

اشاره

اول تیرماه در تقویم رسمی کشور به نام «روز تبلیغ و اطلاع‌رسانی دینی» نام‌گذاری شده‌است. تبلیغ دینی یکی از مهمترین رسالت‌های انبیاء و اولیاء بوده و به همین خاطر به رسالت اصلی حوزه‌های علمیه تبدیل شده‌است. در سده اخیر امام خمینی سهم بسزایی در تبلیغ دینی و نهادینه کردن آن در متن جامعه دارد. از این رو آشنایی با دیدگاه‌های ایشان در این زمینه چراغ روشن و راهکار عملیاتی برای تمامی مبلغان دینی خواهد بود.

جایگاه و اهمیت

تبلیغاتی در فرهنگ توحیدی جایگاه رفیعی دارد و در تمام احکام و عبادات، یک وجه ارتباطی و اجتماعی دیده می‌شود. نخستین مبلغان پیامبران الهی(ع) بودند که تلاش کردند پیام‌های الهی را به افراد بشر برسانند. بخش عمده‌ای از کتاب‌های تورات، انجیل و قرآن کریم به بیان تاریخ پیامبران(ع) و تبلیغ دین به دست آنها و دعوت مردم به حق اختصاص دارد. پس از ظهور اسلام، حلقه‌های آموزشی برای تبلیغ دین در مسجداالحرام و خانه‌های مؤمنان مانند خانه ارقم‌بن‌ابی‌ارقم در دامنه کوه صفا که بعدها به «دارالتبلیغ ارقم» معروف شد، شکل گرفت. این مراکز که نخست تنها به آموزش ساده قرآن و احکام می‌پرداختند، بعدها پایه تشکیل مراکز و فعالیت‌های تبلیغی پیچیده‌تر شدند.

قرآن کریم که در نخستین آیات خود، پیامبر اکرم(ص) را مأمور ابلاغ پیام الهیی و انذار مردم کرد، واژه تبلیغ را به صورت بُلِّغْ، بَلِّغْ، اَبْلِغْکُمْ و بَلِّغُوا به کار برده است. همچنین آیه ۱۲۲ سوره توبه جهاد با جهل را در برابر جهاد با دشمن، لازم می‌شمرد و به گروهی از مؤمنان سفارش می‌کند با آگاهی از احکام دین، به تبلیغ آن در میان دیگر مؤمنان بپردازند. محتوای این تبلیغ از نظر قرآن کریم، اموری چون دین، رسالت الهی، خیر و معروف است و توبه به مناصری مانند زمان و زبان، از عوامل مؤثر در امر تبلیغ هستند. قرآن کریم با ذکر ویژگی‌هایی برای مبلغان، به شیوه‌های تبلیغی نیز توجه کرده است، ازجمله یادآوری نعمت‌های الهی، بیدار کردن وجدان مخاطبان، توجه‌دادن به تجربه‌های تاریخی، تشویق یا تیشیر یا کنار هشدار یا انذار، بیدارسازی عقل و فطرت، بهره‌گیری از برهان و استدلال و پند و اندرز نیکو، استفاده از تمثیل و تصویرسازی، معرفی الگو و الگوسازی و توجه به ظرفیت مخاطب در پذیرش و دریافت پیام و آگاهی تدریجی.

تبلیغ وظیفه اصلی پیامبران تبلیغی و دومین وظیفه مهم پیامبران تشریمی پس از آوردن قانون و شرع از جانب خداوند متعال بود. در سخن معصومان(ع) نیز پیامبر(ص) و ائمه اطهار(ع) مبلغ شمرده شده‌اند. پیامبر اکرم(ص) در آغاز بعثت، سه سال پنهانی و پس از آن آشکارا به ابلاغ پیام الهی پرداخت زیرا تنها راه گسترش اسلام تبلیغ بود و معارف دینی در دوران حیات پیامبر(ص) و دو سه دهه نخستین، به روش تبلیغی به مردم مآخته می‌شد؛ از این‌رو اعزام مبلغ و فرستادن نامه به سران کشورهای بزرگ، از اموری بود که رسول خدا(ص) از آغاز به آن اهتمام داشت و بدین ترتیب تشکیلات تبلیغی احکام اسلام پایه‌گذاری شد.

پس از ظهور اسلام، برخی مراکز و ابزارهای فرهنگی و ارتباطی نیز مانند قرآن با فصاحت و بلاغت و جاذبه فوق‌العاده‌ای که داشت، خواندن قرآن با صوت خوش، خط‌های هیچ‌البلاغه، دعاهای معصومان و شعر، در مسیر تبلیغ اسلام قرار گرفتند. نهادهای و ابزارهایی نیز ایجاد شدند که دارای کارکرد تبلیغی بودند، مانند

مسجد، اذان، نماز جمعه و خطابه و منبر و گسترش اسلام بیش از هر چیز مروهون تبلیغ مستقیم پیام اسلام است. پس از پیامبر اکرم(ص)، ائمه معصوم(ع) با تعلیم افراد مستعد، تبلیغ حقایق و احکام اسلام و پاسخوگی به شبهات، به تبلیغ دین پرداختند. آنان چنان که امام خمینی نیز خاطر‌نشان کرده، هیچ‌گاه حتی زمانی که در تنگنا بودند، دست از تبلیغ نکشیدند و امام‌حسین(ع) در میدان جنگ و امام‌سجاد(ع) و حضرت زینب(س) در اسارت و پس از آن، پیام دین را ابلاغ کردند. عنصر تبلیغ در متن قیام حسینی و توصیه امامان معصوم(ع) به سوگواری در ماه محرم که با هدف تبلیغ شریعت و تجدید حیات اسلام بود، موجب شد این ماه به عنوان ماه تبلیغ دین شناخته شود. همچنین تأسیس حوزه‌های علمیه و مکاتب علمی شیعی، ادامه حرکت تبلیغی امامان معصوم(ع) بود که با تشویق علما برای حضور در میان مردم و روشن‌کردن تکالیف شرعی آنها آغاز شد

*تبلیغات در فرهنگ توحیدی جایگاه رفیعی دارد و در تمام احکام و عبادات، یک وجه ارتباطی و اجتماعی دیده می‌شود

نشریات را در جهت رشد و صلاح کشور، حتی از خون شهید بالاتر و سازنده‌تر می‌دید.

از نظر ایشان نشریات و مجلات و فرهنگی که به وسیله این ابزار ارائه می‌شوند، می‌توانند در روحیه مردم بسیار تأثیرگذار باشند. از این‌رو نشریات باید در جهت اسلامی و هدایت و مصلحت‌اندیشی و انتقاد سالم حرکت کنند. ویژگی این ابزار از نظر امام خمینی، آموزش، تربیت، نیروبخشی، انعکاس آرمان‌های ملت، بیان واقعبیت و آگاهی‌بخشی، معرفی اسلام و تبلیغ احکام آن، خدمتگزاری جامعه، امانداری، استقلال و عمل در جهت مصالح کشور است.

شیوه‌های تبلیغ شیوه‌های تبلیغ شامل دو دسته اقدامات موازی هستند. اول ساخت پیام و انتشار آن، دوم اقداماتی در جهت تقویت اهداف پیام. مثلاً کشورهای قدرتمند از یک طرف با تبلیغات همه‌جانبه، برتری خود را در پیام‌های گوناگون و پیچیده از اخبار گرفته تا فیلم‌های مستند و سازنده‌تر می‌دید.

و زمینه تبلیغ دین و هدایت جامعه اسلامی را در زمان غیبت امام معصوم(ع) آماده کرد.

ابزارهای تبلیغاتی

پیچیدگی تبلیغات در جهان معاصر ابعاد مختلف دارد و تحول شگرف و وسایل ارتباطی، از اصلی‌ترین محورهای این پیچیدگی در این زمان است. مهم‌ترین دستاوردهای وسایل جدید ارتباطی برای تبلیغ، سرعت و مداومت انتشار پیام تبلیغی و فراگیربودن آن برای مخاطبان در سطح جهان و سرانجام فراهم‌آمدن شکل‌ها و قالب‌های کاملاً متنوع برای بیان و القای یک مطلب است. قرن حاضر، قرن غلبه و سیطره ابزار تبلیغ و وسایل ارتباطی است و شکست و پیروزی ایدئولوژی‌ها، عقاید و آرمان‌های ملی و مذهبی ملت‌های جهان، تا حد زیادی به میزان توفیق در تسلط بر ابزار پیشرفته تبلیغات بستگی دارد. در تبلیغ اسلام، هرچند ابزار و وسایل پیام، استقلال ندارد، اما اهمیت ابزار تبلیغی نه تنها مورد انکار نیست، بلکه در امر مادی مانند قلم که مجرای اندیشه، علوم و هنرهاست، مورد توجه ویژه اسلام قرار گرفته است. در سؤگند خداوند سبحان به قلم و نوشته، هم به ابزار و هم به پیام، توجه ویژه شده است اما باید توجه کرد که تمامی ابزار تبلیغات اعم از نطق، خطابه، کتاب، مطبوعات، رادیو، تلویزیون و سینما، قابلیت استفاده در راه خیر و شر را دارند.

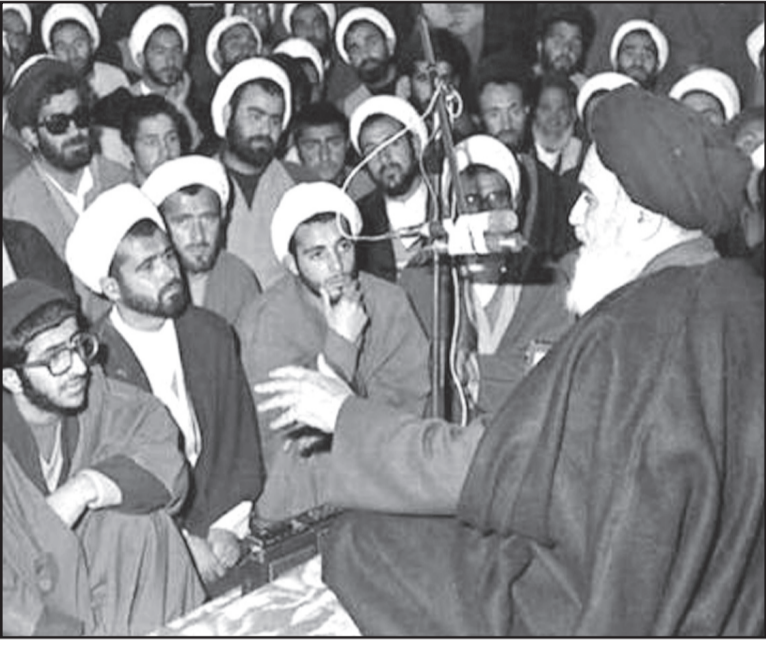
سینمایی، به مردم جهان القا می‌کنند و پس از آن با تهدیدها و دخالت‌های سیاسی – نظامی این برتری را در عمل به نمایش می‌گذارند. به این ترتیب تبلیغات در کشورهای قدرتمند با دیگر فعالیت‌های آنها هماهنگ است و در مجموع یک پیکر را تشکیل می‌دهد. امروزه متفکران جهان به شدت از شیوه‌های تبلیغی رایج دنیا که مبتنی بر تحریف، تهدید و تلمع، ترویج فساد، تفرقه و تشنت، بزرگ‌نمایی، شایعه‌سازی، دروغ و القای می‌رود و جنبه باطل نیز تا این محور در گردش بود و رمقی در تن داشت آسوده خاطر نشد، تنها زمانی می‌توانست خود را پیروز میدان معرفی کند که با اسبان چابک خویش، دسته‌جمعی بر بدن‌های پاره پاره شهیدان عرصه نبرد که در راستشان بدن بی‌راس حسین(ع) بود، تکرنازی کند و همراه با صدای کوبیدن سَمّ ستوران و در هم آمیختن با صدای خرد شدن استخوان شهیدان، شیوبر پایان پیروزمندانه جنگ را بناوَد، ولی سیدالشهدا(ع) در موضع رهبری قیام، از همان آغاز نگاهی غیر از این داشت و پیروزی واقعی را در روزی می‌دانست که خون خود و یارانش، منطبق خود را برای همیشه ماندگار کند و دست دغلباز و جنایت‌پیشه و منحرف دشمن را برای همیشه رو کند.

۲. سیدالشهدا(ع) در جایگاه رهبری حرکت و پیشی از آن در جایگاه امامت امت رسول‌خدا(ص) و پیشی از آن در سال‌هایی که در دامان پیامبر اکرم(ص) و علی(ع) و فاطمه زهرا(س) رشد کرده و تربیت می‌شد، در اوج قله انسانی و ارزش‌های الهی و اسلامی قرار داشت. سال‌های خردسالی و کودکی او آن گونه مورد عنایت و اهتمام پیامبر خدا(ص) قرار داشت. سال‌های نوجوانی و جوانی‌اش همچون برادر خود امام حسن(ع) در سایه عنایت الهی و توجه ویژه امیرالمؤمنین(ع) قرار گرفته بود و با شایستگی‌های شخصیتی خود، به خواست و اراده خداوند، به عنوان حاجت خدا و امام معصوم(ع) به شمار می‌رفت و نادیده انگاشتن این حقیقت از سوی این و آن چیزی نبود.

۳. سیدالشهدا(ع) در جایگاه رهبری حرکت و پیشی از آن در جایگاه امامت و علم و عصمت وی و اراده‌ای جز اراده امام و خواستی جز خواسته او نداشتند. مردانشان تا زنده بودند با همه وجود تلاش می‌کردند گزند بی‌امام(ع) نرسد، و زانشان، آن گونه خواست وی را در ایام اسارت جمعه عمل پوشانند و با همه وجود تلاش کردند جای خالی وی در دفاع از آرمان و اهداف و شخصیت نهضت و مقابله با تخریب و تحریف و گمراه‌گری دشمن را پر کنند و چنین است که سیدالشهدا(ع) از آغاز تا پایان، محور حرکت و نقطه نقل نهضت به شمار

یاران امام‌حسین(ع) نیز که تا پای جان وی را

امام خمینی و تبلیغات دینی



یاس است، انتقاد می‌کنند اما تبلیغات در اسلام مبتنی بر حقیقت و صداقت است و به عنوان یک وظیفه الهی در جهت خیر و صلاح دنیا و آخرت مخاطب، به اطاعت از پروردگار دعوت می‌کند.

شیوه تبلیغی امام خمینی که مبنای فکری خود را از قرآن و سنت گرفته بود، همان شیوه تبلیغی اسلام است که توجه به زمان و مکان در آن، جایگاهی ویژه دارد. ایشان ضمن استفاده از فرصت‌های تبلیغی، همواره جهات شرعی را در تبلیغ رعایت می‌کرد و با دوری از مبالغه، تبلیغات اسلامی را بی‌نیاز از مبالغه می‌دانست. علاوه بر این، رعایت تدریج در تبلیغات، سادگی در گفتار، شیوه‌های پاسخگویی و ساخت پیام، نظیر استفاده از تمثیل، استفاده از ارزش‌های مشترک، تحقیر دشمن، مقایسه و مانند آن. از روش‌های تبلیغی ایشان ازجمله در سخنانی‌ها بود. ایشان پیش از پیروزی انقلاب اسلامی، با اولویت‌دادن به مصاحبه با رسانه‌های خارجی، به تبلیغ انقلاب اسلامی در سطح جهانی پرداخت. این مصاحبه‌ها

*امام خمینی مهم‌ترین آسیب و آفت تبلیغات را تشریفات دست و پاگیر و دوری از معنویت و نیز عامل نبودن مبلغان به آنچه تبلیغ می‌کنند می‌دانستند و معتقد بودند این امر می‌تواند موجب تزلزل عقیدتی مردم شود

سینمایی، به مردم جهان القا می‌کنند و پس از آن با تهدیدها و دخالت‌های سیاسی – نظامی این برتری را در عمل به نمایش می‌گذارند. به این ترتیب تبلیغات در کشورهای قدرتمند با دیگر فعالیت‌های آنها هماهنگ است و در مجموع یک پیکر را تشکیل می‌دهد. امروزه متفکران جهان به شدت از شیوه‌های تبلیغی رایج دنیا که مبتنی بر تحریف، تهدید و تلمع، ترویج فساد، تفرقه و تشنت، بزرگ‌نمایی، شایعه‌سازی، دروغ و القای

مدتی پس از پیروزی انقلاب اسلامی نیز ادامه داشت. در این مصاحبه‌ها، بیشتر از شیوه‌های آگاهی‌بخشی عقلی و استدلالی که از شیوه‌های مهم تبلیغات در اسلام است، استفاده شده است.

دیگر شیوه‌های تبلیغی عبارتند از شیوه‌های تأیید و موافقت، دعوت، نصیحت و تذکر، نهی و تهدید، شیوه احساسی، عاطفی و ایمانی. البته امام خمینی با استناد به حدیث «کونوا دعاة للناس بالخیر بغیر السننکم»، بر

یادداشتی بر

رهبری عاشورا، مظهر همه ارزش‌های الهی انسانی

دوشنبه ۱ تیر ۱۴۰۵ - شماره ۱۳۳۸۸ - سال چهل و هشتم

سخت‌رانی‌های محمدتقی فلسفی در بسیاری از موارد و لقب‌ساختن وی به زبان گویای اسلام و خطیب شهیر، الگوهای مناسب تبلیغی را ارائه کرد.

وظایف و ویژگی‌های مبلغان

قرآن کریم با بیان وظایف و ویژگی‌های پیامبران(ع) که نخستین مبلغان دینی به‌شمار می‌روند، مانند حکمت، موعظه و استدلال نیکو، خشیت الهی و شرح صدر و تحمل را سرتلوحه کار مبلغان دانسته و آگاهی از هدف و محتوای تبلیغ، ایمان به هدف، تطابق میان گفتار و رفتار، اصلاح‌طلبی، اخلاص و نداشتن چشم‌داشت مادی، خوش‌سرویی و سعه صدر، علم‌دوستی و کمال‌جویی، پشتکار در کار و دلسوزی برای مردم و شجاعت را از مهم‌ترین ویژگی‌های مبلغان شمرده است. مبلغ برای موفقیت در امر تبلیغ، ضمن مجهزبودن به اصول کارشناسی تبلیغ و آشنایی کامل با روان‌شناسی اجتماعی و آگاهی کامل از هنجارهای ملی و دینی، باید در عمل‌کردن به آنچه توصیه می‌کند، کوشا باشد.

امام خمینی به صورت خاص تداوم دعوت به دین، بیان مصالح و مفاسد روز جامعه، ترویج شرع مطهر و بیان حقایق اسلام در برابر حاکمان ستمگر و آگاه‌کردن طبقات مردم از مسائل اسلام را جزو وظایف مبلغان مسلمان درباره آنچه که باید از فرهنگ اسلامی انتقاد دهند، می‌دانست. همچنین اهتمام به امور

مسلمانان، شناخت مسائل واقعی و خنثی‌کردن تبلیغات وسیع دشمنان علیه اسلام، عنایت خاص به جوانان، ایهام‌زدایی و معرفی اسلام ناب، فراگیری زبان‌های زنده دنیا و مخاطب‌شناسی را از وظایف مبلغان برمی‌شمرد. ویژگی بارز این مبلغان که رمز محبوبیت و موفقیت آنان نیز است، معنویت، اخلاص و صداقت، تبلیغ عملی، زهد و ساده‌زیستی است. آمادگی مبلغان برای تبلیغات در خارج از مرزها و یادگیری زبان‌های خارجی نیز از اهمیت فراوانی برخوردار است و عبادتی بزرگ شمرده می‌شود.

آسیب شناسی تبلیغ

هم‌زمان با آغاز دوران رکود علمی جهان اسلام، به‌ویژه پس از آغاز دوران انحصار فعالیت‌های علمی حوزه‌ها به فقه و اصول، نظام تبلیغی روحانیت نیز با دو آسیب عمده روبه‌رو شد. یکی توجه‌کردن فرهنگ دین به وعظ و خطابه که نوعی خسران بزرگ اجتماعی است و دیگری رواج منبرهای ضعیف و آلوده به تحریف، خرافه و عوام‌زدگی که خود نتیجه طبیعی آسیب نخست است.

امام خمینی با اذعان به ضعف حوزه‌های علمیه در امر تبلیغ در گذشته، معتقد بود تبلیغات باید متناسب با نیازها و مسائل واقعی و تحت نظارت فضایی حوزه علمیه باشد. علاوه بر این ایشان تأکید می‌کرد باید دقت شود مطالب خلاف واقع از شهر قم که مرکز علم دین است، منتشر نشود.

از نظر ایشان مهم‌ترین آسیب و آفت تبلیغات، تشریفات دست و پاگیر و دوری از معنویت و نیز عامل‌نبودن مبلغان به آنچه تبلیغ می‌کنند است و این امر می‌تواند موجب تزلزل عقیدتی مردم شود. ایشان همچنین مطبوعات را از تبلیغات گزنده و انتقاد براساس خلاف مصلحت ملت، نهی می‌کرد و آن را موجب تضعیف کشور و حرام می‌دانست. ایشان که انقلاب اسلامی ایران را از نظر محتوا، از بزرگ‌ترین انقلاب‌ها می‌دانست، با انتقاد از ضعف کشور در تبلیغات، به‌خصوص تبلیغات خارجی، می‌مسئله را موجب سوء استفاده دشمنان و معرفی نامطلوب انقلاب در دنیا می‌دانست و به نتایج زاینابر ضعف تبلیغاتی برای کشور هشدار می‌داد.



سید ضیاء مرتضوی

یابانی حرکت، خود را در رکاب امام قرار دادند. اینان کسانی بودند که با تشخیص درست، و ایمان محکم

و برهیزکاری و فداکاری و مردانگی و در یک کلمه

با دینداری خویش، خود را الگویی جاودانه کردند

تـه جایی که همراهی با آنان، همواره خواسته همه

کسانی است که جویای فوز و رستگاری واقعی هستند.

دسته‌ای دیگر در حجمی انبوه، با وحشی‌گری تمام،

در مقال اه‌ام صف کشیدند و به فرمان این‌زید آب

به روی خاندان پیامبر(ص) بستند و شمشیر بر آنان

گشودند. اینان خواری دنیا و آتش آخرت را بر خود

خریدند و خود را در قعر جهنم افکندند. اما همه کوفه

و مردمان آن دیار، اینان نبودند. اینان بودند و جمع

زیادی از واماندگان و حیرت زگان و امام ناشناسانی

که دل در گرو تردیافتگان و شیاه‌سازان و مروّجان

و ستایشگران وضع موجود سپرده بودند و معرفت

محدود و ایمان ناقص و دنیاخواهی و رفاه‌طلبی و

گمراه‌گری‌های واعظان وابسته و حدیث‌خوانان

دین قروش، و چند دستگی‌ها و خودبینی‌ها و

ریاست‌طلبی‌های سرران آنان و تعصبات و باند

بازی‌های موجود قبیلگی، آنان را مردمانی مذدب و

کم‌بصیرت یا بی‌بصیرت ولی پس از آن قرار داده بود

که نمی‌توانستند به خوبی فرصت‌های موجود بهره

برند و بر مواضع درست خود نیز ثبات قدم نداشتند،

و با این همه، بسیاری از آنان در دل علاقه‌مند به

اهل‌بیت(ع) بودند و گمان می‌کردند که امام‌حسین(ع)

را دوست دارند. اما علاقه‌ای که محکوم خواسته‌ها و

هواهای زودگذر بود، نمی‌توانست مناسبات اجتماعی

و رفتار سیاسی آنان را با علاقه و محبتی که مدعی

آن بودند کاملاً سازگار سازد.

و این چنین بود که در یک داوری دقیق از سوی

فرزدق خطاب به امام(ع) گفته شد: سردمداران این

جماعت فریفته عطایا و وعده‌های حکومت شدند و

یکپارچه علیه تو هستند اما دل‌های تود مردم با تو

است ولی شمشیرشان فردا علیه تو کشیده خواهد

شد! و به راستی که داوری عالمانه‌ای درباره آنان

شده است و این اختصاص به آن مردمان ندارد.

هرجامعه‌ای هر چند اسلامی ممکن است دچار

چنین وضعیتی شود که حتی علی‌رغم علایق قلبی

خویش و علی‌رغم ندهاها و داوری‌هایی که از ژرفای

دل خود می‌شوند، به فراقور آن، عمل نکند و حتی

اعمال در برابر آن ایستد و این هتداری بس مهم در

بررسی و تحلیل رخداد عاشورا است که صدای آن از

متن تاریخ، به وضوح کامل به گوش می‌رسد و مایه

عبرت برای کسانی است که عبرت‌آموزی از تاریخ

را پیشه خود سازند.

۴. کربلا، عرصه ظهور و بروز شخصیت و

ویژگی‌های مردمانی چند بود، گروهی اندک که

اراده و خواست خویش را در اراده و خواست امام(ع)

رهبری اسلامی می‌سازد.

۴. کربلا، عرصه ظهور و بروز شخصیت و

ویژگی‌های مردمانی چند بود، گروهی اندک که

اراده و خواست خویش را در اراده و خواست امام(ع)

می‌دیدند و دل در گرو محبت و ولایت و امامت

وی داشتند، چه آنانشان که از آغاز همراه امام شده

بودند و چه آنان که در میانه راه و حتی در ساعات

ساختند که فریاد در فاصله نیم‌گذر پس از رحلت