



چه باید کرد؟

محمود مهدی پور

ساماندهی برداشته شد که تأسیس «دفتر تبلیغات اسلامی» و «سازمان تبلیغات اسلامی» و «شوراهای تبلیغات اسلامی» از آن جمله بود. اما به دلایل گوناگون هم اکنون تبلیغات دینی همچنان ناقص، فردی، پراکنده و فاقد انسجام و هم آهنگی و گاه به شکل متناقض انجام می‌شود. نه مدیریت علمی و برنامه‌ریزی دقیق بر آن حاکم است و نه الگوهای رفتاری زنده و

سازماندهی تبلیغات

دوران پراکنده کاری و اقدامات فردی در مسأله حساس «تبلیغ دین» سپری شده است و سازماندهی تبلیغات دینی از ضروری‌ترین نیازهای امروز جامعه‌ی اسلامی است. این نیاز از روزهای آغازین انقلاب اسلامی مورد توجه دلسوزان و دانشوران متعهد حوزه‌ها به ویژه حوزه‌ی علمیه‌ی قم بود. و گامهای بلندی هم در جهت این

«زعامت معنوی»، مبلغان دینی را سمت و سو می‌بخشد.

ضمن تشکر از همه بزرگوارانی که سالها در جهت هم‌آهنگی و ساماندهی و هدایت جریان تبلیغات دینی کوشیدند و این بار سنگین را برای خدا بر دوش گرفتند، به مناسبت سالگرد تأسیس سازمان تبلیغات اسلامی و صدور فرمان امام مبنی بر تأسیس ستاد انقلاب فرهنگی یادآور می‌شود:

هم اکنون مسأله تبلیغات دینی مثل کودکی یتیم است که گرفتار قیتم‌های متعدد با روشهای ترکیبی ناهمگون است و هر کدام او را بسوئی می‌کشد و تداوم این روند به سود هیچکس جز دشمنان اسلام و ارزش‌های دینی نیست. موفقیت دشمن در تهاجم فکری، فرهنگی نشان بارز ناکارآمدی و ضعف و ناتوانی و خدای نکرده خیانت «مرزبانان جبهه‌ی فرهنگی» است.

وقتی مسؤولان فرهنگ و ارشاد اسلامی به مهاجمان به سوی اسلام و ارزش‌های انقلاب اسلامی سرویس می‌دهند و از آنان حمایت و پشتیبانی

می‌کنند و دست اندرکاران تبلیغات دینی دهها کار و مسؤولیت متفرقه را مهمل‌تر و لازم‌تر از هدایت و نظارت و حمایت از تبلیغات دینی برای خود می‌شناسند، طبیعی است که دنیای کفر و نفاق از حریم و حرم صید می‌گیرد و نسل جوان در شبکه تبلیغات رسانه‌های وابسته به استکبار جهانی گرفتار می‌شوند.

البته در همین شرائط وظیفه تبلیغ در حد توانایی‌ها و امکانات فردی وظیفه‌ای است که بسیاری از عالمان بزرگوار و طلاب و فضلا برای خدا بر دوش گرفته و حوزه‌های علوم اسلامی تا حدی پاسخ‌گوی نیازها بوده‌اند. اما بدون اصلاح مدیریت‌های کلان فرهنگی و تبلیغی کشور، تلاشهای محدود و مظلومانه طلاب کشور راه به جایی نمی‌برد و نمی‌تواند در برابر هجوم فرهنگی سدی استوار پدید آورد.

البته احساس نقص‌ها و اعلام آن هرگز به معنای نادیده گرفتن کارهای انجام شده و زحمات مسؤولان تبلیغات دینی در سالهای گذشته نیست.

زنگ خطر

خطرهایی در شرائط کنونی مبلغان و تبلیغات دینی را تهدید می‌کند، که در آستانه اعزام طلاب و فضلا برای تبلیغات تابستانی و اعزام «طرح هجرت» یادآوری آن مفید است. اهم این خطرها عبارت است از:

۱ - اظهار نظرهای دینی بدون آگاهی‌های ضروری از معارف قرآن و اهل بیت علیهم‌السلام.

۲ - اظهار نظر در مسائل سیاسی، اجتماعی بدون کسب اطلاعات و آگاهی‌های لازم.

۳ - تأثیرگذاری آگاهانه و ناآگاهانه جناح‌های سیاسی برای محدود کردن اندیشه و عمل مبلغان، در چارچوب امیال حزبی، جناحی و مصالح و منافع باندی.

۴ - احساس یأس و نومیدی از تحقق اهداف و آرمان‌های دینی.

۵ - عدم احساس مسؤولیت نسبت به مدیریت‌های کلان فرهنگی و عملکرد منفی برخی مسؤولان فرهنگی و سیاسی کشور در تضعیف ایمان مذهبی و حرمت شکنی مداوم و قداست

زدایی به بهانه روشنفکری و آزادی خواهی.

۶ - سلب روحیه اعتماد به نفس و افزایش خودباختگی در برابر دانش‌ها، صنایع، رفاه غربی، و در یک جمله علم‌زدگی و «غرب زدگی».

۷ - کاربرد تاریخ میلادی در مجامع و محافل به بهانه‌های گوناگون و نفوذ واژه‌ها، اصطلاحات، روش‌ها، و معیارهای غربی در گفتار، نوشتار و داوری‌های برخی از مبلغان دینی و عدم هشدار روحانیون نسبت به این منکرات فرهنگی.

۸ - کم توجهی به تبلیغات سنتی، مستقیم و تأثیر بالای دیدار چهره به چهره‌ی مبلغ در مخاطبان تبلیغات دینی.

۹ - رفاه‌گرایی، اسراف و تشریفات و تکلف در روند تبلیغات و زندگی مبلغان دیسنی و منسوبان آنان.

۱۰ - عدم برنامه‌ریزی تبلیغی و عدم تشکیل هسته‌های مشاوره تبلیغات دینی در مناطق مختلف کشور.

راهکارهای تبلیغی سال

امیرالمؤمنین علیه السلام

نام گذاری سال جاری به نام امیرالمؤمنین علیه السلام از سوی مقام معظم رهبری ایجاب می کند مبلغان دینی در جهت همگامی و الهام گیری از نام و یاد آن بزرگوار گام هایی ارزشمند بردارند. آنچه در ذیل می آید چند نمونه ی کار است:

۱- مجموعه رهنمودهای امام علی علیه السلام در جهت اهداف، شیوه ها و ابعاد و آفات تبلیغات دینی توسط مسؤولان ساماندهی تبلیغات، گردآوری، مطالعه، و مورد عمل قرار گیرند و به عموم رده ها منتقل شود.

۲- مبلغان محترم سیره و سخن امام علی علیه السلام را متناسب با نیاز اقشار گوناگون اجتماعی در محافل و مجالس تبیین کنند و نهادهای مسؤول تبلیغات کلیه ی ابزارهای تبلیغی از قبیل فیلم، تئاتر، عکس، نقاشی، کتاب، نشریات، نوار، نمایشگاه و نرم افزار را در جهت شناخت، معرفی، پاسداری از چهره ی

امام علی علیه السلام و افزایش محبت و معرفت علوی و راه و رسم آن بزرگوار بکار گیرند.

۳- تحریف جاهلانه و مغرضانه زندگی معصومین علیه السلام از جمله امام علی علیه السلام پشتوانه ی انحرافات سیاسی، فرهنگی و عملکرد نادرست اشخاص و گروه ها می شود. بازشناسی و شبیه زدایی و تفسیر درست اندیشه ها و رفتار و اخلاق علوی و وظیفه ای است که در سال امام سنگینی آن بر دوش عموم محققان و مبلغان دینی احساس می شود. ۴ برگزاری جلسات «تفسیر و آشنایی با نهج البلاغه» در سطوح مختلف اجتماعی همچون جلسات تلاوت قرآن و تفسیر آن از اقدامات ارزشمندی است که می تواند در سال امام علی علیه السلام آغاز شود و به صورت یک سنت در مساجد و کانون های تربیتی و حسینیه ها و مراکز فرهنگی دینی کشور تداوم یابد و مبلغان بزرگوار در تأسیس و مدیریت این جلسات باید اهتمام لازم نشان دهند.