکته‌ی مهمی است که گفتند مرکزی برای طراحی در باب تبلیغ دین تشکیل شده است. خوب، این همان چیزی است که من خواستم مطالبه کنم که این کار باید انجام بگیرد.

نقش امروزی تبلیغ در دنیا

ببینید امروز تبلیغ در دنیا خیلی نقش پیدا کرده است و همیشه همین جور بوده است. قبلاً این ابزارها نبود؛ این ارتباطهای نزدیک نبود. ما معمّمین 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 جریان ساز و گفتمان ساز باشد

میخواهیم عرض بکنیم تبلیغ باید جریان ساز باشد، تبلیغ باید گفتمان ساز 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. آنوقت، 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 پیوسته‌ی در وسیله‌ی فشاری است که میتواند آب یا مایه‌ی 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 گفتمان سازی برای چیست؟ برای این است که اندیشه‌ی دینی، معرفت دینی در مخاطبان، در مردم، رشد پیدا کند. اندیشه‌ی 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.

۳. بقره: ۲۸۵؛ «پیامبر [خدا] بدانچه از جانب پروردگارش بر او نازل شده است، ایمان آورده است و مؤمنان همگی به خدا و

فرشتگان و کتابها و فرستادگانش ایمان آورده‌اند...»

۴. بقره: ۲۷۷؛ «کسانی که ایمان آورده‌اند و کارهای شایسته کرده‌اند...»

۵. رئیس حوزه‌ی علمیه‌ی قم

فرهنگ صحیح، معرفت صحیح، در مواردی بیدارباش، در مواردی هشدار؛ اینها کارکردهای تبلیغ است؛ آثار و نتایجی است که بر تبلیغ مترتب میشود.

❁ محرم، بهترین فرصت برای تبلیغ

یک نمونه، همین تبلیغات ماه محرم است که به مناسبت عزاداری محرم انجام میگیرد. این، بهترین فرصت برای تبلیغ کردن است. از این فرصت باید استفاده کرد برای همان مطلبی که عرض شد؛ شاخص ایجاد بشود؛ مایز، شاخص سازی، معالم الطریق. اگر چنانچه سر دو راهی تابلویی 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 بتوانند گمراه نشوند. در دنیائی 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 معالم الطریق را بیشتر، واضح‌تر، روشن‌تر در مقابل چشم مردم قرار بدهند، که مردم بفهمند، تشخیص بدهند و گمراه نشوند.

❁ دو شرط برای تبلیغ رسالات الله

در تبلیغ یک مطلب این است - در آیه‌ی سوره‌ی مبارکه احزاب است، که تلاوت کردند - «الَّذِينَ يَبْلُغُونَ رَسُولَاتِ اللَّهِ وَيُخْشَوْنَ وَلَا يَخْشَوْنَ أَحَدًا إِلَّا اللَّهَ وَ كَفَىٰ بِاللَّهِ حَسِيبًا»^۶ تبلیغ رسالات الله، با این دو تا شرط عملی است: «بخشونه»، این یک. «و لا یخشون احدا الا الله». اولاً خشیت الهی لازم است؛ برای خدا باشد، در راه خدا باشد، ملهم از تعلیم الهی باشد. اگر برخلاف الهام الهی و ملهمات از تعلیم الهی باشد، گمراهی است، ضلالت است. «فماذا بعد الحق الا الضلال»^۷ فهمیدن حق با خشیت الهی حاصل میشود. بعد، در مرحله‌ی بیان حق: «و لا یخشون احدا الا الله». چرا؟ چون حق و حقیقت، دشمن دارد؛ بیان حقیقت آسان نیست. دشمنان حقیقت دنیادارانند، قدرتمندانند، طواغیت عالمنند؛ در طول تاریخ این جور بوده است، تا آخر هم، تا زمانی که دولت حقه‌ی ولیعصر (ارواحنا فداه) ظهور بکند، همین جور خواهد بود. این قدرتمندان بیکار که نمیمانند؛ ایجاد اشکال میکنند، ضربه میزنند، از همه‌ی ابزارهایشان استفاده میکنند. پس باید «و لا یخشون احدا الا الله» وجود داشته باشد، والا اگر از غیر خدا ترسی وجود داشت - به انواع و اقسامه. ترس هم یک جور نیست - راه دیگر منسد خواهد شد. یک وقت این است که انسان ترس از جانش دارد، یک وقت ترس بر مال دارد، یک وقت ترس بر آبرو دارد، یک وقت ترس از حرف و گفت این و آن دارد؛ اینها همه ترس است. این ترسها را باید گذاشت کنار؛ «و لا یخشون

۶. احزاب: ۳۹؛ «همان کسانی که پیامهای خدا را ابلاغ میکنند و از او میترسند و از هیچ کس جز خدا بیم ندارند و خدا برای حسابرسی کفایت میکند.»

۷. یونس: ۳۲؛ «... و بعد از حقیقت جز گمراهی چیست؟...»

احداً الاً الله». این، زحمت زیادی دارد. این رنج را، این زحمت را خیلی اوقات هم افراد نمیفهمند، مردم درک نمیکنند چه رنجی دارد کشیده میشود. دنباله‌اش میفرماید: «و کفی بالله حسيباً»؛ حساب و کتاب را بگذار به عهده‌ی خدا. اخلاص، اقدام همراه با یقین، همراه با شجاعت و شهامت، و حساب و کتاب را به عهده‌ی خدا گذاشتن. این میشود آن قواره‌ی کلی تبلیغ اسلامی.

بیان مصیبت‌ها و مناقب اولیاء خدا برای پیوند عاطفی

این را هم من در مورد تبلیغ در دوران محرم - که حالا در پیش هست - عرض بکنم که بعضی حالا ممکن است بگویند شما میخواهید نهضت امام حسین را بیان بکنید، خیلی خوب، بروید بیان کنید، دیگر روضه‌خوانی و گریه و زاری و اینها چیست؟ بروید بنشینید بیان کنید که حضرت این کار را کردند، این کار را کردند، هدفشان هم این بود. این، خیلی فکر خطائی است، نگاه غلطی است. این عاطفه‌ی نسبت به اولیاء خدا، اولیاء دین، این پیوند عاطفی، پشتوانه‌ی بسیار ارزشمند پیوند فکری و پیوند عملی است. بدون این پشتوانه، خیلی سخت میشود در این راه حرکت کرد. این پیوند عاطفی، خیلی مهم است. اینی که امام راحل (رضوان الله علیه) فرمودند عزاداری به سبک سنتی، این یک حرف از روی عادت نبود؛ حرف بسیار عمیقی است؛ ژرف‌نگرانه است. ببینید در قرآن نسبت به اولیاء الهی سه تعبیر وجود دارد:

یک تعبیر، تعبیر ولایت است؛ «اتّما ولیکم الله و رسوله و الذّین امنوا الذّین یقیمون الصّلوٰة و یؤتون الزّکوٰة و هم راکعون»^۸؛ بحث ولایت. معلوم است که پیوند، ارتباط، معرفت، اینها داخل در زیرمجموعه‌ی ولایت است.

یک بحث، بحث اطاعت است؛ «اطیعوا الله و اطیعوا الرسول و اولی الامر منکم»^۹؛ اطاعت رسول و اطاعت اولی الامر. این، در عمل است. در میدان عمل باید اطاعت کرد، پیروی کرد. اما یک بحث سومی وجود دارد و آن، بحث مودت است. «قل لا اسئلكم علیه اجرا الا المودّة فی القربی»^{۱۰}. این مودت چیست دیگر؟ ولایت اینها را داشته باشید، اطاعت هم از اینها بکنید؛ مودت برای چیست؟ این مودت، پشتوانه است. اگر این مودت نباشد، همان بلائی بر سر امت اسلامی خواهد آمد که در دورانهای اول بر سر یک عده‌ای آمد که همین مودت را کنار گذاشتند، بتدریج اطاعت و ولایت هم کنار گذاشته شد. بحث مودت خیلی مهم است. این مودت، با این ارتباطات عاطفی حاصل میشود؛ ماجرای مصیبت‌های اینها را گفتن، یک جور ایجاد ارتباط عاطفی است؛ ماجرای مناقب اینها و فضائل اینها را گفتن، یک جور دیگر پیوند عاطفی است.

اهمیت تبلیغ در پیوند عاطفی با اولیاء دین

بنابراین، این عزاداری‌هایی که انجام میگیرد، این گریه و زاری‌ای که میشود، این تشریح حوادث

۸. مائده: ۵۵؛ «ولّیّ شما تنها خدا و پیامبر اوست و کسانی که ایمان آورده‌اند؛ همان کسانی که نماز برپا میدارند و در حال رکوع زکات میدهند.»

۹. نساء: ۵۹؛ «... خدا را اطاعت کنید و پیامبر و اولیای امر خود را [نیز] اطاعت کنید ...»

۱۰. شوری: ۲۳؛ «... بگو به ازای آن [رسالت] پاداشی از شما خواستار نیستم، مگر دوستی درباره‌ی خویشاوندان ...»

عاشورا که میشود، اینها چیزهای لازمی است. یک عده از موضع روشنفکری نیابند بگویند آقا، اینها دیگر لازم نیست. نه، اینها لازم است؛ اینها تا آخر لازم است؛ همین کارهایی که مردم میکنند. البته یک شکل‌های بدی وجود دارد که گفته‌ایم؛ مثل قمه زدن که گفتیم این ممنوع است، نباید این کار انجام بگیرد؛ این، مایه‌ی دراز شدن زبان دشمنان علیه دوستان اهل بیت است. اما همین عزاداری متعارفی که مردم میکنند؛ دسته‌جات سینه‌زنی راه میاندازند، علم بلند میکنند، اظهار محبت میکنند، شعار مینویسند، میخوانند، گریه میکنند؛ اینها ارتباط عاطفی را روزه‌روز بیشتر میکند؛ اینها خیلی چیزهای خوبی است. این، اهمیت تبلیغ.

🏠 وظیفه حوزه علمیه نسبت به تبلیغ

بنابراین در حوزه‌ی علمیه - که مرکز هم از همه جهت قم است - باید برای این ترتیب دادن و جریان‌سازی و هماهنگ کردن و سیاستگذاری برای تبلیغ، حتماً یک کار خوبی انجام بگیرد - که حالا مزدهاش را دادند - ان‌شاءالله که این کار دنبال بشود. ای بسا در یک برهه‌ای برخی از مسائل بایست تبلیغ بشود که مثلاً پنج سال، ده سال به آن نیاز است و ممکن است پنج سال بعد، آن موضوع اصلاً مورد نیاز نباشد. این کار را باید طراحی کرد. ما این را همیشه سفارش میکنیم به مبلغین، به طلاب، به فضلا که نیازسنجی کنید و بر طبق نیاز مخاطب و استفهام مخاطب، حرف بزنید؛ اما این کار یک فرد نیست. افراد ممکن است در این شناخت و ارزیابی هم بعضاً اشتباه بکنند. این، کار یک جمع متمرکز و یک برنامه‌ریزی است، که ان‌شاءالله باید انجام بگیرد.

🏠 کار متمرکز و برنامه‌ریزی شده برای تبلیغ

مهمترین برهه‌ای و زمان و مکانی که تبلیغ، آنجا معنا میدهد، جایی است که فتنه وجود داشته باشد. بیشترین زحمت در صدر اسلام و در زمان پیغمبر، زحمات مربوط به منافقین بود. بعد از پیغمبر، در زمان امیرالمؤمنین زحماتی بود که از درگیری و چالش حکومت اسلامی با افرادی که مدعی اسلام بودند، به وجود می‌آمد. بعد هم همین جور؛ در دوران ائمه (علیهم‌السلام) هم همین جور؛ دوران غبارآلودگی فضا. و الا آن وقتی که جنگ بدر هست، کار، دشوار نیست؛ آن وقتی که در میدانهای نبرد حاضر میشوند، با دشمنانی که مشخص است این دشمن چه میگوید، کار دشوار نیست. آن وقتی مسئله مشکل است که امیرالمؤمنین در مقابل کسانی واقع میشود که اینها مدعی اسلامند و معتقد به اسلام هم هستند؛ اینجور نبود که معتقد به اسلام هم نباشند، از اسلام برگشته باشند؛ نه، معتقدند به اسلام، راه را غلط میروند، هواهای نفسانی کار دستشان میدهد. این، مشکلترین وضع است که افراد را به شبهه میاندازد؛ به طوری که اصحاب



عبداللہ بن مسعود می‌آیند خدمت حضرت، می‌گویند «أنا قد شككنا في هذا القتال»^{۱۱} چرا باید شک کنند؟ این شک خواص، پایه‌ی حرکت صحیح جامعه‌ی اسلامی را مثل موربانه می‌چود. اینی که خواص در حقایق روشن تردید پیدا کنند و شک پیدا کنند، اساس کارها را مشکل می‌کند. مشکل کار امیرالمؤمنین، این است. امروز هم همین است. امروز در سطح دنیا که نگاه کنید، همین جور است؛ در سطح داخل جامعه‌ی خودمان که نگاه کنید، همین جور است. تبیین لازم است.



دو ضرورت برای تبلیغ در شرایط فعلی

- انتخاب مخاطب در تبلیغ ❁
- تزکیه مخاطبان خود ❁
- اثرگذاری در لایه‌های عمیق مخاطبان ❁
- وظیفه ورود در مسائل اجتماعی ❁
- تشویق مخاطبان به نماز ❁
- آزرده نکردن مبلغان شیعه و سنی ❁
- رونق تازه اسلام با پیروزی انقلاب اسلامی ❁
- مسئله‌ای که دشمن می‌خواهد در تبلیغاتش کوچک کند ❁
- آمادگی روحانیت برای تبلیغ ❁

دو ضرورت برای تبلیغ در شرایط فعلی*

انتخاب مخاطب در تبلیغ

تبلیغ، داستان مفصلی است. اگر می‌خواهید تبلیغ خوب بکنید، از قبل مخاطب خودتان را انتخاب کنید. می‌خواهید با جوانها حرف بزنید؛ خیلی خوب، اگر مخاطب خودتان را انتخاب کردید - که جوانها هستند - باید بدانید سؤال او چیست.

یک طلبه‌ای بود، مشهد درس ما می‌آمد؛ بعد مدتی بود، نبود؛ او را توی درس نمودیم. بعد از مدتی او را دیدم، گفتم کجا بودی؟ گفت فلان جا - یکی از شهرهای دور استان خراسان - مشغول تبلیغ بودم. گفتم خوب، بالاخره چی؟ گفت به نتیجه‌ای که رسیدم، این است که من هیچی برای این مردم یاد نگرفتم. گفت من هرچه بلدم، به درد اینها نمی‌خورد! خوب، این مخاطب‌شناسی است. مخاطب را باید شناخت؛ روستائی، شهری، تحصیلکرده.

امروز ما چقدر جوان تحصیلکرده داریم. در همین کرمانشاه شما، جمعیت تحصیلکرده‌ها خیلی زیادند. یک وقتی این خبرها نبود. قبل از انقلاب، همه‌ی این استان کرمانشاه، شاید سیصد تا تحصیلکرده‌ی دانشگاهی داشت؛ حالا ده برابر یا شاید ده‌ها برابر تحصیلکرده هستند. اینها جوانند، در معرض امواج تبلیغاتی و گفتمانهای گوناگون قرار می‌گیرند، برایشان سؤال به وجود می‌آید؛ شما سؤال او را بدان، جوابش را آماده کن، بعد برو بنشین در مرکز پاسخگوئی؛ مخاطب خودت را انتخاب کن، فکر او را بدان، متناسب با فکر او و آنچه که نیاز اوست از کتاب و سنت و از کلمات بزرگان، مطالب را

در اختیارش بگذار. جناب آقای ممدوحی فرمودند، درست هم هست؛ همین کتابهای مرحوم آقای مطهری، کتاب شریف المیزان، کسانی بیایند اینها را متناسب با نیاز و سؤال جوانها انتخاب و ارائه کنند. خوب، حالا این کار هم باید در قم انجام بگیرد. شما در قمید. خطاب ما به قم، یک خطاب دائمی است. قم باید این کارها را انجام بدهد؛ بکنند، بکنید؛ اینها کارهای لازمی است.

🌸 تزکیه مخاطبان خود

به قدر تعلیم، یا شاید بیش از تعلیم، به تربیت بیندیشید. بجز در یک جا در قرآن، که «یعلّمهم» جلوتر از «یزکّیهم» است، همه جا «یزکّیهم» - تزکیه - بر تعلیم مقدم است؛ «یزکّیهم و یعلّمهم الكتاب و الحکمة»^۱. این شاید نشان دهنده‌ی این است که تزکیه جایگاه برتری دارد. مخاطبان خودتان را تزکیه کنید، تربیت کنید. این تربیت هم همین طور که عرض کردیم، «من نصب نفسه للنّاس اماما فلیبدأ بتعلیم نفسه قبل تعلیم غیره»، سخت است. این کار سخت را هم باید انجام داد.

🌸 اثرگذاری در لایه‌های عمیق مخاطبان

در لایه‌های عمیق ذهن مخاطب اثر بگذارید. اکتفاء نکنید به این که احساسات او یا عواطف او جلب شد، راضی بشوید؛ نه، سعی کنید در آن لایه‌های عمیق ذهن اثر بگذارید تا با حوادث گوناگون از دست نرود.

🌸 وظیفه ورود در مسائل اجتماعی

روحانیون و وظائف اجتماعی هم دارند. روحانیون بایستی در مسائل اجتماعی وارد شوند؛ منتها آن نکته‌ی اساسی این است که این ورود روحانی در مسائل اجتماعی باید ورود همراه با روحانیت باشد، نه با تحکم؛ اگر با تحکم شد، دیگر فایده‌ای ندارد. خصوصیت روحانی این است که با روحانیت، با اخلاق، با نصیحت، با ارائه‌ی راه، اطراف قضیه را آگاه کند، مشتاق کند، قانع کند، به یک کاری وادار شوند. اگر با تحکم شد، فایده‌ای ندارد. روحانی باید در مقام روحانی عمل کند. البته اگر شما رئیس جمهور شدید، در مقام رئیس جمهور یک وظیفه‌ی دیگری دارید، در مقام قاضی یک وظیفه‌ی دیگری دارید؛ اما در مقام روحانی، وظیفه این است که با زبان روحانیت و با زبان انبیاء با مردم حرف بزنید؛ با تحکم نباید باشد، با روحیه‌ی سیاسیکارانه نباید باشد.

🕌 تشویق مخاطبان به نماز

نماز، همه چیز است. آن کسی که همه‌ی رابطه‌هایش قطع شده، اگر توانسته باشد رابطه‌ی نماز را نگه دارد، این او را نجات می‌دهد. نماز خیلی مهم است. مخاطباتان را به نماز تشویق کنید، راه‌های شرکت آنها در نمازهای جماعت را آسان کنید. این سمینار نماز که هر سال برگزار میشود، من نمی‌دانم تا حالا در کرمانشاه برگزار شده یا نه؛ این را در اینجا برگزار کنید؛ یک رونق و جلوه‌ای به نماز می‌دهد.

🕌 آزرده نکردن مبلغان شیعه و سنی

مبلمان شیعه و سنی هم همدیگر را آزرده نکنند. با هم همراهی کنید، همدلی کنید. در موارد اختصاصی خودشان، سنی کار خودش را بکند، شیعه کار خودش را بکند. یک موارد مشترکی هم وجود دارد، که با همدیگر کار کنند. این اگر شد، ان شاءالله آن وقت روحانیت پیش خواهد رفت.

🕌 رونق تازه اسلام با پیروزی انقلاب اسلامی

من به شما عرض کنم؛ انقلاب اسلامی که پیروز شد، اسلام در دنیا یک رونق تازه‌ای پیدا کرد. خیلیها در دنیا به فکر افتادند که این چه بود؟ این کدام موتور پر قدرت بود که توانست یک چنین حادثه‌ی عظیمی را به وجود بیاورد که غرب را تکان داد؟ پیروزی انقلاب اسلامی و عظمت امام، غرب را تکان داد، نظام سلطه را تکان داد. خیلیها به فکر افتادند بروند ببینند این چیست. به قرآن مراجعه کردند، حقایقی از اسلام دستشان آمد؛ لذا مشتاق اسلام شدند، گرایش به اسلام پیدا کردند. در آن برهه، یک فصل، یک حمله، یک موج به سمت اسلام به وجود آمد، که ادامه هم پیدا کرد.

موج دوم، آن وقتی شد که نظام مارکسیستی شکست خورد. حتی در کشورهای اسلامی، جوانهای زیاد و مردمان با اخلاص زیادی بودند که امید خودشان را به نظام مارکسیستی بسته بودند؛ فکر میکردند با تشکیل دولت سوسیالیستی خواهند توانست فقر و بیعدالتی و چه و چه و چه را از کشورهاشان دور کنند؛ بعضیهاشان هم واقعاً مردمان صادقی بودند؛ بنده بعضی از اینها را دیده بودم؛ چه از مسلمانهاشان، چه از غیر مسلمانهاشان؛ مردمان صادقی بودند، اما به اسلام هیچ اعتقادی نداشتند؛ مارکسیست شده بودند برای خاطر اینکه خیال میکردند در مارکسیسم امیدی برای مردم هست؛ بعد که مارکسیسم شکست خورد، اینها دیدند نه، فایده‌ای ندارد؛ لذا

به سمت اسلام آمدند.

مسئله‌ای که دشمن می‌خواهد در تبلیغاتش کوچک کند

همه‌ی این گروه‌های جوانی که شما دیدید در مصر و تونس و لیبی و یمن و جاهای دیگر، شعار اسلام میدادند، اینها در دهه‌های ۶۰ و ۷۰ میلادی - یعنی حدود چهل سال پیش، سی سال پیش - همه‌شان شعارهای چپ میدادند، شعارهای کمونیستی میدادند؛ اگر هم کسی از اسلام چیزی میگفت، لابه‌لای حرفهای مارکسیستی بود. حتی در کشور خود ما هم مواردی از این قبیل بود؛ من نمیخواهم اسم بیاورم. بودند کسانی که از اسلام میگفتند، اما لابه‌لای حرف اسلامی، در واقع تفکرات مارکسیستی بود که داشت تبلیغ و ترویج میشد. خب، اینها یک جایی اثر خودش را میبخشد. بعد از آنکه مارکسیسم شکست خورد، همه‌ی این گروه‌ها که از مارکسیسم مأیوس شدند، به اسلام برگشتند؛ به اسلام نگاه کردند، به قرآن نگاه کردند، به احکام اسلامی نگاه کردند، به جمهوری اسلامی نگاه کردند؛ دیدند عجب، یک نظامی بر پایه‌ی اسلام سر پا آمده، همه‌ی شعارهای مدرن و مترقی را سر دست گرفته، همه‌ی قدرتهای ظالم و ستمگر و مکنندگان خون ملتها با او دارند مبارزه میکند، این هم مثل کوه ایستاده و نمیلرزد. به شگفت آمدند؛ گفتند عجب، خب بیائیم ببینیم این چیست. همانهایی را که میخواستند و در مارکسیزم دنبالش میگشتند و نتوانسته بودند آنها را پیدا کنند، بعد هم که بکلی شکست خورد، میدیدند حالا در اسلام هست. این هم یک مقطع بود که گرایش به اسلام پیدا شد. یک مقطع هم حالا به وجود آمده است؛ مأیوس شدن از لیبرالیسم غربی، لیبرال دموکراسی غرب، اقتصاد کاپیتالیستی. میبینید چه خبر است؟

میخواهند این مسئله را در تبلیغات کوچک کنند. واقع قضیه که کوچک نمیشود. در مرکز مالی آمریکا، در پایتخت اقتصادی آمریکا، یعنی در نیویورک، آن هم در خیابان «وال استریت» که کانون اصلی سرمایه‌داری دنیاست، هزاران نفر جمعیت جمع بشوند، بگویند ما سرمایه‌داری را نمیخواهیم. اینها نه مهاجرند، نه همه سیاه‌پوستند، نه از طبقات پائین جامعه‌اند؛ در میانشان استاد دانشگاه هست، سیاستمدار هست، گروه‌های دانشجویی به اینها پیوسته‌اند؛ میگویند ما نظام کاپیتالیستی را نمیخواهیم. خب، این همین حرف ماست؛ ما هم که از اول گفتیم «نه شرقی، نه غربی»، یعنی نه نظام کاپیتالیستی، نه نظام سوسیالیستی؛ آن سوسیالیست‌ها بود که به جهنم رفت، این هم دارد یواش یواش سرازیر میشود. بعد از این حادثه، اقبال به اسلام بیشتر خواهد شد. این هم یک موج دیگر است؛ موج سوم است.



آمادگی روحانیت برای تبلیغ

باید شماها آماده باشید. روحانیت اسلام باید آماده باشد. حرفهای سست به کنار برود؛ معارف منطقی و قوی و ریشه‌دار اسلام که از کتاب و سنت گرفته شده، از کلمات ائمه‌ی معصومین (علیهم‌السلام) اتخاذ شده؛ مبانی مستحکم عقلی، عقل‌پسند و متناسب با نیازهای انسان و جامعه‌ی بشری مطرح شود؛ خواهید دید موج‌گرایش به اسلام بیشتر خواهد شد.

خب، ما که با شما خیلی حرف داریم. جلسه هم برای من - همان طور که عرض کردم - جلسه‌ی محظوظ‌کننده‌ای است؛ لیکن خب، رعایت وقت را هم باید کرد.

یکی از چیزهایی که ما امروز خیلی احتیاج داریم، برنامه‌های مطالعاتی برای قشرهای مختلف است. بارها اتفاق می‌افتد که جوانها را، نوجوانها را به کتابخوانی تشویق میکنیم؛ مراجعه میکنند، میگویند آقا چه بخوانیم؟ این سؤال یک جواب ندارد؛ احتمالاً جوابهای متعددی دارد. مجموعه‌ی متصدیان امر کتاب - چه در وزارت ارشاد، چه در مجموعه‌ی کتابخانه‌ها - روی این مسئله باید کار جدی بکنند؛ در بخشهای مختلف، برای قشرهای مختلف، به شکلهای مختلف، با تنوع متناسب، سیرمطالعاتی درست کنند؛ اول این کتاب، بعد این کتاب، بعد این کتاب. وقتی که جوان، نوجوان، یا کسی که تاکنون با کتاب انس زیادی نداشته است، وارد شد، حرکت کرد، راه افتاد، غالباً مسیر خودش را پیدا خواهد کرد.

بیانات در دیدار مسئولان کتابخانه‌ها و کتابداران ۱۳۹۰/۴/۲۹