



گفتگو با:
حجت الاسلام و المسلمین ماندگار

قابل آزمایش و اثبات است. مثلاً ایجاد انگیزه، تحریک احساس، گره با مخاطب، فرارز و فرود، سرعت و فرصت، اقناع اندیشه، همه فرمول دارند. وقتی فرمولی شد قابل آموزش و نوآوری علمی نیز می باشد.

البته تنها با چند سال آموزش، انسان بی نیاز نمی شود. شاید یکی از مصادیق آیه مبارکه «كَلَّا إِنَّ الْإِنْسَانَ لِرَبِّهِ لَكَنَافٍ»^(۱) خود ما باشیم که احساس می کنیم با چند سال تحصیل مستغنی از آموزش شده ایم.

○ با تشکر از حضرت تعالی به خاطر اینکه وقت خودتان را در اختیار مجله مبلغان گذاشتید، به عنوان اولین سؤال خواهش می کنیم بفرمایید آیا تبلیغ یک تخصص است؟ و اگر چنین است چه اقداماتی در این راستا لازم است در نظر گرفته شود؟

● تبلیغ یک امر تخصصی است و لازمه تخصصی بودن آن، جمع بین ۴ تخصص است.

اول: چون تبلیغ یک علم است تعلیمات تخصصی می خواهد. وقتی می گوئیم علم است؛ یعنی فرمول دارد،

۱. علق/ ۶ و ۷.

صحبت‌هایشان را طولانی کردند تا به وقت اذان برسند و برای اثبات حقانیت خودشان از اذان به نحو هنرمندانه‌ای استفاده کردند.

استفاده صحیح از شرایط زمانی، مکانی و حاشیه‌ای، هنر و تخصص می‌خواهد؛ مثلاً مبلغ باید توجه کند در کنار دریا، از کوهستان مثال نیورد و یا در کوهستان از بیابان مثال نزند.

چهارم: از آنجا که تبلیغ یک رسالت الهی است، توفیقات مخصوص و تخصصی می‌خواهد.

اگر همه علوم تبلیغ را بدانیم، مهارت کافی در این زمینه داشته باشیم و هنرمند هم باشیم، معلوم نیست بتوانیم تأثیر بر فکر و یا احساس و یا رفتار مخاطب بگذاریم؛ زیرا کلید تأثیر در دست کسی دیگر است. «لا مؤثر فی الوجود الا الله».

خدا رحمت کند شیخ عبدالله ضابط را. ایشان می‌گفتند: آیه «مَا رَمَيْتَ إِذْ رَمَيْتَ وَ لَكِنَّ اللَّهَ رَمَى»^(۱) «تو نینداختی همان زمانی که انداختی و لکن خداوند انداخت.» تنها مربوط به رزمندگان جبهه

حال که تبلیغ یک علم است؛ پس تعلیمات تخصصی نیز نیاز دارد، مانند: محتوا شناسی، روش شناسی و مخاطب شناسی؛ یعنی چه معارفی را به چه روشی و برای چه کسانی مطرح کنیم.

دوم: از آنجا که تبلیغ یک فن و مهارت است، تمرینات تخصصی هم لازم دارد. در نظر بگیرید شخصی که تمام دوره علمی دندانپزشکی را گذرانده باشد؛ ولی در عمل هنوز یک دندان هم نکشیده باشد، نمی‌تواند کار کند. قطعاً کار عملی و تمرین می‌خواهد. تبلیغ هم که مهارت در سخن گفتن است نیاز به تمرین در جاهای مختلف دارد. مثلاً صحبت‌های چند دقیقه‌ای در اتوبوس، در تاکسی، در جمع ده نفری، در جمع ۵۰۰ نفری، جلوی دوربین تلویزیون، همه و همه نیاز به ممارست و تمرین دارد.

سوم: تبلیغ یک هنر است و نیاز به تزئینات تخصصی دارد.

نحوه گزینش، چینش و پردازش کلمات، تخصصی است. وجود نازنین امام سجاد علیه السلام در مجلس یزید

شرکت کنندگان در جلسه شان اضافه می شود؛ چون مردم می بینند مطالب این آقا برایشان فایده دارد. اگر گاهی مردم پای صحبت کسی نمی روند دلیلش آنست که احساس می کنند چیزی نصیبتان نمی شود. گاهی مطالب کلی می گویند و به صورت کاربردی و ریز ارائه نمی دهند، گاهی مطالب را بدون تحلیل و استدلال عرضه می کنند و بدین صورت مردم استقبال نمی کنند.

○ حال که بحث به اینجا کشیده شد بفرمایید امروزه با چه مشکلاتی در عرصه تبلیغ مواجه هستیم؟

● در یک نگاه، سه مشکل در این عرصه به نظر می رسد: اول اینکه از لحاظ محتوایی، گاهی کلی گویی می شود و مطالب ارائه شده عمق لازم را ندارد. اطلاعات برخی از مبلغین ممکن است وسیع باشد؛ ولی خیلی سطحی و کلی است. وسعت علومشان به اندازه دریاست ولی در عمق دو سانتی متری. وقتی معلومات عمیق نباشد ممکن است با یک شبهه، از میدان بیرون بروند و نتوانند پاسخگو باشند.

نیست؛ بلکه برای رزمندگان فرهنگی هم است؛ چون کلید تأثیر در دست خداست و باید کلام مبلغ را خداوند بر دلها بنشانند. سخنی که با اخلاص باشد و از دل بر بیاید انشاءالله بر دل می نشیند.

بنابراین اگر این چهار مقوله؛ یعنی تعلیمات، تمرینات، تزئینات و توفیقات، کنار هم جمع شوند، قطعاً سخنان ما مفید و مؤثر خواهند بود؛ مثل یک نوشیدنی گرم در هوای سرد و یا نوشیدنی سرد و خنک در هوای گرم به مخاطب می چسبد و برایش گواراست.

○ ممکن است در مورد اینکه چگونه مطالب تبلیغ می تواند برای مخاطب مؤثر باشد بیش تر توضیح دهید؟

● وقتی که مبلغ، مطالبی را که مورد نیاز مخاطب و مورد سؤالش باشد و با ظرفیت و شرایط او هماهنگی داشته باشد بیان کند، همچنین مخاطب به آن مطالب اطمینان کند، قطعاً از سخنان مبلغ استقبال می کند. خیلی از مبلغین ثابت کرده اند که حتی اگر شهرتشان مطرح نشود، پس از چند شب سخنرانی، تعداد

وقتی که مبلغ، مطالبی را که مورد نیاز مخاطب و مورد سؤالش باشد و با ظرفیت و شرایط او هماهنگی داشته باشد بیان کند، همچنین مخاطب به آن مطالب اطمینان کند، قطعاً از سخنان مبلغ استقبال می کند

توجه مخاطب قرار گیرد. باید مطالب ارائه شده راهکار حل مشکلات باشد تا مخاطب ما احساس کند علاوه بر خودش می تواند برای دیگران هم این راهکارها را تجویز کند و مبادرت به تکثیر و پخش مطالب نماید.

○ به نظر شما یک مبلغ باید چه کند تا از کلی گویی خارج شود و مطالبش عمیق و کاربردی باشد؟

● برای کاربردی کردن تبلیغ، از سه مدل می توان بهره گرفت.

مدل اول، مدلی است که می توان از آن برای انتقال مفاهیم و معارف دین استفاده کرد؛ روش و مدلی که ساده است؛ ولی در عین حال تمرین زیادی نیاز دارد.

این مدل، سه مرحله دارد: ابتدا اینکه معارف دینی را مانند فرمول شیمی، ریاضی، فیزیک در قالب فرمول، ضابطه و اصل بیان کنیم.

مثلاً: حجاب محدودیت انتخابی برای صیانت بخشی است. حجاب مهربانی زن به خود و دیگران است. (برای اینکه خود و آنها را به گناه وادار

دوم، مشکل ساختاری در عرصه تبلیغ است که عبارت از عدم تداوم تبلیغ می باشد. در ایام رمضان و محرم بازار تبلیغ داغ می شود ولی در غیر این ایام با رکود مواجه هستیم.

سوم، مشکل راهکاری است که مطالب به صورت نظام مند ارائه نمی شود که منجر به عدم تکثیر می گردد. مثلاً یک نفر ممکن است فیلم سینمایی تماشا کند و بعد برای ۲۰ نفر دیگر تعریف کند؛ ولی گاهی ۱۰۰ نفر پای صحبت یک مبلغ می نشینند و معلوم نیست چقدر تعریف می کنند و آن هم از چه چیزی تعریف می کنند. باید مطالب متناسب با نیاز و شرایط و زمان باشد تا مورد

عَلَيْهَا»؛^(۱) «این فطرتی است که خداوند انسانها را بر آن آفریده است.»

حضرت آیت الله جوادی آملی، در قضیه ارسال نامه امام به گورباچف، خاطره ای نقل می‌کردند. ایشان از راننده‌ای که وی را به کاخ کرملین می‌برد، سؤال می‌کند شما در بحرانهای زندگی، در یک کشتی متلاطم و یا در حادثه ای خطرناک در جاده، دلتان متوجه کجا می‌شود. راننده از جواب دادن طفره رفته بود و گفته بود که به ما گفته‌اند با شماها راجع به خدا صحبت نکنیم. این استدلال فطری قرآن است: «فَإِذَا رَكِبُوا فِي الْفَلَكِ دَعَوْا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ فَلَمَّا نَجَّاهُمْ إِلَى الْبَرِّ إِذَا هُمْ يُشْرِكُونَ»؛^(۲) «هنگامی که سوار بر کشتی شوند، خدا را با اخلاص می‌خوانند؛ اما هنگامی که خدا آنان را به خشکی رساند [و نجات داد] باز مشرک می‌شوند.»

دختر خانمی در دانشگاه، وقتی بحث حجاب پیش آمد، سؤال کرد: حاج آقا گفتید یکی از راههای اثبات گرایش انسان به حجاب، فطرت است. می‌شود

نکند) حجاب مدیریت زن نسبت به روابطش با مردان است.

یا مثلاً انتخاب محدودیت برای مصونیت؛

حجاب مهربانی به خود و دیگران در جلوگیری از گناه؛

حجاب مدیریت زن نسبت به روابط با مردان.

یا مانند: نماز تغذیه روح است. نماز مانع فحشاء و منکر است. نماز مایه پاکیزگی است.

در مرحله دوم، باید اثبات و استدلال کرد؛ زیرا در مرحله اول فقط مطالبی را ادعا کردیم و باید فرمول و قاعده‌ای که گفته‌ایم را اثبات نماییم.

به چهار صورت می‌توانیم ادعای خود را مستدل کنیم؛ استدلال فطری، عقلی، علمی و دینی (آیه و روایت و کلمات بزرگان و ادعیه).

استدلال فطری همان برهان فطرت است که خیلی فکر و مباحثه می‌خواهد و باید زیاد کار کرد.

همه مردم معارف دین را با فطرت قبول می‌کنند «فَطَرَتِ اللَّهُ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ

۱. روم/۳۰.

۲. عنکبوت/ ۶۵.

موارد عینی و مصادیقی که می‌توانیم معرفی کنیم که آنها معارف دینی را مجسم کرده‌اند، در صدر اسلام از پیامبر اکرم ﷺ، صحابه ایشان و ائمه اطهار علیهم‌السلام و یاران ایشان و صالحان هستند و در زمان خودمان شهداء و علماء می‌باشند. شهدا امروز به دو سؤال ما پاسخ دادند:

۱. می‌شود با دین که ۱۴۰۰ پیش آمده امروزه زندگی کرد؛

۲. تنها راه سعادت، زندگی به سبک دین است.

این بزرگان، مدیریت دینی در زندگی را به خوبی عینیت دادند و به ما فهماندند که می‌توان معارف دین را اجرا کرد و متحقق ساخت.

برای بیان این مطالب باید از آمارها، تمثیلات، داستانهای کوتاه، خاطرات و نمونه‌هایی که مربوط به این بزرگان و شهدا و زندگی‌شان است استفاده کنیم.

○ شما فرمودید برای کاربردی کردن تبلیغ، از سه مدل می‌توان استفاده کرد. یکی از آنها که روش انتقال مفاهیم و معارف دینی بود را بیان کردید. آیا

برای من مثالی بزنید؟ گفتم فرض کن شما وقتی وارد خانه می‌شوی، مادرت می‌گوید: قصد داریم برای دایات خواستگاری کنیم، می‌خواهم یکی دو مورد از هم‌کلاسیهات را معرفی کنی.

شما هم دو نفر را می‌شناسی که خیلی از نظر خانوادگی، قیافه، اقتصادی، فرهنگ و از همه جهات به هم شبیه هستند؛ ولی یکی حجابش با چادر است و دیگری با مانتو روسری. شما

اول کدام را معرفی می‌کنی؟ بلافاصله گفت دختری که چادری است و بعد سرش را پایین انداخت و خندید. گفتم چرا می‌خندی؟ گفت چون فطرتم را لو دادم. وقتی به فطرتم مراجعه کردم دیدم چادری بهتر است.

در برهان فطرت به تناسب مقام باید مثال آورد. همه معارف استدلال فطری، عقلی، علمی و دینی دارند، باید بگردیم و پیدا کنیم.

مرحله سوم آن است که یافته‌های خود را آزمایش کنیم و در مرحله عمل و مصداق هم به آنها برسیم تا تحقق عینی آن را هم انجام داده باشیم.

جوانش در یکی از این پیمانها (حلف الفضول) شرکت کرده بودند.

این نحوه برخورد به ما یاد می‌دهد وقتی با خانم بدحجابی مواجه شدیم، یا با آقایی که قیافه موجه ندارد برخورد کردیم، سریع آنها را از خود نرانیم و سبب بیزاری آنها از دین و روحانیت نشویم، بلکه دقت کنیم چه موردی را می‌توان ابتدا به عنوان تایید آنها پیدا کرد. مثلاً همین که این خانم یا آقا به حرم امام رضا علیه السلام آمده، زائر بودنش را تایید کنیم، محبتش به اهل بیت را تایید کنیم و یا اگر این موارد نیست، انسان بودنش را تایید نماییم. به هر حال وقتی طرف مقابل ایسن نوع برخورد را ببیند، احساس می‌کند شما برای اصلاح آمده‌اید، و نیامده‌اید که همه چیز او را بیرون بریزید، لذا تا اندازه‌ای آرامش و اطمینان پیدا می‌کند.

مرحله دوم تبدیل اموری است که قابل تبدیل می‌باشد؛ چون بعضی از عناصر یک فرهنگ و یا شخصیت، قابل تأیید صد در صد نیست؛ بلکه تا حدودی قابل تأیید است و باید اصلاح

امکان دارد دو مدل دیگر را نیز بیان فرمایید؟

● مدل و روش دیگری که در تبلیغ لازم داریم، مدل مواجهه است.

وقتی آدم با فردی یا گروهی، انجمنی، هیئتی، حزبی و یا شخصیت حقیقی و حقوقی مواجه می‌شود، چگونه با او برخورد کند؟ استراتژی و نحوه برخورد پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله در این زمینه، بهترین و کاراترین روش است. ایشان با جامعه جاهلیت مواجه می‌شود که از نظر ارزشهای انسانی و فرهنگ، در سطح بسیار پایینی قرار داشتند. با این جامعه در سه مرحله برخورد کردند.

- تأیید آنچه که قابل تأیید بود؛

- تبدیل آنچه که قابل تبدیل و

اصلاح و تغییر بود؛

- تخریب آنچه که نه قابل تأیید و

نه قابل تبدیل و اصلاح بود.

برخی از فرهنگهای آنان را که قابل تأیید بود، تأیید کردند مانند وفای به عهد و پیمان، و این تأیید صوری نبود؛ بلکه واقعی بود، حتی این فرهنگ را پیامبر صلی الله علیه و آله آنقدر قبول داشت که در زمان

شود.

چندین سال، بلکه چند قرن طول کشید

تا بتدریج بنیانش برکنده شد.

در دانشگاه با جوانی برخورد کردم

که قیافه خوبی نداشت. جلو آمد و

گفت: حاج آقا به من می‌گویند قیافه

ام تهاجم فرهنگی است. گفتم: هر

کس گفته شکر خورده، تو جوانی و

دوست‌داری خوش تیپ باشی، خدا

هم خوش تیپها را دوست دارد. «إِنَّ اللَّهَ

جَمِيلٌ يُحِبُّ الْجَمَالَ وَ يُحِبُّ أَنْ يَرَىٰ أَثَرَ

الثَّغْمَةِ عَلَىٰ عُنُقِهِ»^(۱) خداوند زیباست،

زیبایی را دوست دارد و دوست دارد

که اثر نعمت را بر بنده‌اش ببیند. - این

قسمت تایید بود - خیلی خوشحال

شد و گفت حاج آقا از خودمان است.

مقداری با هم راه رفتیم - وارد بخش

تبدیلی شدم - گفتم: خوش تیپی خوب

است؛ ولی یک خوش تیپی تو را وارد

اردوگاه امام زمان علیه السلام و دوستداران اهل

بیت قرار می‌دهد و یک خوش تیپی،

انسان را وارد اردوگاه دشمنان حضرت

می‌برد. تو دوست داری که در کدام

پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله در مورد عصیبت،

برخورد تبدیلی و اصلاحی داشتند و

مردم را ارشاد کردند تا به جای عصیبت

جاهلی، تعصب و غیرت دینی داشته

باشند؛ یعنی به خاطر مسلمان بودن

یک فرد از او حمایت کنند، نه به خاطر

عرب یا فارس یا ترک یا هم صنف و

همشهری بودنش.

در جامعه ما اگر این مطلب خوب

تبلیغ شود، دیگر عده‌ای به خاطر کمک

به مردم فلسطین و افغانستان نمی‌گویند

چراغی که به خانه رواست به مسجد

حرام است و به اصطلاح حس

ناسیونالیستی آنها گل نمی‌کند.

مرحله سوم، تخریب است. در

جایی که نه تایید و نه تبدیل جوابگو

است و امکان ندارد، باید ریشه کنی

صورت بگیرد؛ مانند: زنده به گور کردن

دختران در زمان جاهلیت. البته بعضی

از فرهنگها را می‌شود یک دفعه ریشه

کن و تخریب نمود مانند همین زنده

به گور کردن دختران؛ اما برخی دیگر

نیاز به زمان دارد، مانند برده‌داری که

۱. اصول کافی، کلینی، دار الکتب الاسلامیه، تهران، چ چهارم، ۱۳۶۵ ش، ج ۶، ص ۴۳۸؛ وسائل الشیعه، شیخ حر عاملی، ج ۴، ص ۴۵۵.

**چون تبلیغ یک علم است
تعلیمات تخصصی می‌خواهد.
وقتی می‌گوییم علم است؛ یعنی
فرمول دارد، قابل آزمایش و
اثبات است. مثلاً ایجاد انگیزه،
تحریک احساس، گره با
مخاطب، فراز و فرود، سرعت
و فرصت، اقناع اندیشه، همه
فرمول دارند. وقتی فرمولی
شد قابل آموزش و نوآوری
علمی نیز می‌باشد**

حیوانی را نمایش می‌دهد که در حال ناز و نوازش بچه‌اش است و یک مادر را با بچه‌ای که در بغلش است و فرق بچه با قمه شکافته شده، در کنار این نمایش می‌دهد و بعد می‌گوید ببینید شیعیان از حیوانات هم وحشی‌ترند. بعد گفتم دوست دارید این طوری نشان داده شود؟ گفتند: نه، گفتم: پس این کار را نکنید؛ چون الان با دستگاههای ضبطی که وجود دارد و سیستمهای پیشرفته، شما هر جا هم که این کار را بکنید باز هم از دید دشمنان پنهان نمی‌ماند و از

جبهه باشی؟ البته می‌دانم که تو امام زمان را دوست داری. گفت: آری به خدا، شما می‌گویید چه کنم. گفتم این تیبی که تو زدی مربوط به طرف مقابل امام زمان علیه السلام است، باید اینطور خودت را اصلاح کنی...؛ یا مثلاً در جمع هیئتی می‌رویم و جوانهایی که شور دارند را می‌بینیم، سریع تو ذوقشان نزنیم، ابتدا اصل شور حسینی را تایید کنیم و سپس آنها را متوجه کنیم که باید شور حسینی با شعور حسینی همراه باشد.

در یک جایی دعوت شدم که اهل مجلس، قمه زن بودند و قرار بود که قبل از قمه زنی صحبت کنیم، ابتدا شور حسینی را تایید کردم، طوری که فکر کردند می‌خواهم قمه زنی را اثبات و تایید کنم. بعد گفتم در روایت داریم حتی اگر یک کاری مستحب باشد؛ ولی موجب سستی و وهن شیعه گردد، قطعاً حرام است.

گفتم: تصویر قمه زنی شما را دنیا می‌بیند؛ ولی تفسیر قمه زنی شما را نمی‌شنود. و خودش تفسیر مورد نظر خود را کنارش می‌گذارد. در اینترنت

نیاز یک فقیر است به یک غنی، اعلام
نیاز یک نیازمند است به یک راهنمای
الهی، عالم به غیب و معصوم از هر
خطا، زیارت اعلام نیاز یک ناقص است
به یک انسان کامل.

نماز چیست؟ نماز غذای روح
است، جسم ما از غذا تغذیه می‌کند و
روح از نماز. نماز وسیله ارتباط انسان
با خداست و ...

دین و کارکرد دین چیست؟
در سفری که چند سال پیش همراه
استاد معظم حجة الاسلام والمسلمین
خوشنویس (جعفر الهادی) بودم، گفتم
یکی از بحثهایی که امروز خیلی مطرح
است، کارکردهای دین است. این
مطلب را به صورت شسته، رفته برای
من بگویید. ایشان مطالبی را فرمودند و
من نوشتم و بعد از آن از همان مطالب
برای منبرهای زیادی استفاده کردم.

ایشان گفتند اولین کارکرد دین،
تحریر العقول است. دین عقل انسان
را وسعت می‌دهد و دریچه عقل را
به آخرت، باطن و معنا، می‌گشاید، در
غیر این صورت عقل انسان در زندان

دین را به صورت ساده بیان
کنیم و ساده هم اجرا کنیم. مثلاً
اگر امام جماعت جایی هستیم،
نماز جماعت را سخت نکنیم
تا مردم گرایش پیدا نکنند.
یک نماز جماعت ظهر و عصر
با تسبیحات حضرت زهرا علیها السلام و
سه تا صلوات، روی هم یک
ربع بیش تر طول نکشد

این مطلب سوءاستفاده می‌کنند.
و اما روش و مدل سوم، مدل تحلیل
مفهومی و فلسفی است.

یعنی درباره هر دستور و آموزه
دینی سه مطلب را در نظر داشته باشیم؛
چیستی، چرایی و چگونگی. مثالاً نماز،
در چیستی از ماهیت و مفهوم یک
چیز سخن به میان می‌آید مثلاً نماز،
زیارت، ولایت چیست؟

در چیستی از ریشه‌ها، اجزاء و
شرایط، مترادفات، متضاده‌ها، استفاده
می‌کنیم تا یک موضوع را خوب
بشناسانیم. مثلاً زیارت چیست؟ اعلام

است. ارتباط با والدین، همسر، مردم، حتی طبیعت و حیوان، همه و همه در دستورات دینی ماست.

و بالاخره پنجمین کارکرد دین، بیان شرح وظایف ما است. دین، حق و حقوق و تکالیف ما را بیان می‌کند.

در مقام دوم چرایی، فلسفه و ضرورت مطلب و دستور دینی را می‌گوییم، برکات عمل به دستور دینی مانند حجاب و نماز و ... و آسیبهای عمل نکردن به آنها را بیان می‌کنیم.

شخصی پرسید چرا نماز بخوانیم؟ گفتم: برای اینکه حالت کاریکاتوری پیدا نکنیم. تعجب کرد. گفتم تا بحال کاریکاتور دیدی؟ گفت: بله، خنده‌دار است. گفتم: چرا می‌خندی؟ گفت: کاریکاتور کله‌اش کوچک و بدنش بزرگ است. گفتم: کسی که نماز نمی‌خواند، روحش کوچک می‌ماند و هیكلش بزرگ می‌شود و تناسبی بین جسم و روحش نیست و کاریکاتوری می‌شود.

و در مقام سوم باید چگونگی پیاده کردن مفهوم و دستور دینی را بگوییم؛

مادیات می‌ماند و نفع و ضررش را با همین مادیات می‌سنجد. امروزه از دید مادی به کسی زرنگ می‌گویند که دوتایش را چهارتا و چهارتا را هشت تا کند؛ ولی به کسی که دنیایش را به آخرت تبدیل کند، زرنگ نمی‌گویند؛ زیرا نگاهشان دینی نیست.

دومین کارکرد دین، تبیین مقام انسان است. دین جایگاه آدمها را نشان می‌دهد؛ هم جایگاه کلی در نظام خلقت و هم جایگاه تک تک ما. مثلاً من مبلغ امروز چه جایگاهی دارم؟ این سؤال را باید از دین پرسیم.

کارکرد سوم دین هدف‌گذاری به بهترین وجه است. وقتی از مردم سؤال می‌کنیم زیباترین و بهترین هدف شما چیست؟ هر کس جوابی می‌دهد. من آنچه از دین فهمیدم این است که بهترین هدف، کاری است که آدم با انجام آن همیشه زنده بماند و جاودانه شود. کاری که پیامبر ﷺ و بزرگان انجام دادند. این هدف را دین به ما نشان می‌دهد.

چهارمین کارکرد دین، نشان دادن راههای برقراری ارتباطات نورانی

پس تا اینجا سه مدل را بیان کردیم:
 ۱. مدل فرمول، اثبات و آزمایش؛
 ۲. مدل تایید، تبدیل و تخریب؛ ۳. مدل
 چستی، چرایی و چگونگی.

که اگر بخواهیم تبلیغ ما عمیق،
 مؤثر و بادوام باشد باید از این مدلها
 استفاده کنیم.

○ اگر مطالب دیگری در باب
 تأثیرگذاری بیش‌تر در امر تبلیغ دارید
 بفرمایید.

● اگر بخواهیم تأثیرگذاری ما
 بیش‌تر شود باید سه نکته را رعایت
 کنیم.

الف. یکی از موانع بزرگ
 تأثیرگذاری، خود فراموشی است.
 قرآن می‌فرماید: ﴿أَتَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْبِرِّ
 وَ تَنْسَوْنَ أَنْفُسَكُمْ وَ أَنْتُمْ تَتْلُونَ الْكِتَابَ
 أَفَلَا تَعْقِلُونَ﴾^(۱) «آیا مردم را به نیکی
 دعوت می‌کنید، اما خودتان را فراموش
 می‌نمایید؛ با اینکه شما کتاب [آسمانی]
 را می‌خوانید؟ آیا نمی‌اندیشید؟» حتی
 گاهی در صحبتها حواسمان نیست،
 طوری حرف می‌زنیم که خودمان را
 از مردم جدا می‌کنیم؛ یعنی مخاطب

یعنی نحوه به کارگیری آن آموزه دینی،
 راهکارها و مراحل و مراتب، آداب و
 شرایط و ... بیان شود.

برای بیان چگونگی آموزه های
 دینی باید اصولی رعایت شود.

۱. اصل تسهیل: دین را به صورت
 ساده بیان کنیم و ساده هم اجرا کنیم.
 مثلاً اگر امام جماعت جایی هستیم،
 نماز جماعت را سخت نکنیم تا مردم
 گرایش پیدا نکنند. یک نماز جماعت
 ظهر و عصر با تسبیحات حضرت
 زهرا علیها السلام و سه تا صلوات، روی هم یک
 ربع بیش‌تر طول نکشد.

۲. اصل تدریج: در اجرای
 آموزه‌های دینی روش قدم به قدم را
 رعایت کنیم. در بحث حجاب، نماز و
 ... می‌شود به تدریج دیگران را تشویق
 کرد و حرکت ملایم داشت.

۳. اصل تزیین: راهکارها را زیبا بیان
 کنیم. چنان سخت و مشمئز کننده نباشد
 که مردم متواری شوند. امر به معروف؛
 یعنی امر به زیباییها، که هم فطرت تایید
 کند و هم عقل دلیل بیاورد و هم منطق
 بپذیرد و دین هم پشتیبانی کند.

مبدل می‌کند، و خداوند همواره آمرزنده و مهربان بوده است.» و چون دهه محرم بود، بحث حر، را مطرح کردم که چگونه در یک شب متقلب شد.

ب. تخصصی حرف زدن در تأثیرگذاری مهم است. باید بدانیم در کجا و برای چه جمعی چگونه صحبت کنیم.

ج. اتصال ضعیف مانع تأثیرگذاری است. اگر اتصال ما با منبع تأثیر ضعیف باشد، قطعاً مشکل داریم. لذا هنگام صحبت باید متصل به خدا شویم. یک الهی انطقنی بالهدی و الهمنی التقوی بگوئیم. البته لازم نیست بلند بگوئیم، بلکه به آرامی بگوئیم و توجه داشته باشیم که هم از منبع و منشأ تأثیر اثر بگیریم و هم از واسطه‌های تأثیر که وجود نازنین معصومین علیهم‌السلام به ویژه امام زمان علیه‌السلام هستند.

○ از شما سپاسگزاریم که در این مصاحبه شرکت کردید و توفیق روز افزون شما را در تبلیغ دین از خداوند متعال خواستاریم.

ما فقط مردم هستند و می‌گوئیم شما، نمی‌گوئیم ما. بگوئیم ماها این اشکال را داریم، نگوئیم شماها.

یک وقتی برای تبلیغ، به زندان رفتم، وارد بند شدم، گفتند که این بند خیلی خطرناک است و حتی یک بار یک روحانی را گروهان گرفته‌اند. توی زندان گفتم خدایا کمک کن تا بتوانم تأثیرگذار باشم. وقتی با آنها روبرو شدم، گفتم می‌دانید فرق من با شما چیست؟ خندیدند و گفتند: معلوم است، تو آن طرف و ما این طرف هستیم. گفتم: نه فرق ما این است که خطای شما لو رفته ولی من هنوز لو نرفته‌ام. معلوم نیست من از شما بهتر باشم. شما بی احتیاطی کردید، گیر افتادید و من کمی احتیاط کردم. در این موقع شروع کردند به گریه کردن. وقتی زمینه را فراهم دیدم بحث توبه و استغفار را مطرح کردم «إِلَّا مَنْ تَابَ وَ آمَنَ وَ عَمِلَ عَمَلًا صَالِحًا فَأُولَئِكَ يُبَدِّلُ اللَّهُ سَيِّئَاتِهِمْ حَسَنَاتٍ وَ كَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا»^(۱) «مگر کسانی که توبه کنند و ایمان آورند و عمل صالح انجام دهند، که خداوند گناهان آنان را به حسنات