



بایسته‌های تبلیغ

تدوین و تلخیص: حسین علی عربی

همایشی در آستانه‌ی ماه مبارک
رمضان به وسیله‌ی معاونت پژوهشی
مؤسسه‌ی آموزشی و پژوهشی امام
خمینی(س) برگزار شد در این همایش
ابتدا مهندس بنیانیان، معاون فرهنگی
سازمان برنامه و بودجه و سپس حجة
الاسلام والمسلمین محمدی عراقی
رئیس سازمان تبلیغات اسلامی و در
پایان حضرت آية الله مصباح یزدی
رئیس مؤسسه‌ی آموزشی و پژوهشی
امام خمینی(ع) به بیان سخن پرداختند.
آنچه در پیش روی دارید، گزارشی از این
همایش است.

**کاستی‌ها و راه حل‌ها در امر
تبلیغ**
ابتدا مهندس بنیانیان در موضوع
«کاستی‌ها و راه حل‌ها در امر تبلیغ»
فرمودند:
اسلام باید در جامعه حاکمیت
داشته باشد و زمانی اسلام حاکمیت دارد
که حضور جهان بینی اسلام در همه‌ی
عرصه‌های زندگی اجتماعی قابل رؤیت
باشد.

بنابر اعتقاد ما، دین اصلاح‌کننده‌ی روابط انسان‌هاست؛ یعنی، هر پدیده‌ای که در جوامع بشری وجود دارد، اگر یک طرف آن انسان باشد، اسلام در آن عرصه، حرف و پیام دارد.

نمود حاکمیت دینی این است که تصمیمات بزرگ و اصلی انسان‌ها متأثر از جهان بینی اسلامی باشد؛ یعنی، یک جوان در مسوق انتخاب رشته‌ی تحصیلی، شغل، همسر و بالاخره انتخاب مشی زندگی، با جهان بینی اسلامی تصمیم بگیرد.

عالم دینی باید بتواند متناسب با شرایط زمان در تمام عرصه‌های روابط فردی و اجتماعی، حرف مشخص و روشنی بزند.

یکی از مراحل مشکل تبلیغ این است که عالم دینی بخواهد یا مراجعه به مبانی دینی و اصول اسلامی، در مورد پدیده‌های روز، تجزیه و تحلیل ارائه دهد و مشکل مخاطب را حل کند.

در جامعه ما که اسلام حکومت می‌کند، باید به تدریج نگرش «نظام‌واره» یا اصطلاحاً سیستماتیک به پدیده‌های اجتماعی در افراد و به خصوص عالمان

دینی ایجاد شود. مشکل جهان سوم این است که برای حل یک مشکل در جامعه، مشکل دیگری را خلق می‌کنند و در پی آن نیستند که ریشه‌ی مشکل را بخشکانند. این در اثر نداشتن نگرش «نظام‌واره» است.

از جمله مسائل مهم، «سرعت تحولات» است که در حوزه‌ی مسائل اقتصادی، تحولات و مشکلات سریع‌تر خود را نشان می‌دهد ولی در حوزه‌ی فرهنگ این مشکلات روی هم انباشته می‌شوند و به بحران سیاسی تبدیل می‌شوند. متأسفانه توجه مردم و مسئولان در دو دهه‌ی گذشته به مسائل کوتاه اقتصادی بوده است و توجه به مسائل فرهنگی و برنامه‌های بلندمدت، سیر نزولی داشته است.

مسئله‌ی دیگر «پدیده‌ی جوانی جمعیت» است که از هفت و نیم میلیون دانش‌آموز در سال (۵۷ ه.ش) به هیجده و نیم میلیون نفر در سال (۷۸ ه.ش) رسیده است. و از آن جا که بین سن بلوغ تا سن ازدواج حدود دوازده سال فاصله افتاده است؛ بسیاری از جوانان به «بحران هویت» مبتلا شده‌اند.

آشوب و بحران در میان جوانان این مرز و بوم هستند.

استعدادهای و توان‌مندی‌ها برای حل مشکل:

این مشکلات را می‌توان با توجه به توان‌مندی‌های زیر حل کرد:

اول آن که ما متکی به مکتب اسلام هستیم که این انقلاب عظیم را پس از حکومت پنجاه ساله‌ی پهلوی ایجاد کرد و تمام مردم و به خصوص جوانان این کشور را با آن همه فساد و بی‌بند و باری به دامن اسلام برگرداند.

دوم آن که ایران دارای موقعیت برتر منطقه‌ای و جهانی است و برای همین آمریکا به دنبال روابط با ایران است. البته قدرت و آیهت ما به تعداد افراد یا فلان اسلحه نیست، بلکه به دارا بودن مکتبی است که در طول هزار و چهارصد سال باقی مانده و انقلاب اسلامی از آن متولد شده است.

سوم آن که انسان، ذاتاً فطرت پاکي دارد و اگر این فطرت پاک بیدار شود و با اسلام گره بخورد، تبدیل به قدرت نیرومندی می‌شود که توان بیش از صد

همچنین توسعه‌ی ارتباطات و پدیدار شدن «حق انتخاب» بین افکار و اندیشه‌های مختلف و از بین رفتن مرزهای کنترلی و کم‌رنگ شدن مفاهیمی از قبیل: خانواده، مدرسه‌ی خوب، محله‌ی مذهبی و کشور مذهبی باعث از بین رفتن مرزهای کنترلی شده است. علاوه بر آن حاکم بودن «تفکر اسلامی» بر فضای حکومتی کشور، باعث خصومت قدرت‌های استکباری شده است و هر روز به وسیله‌ای در صدد ایجاد

ما از پتانسیل‌های بسیار قوی محرم و رمضان برخوردار هستیم و بسیاری از گفته‌ها و نقشه‌های دشمن به برکت مراسم معنوی و حماسی این دو ماه عزیز از بین می‌رود. خطر بسیار بزرگ آن است که این ایام سرنوشت ساز کم‌رنگ شود و ما نتوانیم از آن بهره‌ی لازم را ببریم.

انسان را در مبادلات اجتماعی پیدا می‌کند.

ما در کشورمان پاک‌ترین فطرت‌ها را داریم و حتی آن‌ها که ظاهراً آلوده شده‌اند و لباس و ریخت و فرم زندگی ایشان با عرف اسلام فاصله گرفته است، در مقاطع حساس به سرعت از خود عکس‌العمل مناسب نشان می‌دهند.

چهارم آن که ما از پتانسیل‌های بسیار قوی محرم و رمضان برخوردار هستیم و بسیاری از گفته‌ها و نقشه‌های دشمن به برکت مراسم معنوی و حماسی این دو ماه عزیز از بین می‌رود. خطر بسیار بزرگ آن است که این آیام سرنوشت‌ساز کمرنگ شود و ما نتوانیم از آن بهره‌ی لازم را ببریم.

مسأله‌ی دیگر، عدم تعادل در توسعه است؛ یعنی، در بعضی از حوزه‌ها بسیار پیشرفت کرده‌ایم و در بعضی از حوزه‌ها عقب‌ماندگی دویست سیصد ساله داریم. مثلاً در عرصه‌ی پزشکی کشور، فوق تخصص شبکیه چشم و کودکان داریم؛ ولی در عرصه تبلیغ دین دویست سیصد سال عقب هستیم. البته این عقب‌ماندگی به خاطر پیچیده بودن

اگر می‌خواهیم که خدا را بر روابطمان حاکم کنیم، باید مسجد نقش اولی‌هی خود را بازیابد و همه‌ی شرایط مورد نیاز زندگی در مسجد ساماندهی شود.

رفتارهای انسان و تبدیل شدن قداست پیام به قداست ابزار است. آنچه که قداست دارد؛ قرآن و حدیث است و ابزار انتقال قرآن و حدیث قداست ندارد و باید که متناسب با شرایط زمان و مکان تغییر کند.

از جمله ابزارهای متناسب با زمان در امر تبلیغ و پیام‌رسانی، نشست‌های رو در رو و صمیمانه با مخاطبان و به ویژه با نسل جوان است. ما اشتباه کردیم که فکر کردیم، اگر روحانی در تلویزیون صحبت کند، مشکل فرهنگی ما حل می‌شود.

ما باید بحران‌های جامعه را شناسایی کنیم و اگر می‌خواهیم که مفهوم حاکمیت اسلام در همه‌ی عرصه‌ها تجلی پیدا کند، باید به تربیت

روحانیونی بپردازیم که متناسب با شرایط مکان و زمان، دارای تخصص در امر تبلیغ باشند. ما نیازمند یک سازماندهی در نظام آموزشی دینی هستیم تا تخصص‌ها را تعریف کند. باید حضور عالم دینی را در جامعه مجدداً تعریف کنیم. اگر می‌خواهیم که خدا را بر روابطمان حاکم کنیم، باید مسجد نقش اولیّه‌ی خود را باز یابد و همه‌ی شرایط مورد نیاز زندگی در مسجد ساماندهی شود. زمانی مسجد محل تغییر و تحول بوده است. به تدریج مدارس، دبیرستان و دانشگاه این مهم را بر عهده گرفته است. وقتی مسجد تضعیف می‌شود؛ یعنی، حضور عالم دینی در روابط اجتماعی تضعیف می‌شود و شما دیدید که در نظام جمهوری اسلامی از کیسه‌ی بیت‌المال، انواع و اقسام نمادهای فرهنگی و تمدنی را ساختیم و از تجهیز مساجد غافل شدیم یک جوان که از خانه بیرون می‌آید، طبیعی است که مکان پرجاذبه را انتخاب می‌کند. و بدین سان سال به سال پایگاه مسجد در نظام جمهوری اسلامی تضعیف می‌شود. بنابراین باید در صورت نیاز، تمام

ابزارهای جذب‌کننده‌ی جوانان در کنار مسجد و متعلق به مسجد باشد تا مسجد بتواند شور و نشاط خویش را حفظ و به وظیفه‌ی خویش عمل کند. اگر پایگاه مسجد تخلیه شد، کدام نهاد و سازمان دیگری می‌تواند، گرایش جوان را به نفع اسلام تغییر دهد؟

بعد از انقلاب از یک سو، بسیاری از والدین به دلیل فرهنگی که از غرب وارد کشور شده است، توجه‌شان تغییر کرده است؛ یعنی، نگرانی آن‌ها از دین و اعتقادات فرزندان‌شان، تبدیل به نگرانی از لباس و قبولی در کنکور و مسائلی از این قبیل شده است. از سوی دیگر به علت این که حکومت اسلامی بود، خیالمان راحت بود که مسئولان فرهنگی کشور، اقدامات لازم را مبذول می‌کنند. همه‌ی این‌ها فاجعه آفریده است و نظام اجرایی و اداری ما را ناخواسته به سوی دین زدایی جوانان گرایش داده است. برای مثال به جای این که درس خواندن برای خدا و جهت کار و تلاش و خدمت بهتر باشد، به وسیله‌ای برای رسیدن به رفاه و زندگی بهتر شده است و این یعنی، یک فاجعه!

دو نهاد کشور را باید دریابیم، یکی مدرسه و دیگری مسجد. باید رابطه‌ی این دو را با هم تعریف کنیم. مدرسه‌ها باید تحت تأثیر مساجد باشند؛ البته مسجدی که با مدیریت یک روحانی آگاه و جمعی از متخصصین اداره گردد و نکته‌ی مهم این که باید در امر تبلیغ «نظام واره» فکر کنیم و نسخه‌هایی بپیچیم که در آن مسائل سیاسی، قضایی، امنیتی و استراتژی بین المللی دولت اسلامی ملحوظ باشد و راه حل ما، باعث بحران در نقطه‌ی دیگری نشود.

نکاتی عملی در مورد تبلیغ

پس از آن حضرت حجة الاسلام والمسلمین محمدی عراقی در موضوع «نکاتی عملی در مورد تبلیغ» فرمودند: خداوند در قرآن می‌فرماید: ﴿قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي اَدْعُو اِلَى اللّٰهِ عَلَىٰ بَصِيْرَةٍ اَنَا وَمَنْ اَتَّبَعْنِي﴾ (۱).

طبق فرموده‌ی قرآن، اولین شرط تبلیغ بصیرت و آگاهی است که این امری تخصصی می‌باشد.

اگر فقاقت در تبلیغ از فقاقت در فقه مشکل‌تر و مهم‌تر نباشد، راحت‌تر و

آسان‌تر نیست، زیرا در امر فقه، تا حد زیادی، از زحمات علمای گذشته استفاده می‌شود، ولی در امر تبلیغ، یک مبلغ بایستی علوم بسیاری را فراگیرد و شرایط جامعه و مخاطب خویش را درک کند.

در امر تبلیغ باید نکات زیر مورد توجه قرار گیرد:

(۱) استفاده از مفاهیم قرآنی در تبلیغ و تشویق به فهم و تدبیر در قرآن که این وظیفه، تنها از عهده‌ی طلاب و مبلغان گرامی برمی‌آید.

(۲) بیان احکام شرعی که متأسفانه کمتر به آن پرداخته می‌شود.

(۳) پاسخ به سؤالات شرعی و فکری.

(۴) تشکیل جلسات به صورت فردی و جمعی و پاسخ به سؤالات و شبهات.

(۵) خودمانی‌تر صحبت کردن؛ زیرا نظر سنجی‌ها نشان داده است که مؤثرترین و محبوب‌ترین گویندگان کسانی هستند که خودمانی‌تر سخن بگویند.

(۶) توجه به واقعیات و عدم حرکت در فضاهای معنوی سطح بالا.

اگر فقاہت در تبلیغ از فقاہت در فقہ مشکل تر و مهم تر نباشد، راحت تر و آسان تر نیست، زیرا در امر فقہ، تا حدّ زیادی، از زحمات علمای گذشتہ استفادہ می شود، ولی در امر تبلیغ، یک مبلغ بایستی علوم بسیاری را فراگیرد و شرایط جامعہ و مخاطب خویش را درک کند

است، چطور می توان انتظار داشت کہ حرکت های جدی در زمینہ ی مسائل قرآنی اتفاق بیفتد؟ امام راحل (س) فرمودند: روحانی همانند طبیب برای کشور است. و امیر المؤمنین در مورد پیغمبر اسلام ﷺ فرمودند: «طیب دواژ بطبہ». ما با برنامه ریزی و اختصاص بودجه توانستیم کہ در زمینہ ی کمبود پزشکان جسمی بہ خودکفایی برسیم و بنده در یکی از مناطق دور افتادہ کہ یک نفر روحانی ہم نداشت، مشاهده کردم کہ مغازہ های داخل میدان آن شهر مطب پزشکان است و خدا را بر این نعمت شکر کردم، ولی در مورد برآورده کردن نیاز روحی مردم، با تمام تلاش هایی کہ از حدود سه چہار سال قبل، برای برآورده کردن ابتدایی ترین

۷) توجہ بہ مسائل و سوالات خواهران در حالی کہ گاهی کمّاً و کیفاً از برادران بیشتر هستند.

۸) توجہ بہ مسائل و واقعیت های اقتصادی، اشتغال، بیکاری و بالا رفتن سنّ ازدواج تا حدود بیست و ہفت الی سی سالگی. متأسفانہ در حال حاضر وضعیت بہ گونه ای است کہ راه حل مشروع و مطمئنی برای این مشکل وجود ندارد و تنها راه، مسألہ ی تقوا و تقویت بنیہ ی ایمانی جوانان است. همچنین حضرت حجۃ الاسلام والمسلمین محمدی عراقی فرمودند: کارهای فرهنگی نیاز بہ برنامه و بودجه دارد و وقتی کہ تمام بودجہ ی سازمان تبلیغات اسلامی معادل یک چہارم یا یک پنجم بودجہ ی نہضت سوادآموزی

نیازهای فرهنگ دینی شصت هزار منطقه‌ی روستایی انجام گرفته است، تنها توانسته‌ایم هشتصد و پنجاه مورد را تحت پوشش قرار دهیم؛ یعنی، تنها حدود یک هفتادم نیاز را برآورده کرده‌ایم.

متأسفانه باید گفت که ما حتی به اندازه‌ی کشورهای مسلمانانی که حکومت‌های لائیک دارند؛ برای برنامه‌های ویژه‌ی دینی و مساجد سرمایه‌گذاری نمی‌کنیم. کشورهایی در اطراف ما هستند که حکومتشان لائیک است؛ ولی وضعیت مساجدشان بسیار بهتر از مساجد ما است.

ما در این کشور چیزی در حدود بیست هزار هیأت مذهبی و حدود بیست هزار انجمن اسلامی و در همین حدود جلسات قرآنی خود جوش داریم. پشتوانه‌ی این نظام عاشورا و محرم

است؛ ولی متأسفانه همین مسجد و همین نظام روحانیت و همین عاشورا و رمضان که عوامل موفقیت و نگهداری این انقلاب عظیم بوده است؛ مورد توجه و سرمایه‌گذاری مادی و معنوی قرار نگرفته است؛ بنابراین باید که دلسوزان و برنامه‌ریزان این مملکت یک فکر جدی و اساسی برای مساجد و هیأت‌ها و امور فرهنگی بکنند تا بیش از این شاهد سیر نزولی فعالیت‌های فرهنگی و منزوی شدن مساجد نباشیم.

مبلغان، دولت و تبلیغ

پس از آن حضرت آیت الله مصباح یزدی، رئیس مؤسسه‌ی آموزشی و پژوهشی امام خمینی علیه السلام ضمن تشکر از آقایان بنیانیان و محمدی عراقی، فرمودند: (برای تبلیغ در کنار عناصر محتوایی و در نظر گرفتن خلأها، عنصر

معنا ندارد که برای سینما و تئاتر و موسیقی و برگزاری جشنواره‌های سینما و تئاتر، بودجه‌های کلانی را اختصاص دهیم، ولی برای آبادی و عمران مساجد، دولت خودش را مسئول و شریک نداند!

سۆمی ضرورت دارد که کاملاً جنبه‌ی شخصی دارد و آن داشتن انگیزه‌ی خالص الهی است.) ما هر چقدر این وظیفه را به عنوان یک وظیفه‌ی مقدس الهی باور کنیم و سعی نماییم که با توجه به خدای متعال و استمداد از عنایات ولی عصر (عج) و با نیت پاک وارد این میدان شویم، هم تحمل مشکلات آسان تر می‌گردد و هم گزینش راه‌های بهتر.

در ضمن ما در عین این که از نظام اسلامی دفاع می‌کنیم؛ نباید خود را وابسته به یک کابینه یا وزارت خانه نماییم؛ چون این‌ها همیشه ثابت نیستند.

در مورد مسائل جناحی هم، گاهی اختلاف بین خودی‌هاست که نباید به آن دامن بزنییم، ولی گاهی اختلاف بین خودی و غیر خودی است که در این صورت به هیچ وجه نباید از غیر خودی جانب‌داری و دفاع شود.

غیر خودی کسی است که هیچ حسن نیتی نسبت به نظام اسلامی ندارد

و نوکر بی‌چیره و مواجب آمریکا و اسرائیل است و گاهی ممکن است دارای پست و مقامی هم باشد.

همچنین دولت اسلامی باید از خمس در آمد اموال و معادن مسلمین که در دست دارد؛ از طریق وزارت خانه‌های مربوطه در کارهای ساختمانی و عمرانی و تجهیز مساجد شرکت کند. معنا ندارد که برای سینما و تئاتر و موسیقی و برگزاری جشنواره‌های سینما و تئاتر، بودجه‌های کلانی را اختصاص دهیم، ولی برای آبادی و عمران مساجد، دولت خودش را مسئول و شریک نداند! دولت باید از طریق وزارت خانه‌ها یا شهرداری‌ها یا شوراهای شهر، مساجدی مجهز و آبرومند تهیه کند و حوزه‌ی علمیه هم روحانیانی صالح و آگاه برای اداره‌ی این مساجد تربیت کند تا بتوانیم جوانانی متدین و آگاه و با نشاط داشته باشیم. ان شاء الله.

پی‌نوشت‌ها:

۱- یوسف / ۱۰۸.