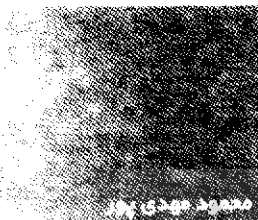


اولویتهای تبلیغی



نظارت و اجراء و قضاوت، و در تبلیغ و هدایت فرهنگی جامعه، از وظایف بنیادی تشکیلات سیاسی و اداری هر کشور و نظام اجتماعی است.

تعیین سیاستهای کلان تبلیغی در صورتی موفق و کارآمد است که برنامه‌های دراز مدت و میان مدت و کوتاه مدت برای آن پیش بینی شود و برنامه ریزی و سرمایه‌گذاری و مدیریت اجرایی و نظارت لازم را به همراه داشته باشد.

اگر حوزه‌های علوم اسلامی و شورای محترم عالی حوزه، سیاستهای کلان تبلیغی را مشخص کنند و مردم و

شناخت اولویتهای در عرصه تبلیغ همچون تشخیص اهم و مهم در هر کاری از ضرورت‌های زندگی عاقلانه و آگاهانه است.

مبلغان گرامی در کلیه امور زندگی از جمله در ایفای رسالت بزرگ هدایت جامعه و اقدام به فریضه مقدّس تبلیغ با این مسئله مواجه هستند.

بدون شک رسانه‌ها، اعم از رسانه‌های سنتی و رسانه‌های نوین از تأثیرگذارترین عوامل جهت‌گیری جامعه در دو سوی مثبت و منفی‌اند.

شناخت اولویتهای و رعایت آن در قانونگذاری و اختصاص بودجه، در

نکته مقامی دارد؛ ولی این جایگاه و مقام با چه شیوه و روشی مشخص می شود؟

تعیین اولویتهای تبلیغی برای هر مسجد و مجمع چیزی نیست که به صورت متحد المال، بخشنامه ای و سفارشی امکان پذیر باشد. زمان و مکان و مخاطبان و حوادث اجتماعی منطقه، موضع گیری دیگر رسانه ها، و اقدامات دوست و دشمن تا حد زیادی در تشخیص و تعیین اولویتهای تبلیغی نقش دارد.

طرح بحث ولایت در اجتماع مهم غدیر خم توسط رسول گرامی اسلام، طرح بحث مهم توحید و ولایت در اجتماع بزرگ نیشابور توسط امام رضا علیه السلام، و طرح اصل مهم برائت از مشرکان در ایام حج توسط امیرالمؤمنین علیه السلام، نمونه های روشنی برای رعایت اولویتهای تبلیغی است.

رعایت تدریج و نزدیک شدن گام به گام به اهداف مقدس تبلیغی، آموزشی، اجتماعی و اقتصادی، از شرایط موفقیت در هر کار است؛ اما غیر از خلوص و انگیزه پاک و معنوی،

طلاب و دولت اسلامی با هماهنگی ضروری حرکت کنند، با یاری یکدیگر، می توانند وظیفه بزرگ تبلیغ دین را انجام دهند.

خطابه و منبر، رسانه ای است که توسط مبلغان گرامی اداره می شود. مجالس و محافل عاشورایی، نماز جمعه و مساجد و جلسات دینی برکاتی است که خداوند متعال در اختیار امت و روحانیان و عالمان بزرگوار قرار داده است.

حال پرسش این است که: آیا بهترین استفاده از فضا، جمعیت، محراب و منبر و امکانات جانبی آن به عمل می آید.

آیا از فرصتهای تبلیغی استفاده مناسب می شود؟

آیا ضروری ترین مباحث مورد نیاز امت مطرح می گردد؟

آیا قالبهای انتخاب شده بهترین قالبهاست؟

چه عواملی در طرح و عدم طرح مباحث و تعیین تقدم و تأخر آن مؤثر است؟

بدون شک هر سخن جایی و هر

می‌شود.

رسانه‌ها و نهادهای تبلیغی موجود مثل سازمان تبلیغات اسلامی، دفتر تبلیغات اسلامی، معاونت تبلیغ مدیریت حوزه علمیه قم و نمایندگیهای رهبری در دستگاههای اجرائی، با هماهنگی می‌توانند، خدماتی ارزشمند ارائه دهند و در راه نجات بشریت و خدمت به انسانها گامهایی بلند بردارند.

مادر این مقاله به وظایف نهادهای سیاستگذار نپرداخته‌ایم. مخاطبان این مقاله، مبلغان بزرگوار و عالمان عزیز هستند که در نقاط دور و نزدیک به ایفای رسالت تبلیغ می‌پردازند و می‌خواهند اولویتهای کاری خود را بشناسند. بی‌تردید تشخیص دقیق اولویتهای تبلیغی و انجام وظیفه الهی بر اساس آگاهی و احساس مسئولیت دینی، نقشی شگفت در هدایت جامعه و سلامت فرهنگی و استقلال اجتماعی دارد.

تبلیغ هرگز نباید به صورت یک حرفه و یا عادت و مراسم بی‌روح درآید و گرنه نقش جدی خویش را از

برای موفقیت مبلغان در گسترش اندیشه و عمل اسلامی سه گونه برنامه ریزی برای تبلیغ ضروری است:

۱. برنامه ریزی نظام اسلامی و بزرگان حوزه برای اقدامات بنیادی و دراز مدت در حوزه تبلیغ؛

۲. برنامه ریزی نهادهای تبلیغی کشور، برای برنامه‌های سازمان مربوطه؛

۳. برنامه ریزی مبلغان گرامی برای اقدامات تبلیغی خود.

در برنامه ریزی، توجه به اهداف و شناخت نیازها و اولویتهای امکانات و خطرات پیش رو، از مهم‌ترین پیش شرطهاست.

تعیین سیاستهای کلان و ایجاد نهادهای تبلیغی و تربیت مبلغان در رشته‌های مورد نیاز و سطوح گوناگون و برای مناطق مختلف جامعه اسلامی و جهان بشریت، رسالت نظام و دولت اسلامی است، که در شرائط کنونی این سیاستها از طریق شورای عالی حوزه، شورای عالی انقلاب فرهنگی، مرکز جهانی علوم اسلامی و سازمان مدارس خارج از کشور و نهادهای مشابه دنبال

دست خواهد داد.

مبلغان بیدار و متعهد همیشه از خویش می پرسند، کدام مسئله باید امروز محور سخن قرار گیرد؟ و چرا؟ کدام عنوان باید مرتب تکرار شود و چرا؟

چه مباحثی در تمام مجالس و اجتماعات باید یادآوری گردد و چرا؟ زمان طرح کدام مباحث پایان یافته و فرصت طرح کدام مسائل فکری، فرهنگی فرا رسیده است؟

بدون شک برخی مباحث غذای فکری هر روز جامعه است که مدام باید در اختیار آنان قرار گیرد. برخی مطالب مانند داروی مورد نیاز بیماران است که فقط باید در دسترس پزشکان امین و بیماران باشد.

بخشی از معارف دینی، پادزهر تبلیغات الحادی است که در شرائط مارگزیدگی باید به جامعه عرضه شود. برخی مطالب غذای فکری دولت مردان و مسئولان اجرایی کشور است که باید در جمع آنان مطرح شود. بخشی از حقایق قرآن و حدیث، غذای فکری دانش آموزان و دانشجویان

است که با توجه به مخاطبان باید در مجالس دانش آموزی یادآوری گردد.

مبلغ متعهد و هوشمند، بیماریهای شایع فکری را شناسایی و جامعه را در برابر آن مایه کوبی می کند و از ابتلای به انحراف و اشتباه مصونیت می بخشد و گاه همچون پزشکی سیار به مداوای بیماران می پردازد.

اولویتهای در جوامع کنونی به سرعت دستخوش تغییر و تحول است. اگر در گذشته های دور یک مسئله برای سالها در صدر اندیشه و سخن اندیشمندان قرار داشت، امروز هر هفته و گاه هر روز مسائل نوین و جدیدی نمایان می شود.

تبلیغ بر اساس تدبیر و حکمت با توجه به نیازها، اولویتهای و شرائط روحی، روانی مخاطبان و فضای فرهنگی جامعه قابل اجرا است. اولین رهنمود وحی به مبلغان گرامی، دعوت جامعه به راه خدا بر اساس حکمت و تدبیر است، و بهره گیری از موعظه و جدال احسن در مرحله بعد قرار دارد.

وَأَذِعْ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ

نام انضباط و وجدان کاری تلقی می‌شود، محور اساسی تلاشهای تبلیغی، پژوهشی، آموزشی و اجرایی در طول سال تبیین می‌شود.

هم اکنون در بعد نهی از منکر چندین سال است که رهبر بزرگوار انقلاب اسلامی بر مبارزه با فقر و فساد و تبعیض تأکید می‌ورزند.

شناخت حق و باطل در نظام اعتقادی، شناخت رهبران حق و باطل در نظام سیاسی، و شناخت دوست و دشمن در زندگی اجتماعی، و شناخت احکام و قوانین الهی در زندگی فردی و اجتماعی از اولویتهای فرهنگی امت اسلامی است.

پاسداری از سلامت اعتقادی جامعه و ایمان مردم به اصول دین و احکام الله از مهمترین و بزرگترین وظایف مبلغان و نهادهای تبلیغی و آموزشی کشور است و مبارزه با آنچه ایمان مردم را تباہ می‌سازد، تحت هر نام و عنوان و به وسیله هر کس و هر نهاد، از فرائض بزرگ عمومی

وَالْمَوْعِظَةُ الْحَسَنَةُ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ^۱؛

«با حکمت و اندرز نیکو به راه پروردگارت دعوت نما و با آنان به روشی که نیکوتر است مناظره کن. پروردگارت از هر کسی بهتر می‌داند چه کسی از راه او گمراه شده است، و او به هدایت یافتگان داناتر است.»

روش شناخت اولویتهای

برای بسیاری از ما که اطلاعات از مسائل پنهان قضایا نداریم، دقت در سخنان رهبری و پیروی از رهنمودهای ایشان آسان‌ترین راه تشخیص اولویتهاست. پیگیری منظم بیانات و نامه‌ها و پیامها و سمت و سویی که ایشان ترسیم می‌کند، اولویتهای تبلیغی را به همه علاقه‌مندان و پاسداران فکر و فرهنگ جامعه نشان می‌دهد.

وقتی یک سال به عنوان سال نهضت خدمت رسانی و رقابت در خدمت نامیده می‌شود، و یا سال دیگر به نام سال عزت و افتخار حسینی موسوم می‌گردد، اگر یک سال دیگر به

مسلمانان است.

دشمن‌شناسی و دشمن‌سنجی

از محورهایی که مبلغان گرامی همیشه باید در سرلوحه اقدامات الهی خویش قرار دهند، مسئله ولایت و برائت و «حب فی الله» و بغض در راه خداست. وظیفه جامعه در قلمرو شناخت دشمن و چگونگی مقابله با آن و بیداری در برابر توطئه‌های داخلی و خارجی در رأس امور است.

عجیب است که برخی امروز دشمنی امریکا و انگلیس با اسلام و مسلمانان را نمی‌بینند و امواج پیاپی توطئه را «توهم توطئه» می‌دانند.

غفلت از دشمن، عوضی گرفتن دشمن، عدم توجه به نیرنگهای دشمن، ارتباط و دوستی با دشمنان و اطلاع‌رسانی و نظر سنجی و مذاکرات پیدا و پنهان با دشمنان، و عدم توجه به اهداف و اقدامات دشمن، از مشکلاتی است که امروز دنیای اسلام و جامعه ما با آن مواجه است.

جریان نفاق و فریب‌خوردگان، مرعوبان و مجذوبان نسبت به تبلیغات آمریکا و صهیونیسم جهانی، امروز

بزرگترین کانال نفوذ شیطان به بلاد اسلامی هستند.

در جریان اغتشاشهای اخیر (خردادماه ۱۳۸۲) پرده از چند حقیقت بزرگ برداشته شد که مبلغان گرامی باید آن را برای امت اسلامی تبیین کنند:

۱. خصومت آمریکا با نظام اسلامی و حکومت ایران، توهم نیست، بلکه واقعیت عینی و محسوس و اعلام شده است.

۲. برخی در مجلس خطاب به رهبر نام آنچنانی می‌نویسند.

۳. عده‌ای با ایجاد گرانی از یک

سوء تحریک نسل جوان از سوی دیگر، برنامه‌ای گسترده برای مقابله با انقلاب اسلامی تدارک دیده بودند، که به لطف الهی و هوشیاری رهبر بزرگوار انقلاب اسلامی خنثی گردید.

۴. جاسوسان دشمن و

فریب‌خوردگان، برنامه اغتشاش را همزمان در چندین شهر و دانشگاه کشور برنامه ریزی کرده بودند، که هوشیاری بیشتر وزارت اطلاعات را ایجاب می‌کند.

مبلغان دین، منادی قرآن و سنت و سخنگوی قرآن و عترت‌اند، و لذا در اظهار نظرها باید در اوج دقت و احتیاط عمل کنند

کمک به خدمت و کارایی نظام اقدام کنند.

مبلغان دین، منادی قرآن و سنت و سخنگوی قرآن و عترت‌اند، و لذا در اظهار نظرها باید در اوج دقت و احتیاط عمل کنند؛ نه توجه‌گر محض عملکرد نهادها و دولت و دولتمردان باشند، نه تخریب‌گر بی‌جا و بی‌منطق اقدامات مثبت افراد و نهادها، کلیه سیاستها و اقدامات هماهنگ با قرآن و سنت و مورد تأیید رهبری و فقاقت راستین تشیع، از هر جناح و گروه، مورد تأیید و تشویق قرار گیرد و سیاستها و مقررات و مصوبات و اقدامات ناهماهنگ با قرآن و شریعت از سوی هر فرد و گروهی که باشد، مورد انتقاد و اعتراض واقع شود.

۵. نامه‌های سازشکارانه مبنی بر کوتاه آمدن از مبارزه با آمریکا، بخشی از برنامه دشمن بود که در ادامه سیاست «فشار از پایین و چانه زنی از بالا» قابل تحلیل است و شایسته است نمایندگان اصول‌گرا و ارزشی هوشیاری بیشتری نشان دهند.

جهت‌گیری دشمن

یکی از راههای تشخیص اولویتها، جهت‌گیری دشمن است. آنچه دشمنان اسلام و امت اسلامی بیشتر بر آن اصرار می‌ورزند، برای جامعه خطرناک‌تر است. از باب مثال:

۱. شبهه پراکنی در عقاید؛
۲. یأس آفرینی نسبت به آرمانها؛
۳. اعتماد سوزی در روابط مسلمانان؛
۴. صلابت‌شکنی نسبت به اقتدار

نظام؛

۵. تبلیغ ناکارآمدی نظام؛

۶. ایجاد گرانی و بیکاری، از

اهداف و جهت‌گیریهای امروز نیروهای شیطانی است. مبلغان گرامی باید، دقیقاً در سمت و سوی مخالف آن به تحکیم ایمان، امید بخشی، اعتماد آفرینی، تأکید بر صلابت قانونی و