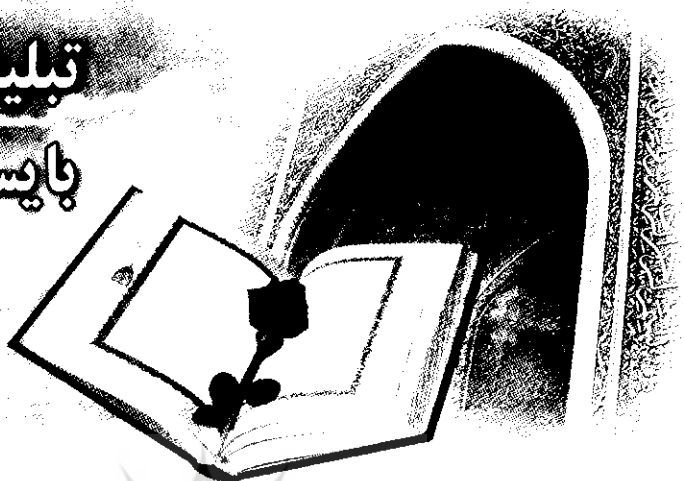


تبلیغ دین و

بایستگیهای

آن



سخنرانی حجت الاسلام دکتر رفیعی

ساماندهی مبلغان بر این اساس، برگزاری دوره‌های آموزشی جهت ارتقای وضعیت علمی و روشی، توجه به ابزارهای دیگر تبلیغ و تعمیم عرصه‌های تبلیغ دین و شناسایی و تقویت ظرفیتهای نو در تبلیغ، از جمله مباحث مطرح در این زمینه بود. گزیده‌ای از صحبت‌های ایشان در پی می‌آید.

* * *

بسم الله الرحمن الرحيم

جهان امروز، جهان تبلیغ و ارتباطات است. تأثیر رؤیایی اندیشه‌ها و افکار، به مراتب بیش‌تر از تأثیر سلاح‌های نظامی است. اگر شلیک یک

اشاره

در جلسه‌ای که جمعی از اساتید و فضایی حوزه‌های علمیه به حضور مقام معظم رهبری رسیدند، تعدادی از ایشان، نقطه نظرات و پیشنهادهای خود را بیان کردند.

در این دیدار، بایستگیهای عرضه تبلیغ، توسط حجت الاسلام دکتر رفیعی مورد توجه قرار گرفت. تبیین سیاستهای تبلیغی واحد و منسجم، اهتمام به ایجاد وحدت رویه در امر تبلیغ در میان دستگاههای تبلیغات دینی، سطح بندی تبلیغ متناسب با میزان دانش و نیاز فراگیران و

مردم به ویژه جوانان در برنامه‌های اعتکاف، دعا‌های ندبه و عرفه، جلسات نیایش، گرایش میلیونی به مراکز زیارتی و مذهبی و شکل‌گیری صدها هیئت و مجلس خانگی، همه بخشی از این تلاش گسترده است.

اما با توجه به تبلیغات گسترده دشمن از طریق ایجاد سایتها و نوشتن کتابها و کاربرد ابزارهای مختلفی که در مبارزه با دین دارند، هنوز این عرصه نیاز به فعالیت بیش‌تری دارد.

بنابراین، با ارج نهادن به تلاشهای انجام شده توسط دستگاه‌های مختلف، به ذکر پنج نکته و پیشنهاد درباره تبلیغ و عرصه مغفول عنه منبر می‌پردازم:

۱. ضرورت هماهنگی بین دستگاه‌های تبلیغاتی

هم اکنون مراکز مختلف، اقدام به اعزام و فعالیت تبلیغی می‌نمایند. پیشنهاد می‌شود شورای عالی تبلیغات با محوریت حوزه مقدسه قم و با حضور نمایندگان و متولیان امور فرهنگی کشور و شخصیت‌های حقیقی و حقوقی تشکیل گردد که در بحث

بمب یا سلاح شیمیایی هزاران نفر را مسموم و نابود می‌کند، یک دروغ یا تبلیغ کاذب، میلیون‌ها اندیشه و فکر را دچار مسمومیت می‌سازد.

امام راحل می‌فرمودند: «سلاح تبلیغات بُرنده‌تر از سلاح جنگی است.»

در میان ابزارهای گسترده تبلیغ، رسانه دیرینه، سنتی و کهن منبر همچنان اصالت، قداست و جایگاه خود را حفظ نموده است. توده مردم، باورها و معارف دینی خود را بیش‌تر از طریق همین رسانه دریافت می‌کنند.

هنر مبلّغ و منبری، کارآمد کردن عمیق‌ترین مباحث دینی و ارایه ساده آن به مخاطبان است. منبر روشمند و

علمی، بستر مناسبی برای ترویج معروف، نهی از منکر، زدودن شبهه‌ها، مقابله با خرافات، تولید فکر و سرانجام، عرضه صحیح معارف اسلامی است.

به فضل الهی و برکت خون شهدا و با گذشت حدود سه دهه از پیروزی انقلاب، شاهد رشد چشمگیری در این عرصه هستیم. حضور هزاران نفر از

اجازه نقل فتوا و گذراندن مراحل علمی مشخص برای حضور در عرصه منبر و سخنرانی وجود داشته است.

متأسفانه امروز عرصه منبر و تبلیغ علی‌رغم نقش آفرینی صدها مبلغ، از این جهت دچار آسیب جدی است.

معین نبودن حد و مرز حضور در این رسانه، موجب شده است گاه مطالب بی‌پایه طرح شود، یا نقل غلط روایت و یا برداشت غلط تفسیری پیش آید. امروزه در دور افتاده‌ترین نقاط که افرادی تحصیل کرده با مدرک دانشگاهی حضور دارند، توقع مطالب ضعیف غیر علمی و خرافی را ندارند. در ذیل این ماده پیشنهادهایی دارم:

الف. سطوح و مراتب تبلیغ، تعریف شود و برای هر سطحی حداقلی از معلومات معین گردد. منبری رسانه، منبری دانشگاه، دبیرستان و منبری عمومی مشخص و تعریف شود.

ب. متون درسی ویژه منبر تدوین گردد. گرچه صدها متن قوی و متقن و مجلات تخصصی در کشور منتشر

تبلیغات مصوبات نافذ داشته باشد.

۲. تبیین سیاست تبلیغی واحد و

منسجم در کشور

گاه شاهد پراکندگی و تعارض در امر تبلیغ هستیم؛ تا حدی که موجب سر درگمی مردم می‌شود. گاه اتفاق می‌افتد که دو سخنران یا دو فیلم یا دو شبکه همزمان یا دو نشریه و یا دو نهاد تبلیغی، سیاستی کاملاً متضاد دارند و مخاطب را با افراط و تفریط دچار تزلزل می‌کنند.

گرچه اصلاح این امر در همه مراتب غیر ممکن است؛ اما می‌توان در بسیاری جنبه‌ها به وجه مشترکی رسید و آن را به عنوان یک سیاست واحد ابلاغ کرد.

۳. عمق بخشیدن به فرایند تبلیغ و

فعالیت مبلغان

در همه مراکز آموزشی و فرهنگی برای تدریس و حضور علمی، حدود و ثغوری وجود دارد. حتی در مدارس ابتدایی حداقلهایی برای سطح معلومات مدرسین تعریف می‌شود.

در گذشته حوزه‌های علمیه نیز چنین بوده است. اجازه نقل حدیث،

می شود، اما هنوز ما متن درسی درباره منبر نداریم.

ج. کارگاه‌هایی ویژه امر تبلیغ متناسب با سطوح مختلف برگزار گردد.

د. امروز صدها جلسه خانگی در کشور وجود دارد. بیش تر هم مبلغین در این جلسات حضور دارند؛ اما هیچ ساماندهی نشده‌اند.

اینها را دست کم نگیرید. اینها بر روابط خانواده‌ها اثر دارند و خلیها مطالبی را که از ایسن جلسات فرا می‌گیرند، در زندگی به کار می‌برند. شایسته است مرکزی، این طیف وسیع منابر را سامان دهد.

۴. تعمیم عرصه‌های تبلیغ

ابزار تبلیغ در زمان حاضر گسترش فراوانی یافته است که منبر یکی از آنهاست. آشنایی روحانیان و حوزویان با سایر شیوه‌های تبلیغ ضروری است.

لازم است حوزه‌های علمیه در فن مناظره، فیلم‌نامه نویسی، سینمای دینی، قصه گویی، گرافیک، طنز، شعر، خط، داستان نویسی و دیگر ابزارهای تبلیغ، حرفی برای گفتن داشته باشند.

۵. شناسایی و تقویت ظرفیتهای جدید تبلیغی

انحصار تبلیغ در افراد و شخصیت‌های خاص و کنار کشیدن بسیاری از فضلا از سنگر و عظم و خطابه به دلیل گمنامی یا گاه نامناسب تلقی کردن حضور در این میدان، متأسفانه موجب شده است که بخش تبلیغ دچار افت شود.

پیشنهاد می‌شود با پیگیری مراکز اعزام مبلغ و متولی امر تبلیغ، فضلا و فرهیختگان حوزوی با حضور جدی در این سنگر ارتباط با توده مردم را حفظ نموده، و موجب ارتقای جایگاه منبر شوند.

هنوز منبرهای مرحوم آقای فلسفی و تأثیراتش در شبهه‌زدایی و جریان‌آفرینی در کمک به نهضت یادمان نرفته است!

شنیده‌ایم که در قدیم علما و بزرگان و بسیاری از شخصیتها در این عرصه حضور فعال داشته‌اند.

متأسفانه جایگاه این رسانه، که نزدیک‌ترین ارتباط را با توده مردم دارد، به دلایلی که عرض کردم، آفت پیدا کرده است.