



پروپشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

تبلیغ ارزش‌ها از نگاه امام خمینی (ره)

سید حسن بنایی

توجه

دعوت به پرستش خدا و اجتناب از طاغوت، جوهره تعلیماتی است که همه پیامبران الهی علیهم السلام مبلغ آن بوده‌اند. از سوی دیگر دعوت جاودانه پیامبر اسلام صلی الله علیه و آله، امت مسلمان را به «بهترین امت» تبدیل کرده است. ولی اگر اهداف جاودانه دین اسلام، از تبلیغات درست و وسیع، بی بهره باشد، قطعاً تعالیم انسان ساز این آیین الهی از معرض شناخت و گرایش بشریت، دور می‌ماند.

شاید راز تأکید فراوان انبیای الهی و ائمه طاهرین علیهم السلام و علمای ربانی به امر تبلیغ دین، در این باشد که اگر معارف و تعالیم انسان ساز اسلام، تبلیغ نشود، دست انسان‌های محتاج هدایت، از ریسمان هدایت الهی کوتاه می‌ماند.

از سوی دیگر، خصلت انعطاف پذیری انسان، همواره مورد استفاده منفی طاغوتیان و شیاطین بوده و آنها با سوء استفاده از فرصت‌ها و زمینه سازی‌های روانی و اجتماعی بر آنها تا تمایل و گرایش انسان‌ها را در راستای اهداف پلید خویش برانگیزند. در چنین شرایطی، وظیفه انسان‌های خدایی آن است که با هر روشی که ممکن است، از خصلت انعطاف پذیری بشر، برای هدایت به سوی خیر بهره برداری نمایند.

قابل ذکر است که امروزه جبهه طاغوت، از برترین تکنیک‌های تبلیغی و بیشترین امکانات مالی در جهت اهداف شیطانی خویش بهره می‌گیرد و جبهه خداپرستان به استفاده بسیار محدود از روش‌های معمول و سنتی اکتفا کرده و از امکانات مالی بسیار کمی بهره برداری می‌نماید. باید توجه داشت که گسترش اسلام، بیشتر از تلاش‌های تبلیغاتی، به نورانیت حقایق موجود در متن دین و فداکاری امامان و شهیدان وابسته است. این در حالی است که تلاش‌های تبلیغاتی

دشمن و عوامل ضد تبلیغ دیگر جبهه حق را خلع سلاح کرده و ابتکار عمل را از او گرفته است. از طرف دیگر، «کشاندن به سوی ارزش‌ها معنی حقیقی تربیت انسانی است^۱». از این رو بررسی کشاندن مخاطبان به سوی ارزش‌ها، از مهمترین مسائلی است که باید مورد دقت و بررسی قرار گیرد. در این راه نگاهی به سیره مریبان بزرگ می‌تواند راهگشا باشد.

امام خمینی(علیه السلام) به عنوان یک مربی و مبلغ بزرگ و بسیار موفق، علاوه بر اجرای یک برنامه عظیم تبلیغاتی و جذب مردم به سمت حقایق نورانی اسلام، تأکیدات فراوانی بر اهمیت امر تبلیغ و ضرورت برنامه‌ریزی و استفاده از روش‌ها و ابزار نوین کرده‌اند.

ما به عنوان مریبان جامعه اسلامی و پیروان امام خمینی(علیه السلام)، باید علاوه بر شناخت راه امام، سیره عملی تبلیغی ایشان را نیز بشناسیم تا بتوانیم به وظیفه خویش به درستی عمل کنیم.

مطالعه در این زمینه می‌تواند ابعاد گوناگونی داشته باشد. از جمله:

- بررسی آثار مکتوب و سخنان امام خمینی(علیه السلام) پیرامون موضوع تبلیغات.
- بررسی خصوصیات که امام خمینی(علیه السلام) را به عنوان یک مبلغ بزرگ مطرح کرده است.
- بررسی شیوه‌های تبلیغاتی که امام خمینی(علیه السلام) به کار برده‌اند.

امید است که دست اندرکاران تعلیم و تربیت جامعه ما با شناخت هر یک از ابعاد فوق قدم‌های بزرگی در راه تبلیغ ارزش‌های الهی بردارند.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

□ بخش اول:

بررسی آثار مکتوب و سخنان امام خمینی (ره) پیرامون تبلیغات:

● واژه‌شناسی تبلیغ:

قبل از بررسی تبلیغات از دیدگاه امام خمینی، بسیار بجاست که مختصر نگاهی به واژه تبلیغ داشته باشیم:

«تبلیغ» واژه‌ای عربی و به معنای رساندن است. در لغت نامه دهخدا به نقل از فرهنگ نظام تعریفی از «تبلیغ» آمده است: «رسانیدن عقاید دینی یا غیر آنها با وسایل ممکنه»^۱ همین لغت نامه در توضیح «تبلیغ کردن» آورده است: «خواندن کسی را به دینی و عقیدتی و مذهبی و مسلکی و روشی. کشاندن کسی به راهی که تبلیغ کننده قصد دارد»^۲.

نگاهی به چند تعریف از تبلیغ در مستون «جامعه‌شناسی»، «روان‌شناسی» و «ارتباطات» می‌تواند راهگشای بحث‌های بعدی ما باشد:

۱. دایرةالمعارف کالی یرز (Collier's): تبلیغات، انتشار، گسترش و رشد دادن پرداخته‌های فکری، افکار، دیدگاه‌ها، نظریه‌ها و برنامه‌هاست.

۲. دایرةالمعارف جامعه‌شناسی: تبلیغات، بکارگیری نمادها برای انتقال سریع به بسیاری از مردم است.^۳

۳. دایرةالمعارف امریکانا (Americana): تبلیغات، تلاشی است برای متقاعد کردن، با یک نفع مشخص و آگاهانه از طریق تأثیر گذاری به وسیله تکرار متوالی یک محتوای معین، برگرایش‌ها و افکار افراد یا گروه‌هایی که هنوز متقاعد نشده‌اند.^۴

۴. دایرةالمعارف بین‌المللی: تبلیغات، دستکاری نسبتاً حساب شده‌ی اندیشه‌ها و رفتار دیگران است به وسیله نمادها (واژه‌ها، اشاره‌ها، پرچم‌ها، تصاویر، بناهای تاریخی، موسیقی و غیره) با در نظر گرفتن و ملاحظه باورها، ارزش‌ها و رفتارهایی که واکنش نشان دهنده‌ها به آنها به چشم یک موضوع مهم و بحث‌انگیز می‌نگرند.^۵

۵. دایرةالمعارف بین‌المللی: تبلیغات نوعی ارتباط است که می‌کوشد تا دیدگاه‌ها و واکنش‌های دیگران را تحت تأثیر قرار دهد.^۶

۶. دایرةالمعارف علوم اجتماعی: تبلیغات، تکنیکی است برای تأثیر گذاردن بر رفتار انسان به وسیله استفاده ماهرانه از نمادها و نشانه‌ها، این نشانه‌ها ممکن است قالب و شکل گفتاری،

۱. فرهنگ دهخدا، ص ۳۴۳.

۲. فرهنگ دهخدا، ص ۳۴۳.

۳. خندان، محسن: تبلیغ اسلامی و دانش ارتباطات اجتماعی. تهران: سازمان تبلیغات اسلامی، ص ۵۴.

۴. خندان، محسن: تبلیغ اسلامی و دانش ارتباطات اجتماعی. تهران: سازمان تبلیغات اسلامی، ص ۵۴ و ۵۵.

۵. همان.

۶. همان.

- نوشتاری، تصویری و یا موزیکی داشته باشد.^۱
۷. ماربری، ب، اوکله (Marbuy B.Ogle): تبلیغات، هر تلاشی برای تغییر افکار و گرایش‌هاست.^۲
۸. جان البیک (John Albig): تبلیغات، به کارگیری ماهرانه نمادهایی روان‌شناسانه است که در بردارنده اهدافی است که شنونده از آن آگاه نیست.^۳
۹. کتاب «زمینه جامعه‌شناسی»: آوازه‌گری یا تبلیغ، فعالیتی است برای دگرگون کردن عقاید عمومی از راه‌هایی غیر مستقیم و احياناً پنهانی با وسایلی مانند: زبان، خط، تصویر، نمایش و جز اینها...^۴
۱۰. کتاب «گام‌هایی در راه تبلیغ»: تبلیغات، القای ظریف منویات یک فرد، یک گروه و یا یک نظام است.^۵
۱۱. کتاب «مبانی تبلیغ»: تبلیغ در بهترین و اصولی‌ترین شکل آن، یک فعالیت آموزشی است که به منظور نشر دانش و آگاهی‌های سیاسی، اجتماعی و فرهنگی و نشر ارزش‌ها و سجایای اخلاقی صورت می‌گیرد. در عین حال نباید از نظر دور داشت که در تبلیغات، گذشته از انتقال «پیام»، از طرف «پیام‌دهنده» به «پیام‌گیرنده» که در حقیقت حرکتی آموزشی است، مسئله تعمیق پیام در جامعه پیام‌گیرندگان و در نتیجه، بسیج افکار عمومی نیز مطرح است.^۶
- اینک پس از مرور کوتاهی بر واژه تبلیغ در فرهنگ‌های مختلف به بررسی تبلیغات از دیدگاه حضرت امام خمینی (ره) می‌پردازیم:

«مبانی تبلیغ از دیدگاه امام»

۱. تعریف تبلیغات:

همان‌گونه که متذکر شدیم، رایج‌ترین تعریف جامعی از «تبلیغات» برای ورود به این بحث بسیار ضروری است. از این رو از میان تمام تعریف‌های مذکور، تعریف بزرگ‌ترین مبلغ حق و فضیلت در عصر حاضر امام خمینی (ره) را زینت بخش این فصل قرار می‌دهیم:

«تبلیغات... شناساندن خوبی‌ها و تشویق به انجام آن و ترسیم بدی‌ها و نشان دادن راه‌گریز و منع از آن است...»^۷

۱. همان.

۲. همان.

۳. همان.

۴. آریانپور کاشانی، عباس؛ زمینه جامعه‌شناسی، ج ۸، تهران: شرکت سهامی کتابهای جیبی، ص ۱۸۴.

۵. فضل‌الله، علامه سیدمحمد حسین؛ گام‌هایی در راه تبلیغ: ۱۳۷۶، ترجمه دکتر احمدبهبشتی، تهران، سازمان تبلیغات اسلامی، ص ۷.

۶. زورق، محمد حسین؛ مبانی تبلیغ، تهران: انتشارات سروش، ۱۳۶۸.

۷. روزنامه جمهوری اسلامی ۱۳۶۸/۱/۱۵.

۲. اهمیت تبلیغات:

اگر مروری هر چند گذرا بر وصیت‌نامه، سخنرانی‌ها، پیام‌ها و نامه‌های امام خمینی (علیه السلام) داشته باشیم، می‌بینیم که بیش از هزار بار به مسئله تبلیغات و موضوعات پیرامون آن اشاره شده و اگر مسایل اساسی و استدلال‌های متنوع و اشاره‌های ظریف موجود در کتاب‌های فقهی و اخلاقی ایشان را بر هزار نکته پیش گفته اضافه کنیم، اهمیت تبلیغات آن قدر روشن می‌شود که هیچ نیازی به استدلال و توضیح پیدا نمی‌شود. ولی اشاره‌ای به چند نکته از آن هزار نکته باریک‌تر از مو خالی از لطف نیست.

۲-۱. اهمیت تبلیغات در اسلام:

امام خمینی (علیه السلام) تبلیغات را «اساس و مقدمه تشکیل حکومت» و «اهمیت تبلیغات را از اهمیت شهادت نیز بالاتر» می‌دانستند و به «سودمندی تبلیغات برای مستضعفین» و «ضرر آن برای زورمندان» اشاره فرموده‌اند^۱ و در مورد «وجوب شرعی آن» تاکید داشته‌اند. «امروز تبلیغات یک ویژگی خاص دارد و بر همه لازم است که تبلیغات کنند...»^۲ «تبلیغات که همان شناساندن خوبی‌ها و... است، از اصول بسیار مهم اسلام عزیز است»^۳ «تبلیغات از صدر اسلام تا ابد یکی از اموری است که اسلام بر آن پافشاری کرده است و در این زمان که ما هستیم، اولویت خاصی دارد»^۴. معلم شهید، استاد مرتضی مطهری به پیروی از استاد بزرگوارش امام خمینی (علیه السلام) می‌فرماید: «اگر بگویم مقام تبلیغ اسلام، رساندن اسلام به عموم مردم، معرفی و شناساندن اسلام به صورت یک مکتب، از مرجعیت کمتر نیست؛ تعجب نکنید»^۵.

۲-۲. اهمیت تبلیغات در جهان امروز:

با توجه به اینکه تبلیغات یک اصل دائمی اسلامی است و ضرورت بکارگیری شیوه‌های نوین در تبلیغات اسلامی و با روشن بینی خاصی که امام خمینی (علیه السلام) نسبت به مسایل جهانی دارند، می‌فرمایند: «قدرت تبلیغاتی ما بسیار ضعیف و ناتوان است و می‌دانید که امروز جهان روی تبلیغات می‌چرخد»^۶.

«مسئله تبلیغات یک امر مهمی است که می‌شود گفت که در دنیا در رأس همه امور قرار گرفته است و می‌توان گفت که دنیا بر دوش تبلیغات است»^۷.

۱. حکومت اسلامی، صص ۱۵۱ - ۲۱۹، صحیفه نور ج ۱۵ ص ۲۰۰، ج ۱۶ ص ۱۳۷، ج ۱۸ ص ۱۰۰.

۲. صحیفه نور، ج ۱۶، ص ۱۵۰.

۳. حماسه حسینی، ج ۱، تهران: انتشارات صدرا، ص ۳۰۰.

۴. صحیفه نور، ج ۱۶، ص ۱۴۹.

۵. صحیفه نور، ج ۱۴، ص ۴۱.

۶. وصیت‌نامه امام خمینی (ره)، ص ۲۰.

شناخت امام خمینی (علیه السلام) از شرایط و امکانات موجود در جهان و تأثیری که دستاوردهای بشری و وسایل ارتباط جمعی بر جهان ما گذاشته و می‌گذارند، باعث شده که ایشان تمام جهان را به صورت یک «خانه» تصویر کرده و بفرمایند:

«برادران و خواهران من! ما امروز در یک عصری هستیم که تمام دنیا، تمام کشورها از اقصی نقاط عالم تا اینجا به منزله یک «خانه» شده‌اند. در سابق اگر چنان چه قضیه‌ای واقع می‌شد در یک شهری، برای یک شهر دیگر هیچ مطرح نبود و شهر دیگر از آن مطلع نمی‌شد یا اگر می‌شد، برای او قضیه‌ای نبود. لیکن عصر ما طوری شده که قضایایی که در یک کشور واقع می‌شود، در همه کشورهای دنیا، در اقصی کشورهای دنیا منعکس می‌شود و برای آنها مطلب است.^۱ البته تعابیر دیگری مثل «عائله» هم در سخنان ایشان به کار رفته که نشان از «فروپاشی دیوارها» در جهان معاصر دارد.^۲

۲-۳. اهمیت و کاربرد سلاح تبلیغات:

امام خمینی (علیه السلام) که عمری را در راه مبارزه با دشمنان اسلام سپری کرده و سلاح‌های مختلفی که دشمنان در نبرد با اسلام و ارزش‌های اسلامی به کار برده‌اند را به خوبی می‌شناسند، می‌فرمایند: «سلاح تبلیغات، برنده‌تر از کاربرد سلاح در میدان جنگ است.^۳»

«آن قدری که دشمنان ما از حربه تبلیغات استفاده می‌کنند، از طریق دیگر نمی‌کنند.^۴»

امام امت ما خرابی‌های ناشی از استفاده دشمن از توپ و تانک را قابل بازسازی می‌دانستند ولی خرابی‌های فرهنگی را ماندگار و قابل انتقال به نسل‌های بعد معرفی می‌کردند.^۵ و برای مقابله با سلاح برنده‌ای که دشمنان به خوبی از آن بهره گرفته‌اند، می‌فرمایند:

«در این موقع حساس که جمهوری اسلامی عزیز مورد تهاجم تبلیغاتی رسانه‌های گروهی مرتبط با قدرت‌های بزرگ و وابستگان آنان قرار گرفته است و آنان در باطل خود آن تبلیغات وسیع را به راه انداخته‌اند؛ ما و شما و همه طرفداران اسلام برای حق خود باید به این حربه برنده روز مجهز باشیم و چهره واقعی اسلام و جمهوری اسلامی را در داخل و بیشتر در خارج در معرض شناخت همگان در آوریم.^۶»

«اولیای ما علیهم السلام نشان دادند که در مقابل مستکبران گاهی با تبلیغ و گاهی با اسلحه باید ایستاد و مستکبران را به جای خودشان نشانند.^۷»

امام خمینی (علیه السلام) که پیرو راستین حضرت سیدالشهدا (علیه السلام) و ادامه دهنده راه سرخ آن حضرت

۲. همان، ج ۱۵، ص ۲۷۷، ج ۱۶، ص ۱۱ و...

۱. صحیفه نور، ج ۱۳، ص ۲۳.

۴. همان، ج ۱۷، ص ۱۵۷.

۳. همان، ج ۱۶، ص ۸۱.

۶. صحیفه نور، ج ۱۶، ص ۲۲۱.

۵. روزنامه جمهوری اسلامی، ۱۳۶۳/۱/۲۳.

۷. همان، ج ۱۶، ص ۶۷.

بودند، درس بزرگی از جد بزرگوارشان گرفته و به ما منتقل کرده‌اند که:
 «سید الشهداء و اصحاب او و اهل بیت او آموختند تکلیف را؛ فداکاری در میدان، تبلیغ در خارج میدان»^۱.

۳. هدف تبلیغات

اگر بپذیریم که شکل‌گیری و دوام تبلیغات به وجود «انسان» وابسته است؛ باید بپذیریم که نوع نگرش افراد به انسان، «مبنای فلسفی» تبلیغات را در نظر آنان تشکیل می‌دهد. از این رو نگاهی به انسان‌شناسی امام خمینی، مقدمه بررسی هدف تبلیغات از دیدگاه ایشان خواهد بود. فراهایی از سخنان آن انسان‌شناس بزرگ معاصر، این بحث کوتاه را به نتایج بلندی خواهد رساند:
 «بدان که نفس انسانی... از اول ولادت آن در این نشأت و قدم گذاشتن در این عالم با تمایلات نفسانیه و شهوات حیوانیه نشو و نما کند... پس انسان حیوانی است بالفعل در ابتدای ورود به این عالم»^۲.

«بدان که انسان تنها، موجودی است که جامع همه مراتب عینی و مثالی و حسی است و تمام عوالم غیب و شهادت و هر چه در آن‌هاست، در وجود انسان پیچیده و نهان است»^۳.
 «بدان که انسان کامل، مثل اعلای «الله» است و بزرگ‌ترین آیه و نشانه او و کتاب روشن الهی و خبر با عظمت است و اوست که به صورت حق تعالی آفریده شده و با دست قدرت الهی انشاء شده و خلیفه خداست بر خلق او و کلید باب معرفت خدای تعالی است. هر کس او را شناخت، خدا را شناخته است. و او در هر صفتی از صفاتش و در هر تجلی از تجلیاتش نشانه‌ای از نشانه‌های الله است»^۴.

بر مبنای این گونه انسان‌شناسی، انسان همواره باید تحت تعلیم و تربیت قرار گیرد:
 «همه جمعیت دنیا احتیاج به تعلیم و تربیت دارند. هیچ کس نمی‌تواند ادعا کند که من دیگر احتیاج ندارم به اینکه تعلیم و تربیت بشوم. رسول خدا هم تا آخر احتیاج داشت. منتهی احتیاج او را خدا رفع می‌کرد. ما همه احتیاج داریم»^۵.

البته تعلیم و تربیت این موجود باید در برگیرنده تمام جنبه‌های مادی و معنوی باشد:
 «انسان مراتب دارد. آن کسی که رفته سراغ آن مرتبه بالایی انسانی و از این مراتب غافل شده است، اشتباه کرده است.

آن کسی که چسبیده است به آن عالم ماده و مرتبه طبیعت را دیده و غافل از ماوراء الطبیعت است، این هم اشتباه کرده است. اسلام برای این انسانی که همه چیز است یعنی از طبیعت تا

۲. شرح دعای سحر، ص ۱۰۲.

۴. همان، ص ۱۰۳.

۱. صحیفه نور، ج ۱۷، ص ۵۶.

۳. همان، ص ۱۵.

۵. همان، ج ۱۷، ص ۱۵۲.

ماوراء الطبیعت تا عالم الوهیت مراتب دارد. اسلام تز دارد. برنامه دارد^۱. بر اساس آنچه از رهنمودهای آن فرزانه دوران به یادگار مانده، اگر تبلیغات موافق فطرت انسان باشد، قطعاً به موفقیت خواهد رسید. ایشان فرموده‌اند:

«بشر فطرتش یک فطرت سالم است. اگر یک چیزی را قبول نکنند، روی فطرت سالم خودش قبول می‌کند و قدرتمندها از همین معنی می‌ترسند^۲».

و به راستی که رمز توفیق بی اندازه امام خمینی (ره) در رهبری پیامبرگونه‌شان همین بود که فطرت انسان‌ها را مخاطب قرار داده بودند. چه ایشان معتقدند که شأن انبیاء (علیهم‌السلام) شأن تبلیغ بوده و همه آنچه در زندگی خود انجام داده‌اند، در یک کلمه «تبلیغ» است. و نتیجه گرفته‌اند که تمام خوبی‌هایی که در جهان موجود است، نتیجه تبلیغ پیامبران است.

اگر سخنان متین ایشان را در مقایسه شأن انبیا و معلمین به خاطر بیاوریم روحانیون را مریبان جامعه بدانیم، با بررسی اعمال انبیای الهی می‌توانیم وظایف معلمان و مریبان و مبلغان را دقیق‌تر درک کنیم.

حضرت امام بارها فرموده‌اند: «روحانیون که مریبی انسان‌ها هستند، به جای انبیا نشسته‌اند، مبعوث از طرف انبیاء (علیهم‌السلام) هستند»^۳.

«معلمی شغل انبیاست».

...

۱-۳. هدف‌های فردی:

رهنمودهای باقی مانده از امام خمینی (ره) به هدف‌های فردی تبلیغات انبیا اشارات فراوانی دارد مثل «بسط توحید»، «شناخت مردم از عالم»، «تعلیم و تربیت بشر»، «اخراج مردم از ظلمت به نور»، «توجه دادن مردم به معنویات»، «ساختن انسان»، «رشد و کمال انسان» و... این فراز از وصیت نامه نورانی امام گویای بخشی از هدف‌های فردی انبیاء (علیهم‌السلام) در تبلیغ و ارشاد بشر است. «آنچه که شما ملت شریف و مجاهد برای آن به پا خاستید و دنبال می‌کنید و برای آن جان و مال نثار کرده و می‌کنید، والاترین و بالاترین و ارزشمندترین مقصد و مقصودی است که از صدر عالم در ازل و از پس این جهان تا ابد عرضه شده است و خواهد شد. و آن مکتب الوهیت به معنی وسیع آن و ایده توحید با ابعاد رفیع آن است که اساس خلقت و غایت آن در پهناور وجود و در درجات و مراتب غیب و شهود است. و آن در مکتب محمدی (ص) به تمام معنی و درجات و ابعاد متجلی شده و کوشش تمام انبیای عظام (علیهم‌السلام) و اولیای معظم (س) برای تحقق آن بوده و راهیابی به کمال مطلق و جلال و جمال بی نهایت جز با آن میسر نگردد، آن است که

۲. همان، ج ۱۸، ص ۲۴۳.

۱. صحیفه نور، ج ۲، ص ۱۵۵.

۳. همان، ج ۷، ص ۱۸۱.

خاکیان را بر ملکوتیان و برتر از آنان شرافت داده و آنچه بر خاکیان از سیر در آن حاصل می‌شود، برای هیچ موجودی در سراسر خلقت در سر و علن حاصل نشود.^۱

۲.۳. هدف‌های اجتماعی:

انبیای الهی و به پیروی از آنان «روحانیون» و «معلمین» و «مبلغین» و «مربیان» جامعه بشری، علاوه بر رساندن بشر به هدف‌های فردی فوق‌الذکر، در راه «اقامه عدل»، «زدودن آثار ظلم»، «اصلاح جامعه» و «تجهیز مستضعفین علیه مستکبرین» نیز تلاش‌های بی‌وقفه‌ای دارند. امام خمینی (ره) به هر یک از این موارد بارها اشاره فرموده‌اند و ما به ذکر یک نمونه از آنها اکتفا می‌کنیم: «انبیاء که مبعوث شدند، برای این مبعوث شدند که معنویات مردم را و آن استعدادها را شکوفا کنند. که در آن استعدادها بفهمند به این که چیزی نیستیم و علاوه بر آن مردم را و ضعفا را از تحت سلطه استکبار بیرون بیاورند. از اول انبیا علیهم‌السلام این دو شغل را داشتند. شغل معنوی که مردم را از اسارت نفس خارج کنند، از اسارت خودش خارج کنند و مردم و ضعفا را از گیر ستمگران نجات بدهند... این دو شیوه را به عیان در قرآن و سنت و در عمل خود رسول‌الله صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم می‌بینیم: «دعوت به معنویات الهی حدی که بشر می‌تواند به او برسد و فوق او» و بعد هم «اقامه عدل».^۲

امام خمینی (ره) در بسیاری از موارد به صراحت هدف‌های فردی و اجتماعی تبلیغات اسلامی را بیان فرموده‌اند. در هر جا با واژه خاصی به بررسی هدف‌های تبلیغات اسلامی پرداخته‌اند که برخی از آنها را مرور می‌کنیم:

«تبلیغات و تعلیمات دو فعالیت مهم و اساسی ماست. وظیفه فقهاست که عقاید و احکام و نظامات اسلام را تبلیغ کنند و به مردم تعلیم دهند تا زمینه برای اجرای احکام و برقراری نظامات اسلام در جامعه فراهم شود».^۳

«معلم اول خدای تبارک تعالی است که اخراج می‌کند مردم را از ظلمات به نور و به وسیله انبیا و به وسیله وحی مردم را دعوت می‌کند به نورانیت، دعوت می‌کند به عشق، دعوت می‌کند به محبت، دعوت می‌کند به مراتب کمالی که از برای انسان است. دنبال او انبیا الهی هستند که همان مکتب الهی را نشر می‌دهند».^۴

«وظیفه بزرگی داریم و آن اینکه اسلام را آن طوری که هست، آن طوری که خدای تبارک و تعالی فرموده است، آن طوری که در روایات و قرآن ما هست، آن طور به مردم ارایه بدهیم و به دنیا ارایه بدهیم و همین خودش از هزارها توپ و تانک بیشتر می‌تواند مؤثر باشد. آن چیزی که با ارشاد حاصل بشود، قلب مردم را بر می‌گرداند و این کار و این هنر از اسلام بر می‌آید».^۵

۲. صحیفه نور، ج ۱۸، ص ۳۲ و ۳۳.

۱. صحیفه انقلاب، ص ۳۵.

۴. صحیفه نور، ج ۸، ص ۲۳۹.

۳. حکومت اسلامی، ص ۱۵۲.

۵. همان، ج ۱۸، ص ۲۴۳.

تمام پیامبران در طول تاریخ این طور نبوده است که فقط یک ناصح باشند. بلکه برای تهذیب اخلاق مردم به گفتگو، به کردار، به عمل، به فعالیت مامور بودند و خدای تبارک و تعالی آنها را برای اینکه انسان‌ها را بسازند، برای اینکه خلق انسانی در آنها رشد پیدا بکند و اعمال و افعال انسانی داشته باشند مبعوث فرموده است.^۱

۴. موفقیت تبلیغات:

۴-۱. کانال قلب، کانال موفقیت:

موفقیت تبلیغات، صرفاً در برقراری ارتباط با مخاطب برای رساندن پیامی به او نیست. بلکه رساندن پیام و تأثیرگذاری در قلب مخاطب است که می‌تواند تبلیغات را به موفقیت برساند. امام خمینی (ره) که دلی آرام و قلب مطمئن داشت، به هنرمندانه‌ترین روش‌ها در دل و قلب مردم تأثیر می‌گذاشت و توصیه می‌فرمود که:

«همه مسایل از قلب انسانی شروع می‌شود. اگر چنانچه که قلب یک سرچشمه نور و هدایتی در آن باشد، زبان هم به نورانیت قلب منور می‌شود. چشم همه به نورانیت قلب منور می‌شود. همه اعضای انسان تابع قلب است. وقتی قلب الهی باشد، همه چیز انسان الهی می‌شود.»^۲

«آن چیزی که با ارشاد حاصل بشود، قلب را بر می‌گرداند. و این کار، این هنر، از اسلامی بر می‌آید.»^۳

«شماهایی که سروکارتان با جان مردم است، کوشش کنید که جان خودتان را، قلب خودتان را اصلاح کنید.»^۴

۴-۲. کانال قلب در کنترل مقلب القلوب:

امام خمینی (ره) بر این باور بودند که خداوند مقلب القلوب است و اختیار قلب‌ها در دست اوست و اگر ما می‌خواهیم در قلب‌های مردم نفوذ کرده و پیامی را به قلب آنها منتقل کنیم، باید از یک سو رابطه نزدیک و صمیمانه و عاشقانه‌ای با خدا داشته باشیم و از سوی دیگر با برقراری رابطه‌ای دوستانه و نزدیک با مردم، و جلب اعتماد آنها، آنچه را که خداوند در دل ما قرار داده، به دل مردم منتقل کنیم. خود ایشان فرموده‌اند:

«به خدا متوجه شو تا دل‌های مردم به تو متوجه شود... راه به دست آوردن قلوب ملت این است. دل مردم با اسلام به دست می‌آید. رگ خوابشان را ما فهمیدیم. قلوب مسلمین را باید توسط اسلام جلب کرد. الی الله تطمئن القلوب. تمام قلب‌ها دست خداست.

۲. همان، ج ۸، ص ۶۵.

۴. همان، ج ۸، ص ۶۶.

۱. صحیفه نور، ج ۱۷، ص ۷۷.

۳. همان، ج ۱۸، ص ۲۴۳.

مقلب القلوب خداست^۱».

«مردم فهمیده‌اند که ما دوست آنها هستیم، مردم به دوستشان علاقه دارند^۲».

باور امام خمینی(علیه السلام) بر این بود که اگر توجه مبلغ به خدا باشد و مردم را دوست داشته باشد و اعتماد مردم را به خودش جلب کند، علاوه بر تبلیغات موثری که بر روی مردم انجام می‌دهد، از آنها به عنوان «مبلغ» نیز می‌توان استفاده کرد. خود ایشان در پاسخ خبرنگار آمریکایی که پرسیده بود: «آرای شما چگونه به گوش میلیون‌ها نفر از طرفداران شما در ایران می‌رسد؟» فرموده‌اند: «مردم طرفدار من هستند. و این مسایل مسایلی مردمی است که مربوط به خودشان است. آنها خود را موظف می‌دانند که مطالب ما را به همه جا برسانند^۳».

۴-۳. ابزار موفقیت:

امام خمینی(علیه السلام) به نقش «مکان‌های خاص»، «زمان‌های خاص»، «مراسم خاص»، «ابزار خاص» موثر در موفقیت تبلیغات اشارات فراوانی کرده‌اند که برخی از آنها را مرور می‌کنیم: «مساجد بهترین سنگرها می‌باشند^۴».

«روحانیون و مدیران و مسئولین محترم کاروان‌ها و حج از نقش سازنده خود و تأثیر بزرگی که حج برای همیشه در سرنوشت انسان می‌گذارد، غافل نشوید. چرا که در آن فضا و شرایط معنوی همه دل‌ها برای تحول و پذیرفتن حق آماده است^۵».

«محرم ماهی است که مردم آماده‌اند برای شنیدن مطلب حق^۶».

«ما باید حافظ این سنت‌های اسلامی، حافظ این دستجات اسلامی که در عاشورا، در محرم و صفر در مواقع مقتضی به راه می‌افتند، تأکید کنیم که بیشتر دنبال باشند. محرم و صفر است که اسلام را نگه داشته است. زنده نگه داشتن عاشورا را با همان وضع سنتی خودش از طرف روحانیون، از طرف خطبا با همان وضع سابق و از طرف توده‌های مردم با همان ترتیب سابق که دستجات معظم و منظم، دستجات عزاداری به عنوان عزادارای راه می‌افتاد. باید بدانید که اگر بخواهید نهضت شما محفوظ بماند، باید این سنت‌ها را حفظ کنید. البته اگر چنانچه سابق یک چیز ناروایی بوده و کار دست اشخاص بی اطلاع از مسایل اسلام بوده، آنها باید یک قدری تصفیه بشود. لکن عزاداری به همان قدرت خودش باید باقی بماند...^۷».

«شما هم که دارید نوحه خوانی می‌کنید، حرف می‌زنید، خطبه می‌خوانید، نوحه می‌خوانید، مردم را به گریه و ادا می‌کنید، مردم هم که گریه می‌کنند، همه روی این مقصد باشد که این اسلام

۱. صحیفه نور، ج ۱، ص ۲۱.

۲. همان، ج ۱، ص ۲۰.

۳. همان، ج ۴، ص ۱.

۴. روزنامه رسالت، ۶۶/۵/۱۰.

۵. همان، ۶۶/۵/۱۰.

۶. صحیفه نور، ج ۳، ص ۲۷۳.

۷. همان، ج ۱۵، ص ۲۰۴.

را ما می‌خواهیم با همین هیاهو حفظش کنیم. با این هیاهو، با این گریه، با این نوحه خوانی، با این شعر خوانی، با این نثرخوانی. ما می‌خواهیم این مکتب را حفظ کنیم. چنانچه تا حالا هم حفظ شده^۱.

«شما باید تبلیغ کنید. آقا محرم است. این محرم را زنده نگه دارید^۲».

«برای رساندن صدای مظلومان به جهان در توسعه شبکه‌های رادیویی جدیدت نمایند تا ملت‌ها هر چند مختصر از آنچه بر ما گذشته است و می‌گذرد مطلع شوند^۳».

«در این موارد آنچه که بیش از همه در فرهنگ ما تأثیر می‌گذارد، مجله و فرم مجله است. برای اینکه مجله و نحوه ارایه آن خیلی تأثیر دارد. این حتی خودش اگر مجله را هم نخواند، ورق زدن مجله، این خودش در روحیه‌اش تأثیر می‌کند^۴».

«مطبوعات در هر کشوری، نقش اساسی در ایجاد جوی سالم یا ناسالم دارند^۵».

«رادیو و تلویزیون از تمام رسانه‌هایی که هست، حساس‌تر است. رادیو و تلویزیون می‌تواند یک مملکت را اصلاح کند و می‌تواند به فساد بکشد. این را نه روزنامه می‌تواند، نه سینما می‌تواند، نه تئاتر می‌تواند، نه تبلیغات لفظی که در منابع است می‌تواند برای اینکه اینها همه شعاعشان محدود است^۶».

۴-۴. یک نکته مهم در موفقیت مبلغ:

امام خمینی، علاوه بر اینکه بر اهمیت تبلیغات و فلسفه و اهداف آن، به برخی از نکاتی که در موفقیت تبلیغات موثر هستند نیز اشاره کرده‌اند. از میان این نکته‌ها اشاره‌ای به یک خاطره از فعالیت‌های تبلیغی دوران جوانی معظم له داریم:

«...در مسایل، ملایمت و جهت رحمت، بیشتر از خشونت تأثیر می‌کند. من در زمان اختناق رضاخانی، وقتی در مدرسه فیضیه صحبت می‌کردم، آنگاه که از جهنم و عذاب الهی بحث می‌کردم، همه خشکشان می‌زد. ولی وقتی از رحمت حرف می‌زدم، می‌دیدم که دل‌ها نرم می‌شود و اشک‌ها سرازیر می‌گردد. این تأثیر رحمت است. با ملایمت انسان بهتر می‌تواند مسایل را حل کند تا باشدت...».

این خاطره نشان می‌دهد که:

- مبلغ موفق کسی است که دنبال تأثیر در قلب مخاطب خود باشد.
- مبلغ موفق کسی است که روش‌های تبلیغی خود را نقد و بررسی کند.
- مبلغ موفق کسی است که «بازخورد» تبلیغات خود را با دقت بررسی کند.

۲. همان، ج ۱۷، ص ۶۲.

۴. همان، ج ۱۵، ص ۳۵.

۶. همان، ج ۱۱، ص ۱۷۵.

۱. صحیفه نور، ج ۸، ص ۷۱.

۳. همان، ج ۱۶، ص ۵۶.

۵. همان، ج ۱۲، ص ۲۳.

● یک قانون مهم در موفقیت تبلیغات این است که: ملایمت و رحمت، بیشتر از خشونت اثر می‌کند.

۵. ضرورت برنامه‌ریزی کارشناسانه در تبلیغات موفق

امام خمینی(علیه السلام) از بی برنامه‌گی در تبلیغات اسلامی بشدت نگران بودند و می‌فرمودند: «در قدیم حوزه‌ها محصور شده بود در چهار دیواری که کسی نمی‌توانست از آن بیرون بیاید. تبلیغات سوء بصورتی بود که اگر طلبه‌ای می‌خواست حرفش را بزند و در فکر تشکیلات باشد، مورد طعن قرار می‌گرفت. همیشه صحبت نظم در بی نظمی است مورد تأیید بود^۱». ضرورت برنامه‌ریزی، از نکاتی است که به صورت‌های مختلف در سخنان امام جلوه‌نمایی می‌کند:

«آبادی استعمار، خواب‌های خیلی عمیق برای شما دیده‌اند. خواب‌های خیلی عمیق برای اسلام و مسلمانان دیده‌اند. با تظاهر به اسلام، نقشه‌های خطرناکی برای شما کشیده‌اند. شما فقط در سایه «تهذیب»، «تجهیز» و «نظم» و «تریت صحیح» می‌توانید این مفاسد و مشکلات را از سر راه بردارید و نقشه‌های استعماری آنها را خنثی کنید^۲».

«ما باید کارهایی را که دشمنان ما می‌کنند دقت کنیم و تحلیل کنیم که آنها به چه چیز بیشتر اهمیت می‌دهند و انگشت روی چه حیثیتی از حیثیت‌های مسلمین می‌گذارند و بفهمیم که آنچه که آنها بر آن اصرار دارند، همانی است که برای مسلمین و بشر بد است. ما از گفتار و کردار آنها باید کشف کنیم که اینها چه می‌خواهند و ما چه باید بکنیم^۳».

«این فیلم‌ها ممکن است یک نتایجی بدهد که نتایج آن را افراد عادی نتوانند درست بفهمند. کارشناس‌ها در آن فکر کنند، تأمل کنند تا اینکه یک فیلم صحیحی باشد که مناسب با جمهوری اسلامی و مناسب با مصالح اسلامی و مصالح کشور خودتان باشد... علی‌ای حال یک توجه خاص در اینجا لازم است که باید بشود و افراد کارشناس لازم دارید که همه چیز را، پیچ و مهره‌های همه امور را بدانند. یک عده کارشناس که درست مطالعه کنند و بفهمند...^۴».

«اینها که انقلاب فرهنگی صحبت می‌کنند و من شنیدم، اینها مخلوط می‌کنند امور را به هم و این راه را دور می‌کند^۵».

«ما باید در همه امور هماهنگی را حفظ کنیم. مخصوصاً هماهنگی در تبلیغات که از اهم امور است، باید حفظ بشود. باید سعی کنید وحدت و هماهنگی را به صورتی حفظ نمایید که هر گونه تبلیغات سوء را از بین ببرد^۶».

۲. مبارزه بانفس یا جهاد اکبر، ص ۷۸.

۴. همان، ج ۱۶، ص ۸۴ تا ۸۶.

۶. همان، ج ۱۶، ص ۸۱.

۱. صحیفه نور، ج ۱۸ ص ۲۹.

۳. صحیفه نور، ج ۱۵، ص ۲۷۷.

۵. همان، ج ۱۲، ص ۱۰۹.

«ما باید در سنجش‌هایمان مطالب را روی همه بریزیم و حساب کنیم. یک نقطه را اگر بخواهیم در نظر بگیریم، ممکن است این نقطه ما را به خطا بکشد»^۱.

«اگر شما صد تا اعلامیه صادر کنید، صد تا نطق بکنید و صد تا محکوم کنید، بعد دنبالش را نگیرید، این تمام می‌شود. یک صحبتی کردید، یک زحمتی کشیدید، نتیجه‌ای هم نبردید»^۲.

«ساختن تاثیری که مطابق با اخلاقی انسانی - اسلامی باشد، زحمت دارد»^۳.

«یک کلمه‌ای که این نصیحتی است به اینهایی که در روضه خوانی‌ها، در مجالسی که دارند، در تکیه‌ها، در این طور چیزهایی که دارند، که توجه به ضعفای مردم بکنند. در بین مردم ضعیف هست. در بین مردم اشخاصی هستند پیرمرد، اشخاصی هستند پیرزن و ضعیف، صداها زیاد نباشد که مردم را منزجر کند»^۴.

در این تبلیغات بزرگی که الان می‌شود بر ضد ماها، کاری بکنیم که دیگر بهانه به دست آنها ندهیم...»^۵.

۶. توجه به روش‌های جدید تبلیغات:

امام خمینی(علیه السلام) علاوه بر تاکیدهای بسیاری که در مورد محتوای تبلیغات اسلامی و اخلاق مبلغین اسلامی و پرهیز از بی‌برنامگی و توجه به برنامه‌ریزی داشتند، ضرورت استفاده از روش‌های جدید برای تبلیغات را از نظر دور نداشته و فرموده‌اند:

«روش و طرز تبلیغات و فعالیت خودتان را تکمیل کنید»^۶.

«قدرت تبلیغاتی ما بسیار ضعیف و ناتوان است و می‌دانید که امروز جهان روی تبلیغات می‌چرخد»^۷.

«ما عرضه این را نداشتیم که تبلیغاتمان، حتی در داخل کشور یک تبلیغات دامنه داری باشد»^۸.

«البته ما وسایل نداریم. این هم از بی‌عرضگی ماست، ما وسایل نداریم. همه وسایل دست دیگران است... یک کالا به این خوبی در دست شما هست و نمی‌توانید عرضه کنیم به عالم که ما این را داریم»^۹.

«از این ابزار جدید، هم می‌توان استفاده صحیح کرد و هم استفاده غلط و هر کدام حکم ویژه‌ای دارد...»^{۱۰}.

«مخالفت روحانیون با مظاهر تمدن در گذشته، صرفاً به جهت ترس از نفوذ اجانب بوده است. احساس خطر از گسترش فرهنگ اجنبی، مخصوصاً فرهنگ مبتذل غرب، موجب شده بود که

-
- | | |
|-----------------------------|-------------------------------------|
| ۱. روزنامه رسالت، ۱۳۶۵/۶/۹. | ۲. روزنامه جمهوری اسلامی، ۶۳/۱۱/۱۵. |
| ۳. صحیفه نور، ج ۳، ص ۹۱. | ۴. همان، ج ۱۸، ص ۲۱. |
| ۵. همان، ج ۱۶، ص ۱۱. | ۶. حکومت اسلامی، ص ۱۹. |
| ۷. وصیت امام، ص ۲۶. | ۸. صحیفه نور، ج ۱۴، ص ۴۳. |
| ۹. همان، ج ۱، ص ۱۲۲. | ۱۰. تحریرالوسیله، ج ۲، ص ۵۶۵. |

آنان با اختراعات و پدیده‌ها برخورد احتیاط‌آمیز کنند. علمای راستین از بس که دروغ و فریب از جهان‌خواران دیده بودند، به هیچ چیزی اطمینان نمی‌کردند و ابزاری از قبیل رادیو و تلویزیون در نزدشان مقدمه ورود استعمار بود. لذا گاهی حکم به منع استفاده از آنان می‌دادند^۱.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

□ بخش دوم

نگاهی گذرا به برخی از خصوصیات امام خمینی (ره) به عنوان یک مبلغ موفق

توجه: همه دوستان و دشمنان امام به این امر اعتراف دارند که امام خمینی (ره) در احیای ارزش‌های الهی و تبلیغ اسلام ناب محمدی (ص) در زمان ما نقش بسیار مهم و اساسی داشته‌اند و ایشان را بزرگ‌ترین و موفق‌ترین مبلغ دینی جهان معاصر نامیده‌اند.

به راستی رمز این همه موفقیت در چیست؟ بسیاری از بزرگان «اخلاص» در عمل را مهم‌ترین عنصر مؤثر در این موفقیت می‌دانند و بقیه عناصر را تابعی از خلوص ایشان دانسته‌اند.

جای بسی خوشبختی است که ایشان در موارد متعدد عوامل موفقیت یک مبلغ را بر شمرده‌اند. خصوصیتی که خودشان بیش از هر کس دیگر واجد آن بوده‌اند. به عنوان مثال روزنامه اطلاعات ۶/۱۲/۶۷ به نقل از حضرت امام آورده است: «این ظلم فاحشی است که کسی بگوید دست روحانیت اصیل طرفدار اسلام ناب محمدی (ص) با سرمایه داران در یک کاسه است و خداوند کسانی را که این گونه تبلیغ کرده‌اند یا چنین فکر می‌کنند نمی‌بخشد... به هر حال خصوصیات بزرگی چون «قناعت» و «شجاعت» و «صبر» و «زهد» و «طلب علم» و «عدم وابستگی به قدرت‌ها» و از همه مهم‌تر «احساس مسئولیت در برابر توده‌ها» روحانیت را زنده و پایدار و محبوب ساخته است...».

در این نوشتار ضمن تأکید بر مطالب مذکور سعی خواهد شد که به برخی از خصوصاتی که بر موفقیت ایشان افزوده است اشاره شود:

۱. عشق به خدا، علاقه به مردم: از عمده‌ترین خصوصاتی که امام را به عنوان یک مبلغ موفق مطرح کرده، رابطه عمیق عاشقانه او با مبدأ هستی است. رابطه لطیفی که با هیچ بیانی قابل توصیف نیست. نتیجه این رابطه عاشقانه، عشق به مخلوقات خدا و عشق به اشرف مخلوقات است. این عشق تا واپسین لحظات ادامه داشت و منتشر شد.

در دومین سخنرانی که از ایشان به ثبت رسیده آمده است: «به خدا متوجه شوید تا دل‌های مردم به تو متوجه شود... راه به دست آوردن قلوب ملت این است»^۱.

در جای دیگری به بیان یک قانون دیگر پرداخته‌اند. قانونی که بیان‌گر یکی از عوامل موفقیت خودشان نیز هست. آنجا که فرموده‌اند: «... مردم فهمیده‌اند که ما دوست آنها هستیم، مردم به دوستشان علاقه دارند...»^۲.

۲. دلی آرام: قلب پاک و نورانی امام، او را به عنوان مبلغی بسیار موفق و تأثیرگذار مطرح کرده بود. مردم او را فردی بسیار خوش‌قلب، نورانی و الهی می‌شناختند و نورانیت قلب او را نتیجه

سال‌ها تمرین و خودسازی می‌دانستند. خود ایشان در مورد نقش و اهمیت قلب در سازندگی اخلاقی و تأثیرگذاری در مردم بیانات صریحی دارند از جمله:

«همه مسایل از قلب انسانی شروع می‌شود و اگر چنانچه که قلب یک سرچشمه نور و هدایتی در آن باشد، زبان هم به نورانیت قلب منور می‌شود. چشم هم به نورانیت قلب منور می‌شود. همه اعضای انسان تابع قلب است. وقتی قلب الهی شد، همه چیز انسان الهی می‌شود»^۱.

۳. صداقت: یکی از بزرگ‌ترین سرمایه‌هایی که امام را به عنوان مبلغی موفق مطرح کرده، صداقت اوست. او هیچ‌گاه با مردم بی صداقتی نکرد و حتی در جایی که نمی‌توانست همه مطالب را برای مردم بگوید^۲، به آنها با صراحت و صداقت می‌گفت که مسایلی هست که فعلاً نمی‌توانم بگویم. هر وقت شرایط مساعد شد، خواهم گفت.

در مورد موفقیت یا عدم موفقیت تبلیغات به صراحت فرموده‌اند: «تبلیغات بسیار عظیم دشمنان ما، چون با اختلاف زیاد و تناقض‌گویی‌ها انجام گرفته و می‌گیرد، گمان نمی‌کنم که تأثیر چشم‌گیری داشته باشد»^۳.

در جای دیگری فرموده‌اند: «آنچه در خیرگزاری‌ها مهم است، کیفیت آن است. زیرا هر کدام که به راست‌گویی نزدیک‌تر باشد، شوق انسان را به گوش دادن بیشتر می‌کند»^۴.

۴. انجام تکلیف: امام بر اساس استدلال بسیار دقیقی که داشت، خود را مأمور به انجام تکلیف می‌دانست و در این راه از هیچ کوششی فروگذار نمی‌کرد. این گونه تکلیف‌گرایی مردم را مطمئن می‌ساخت که سخن او حق است و دل آنها را به سمت توجه به خواسته الهی او جلب می‌کرد. به این عبارت تکان دهنده و تأثیرگذار خوب توجه کنید:

«بارالها! من تکلیف فعلی خود را ادا کردم «اللهم قد بلغت» و اگر زنده ماندم، تکلیف بعدی خود را به خواست خداوند ادا خواهم کرد»^۵.

۵. تهذیب نفس: یکی از موضوعاتی که در موضوع مبلغ مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد، تأثیر «اعتقاد مبلغ» در موفقیت است. در این زمینه عده‌ای اعتقاد را ضروری می‌دانند، عده‌ای اعتقاد را مضر می‌شمارند و عده دیگر رابطه‌ای بین اعتقاد و موفقیت قایل نیستند. امام خمینی (ره) بر این باور بودند که ایمان راسخ و سازندگی اخلاقی از ضروریات تبلیغ موفق است و چون خود ایشان تمام عمر شریفشان را به تهذیب نفس گذرانده بودند، مبلغ بسیار موفقی شده بودند.

به این عبارت با دقت توجه کنید:

«آن چیزی که در رأس همه امور است، برای ماها اول تهذیب نفس است و در خلال آن

۲. ماجرای پذیرش قطعه‌نامه ۵۹۸.

۴. همان، ج ۱۷، ص ۳۹.

۱. صحیفه نور، ج ۸، ص ۶۵.

۳. صحیفه نور، ج ۱۶، ص ۱۱۴.

۵. همان، ج ۱، ص ۲۷.

تهذیب مردم است. اگر انسان خودش مهذب نباشد، نمی‌تواند دیگران را تهذیب کند. حرف اثر ندارد^۱».

۶. هماهنگی قول و عمل: نزدیکان امام، شاگردان ایشان و همه مردم بر این نکته باور دارند که بین حرف و عمل امام هماهنگی کاملی وجود داشت. این نکته باعث شده بود که مردم نتیجه حرف‌های ایشان را در زندگی خودشان ببینند و به درستی آنها یقین پیدا کنند. و با میل و رغبت بیشتری به آنچه تبلیغ می‌کردند، توجه نمایند.

سخن صریح ایشان در این زمینه قابل تأمل است. آنجا که فرمودند: «اگر خدای نخواستہ در منبر شما چیزی بگوئید که خودتان عاملش نیستید و در مسجد چیزی بگوئید که خودتان بر خلاف آن عمل می‌کنید، مردم دل‌هایشان از شما منصرف می‌شود و این کم‌کم موجب شکست اسلام می‌شود^۲».

۷. آگاهی همه جانبه: امام در زمان خود به عنوان فردی که نسبت به اسلام عزیز و اهداف و دستورات آن آگاهی همه جانبه‌ای دارند، معروف بودند. فقاہت و اعلی‌میت ایشان از عوامل مهم موفقیت ایشان بود.

۸. نظم، نظافت، خوش خطی و رعایت آداب اجتماعی: خاطرات فراوان و توصیفات متعددی از شاگردان ایشان بیانگر آن است که از عوامل بسیار مهمی که امام را به عنوان یک مبلغ موفق مطرح کرده بود، رعایت نظم در کارها و نظافت در پوشش و آراستگی ظاهر و رعایت آداب اجتماعی بوده است.

۹. عدم تعصب: آخرین نکته‌ای که در این نوشتار به بررسی آن می‌پردازیم، تأثیر عدم تعصب در موفقیت امام است. بدین معنی که هیچ عاملی باعث نمی‌شد که ایشان ذره‌ای پا را از حق فراتر بگذارند و مردم به خوبی به این صفت بارز امام واقف بودند و همین باعث شیفتگی آنان شده بود. عدم تعصب امام از جنبه‌های گوناگون قابل بررسی است که ما فقط به عنوان نمونه به برخی از آنها اشاره می‌کنیم و بررسی کامل‌تر را به خواننده گرامی وا می‌گذاریم:

۹-۱) امام پیرمرد بود ولی نسبت به پیرمردها تعصب نداشت و از جوان‌ها حمایت می‌کرد.

۹-۲) امام مسلمان بود ولی برای تمام بشریت و تمام مستضعفان دل می‌سوزاند.

۹-۳) امام شیعه بود ولی به وحدت جهان اسلام می‌اندیشید.

۹-۴) امام روحانی بود ولی دفاع صنفی از روحانیت نمی‌کرد.

۹-۵) امام از خانواده‌ای مرفه بود ولی برای محرومان دلسوزی می‌کرد.

۹-۶) ایرانی بود ولی با ملی‌گرایی مخالف بود و به فکر همه جهانیان بود و...

□ بخش سوم

نگاهی گذرا به برخی از شیوه‌های تبلیغی امام خمینی (ره)

توجه: نگاهی به آثار مکتوب و خاطرات منقول از امام خمینی، انسان را به این حقیقت متوجه می‌کند که ایشان بیش از هر توصیه‌ای به خودسازی تأکید فرموده‌اند. بسیاری از بزرگان به این مهم اشاره کرده‌اند که امام در تمام عمر از خودسازی غفلت نداشته به گونه‌ای که سخن ایشان ترجمان سخن خدای کریم و انبیای الهی و ائمه معصومین علیهم‌السلام و عملشان بازتاب دستورات اسلام عزیز بود.

شاید رمز تأکید همیشگی ایشان بر خودسازی مبلغان دینی، توجه به این نکته دقیق باشد که تا انسان خودش تحت تأثیر چیزی نباشد، نمی‌تواند در دیگران اثر بگذارد.

علاوه بر این، بیست و پنج سال تدریس مبانی اخلاق و اندیشه‌های اسلامی در قم و سیزده سال تدریس در نجف این امکان را فراهم کرده بود که شبکه‌ای عظیم از انسان‌های وارسته و مجاهد سخن حق ایشان را به گوش همه مردم برسانند و زمینه تشکیل حکومت دینی را فراهم آورند. در این نوشتار بیشتر از آن که به بررسی روش‌های عملی امام در دوران جوانی و تدریس بپردازیم، به دورانی نظر می‌کنیم که پرچم هدایت جامعه اسلامی را به دوش گرفته‌اند.

۱. تأکید روی مهم‌ترین مسایل: امام به عنوان یک معلم اخلاق، به عنوان یک فقیه، به عنوان یک اسلام‌شناس، به عنوان یک سیاست‌مدار و به عنوان یک مربی دلسوز مطالب فراوانی می‌دانست که باید به مردم بگوید. اما از بین همه آنها روی چند نکته کلیدی و اساسی تأکید می‌کرد و تمام همت خود را صرف تبلیغ همان‌ها می‌کرد. و بر این باور بود که اگر مسایل اصلی حل شود، مسایل دیگر به راحتی حل می‌شوند.

۲. تکرار مطالب مهم: یکی از روش‌های تبلیغی امام خمینی (علیه‌السلام)، روش تکرار است. امام هرگز به این نمی‌اندیشید که آیا به واسطه تکرار زیاد متهم به کم‌سوادی می‌شود و هرگز به این نمی‌اندیشید که آیا تکرار او خسته‌کننده است یا خیر؟ در پاسخ سؤال فرزندشان مبنی بر اینکه چرا اینقدر تکرار؟ فرمودند: «چون مطلب مهم است آنقدر تکرار می‌کنم تا جا بیفتد».

تکرار مطلب مهم از طرف فردی که مورد احترام مردم است و مردم او را دوست دارند، نشان می‌دهد که:

اولاً: هنوز مخاطب پیام را بدرستی دریافت نکرده است.

ثانیاً: نکته‌ای که تکرار می‌شود، بسیار مهم و حیاتی است.

ثالثاً: تا این نکته مهم دریافت نشود، امکان ارسال پیام بعدی وجود ندارد.

رابعاً: حتی اگر پیام دریافت و به آن عمل شده، نیاز به تکرار عمل دارد تا نهادینه شده و پایدار گردد. برای مثال به عقیده امام «انگیزه الهی» و «وحدت» دو رمز اصلی پیروزی و بقای انقلاب است

به همین دلیل در اکثر سخنرانی‌ها، نامه‌ها و حتی وصیتنامه خویش این دو نکته مهم را تکرار کردند. ۳. ساده‌گویی در عین پرمحتوایی: سخنان امام و پیام ایشان بقدری ساده بود که همه افراد اعم از عالم و عامی و کوچک و بزرگ آن را می‌فهمیدند و البته هر یک از احاد جامعه بسته به نوع و سطح فهم و تحصیلات خویش برداشت‌های سطحی یا عمیقی از آن داشتند.

بسیاری از سخنان بسیار ساده امام مبتنی بر یک فهم عمیق و دقیقی بود که در کتاب‌های بسیار سنگین اخلاقی یا فقهی ایشان به تفصیل بیان شده بود. به عنوان مثال جمله ساده «بهشتی یک ملت بود»؛ پرتوی از بحث بسیار سنگینی است که در کتاب چهل حدیث ذیل عنوان «طمأنینه» آمده است.

یا عبارت کوبنده و زیبای «آمریکا شیطان بزرگ است». برگرفته از مطلب مفصل و سنگینی است که در کتاب شرح حدیث «جنود عقل و جهل» تحت عنوان «ابلیس الابالسه» یا «وهم کل» آمده. ۴. تغییر انشا و نوع نگارش: کسانی که با نوشته‌های امام آشنایی دارند، به این نکته واقفند که کتاب‌های امام انشای بسیار سنگین، تخصصی و پیچیده‌ای دارد. از کتاب‌های بسیار تخصصی که بگذریم، حتی کتاب «آداب الصلوة» را که به قصد ساده نویسی کتاب «سرالصلوة» نوشته‌اند، از نثری مشکل و فنی برخوردار است. اما پیام‌ها و نوشته‌های ایشان در زمانی که به تبلیغ عمومی می‌پرداختند، نثری بسیار روان، ساده و قابل فهم داشت. سیر تغییر سبک نگارش امام تا واپسین روزهای حیات نورانشان بسیار قابل توجه است.

شاید توجه به سبک نگارش کتاب‌های درسی و متون تخصصی که برای بحث و تدریس در حوزه علمیه نوشته شده‌اند و اشعار عرفانی که در لحظه‌های لطیف خلوت سروده شده‌اند و پیام‌هایی که برای ارشاد و هدایت مردم نوشته شده‌اند، جای تأمل بیشتری داشته باشد.

۵. ایجاد نیاز: آنچه از برخوردهای امام از ابتدای فعالیت‌های تبلیغیشان استفاده می‌شود این است که ایشان به دنبال خواسته‌های جامعه حرکت نمی‌کردند. بلکه با تشخیص نیازهای حقیقی جامعه، و تبلیغ روی آن، توجه افراد را به نیازهای حقیقی جلب می‌کردند. با این کار ایشان جامعه را به سمت اهداف متعالی که تشخیص داده بودند، سوق می‌دادند. نمونه‌های زیادی از این قبیل وجود دارد که به ۲ نمونه اشاره می‌کنیم:

۱-۵. در اولین سند تاریخی مبارزات امام که برای کتابخانه وزیری یزد نوشته شده، سؤال کننده از امام خواسته است تا «نصیحتی» کند. اما امام به طرح نیاز اصلی جامعه اسلامی به یک حرکت منسجم انقلابی و اتحاد علما با یکدیگر می‌پردازد و آن پیام را به وسیله همان شخص سؤال کننده به گوش علمای زمان خود می‌رساند. در حقیقت امام اعلام می‌کنند که «نیاز حقیقی» شما نصایح و پندهای اخلاقی نیست. بلکه اتحاد علمای اسلام برای برقراری حکومت اسلامی است. ایشان نوشته‌اند:

«ای آقای محترم که این صفحات را جمع‌آوری نمودید و به نظر علمای بلاد و گویندگان

رساندید، خوب است یک کتابی هم فراهم آوردید که جمع تفرقه آنان را کند و همه آنان را در مقاصد اسلامی همراه کرده و از همه امضا می‌گرفتید که اگر در یک گوشه مملکت به دین جسارتی شد، همه یک دل و یک جهت از تمام کشور قیام می‌کردند.^۱

۲-۵. پس از پیروزی انقلاب اسلامی گروه‌های بسیاری با امام ملاقات کرده‌اند و هر کدام درباره مسایل منطقه خویش خواسته‌هایی را بیان کرده‌اند و سپس از امام خواسته‌اند که ارشادشان کنند. امام در سخنان خود متذکر می‌شدند که امروز نیاز حقیقی شما این نیست که به مسایل شهر خود بپردازید بلکه لازم است دست بدست هم داده و درباره مسایل مهم کشور اقدام کنید. ایشان بارها متذکر شدند که رمز پیروزی انقلاب در این بود که همه ملت خواسته‌های کوچک شهر خود را رها کرده و به خواسته‌های بزرگ کشور اسلامی می‌پرداخته‌اند. پس اگر امروز خواسته‌های بزرگ رها شود و هر گروهی به خواسته‌های کوچک خود بپردازد، انقلاب شکست می‌خورد. پس از طرح این مقدمه، مسائل مهم مملکتی و مسایل اساسی جهان اسلام را برای مردم بازگو می‌کردند.

ع. روشن کردن مرز میان حق و باطل: یکی از هنرهای تبلیغی امام خمینی (علیه السلام) این بود که هر از مدتی در آسمان تاریک جامعه منورهایی روشن می‌کرد که مردم دقیقاً موقعیت جبهه حق و باطل را تشخیص دهند و به سرعت جایگاه خود را در جبهه حق پیدا کنند.

تبلیغ روی مسایلی مثل: شاه باید برود. آمریکا دشمن درجه یک ماست. باید وحدت داشته باشیم. جنگ ما جنگ اسلام و کفر است. حکم ارتداد سلمان رشدی و... بگونه‌ای مطرح می‌شد که همه مخاطبین تکلیف خود را می‌فهمیدند و از اینکه در این دنیای وانفاسکسی پیدا شده و راه را نشانشان داده بسیار خرسند می‌شدند. از آثار بسیار جالب به کارگیری این شیوه در زمان حیات ایشان آن بود که معمولاً مردم احساس بلا تکلیفی نمی‌کرده و راه را با اطمینان می‌پیمودند.

۷. به کارگیری الفاظ مجملی که مصداقش مشخص نیست: برای توضیح این روش بد نیست به نکته‌ای که شهید آقا مصطفی خمینی (علیه السلام) در تفسیر آیاتی از سوره بقره که به توصیف منافقین پرداخته، توجه داده‌اند، اشاره کنیم. ایشان در بیان مبسوطی پرسیده‌اند: با توجه به اینکه باطن منافق قابل شناسایی نیست و مردم نمی‌توانند منافق را بشناسند و... پس این همه توصیف از منافقین در آیات قرآن کریم چه هدفی را تعقیب می‌کند؟ سپس ضمن بیان نکات ظریف و مبسوطی که مجال بیان آنها در این نوشتار نیست، توضیح داده‌اند که: بعضی اوقات لازم است که رهبری جامعه اسلامی به وسیله الفاظ مجملی که مصداقش دقیقاً معلوم نیست، فضایی را ایجاد کند که مخاطبین واقعی آن صفات به سرعت فرار کنند و از ترس اینکه شناخته شوند و مورد سرزنش قرار گیرند، تغییر موضع داده و خود را به جبهه حق نزدیک کنند و زیر پرچم اسلام قرار گیرند. از طرف دیگر، کسانی که مقداری از مسیر حق فاصله گرفته‌اند، سریعاً برگردند و در جایگاه

حقیقی خویش فرار گیرند.

امام خمینی (علیه السلام) بارها مطالبی را مطرح کردند که با استقبال عمومی مطرح می‌شد و گروه‌ها و افراد مختلف از ایشان می‌خواستند که مصداق واقعی سخنشان را مشخص کنند ولی ایشان هرگز این کار را نکردند. و پس از گذشت مدت کوتاهی، همه خود را در زیر پرچم امام می‌دیدند و دیگران را مصداق سخن ایشان قلمداد می‌کردند.

طرح موضوع اسلام ناب محمدی (ص) و اسلام آمریکایی و تبلیغ روی آن و بیان خصوصیات هر یک از این دو نوع اسلام از مصداق این نوع تبلیغ است. نگاهی به روزنامه‌های آن زمان نشان می‌دهد که اکثر افراد و گروه‌های غیر معاند با امام و انقلاب خود را طرفدار اسلام ناب دانسته‌اند و سرمایه داران متحجر عربستان را مصداق اسلام آمریکایی معرفی کرده‌اند...

۸. پاسخ‌های اطمینان بخش به شبهه‌ها: یکی از ظرافت‌های روش‌های تبلیغی امام خمینی (علیه السلام) عدم ورود به بحث‌های عقلی و تخصصی و تفتادن در دام شبهه افکنان بود. بلکه ایشان از موضوع کسی که خودش یا اطمینان کامل جواب شبهه‌ها را می‌داند، با طرح نکته‌ای ظریف و گذرا به مردم اطمینان می‌داد که آنچه می‌فهمند درست است و شبهه مفروض جواب بسیار واضحی دارد.

۹. خوب مطرح کردن مسئله به جای تحمیل پاسخ: امام خمینی (علیه السلام) با طرح ساده و صریح پرسش‌های اساسی که جامعه با آن روبرو بود، مردم را به فکر و می‌داشت و آنها را به مسیری هدایت می‌کرد که خودشان به همان جوابی که باید می‌رسیدند، برسند. بدین گونه به مردم با توجه و اطمینان کامل پای حرف حقشان ایستادگی می‌کردند.

۱۰. معرفی الگوها و افتخار به آنها: نگاهی به وصیت نامه سیاسی - الهی امام خمینی (علیه السلام) توجه هر خواننده‌ای را به چندین عبارت زیبا که با لفظ «ما مفتخریم» شروع شده جلب می‌کند. افتخار به معصومین، افتخار به زنان فداکار، افتخار به کتب‌های بسیار مهم و... در بین سخنان و پیام‌ها و نامه‌های ایشان نیز از این روش فراوان استفاده شده. افتخار به اسلام عزیزی که سربازان فداکاری مثل شهید مطهری تربیت کرده. افتخار به وجود جوانان و نوجوانان فداکار. افتخار به نوجوان ۱۳ ساله‌ای که نارنجک به کمر بست و تانک دشمن را منهدم کرد و... .

۱۱. استفاده از تاریخ و تجربه پیشینیان: تذکر به مسایل و مشکلاتی که برای پیامبر (صلی الله علیه و آله) و امامان معصوم (علیهم السلام)، حضرت زهرا (س) و مدرس و... پیش آمده و درس‌هایی که از آنها می‌توان گرفت، روشی بود که گهگاه در سخنان امام خمینی (علیه السلام) به چشم می‌خورد.

۱۲. مقایسه کردن: بارها در سخنان امام خمینی (علیه السلام) به مقایسه شرایط قبل از انقلاب و بعد از انقلاب پرداخته شده، مقایسه مسئولین قبل از انقلاب و مسئولین انقلاب، مقایسه دانشگاه قبل از انقلاب و بعد از انقلاب و... در این مقایسه‌ها هیچ گاه ادعا نشده که تمام آنچه پس از انقلاب انجام شده خوب است و به تمامی ابعاد اسلام عزیز عمل شده. بلکه به شنوندگان توصیه شده که انصاف داشته باشید و در این قضاوت منصفانه به هر نتیجه‌ای که رسیدید، به همان پای بند باشید.

۱۳. استفاده از تمثیل و داستان و... استفاده از تمثیل در روش‌های تبلیغی امام خمینی (علیه السلام) به دو گونه انجام می‌گرفت یکی برای پاسخ‌گویی به تبلیغات دشمن و دیگری برای توجیه دوستان. نمونه‌های فراوانی از هر یک از این دو گونه قابل ذکر است. در اینجا به مطلبی به همین روش و در باب اهمیت تبلیغات اشاره می‌کنیم. ایشان فرموده‌اند: «من این را از زمانی که آقای مهندس بازرگان نخست وزیر بودند، به ایشان گفتم با یک مثلی و حالا هم به شما عرض می‌کنم. من به ایشان عرض کردم که یک مرغ یک تخم می‌کند، ببینید چقدر هیا هو می‌کند! چه اعلام‌هایی می‌دهد. چه فریادهایی می‌زند. چرا که یک تخم کرده! شما کار می‌کنید و سکوت! خیال نکنید که برای خدا سکوت می‌کنیم. خیر برای خدا بگویید...»^۱.

