



# مدیریت تبلیغ

(گفتگو با حجت الاسلام و المسلمین سید احمد خاتمی)

وجود راضی و قانع باشیم، رو به رشد نخواهیم بود. من در مجموع معتقدم که دستگاههای فرهنگی و تبلیغی موجود در کشور می شود بیشتر از این کار کنند و ثمر دهی بیشتری داشته باشند.

اجازه دهید از عظیم ترین رسانه فرهنگی که امام نامش را دانشگاه گذاشت؛ یعنی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران شروع کنیم. در اینکه صدا و سیما در حوزه هایی موفق بوده است، جای تردید نیست؛ در حوزه سیاسی، در حوزه تشویق مردم به حضور در صحنه ها آنجا که

○ حضرت استاد: وضعیت دستگاههای فرهنگی و تبلیغی موجود کشور را چگونه ارزیابی می کنید و آیا وضعیت موجود را مناسب می دانید؟ اگر نه چه توصیه ها و پیشنهاداتی دارید؟

● بسم الله الرحمن الرحيم والصلاة والسلام على رسول الله وآله. مطلق گرایی در قضاوت امری منفی است. اینکه ما نهاد و تشکیلاتی را مطلقا خوب ببینیم، یا بد ببینیم، این یک جانبه نگری است. دستگاههای فرهنگی و تبلیغی کشور در حد توانشان کارهایی را انجام داده اند، اما اگر قرار باشد که ما پیوسته از وضعیت

اگر معارف دینی و ارزشی را به صورت فیلم به نمایش در بیاورند بسیار تأثیرگذار است؛ چنان که در عرصه‌هایی که صدا و سیما خوب وارد می‌شود تأثیرگذار است. البته اینجا من نظر صریح را عرض می‌کنم و معتقدم که هم مسئول گذشته صدا و سیما و هم مسئول فعلی جناب آقای ضرغامی سوز اصلاح دارند و دلشان می‌خواهد در این عرصه‌ها گام‌های مثبتی بردارند؛ اما واقعیت این است که ما نتوانسته‌ایم از این رسانه عظیم آن چنان که باید و شاید در جهت گسترش فرهنگ و ارزشهای اسلامی استفاده کنیم.

باز تأکید می‌کنم که صدا و سیما برنامه‌های ارزشی بسیاری دارد، شبکه قرآن، رادیو قرآن و رادیو معارف دائماً به تبیین معارف اسلامی می‌پردازند، اما سخن در این است که دستگاه‌های فرهنگی و تبلیغی موجود کشور را چگونه ارزیابی می‌کنید؟ در ارزیابی معمول است که نقاط مثبت و نقاط ضعف بیان شود تا اصلاحات واقعی صورت گیرد.

حضور مردم ضروری بوده است، صدا و سیما خوب عمل کرده است، در هشت سال دفاع مقدس صدا و سیما به عنوان تربیون نظام به خوبی ایفای وظیفه نموده است. در دعوت به راهپیمایی‌های کلان سراسری مثل بیست و دو بهمن، روز قدس خوب عمل کرده و در حوادثی که برای کشور پیش آمد مثل زلزله بم و کمک به زلزله زده‌گان موفق بوده است.

در این حوزه‌ها ما منکر عملکرد قابل تقدیر صدا و سیما نیستیم، اما در حوزه فرهنگی و ارزش‌سازی گمان نکنم که مسئولین صدا و سیما نمره بالایی به خودشان بدهند. در رابطه با فساد اخلاقی، بی‌حجابی و ابتذال قطعا صدا و سیما می‌توانسته است بهتر از این عمل کند و می‌توانسته است با ساختن فیلم‌های مفید و ارزنده ارزش حجاب و عفاف را به نمایش بگذارد و ضد ارزشی بودن بی‌حجابی و بدحجابی را ....

من تا به حال سراغ ندارم که صدا و سیما یک فیلم ساخته باشد و عاقبت بدحجابی و بی‌حجابی را به مردم نشان داده باشد.

در گذشته این افتخار را داشت که از زمان جلو بود و قبل از اینکه شبهه‌ای پیدا شود به استقبال شبهه می‌رفت. ما در مباحث فقهی و اصولی می‌گوییم «كُلَّمَا قَبِلَ وَيُمْكِنُ أَنْ يُقَالَ؛ هر مطلبی که در این فرع گفته شده است و یا می‌شود گفت.» این، یعنی به استقبال طرح اشکال رفتن و با آغوش باز شبهه را تحویل گرفتن. ما احساس می‌کنیم حوزه دیروز ما؛ یعنی حوزه شیخ مفید، حوزه شیخ طوسی، حوزه علامه حلی رحمته الله علیه و... از زمانشان جلوتر بودند؛ ولی متأسفانه حوزه امروز به نظر ما از زمان جلو نیست.

ما الان باید تشکیلات عظیمی داشته باشیم با نیروهای بسیار ورزیده که اشکالات و شبهات را مدام رصد کنند و به تمام سایتهای اینترنتی که علیه دین و مذهب شبهه پراکنی دارند، بلافاصله جواب دهند و معطل نمانند. نخبگان ما باید بتوانند با برنامه‌ریزی و مدیریت منظم بلافاصله پاسخ دهند.

امروز مسئله مبارزه با اسلام در سایتهای اینترنتی به حالت تهاجمی است. در گذشته، هفته‌ها و ماهها

حوزه و دفتر تبلیغات اسلامی و سازمان تبلیغات نیز در عرصه فرهنگ و تبلیغ گامهای بلندی برداشته‌اند. در رشته تخصصی تبلیغ با برنامه‌ای منظم مبلغان را مسلح به معارف اسلامی می‌کنند و دفتر تبلیغات و سازمان تبلیغات گامهای ارزشمندی را جهت ساماندهی تبلیغ، محتوا بخشی تبلیغ و به روز کردن تبلیغات دینی بر داشته‌اند. ره توشه‌هایی که در آستانه تبلیغ منتشر می‌شود کار ارزشمندی است برای اینکه افرادی که تبلیغ می‌روند دستشان خالی نباشد. کتابهایی که حوزه در بخش معارف اسلامی منتشر کرده است نیز کار فرهنگی عظیمی است.

متأسفانه کارهای فرهنگی حوزه درست معرفی نمی‌شود و من عقیده دارم که در بخش خبرهای فرهنگی علمی تلویزیون باید بخشی مربوط به حوزه باشد و هر هفته کتابهای جدید منتشر شده و تحقیقات جدید را معرفی کند. بنابراین نباید نقش موفق حوزه را در تبیین معارف اسلامی و در گسترش معارف انکار کرد؛ اما حوزه ما

## در رابطه با فساد اخلاقی، بی‌حجابی و ابتدال قطعا صدا و سیما می‌توانسته است بهتر از این عمل کند و می‌توانسته است با ساختن فیلمهای مفید و ارزنده ارزش حجاب و عفاف را به نمایش بگذارد

می‌آمد و می‌رفت تا مقاله‌ای علیه دین نوشته می‌شد؛ اما امروز ثانیه به ثانیه و لحظه به لحظه علیه دین ما به صورت تشکیلاتی و زنجیره‌ای شبهه افکنی می‌کنند.

مستولان محترم نباید قدری درنگ کنند و مشی افتخار آمیز از زمان جلو بودن حوزه دیروز را دوباره احیا کنند. من منکر این نیستم که کارهایی در گوشه و کنار به صورت مقطعی انجام می‌گیرد؛ ولی سخن این است که سیل گسترده و عظیم شبهات با کار

مقطعی و متفرق سد نمی‌شود و واکنش در برابر این سیل بی‌امان شبهات، مدیریت سامانه‌ای و تشکیلاتی بالا می‌خواهد و ما بایستی سدهای محکم و نفوذ ناپذیری درست کنیم. من افتخار می‌کنم که خودم حوزوی هستم و حوزوی بودم را با چیزی معاوضه نمی‌کنم؛ ولی از حوزه بزرگ علمیه می‌پرسم ما بعد از انقلاب چند کتاب درباره ورزش نوشتیم؟ ورزش حلال کدام است و ورزش حرام کدام؟ فروع و بحث ورزش منقح نشده است؛ بله گوشه و کنار آقایانی ورزش در اسلام و کلیات ورزش را مورد بحث قرار داده است که اسلام می‌گوید تن سالم داشته باشید و امثال اینها؛ اما کار گسترده کلیدی نشده است. همچنین در رابطه با حجاب و لباس و کیفیت پوشش مرد و زن و دهها مسئله مورد نیاز دیگر کاری جدی صورت نگرفته است.

آیا واقعا بعد از انقلاب کاری در سطح کتاب مسئله حجاب شهید مطهری شده است؟ این در حالی است که کتاب شهید مطهری در حدود چهل

و الان نهادهای مختلفی اعزام مبلغ دارند؛ سپاه، نیروهای مسلح، نیروی انتظامی، اداره اوقاف، اداره زندانها، دفتر و سازمان تبلیغات، معاونت تبلیغ حوزه و... تصدیق می‌فرمایید که این پراکندگی مطلوب نیست و گاهی هم زیان بار است. معتقد به تمرکز هستم، اما نه به صورت تمرکز دولتی. معتقدم که این نهادها باشند و اعزام رقابتی هم داشته باشند؛ اما یک مرکزی جهت هماهنگی و سیاستگذاری لازم است. حالا این مرکز هماهنگی و سیاستگذاری چگونه باشد باید کارشناسی شود و به صورت یک سیاست اجرایی به مرحله عمل بنشیند. یکی از راه‌ها این است که مقام معظم رهبری نهادی پیشنهاد کنند و به همه نهادها دستور دهند که با این نهاد هماهنگ باشند.

من معتقد به تمرکز هستم؛ اما نه به معنای اینکه این نهادها جمع شوند، بلکه هر کدام باید کار خودشان را بکنند. در واقع ما نیازمند یک سامانه هدایتی جهت سازماندهی امورات تبلیغی هستیم. یک ستاد هماهنگی بین

سال پیش نوشته شده و در این چهل سال طرحهای فراوانی پیدا شده و ما متأسفانه شاهد حوزه علمیه فعال پاسخگو نیستیم. حوزه علمیه باید برای گسترش حجاب در سطوح مختلف کتاب می‌نوشت، برای دختر خانمهای نه ساله جزوات کوچک به روز چاپ می‌کرد، و در زمان ثبت نام و نام نویسی مدارس این جزوات به آنها داده می‌شد و با شیوه‌های جذاب و روانشناسانه روی نوشته‌ها کار می‌کرد. در عین اینکه از خدمات حوزه تجلیل می‌کنیم این انتظار را از مسئولان حوزه بزرگمان داریم که برنامه‌ای بریزند تا از حالت انفعالی در بیاییم و در حوزه فرهنگی حالت تهاجمی داشته باشیم.

○ نظر شما در مورد تمرکز تبلیغات

دینی چیست؟ آیا وضعیت فعلی مؤثرتر است یا باید تبلیغات در یک جا متمرکز باشد؟ در صورت تمرکز پیشنهاد شما در مورد شکل و جای آن چیست؟

● به نظر می‌رسد که سؤال شما بیشتر مربوط به اعزام باشد. حساب اعزام با حساب کارهای دیگر جداست

انتشارات آل البيت هم تحقیق و چاپ نماید. چرا در مورد یک کتاب دو نهاد زحمت بکشند؟

اگر ما یک ستاد هماهنگی داشتیم؛ چه بسیار کتابهایی که روی چاپ به خودش ندیده است چاپ می‌شد و کتابهای بسیاری که یک بار چاپ شده است و در زمان خودش نیز چاپ خوبی بوده است ولی الان آن چاپ مطلوب نیست، مجدداً اصلاح و چاپ می‌شد. مثلاً کتاب جامع الروات مرحوم اردبیلی کار بسیار نفیسی است و شنیدم که وقتی مرحوم آیت الله بروجرودی در صدد چاپ کتاب رجالی خود بودند؛ به این کتاب برخورد کردند و با دیدن آن از چاپ کتاب خود منصرف شدند و گفتند که آنچه من می‌خواستم، در این کتاب هست؛ از این رو این کتاب را چاپ کردند. این کتاب در آن زمان به صورت حروف بسیار ریز چاپ شده است و نسبت به الان دیگر چاپ خوبی نیست و باید به عنوان یک کتاب نفیس رجالی احیاء شود. در مجموع معتقد به تمرکز هستم، نه تمرکزی که سد راه تلاش

مسئولان اعزامها ایجاد شود که هماهنگ عمل کنند؛ تا شاهد ترافیک اعزام مبلغ در برخی جاها و خلاء وجود مبلغ در برخی نقاط نباشیم.

در بخش کار نرم افزاری برای اقدامات تبلیغی و فعالیتهای فرهنگی هم دقیقاً نیاز به هماهنگی هست که هر نهادی بخشی از کارها را بعهدہ بگیرد تا کارهای تکراری انجام نشود. ما در بخش هنری ضعیف هستیم و یک نهاد باید این بخش را تقویت کند. در بخش تحقیقات روز باید کار بیشتری صورت دهیم. در شبهه شناسی و پاسخ به شبهات باید حوزه را بسیج کنیم و یک تشکیلات ممخض در این مورد کار کند تا کار گسترده‌ای صورت گیرد. در واقع کار فرهنگی نیاز به تشکیلات و سامانه منظم و هماهنگ دارد. چرا در حوزه تحقیقات، تفسیر کنزالدقائق را هم انتشارات جامعه مدرسین تحقیق و چاپ کند و هم انتشارات وزارت ارشاد آن را به چاپ برساند؟ چه ضرورتی است که کتاب ریاض المسائل را انتشارات اسلامی جامعه مدرسین تحقیق و چاپ کند و

گذاشت. باید چنین شناسنامه تبلیغی داشته باشیم و مبلغان اعزامی با شناخت کامل رفت و آمد کنند و فرم شناسایی را هم به وسیله خود مبلغین هر سال به روز کنیم.

گاهی وقتها مبلغان را به منطقه‌ای می‌فرستیم که صوفی‌گری در آنجا بازار گرمی دارد، اگر مبلغ نداند صوفی‌گری چیست، چگونه می‌تواند در آنجا مؤثر باشد؟ اگر یک هفته قبل از اعزام این اطلاع را به او بدهند که صوفیها در اینجا تلاش می‌کنند، مطالعه می‌کند و چه بسا با متخصصان فن هم می‌نشیند و اطلاعات بیشتری به دست می‌آورد و با بصیرت به تبلیغ می‌رود.

منظور ما این نیست که بفهمیم این روستا چقدر جمعیت تحصیلکرده و چقدر آدم بی‌سواد دارد و.... این مورد نظر نیست. منظور شناسنامه فرهنگی، سیاسی و اجتماعی است، که نیاز به تحقیقات میدانی دارد. اصلاً باید بانک اطلاعات داشته باشیم به صورتی که اگر فلان اداره خواست مبلغ اعزام کند، به صورت نرم‌افزاری او را تغذیه کنیم.

افرادی شود که می‌خواهند اهل تلاش باشند. میدان را باز بگذارند و این تمرکز هم سرعت بگیرد.

○ آیا وضعیت اعزام مبلغ را در شرایط فعلی مناسب می‌دانید و چه توصیه‌هایی در این زمینه دارید؟

● نه تنها اعزام مبلغ در شرایط فعلی مناسب است، بلکه ضرورت است و زکات علم ما در حقیقت همین تبلیغ است «وَزَكَاةُ الْعِلْمِ أَنْ تَعْلَمَهُ عِبَادَ اللَّهِ». بخشی از پاسخ را در سؤال قبل گفتیم، منتهی من معتقدم که اعزام مبلغ باید سازمانده‌ی شده باشد، ما الان در زمینه اعزام مبلغ شناسنامه جغرافیای فرهنگی، سیاسی و تبلیغی نداریم. دفتر تبلیغات، سازمان تبلیغات و نهادهای دیگر برای مبلغین پرونده دارند؛ اما اینکه جایی که ما می‌خواهیم تبلیغ برویم چه خصوصیتی دارد؟ مشکل فرهنگی آنجا چیست؟ مشکل سیاسی آن چیست؟ آدمهای مؤثر فرهنگی آن چه کسانی هستند؟ انحرافات فرهنگی در این مکان تبلیغی کدام است؟ اینها اطلاعاتی است که مبلغ باید بداند و در اختیار او

خزعلی حفظه الله، استاد فن خطابه بودند و طلبه می آمد منبر می رفت و نقاط ضعف و قوت را می گفتند. اینکه دفتر تبلیغات به خاطر یک پرونده سازی بگوید آقا یک منبر پیش من برو که منبرت چطور است؟ این خطابه نشد. باید دوره های پیوسته خطابه برگزار شود و در طول این دوره هر فردی چندین بار پیش استاد فن خطابه منبر برود تا نقاط ضعف و قوت او معلوم گردد. فن خطابه باید مثل رسائل و مکاسب و کفایه در حوزه جا بیافتد و به عنوان یک نیاز جای خود را باز کند. ما امروز بیش از ۴۰۰ و خورده ای امام جمعه داریم، از اینها چقدر خطیب هستند؟ به گونه ای که هم فصاحت و هم بلاغت داشته باشند؟ هم در استخدام کلمات هنرمند باشند و هم اینکه بدانند در هر زمانی چه چیزی باید گفت. در نماز جمعه ای شرکت می کردم، دیدم در روز دوم عید نوروز خطیب جمعه در مقوله مضرات استمناء صحبت می کند، انصاف دهید این آقا خطیب است؟ در خطابه جمعه پیر مرد ۸۰ ساله هست، بچه ده ساله

این باعث می شود که تبلیغ ما پربارتر شود.

### ○ چه انتظاری از بخش تبلیغ حوزه

علمیه قم دارید؟

● من کم و بیش و از دور با فعالیت های معاونت تبلیغ و رشته تخصصی تبلیغ حوزه آشنا هستم. انتظار ما این است که اولاً، این بخش حوزه خطیب پرور باشد. الان در رشته تخصصی تبلیغ آقایان یک دوره تفسیر را می بینند که کار بسیار ارزشمندی است. ولی اینکه تفسیر المیزان و این معارف ارزشمند را چگونه می خواهند القا کنند، و برای جوانها چگونه باید آنها را بیان کرد، و برای طلبه ها چگونه بگویند، این نیاز به فن خطابه دارد.

متأسفانه چنین ذهنیتی برای

عسوم پیدا شده است که هر کس توانست دهن گرمی کند خطیب است؛ در حالی که خطابه خودش یک فن است، فنی که هم بایستی در آن آموزش دید و تجربیات را شنید و مطالعه کرد، و هم نزد اهلش تمرین نمود.

قبل از انقلاب آقای فلسفی رحمته الله،

آیت الله مکارم دامت برکاته، آیت الله



هست و جوانها هم هستند، این نشان می‌دهد که متأسفانه فن خطابه در غربت است.

وقتی خطبه اول یک ساعت و خطبه دوم هم یک ساعت است، این سبب می‌شود که نماز جمعه افت کند. من نه خودم را خطیب و نه استاد خطابه می‌دانم، هنوز اندر خم یک کوچه‌ام؛ اما می‌فهمم که خطیب کیست؟ خطیب کسی است که در کمترین وقت بیشترین مطالب را به صورت گویا بیان کند. بنابراین انتظاری که از بخش تبلیغی حوزه داریم این است که همانگونه که در بخش محتوایی خوب کار می‌کنند، در بخش اثباتی هم از حالت تشریفاتی قصه را خارج سازند.

قبل از انقلاب فقط منبر بود و الان ما رادیو و تلویزیون و شبکه‌های مختلف داریم. رسانه‌ای صحبت کردن خودش آموزش می‌خواهد؛ هم آموزش علمی، و هم آموزش تجربی، باید یک جوری باشد که مآدها خطیب رسانه‌ای داشته باشیم که رادیو و تلویزیون بتواند از اینها استفاده کند.

جای اینها در معاونت تبلیغ است. ○ در رشته تخصصی تبلیغ، در مقطع کارشناسی سه واحد درسی روش سخنوری ارائه می‌شود یعنی سه تا ۱۶ ساعت بحث تئوریک دارند و در مدت سه سال؛ یعنی شش ترم تحصیلی افراد در گروههای مهارتی شرکت می‌کنند و گروهها هم ده نفره هستند و برای هر ترمی یک هدف مشخص شده است که مثلاً این قطعه خطابه مد نظر است و طلاب زیر نظر استاد کار می‌کنند تا با ممارست و تمرین در این قسمتها تخصص یابند. در مقطع کارشناسی ارشد، این روند تخصصی می‌شود و این فرد که در مقطع کارشناسی خطیب شده است، عمیق‌تر کار را پی‌گیری می‌کند. ● هر دوره‌ای چند نفر می‌آیند؟

○ در هر کلاس حدود سی یا چهل نفر شرکت می‌کنند و تا به حال چندین دوره برگزار شده است؛ حدود پانصد، ششصد نفر را پرورش داده‌اند.

● این تعداد را پروراندید؛ ولی در یک حوزه ۴۰ هزار نفری من حرفم این است که از این تعداد فقط دو سه هزار نفر در وادی فقه هستند و باقی سمت

## سیل گسترده و عظیم شبهات باکار مقطعی و متفرق سد نمی شود و واکنش در برابر این سیل بی امان شبهات، مدیریت سامانه‌ای و تشکیلاتی بالا می خواهد

منبری است بسیار بزرگ و تأثیرگذار. حتماً بایستی که حوزه در صدا و سیما وارد شود و فعال هم باشد. بخش معارف اسلامی صدا و سیما کار تخصصی حوزه است. پیشنهادی خدمت مقام معظم رهبری گفتم که باید در صدا و سیما یک نهاد روحانی شکل بگیرد؛ کار این نهاد چه باشد، اولاً؛ فضایی رسانه‌ای در حوزه‌های مختلف نه تنها در قم؛ بلکه در کل کشور را شناسایی کنند؛ ثانیاً؛ آموزش رسانه‌ای صورت گیرد؛ ثالثاً؛ سامان دادن به امر خطابه و امر مداحی در صدا و سیما در مناسبت‌های ویژه و مسائل

رایجشان تبلیغ است. معاونت تبلیغ حوزه و رشته تخصصی تبلیغ باید از پوسته اینکه ۶۰۰ نفر را پروریده است در بیاید و این بستر را فراهم کند که همه طلاب حوزه آموزش خطابه به صورت تخصصی ببینند. و البته لازمه این کار این است که خطبای برجسته که می‌توانند خطیب‌پرورند را شناسایی کنند، با آنها بنشینند و برنامه ریزی کنند و از تجربیاتشان استفاده ببرند.

انتظار دیگر ما از معاونت تبلیغ این است و سخت معتقدیم که معاونت تبلیغ همان اندازه که در حوزه تبلیغ بیانی کار می‌کند، در حوزه تبلیغ بنانی هم کار کند و نویسنده‌پرورد، نویسندگان برجسته را تشویق کند و همانگونه که در رشته تبلیغ چه بسا بیان گویا به نحو الزام است، بنان و قلم هم الزامی باشد؛ چرا که ماندگاری معارف اسلامی به برکت قلم است.

○ نظر شما در مورد حوزه و مقوله صدا و سیما چیست؟ در این مورد چه پیشنهادی دارید؟

● روشن است که صدا و سیما

پراکنده دیده‌ام. آنچه که دیدم مفید بود و مطالب ارزشمندی برای مبلغان دارد؛ اما توصیه‌ام این است که برای هر مجله‌ای از جمله مجله شما، همان گونه که گفته شد، ستاد هماهنگی وجود داشته باشد. بگذارید مبلغان این مجله را مجله خودشان بدانند. باید به ویژه نامه‌های تخصصی فکر کنید، مثلاً امسال سال پیامبر اعظم صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ است، یک ویژه نامه تخصصی سال پیامبر منتشر کنید. از همه مبلغانی که تحت پوشش شما هستند بخواهید مطلب بنویسند و یا در صحن حوزه از همه فضلا بخواهید که شما را کمک کنند.

منظور من این است که کاری کنید تا خود مبلغ بنویسد؛ یعنی مجله شما بستری برای شکوفایی استعداد مبلغان و بالا بردن سطح کیفی در حوزه پرورش خطیب و مبلغ باشد.

○ از اینکه وقت خود را در اختیار مجله مبلغان قرار دادید، از شما تشکر می‌کنیم.

● انشاء الله موفق و پیروز باشید.

جنبی دیگر که در مصاحبه صلاح نمی‌دانم بگویم. حوزه باید وارد شود و نبض فرهنگ سازی دینی را به دست بگیرد.

○ تا چه اندازه ورود طلاب در تبلیغات اینترنتی را مؤثر می‌دانید و چه توصیه‌هایی دارید؟

● ما برای نشر دین از همه ابزارهای جدید کارا و شرعی باید استفاده کنیم. از یکی از بزرگان شنیده شده است که «لَا يُنْتَشَرُ الْهُدَى إِلَّا مِنْ حَيْثُ يُنْتَشَرُ الضَّلَالُ» از همه ابزارهایی که دشمن برای رساندن پیامش استفاده می‌کند، ما هم باید استفاده کنیم به قید حلال بودن آن. دشمن کاری به دروغ و راست ندارد، ولی ما راست بگوییم. دشمن کاری به حلال و حرامش ندارد ولی ما به حلالش بچسبیم. پس بنابراین من معتقدم که در حوزه اینترنتی هر چه علما قوی تر وارد شوند بسیار مفید خواهد بود.

○ نظر شما در مورد مجله مبلغان چیست و تا چه اندازه آن را مفید و مؤثر می‌دانید؟

● من مجله مبلغان را به صورت