



تبلیغ

کار بسیار بزرگ، حساس و مؤثری است

بیانات مقام معظم رهبری در باره تبلیغ و وظایف مبلغان

استفاده از همه امکانات برای تبلیغ

وظیفه‌ی ما چیست؟ این نقش روحانیت اصیل را جدی بگیریم. من بارها گفته‌ام که با همه‌ی این وسایل ارتباط جمعی‌ای که وجود دارد- البته روحانیت باید از همه‌ی این وسایل ارتباط جمعی استفاده کند؛ از اینترنت و تکنولوژی‌های جدید ارتباطاتی باید همه‌ی روحانیت برای دین استفاده کند؛ هم‌چنانی که از رادیو و تلویزیون و بقیه‌ی چیزها استفاده می‌کند- در عین حال، مسجد، جلسه‌ی مذهبی، نشست روبه‌روی مردم، دهان به دهان و نفس به نفس با مردم حرف زدن، یک نقش بی‌بدیل دارد و هیچ‌چیزی جای این را نمی‌گیرد و این هم مال شماسست. گروه‌های سیاسی خودشان را

می‌کشند که بتوانند یک چنین نقشی را به دست آورند؛ اما نمی‌شود. شما که معمم و روحانی هستید، یا آن خانم طلبه یا مبلغ، وقتی در مقابل مخاطبان خودش قرار می‌گیرد و می‌داند روحانی است، دل‌بستگی و دل‌دادگی و اعتماد به او، از نوع دیگری است و ربطی به اعتماد به بقیه‌ی گویندگان و سخن‌وران ندارد. ما باید این نقش را قدر بدانیم.

بیانات در دیدار با روحانیون، سال ۱۳۸۵

لزوم سعه صدر در تبلیغ

بسیار بزرگ، حساس و مؤثری است. امروز برکات تبلیغ‌های گذشته را مشاهده می‌کنیم و فردا برکات تبلیغ امروز شما را این شاءالله جامعه مشاهده خواهد

کرد. تأثیرات تبلیغ، دفعی و آنی نیست؛ طولانی مدت است. مبلغ دین اگر ظواهری را مشاهده می‌کند که به گمان او ظواهر غیردینی است، مایوس نشود. این توهمات‌سای که بعضی شایع می‌کنند که جوان‌ها از دین برگشته‌اند، همه را جنگ روانی بدانید، که واقع قضیه هم همین است. این طور نیست؛ جوان‌های ما دل را به طرف دین دارند و تشنه‌ی حقایق دین اند و دل‌هاشان تشنه است. هر جوان سالم‌الفطره و سالم‌الطبیعه‌ای این طور است؛ مخصوص این جا هم نیست. این جا به حمدالله زمینه هم آماده است؛ تشنه‌اند و مشتاق؛ باید کام جان آن‌ها را سیراب و با حقایق دینی شیرین کرد؛ این نتیجه‌اش را خواهد بخشید و فردای جامعه‌ی ما از این موهبت‌ها بهره‌مند خواهد شد.

بیانات در دیدار روحانیان و مبلغان
در آستانه‌ی ماه محرم، سال ۱۳۸۴

● **با مردم باید حرف زد** شما به آثار تبلیغی برخی از بزرگان نگاه کنید! اغلب کتاب‌های مرحوم آیت‌الله شهید مطهری رحمه‌الله سخنرانی‌های اوست؛ یعنی تبلیغات اوست که با همین روش و سبکی که شما امروز انجام می‌دهید، ابلاغ شده است، تبلیغ شده است، رسانده شده است و ببینید چقدر پرمایه و پرمغز است. از این قبیل، الی ماشاءالله چه در دوران قبل از انقلاب و چه بعد از آن وجود دارد. هم‌چنین منشأ باید همان اخلاص و صفا و عشق و علاقه‌ی به مخاطبان را داشته باشد؛ «عزیز علیه ما عنتم حریص علیکم بالمؤمنین رؤف رحیم» این، خصوصیت آن مبلغ اول و داعی اول است که شما دنبالش حرکت

می‌کنید. باید با مردم این‌گونه بود. با این منشأ باید با مردم حرف زد. وقتی که مبلغ با این احساس و با آن مایه‌ی فکری سخنش وارد میدان می‌شود، مثل مغناطیس دل‌ها را جذب می‌کند، مثل قطرات آب زلال در سخت‌ترین سنگ‌ها هم اثر می‌گذارد و در زمین مناسب باروری می‌دهد؛ «و البلد الطیب یتخرج نباته یاذن ربّه».

بیانات در دیدار با علما و روحانیون
در آستانه‌ی ماه مبارک رمضان، سال ۱۳۷۶

● **تبلیغ عملی** مبلغ دین و مبین معارف دینی، باید به زبان اکتفا نکند؛ بلکه عمل او هم باید ایمان و اخلاص و صفا باشد. در بیان این حقیقت برای مخاطب ثابت کند و نشان دهد. این که مشاهده می‌کنید در هر کاری که علمای دین پیش‌گام باشند، مردم پاسخ مثبت می‌دهند و اجابت می‌کنند و جمع می‌شوند و عمل می‌کنند - چه جبهه باشد، چه امر سیاست و چه خود انقلاب - به خاطر این است که این لباس و شغل و زنی، به خاطر عمل‌آخیاار و نیکانی که قبل از ما بوده‌اند، توانسته است ایمان مردم را به خود متوجه و جلب کند. این، اخلاص علمای گذشته و بزرگان ماست و سرمایه‌ی ارزشمندی محسوب می‌شود. باید این را حفظ کنیم. وقتی علمای دین، چنین ایمان و اخلاصی را از خود نشان می‌دهند و عملاً برای مردم ثابت می‌کنند، کار هدایت آن‌ها را آسان می‌سازند.

بیانات در دیدار جمع زیادی از
روحانیون، فضلا و مبلغان اسلامی
در آستانه‌ی ماه مبارک رمضان، سال ۱۳۷۴

● **تبلیغ دین وظیفه‌ی عالم است** مبلغ دین، عالم انتخاب شده است و تبلیغ دین جزو وظایف علمای دین است. آیا می‌شد بگوییم که افراد غیرعالم، تبلیغ دین را انجام دهند؟ نه. تبلیغ دین وظیفه‌ی عالم است. کسانی که می‌خواهند تبلیغ دین کنند، باید از علم دین - در حدی که مورد نیاز آن‌هاست - برخوردار باشند. معنای این حرف، این است که مبلغ دین باید در هر سطحی که مخاطبین خود را مشاهده می‌کند، برای بالا بردن آن‌ها از آن سطح، همت بگمارد و باقی ماندن مخاطبین خود را در یک نقطه، تحمل نکند. اساس کار تبلیغ، بر پیش بردن مخاطب است.

بیانات در دیدار
جمع زیادی از روحانیون، فضلا و مبلغان اسلامی
در آستانه‌ی ماه مبارک رمضان، سال ۱۳۷۴

● **تبیین و تبلیغ لازمه دوران فتنه** مهم‌ترین برهه، زمان و مکانی که تبلیغ، آن‌جا معنا می‌دهد، جایی است که فتنه وجود داشته باشد. بیش‌ترین زحمت در صدر اسلام و در زمان پیغمبر صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم، زحمت مربوط به منافقین بود. بعد از پیغمبر صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم، در زمان امیر المؤمنین علیه‌السلام زحمتی بود که از درگیری و چالش حکومت اسلامی با افرادی که مدعی اسلام بودند، به وجود می‌آمد. بعد هم همین‌جور؛ در دوران ائمه علیهم‌السلام هم همین‌جور؛ دوران غبارآلودگی فضا، والا آن وقتی که جنگ بدر هست، کار، دشوار نیست؛ آن وقتی که در میدان‌های نبرد حاضر می‌شوند، با دشمنانی که مشخص است این دشمن چه می‌گوید، کار دشوار نیست. آن وقتی مسئله مشکل است که

امیر المؤمنین علیه السلام در مقابل کسانی واقع می‌شود که این‌ها مدعی اسلام اند و معتقد به اسلام هم هستند؛ این‌ها جور نبود که معتقد به اسلام هم نباشند، از اسلام برگشته باشند؛ نه، معتقدند به اسلام، راه را غلط می‌روند، هواهای نفسانی کار دست‌شان می‌دهد. این، مشکل‌ترین وضع است که افراد را به شبهه می‌اندازد؛ به طوری که اصحاب عبداللہ بن مسعود می‌آیند خدمت حضرت، می‌گویند: «نا قد شککنا فی هذا القتال!» چرا باید شک کنند؟ این شک خواص، پایه‌ی حرکت صحیح جامعه‌ی اسلامی را مثل موربانہ می‌جود. اینی که خواص در حقایق روشن تردید پیدا کنند و شک پیدا کنند، اساس کارها را مشکل می‌کند. مشکل کار امیر المؤمنین علیه السلام این است. امروز هم همین است. امروز در سطح دنیا که نگاه کنید، همین جور است؛ در سطح داخل جامعه‌ی خودمان که نگاه کنید، همین جور است. تبیین لازم است.

بیانات در دیدار با جمعی از طلاب و روحانیون سال ۱۳۸۸

نیازسنجی برای تبلیغ در حوزه‌ی علمیه باید برای این ترتیب دادن و جریان‌سازی و هماهنگ کردن و سیاست‌گذاری برای تبلیغ، حتماً یک کار خوبی انجام بگیرد ان شاءالله که این کار دنبال بشود. ای‌بسا در یک برهه‌ای برخی از مسایل بایست تبلیغ بشود که مثلاً پنج سال، ده سال به آن نیاز است و ممکن است پنج سال بعد، آن موضوع اصلاً مورد نیاز نباشد. این کار را باید طراحی کرد. ما این را همیشه سفارش می‌کنیم به مبلغین، به طلاب، به

فضلا که نیازسنجی کنید و برطبق نیاز مخاطب و استفهام مخاطب، حرف بزنید؛ اما این کار یک فرد نیست. افراد ممکن است در این شناخت و ارزیابی هم بعضاً اشتباه بکنند. این، کار یک جمع متمرکز و یک برنامه‌ریزی است، که ان شاءالله باید انجام بگیرد.

بیانات در دیدار با جمعی از طلاب و روحانیون، سال ۱۳۸۸

تبلیغ چهره به چهره ببینید امروز تبلیغ در دنیا خیلی نقش پیدا کرده است و همیشه همین جور بوده است. قبلاً این ابزارها نبود؛ این ارتباط‌های نزدیک نبود. ما معملاً یک امتیاز داریم که تبلیغ رویاروی و چهره‌به‌چهره می‌کنیم. این یک کار بی‌نظیری است که هیچ‌چیزی جای این را نمی‌گیرد؛ منبر رفتن، با مردم حرف زدن. این، از سایر شیوه‌های تبلیغ، از جهاتی کارسازتر است - آن جهات هنری و غیره، آن‌ها هم در جای خود لازم است - اما این یک تأثیری دارد، یک خلاقیتی را پر می‌کند که سایر دستگاه‌ها و شیوه‌های تبلیغی این اثر را ندارد. پس تبلیغ مهم است و امروز ابزار اساسی است. ما هم یکی از شیوه‌های مؤثر تبلیغ را در اختیار داریم. بیانات در دیدار با جمعی از طلاب و روحانیون، سال ۱۳۸۸

رساندن به دل نه به گوش! تبلیغ یعنی چه؟ تبلیغ یعنی رساندن؛ باید برسائید. به کجا؟ به گوش؟ نه؛ به دل. بعضی از تبلیغ‌های ما حتی به گوش هم درست نمی‌رسد! گوش هم حتی آن را

تحمل و منتقل نمی‌کند! گوش که گرفت، می‌دهد به مغز؛ قضیه این‌جا نباید تمام بشود، بلکه باید بیاید در دل نفوذ و رسوخ کند و به هویت ما هویت مستمع - تبدیل شود. تبلیغ برای این است. ما تبلیغ نمی‌کنیم فقط برای این که چیزی گفته باشیم؛ ما تبلیغ می‌کنیم برای این که آن‌چه را که موضوع تبلیغ است، در دل مخاطب وارد شود و نفوذ کند. آن چیست؟ آن، همه‌ی آن چیزهایی است که در اسلام به عنوان ارزش، مورد حمایت جان و حرم و ناموس حضرت ابی‌عبدالله علیه السلام قرار گرفت، که همه‌ی پیغمبران و اولیای الهی دیگر و وجود مقدس رسول‌الله صلی الله علیه و آله و سلم هم همین‌طور عمل کردند، که البته مظهرش حسین‌بن‌علی علیه السلام است. ما می‌خواهیم منطق دین، ارزش‌های دینی، اخلاق دینی و همه‌ی چیزهایی را که در بنای یک شخصیت انسانی بر مبنای دین تأثیر دارد، تبلیغ کنیم؛ برای این که مخاطب ما به همین شخصیت دینی تبدیل شود. بیانات در دیدار روحانیان و مبلغان در آستانه‌ی ماه محرم، سال ۱۳۸۴

ما نمی‌توانیم آرام بنشینیم اگر انبیاء فقط به این اکتفا می‌کردند که حلال و حرامی را برای مردم بیان کنند، این که مشکلی وجود نداشت؛ کسی با این‌ها در نمی‌افتاد. در این آیات شریفه‌ای «الَّذین ینفون رسالات الله و یخشونہ و لا یخشون احدا الا الله»، این چه تبلیغی است که خشیت از مردم در او مندرج است که انسان باید از مردم ترسد در حال این تبلیغ. اگر فقط بیان چند حکم شرعی بود که ترس موردی نداشت که خدای متعال تمجید

کند که از مردم نمی ترسند؛ از غیرخدا نمی ترسند. این تجربه‌های دشواری که انبیاء الهی در طول عمر مبارک خودشان متحمل شدند، برای کی بود؟ چه کار می کردند؟ «و کأین من نبی قاتل معه رتیون کثیر فما وهنوا لما اصابهم فی سبیل الله و ما ضعفوا و ما استکانوا». چی بوو این رسالتی که باید برایش جنگید؟ باید جنودالله را برای او بسیج کرد، پیش برد؛ فقط گفتن چند جمله‌ی حلال و حرام و گفتن چند مسئله است؟ انبیاء برای اقامه‌ی حق، برای اقامه‌ی عدل، برای مبارزه‌ی با ظلم، برای مبارزه‌ی با فساد قیام کردند، برای شکستن طاغوت‌ها قیام کردند. طاغوت آن بتی نیست که به فلان دیوار یا در آن زمان به کعبه اویزان می کردند؛ او که چیزی نیست که طغیان بخواهد بکند. طاغوت آن انسان طغیان‌گری است که به پشتوانه‌ی آن بت، بت وجود خود را بر مردم تحمیل می کند. طاغوت، فرعون است؛ «ان فرعون علا فی الارض و جعل اهلهما شیعا یستضعف طائفة منهم». این، طاغوت است. با این‌ها جنگیدند، با این‌ها مبارزه کردند، جان خودشان را کف دست گذاشتند، در مقابل ظلم ساکت ننشستند، در مقابل زورگویی ساکت ننشستند، در مقابل اضلال مردم سکوت نکردند. انبیاء، این اند. «ان العلماء ورثة الانبیاء». ما اگر در کسوت عالم دین قرار گرفتیم - چه زمان، چه مردمان، چه سنی‌مان، چه شیعه‌مان - ادعای بزرگی را با خودمان داریم حمل می کنیم. ما می‌گوییم نحن ورثة الانبیاء. این وراثت انبیاء چیست؟ مبارزه‌ی با همه‌ی آن چیزی است که مظهر آن

عبارت است از طاغوت؛ با شرک، با کفر، با الحاد، با فسق، با فتنه؛ این وظیفه‌ی ماست. ما نمی‌توانیم آرام بنشینیم، دل‌مان را خوش کنیم که ما چند تا مسئله گفتیم. با این، تکلیف برداشته نمی‌شود. بیانات در دیدار روحانیون و طلاب تشیع و تسنن کردستان، سال ۱۳۸۸

● تبلیغ عملی

ما در فلان شهر یا روستا برای تبلیغ وارد می‌شویم؛ رفتار، نشست و برخاست، معاشرت، نگاه و عبادت ما، دل‌بستگی یا دل‌بسته نبودن ما به تنعمات دنیوی و خورد و خواب ما، رساترین تبلیغ یا ضد تبلیغ است؛ درست باشد، تبلیغ است؛ غلط باشد، ضد تبلیغ است. ما در محیط اجتماعی و محیط زندگی چطور می‌توانیم دل مردم را به منشأ گفتار خودمان مطمئن کنیم و اعتماد آن‌ها را برانگیزیم؛ در حالی که از مذمت شهوات دنیوی حرف می‌زنیم و در عمل خدای نکرده خودمان طور دیگری عمل کنیم. بیانات در دیدار روحانیان و مبلغان در آستانه‌ی ماه محرم، سال ۱۳۸۴

● رفع استفهامات

عزیزان من! از جمله چیزهایی که در تبلیغ بسیار مهم است، این است که شما پاسخ استفهام‌های مخاطبان خود را بدهید. اگر جوانی جلو ما نشسته است و ده، بیست سؤال در ذهن اوست، ما هم یک سخنرانی یک‌ساعته برای او می‌کنیم، در حالی که هیچ‌یک از سؤالات او جواب داده نشده است، آیا به نظر شما این سخنرانی موفق است؟ البته که نه. ما باید سؤال‌های ذهن او را که

احیاناً بر زبان نمی‌آورد، یا نمی‌تواند به زبان بیاورد، یا خودش متوجه نیست که این سؤال‌ها را باید به زبان آورد، یا موقعیت مقتضی نیست، پاسخ دهیم. چطور می‌شود پاسخ داد؟ وقتی که استفهام‌های او کشف شود و ما بدانیم در ذهن او چیست. بیانات در دیدار با علما و روحانیون در آستانه‌ی ماه مبارک رمضان، سال ۱۳۷۶

● شناسایی شبهات

امروز که شبهات، سؤال‌ها و استفهام‌های گوناگون را به فکر قشرهای مختلف علی‌الخصوص جوانان تزریق می‌کنند، مبلغ دین بایستی آن شبهه را، آن موج مخرب و مفسد و مضر را بشناسد تا بداند که می‌خواهد علاج چه دردی را بکند و کدام خلأ را می‌خواهد پر کند. بیانات در دیدار علما و روحانیون در آستانه‌ی ماه محرم، سال ۱۳۷۷

● فن تبلیغ

تبلیغ یک فن است و به تعلیم و فراگیری احتیاج دارد. هم‌چنین نیاز دارد که توبه‌نو و روز به روز، ضرورت‌ها و لوازم آن به مبلغین ارائه شود. این‌ها چیزهایی است که لازم است. جامعه‌ی تبلیغی باید بتواند کار خود را درست انجام دهد. باید فن تبلیغ را آموخت. باید کسانی این فن را یاد بگیرند و تعلیم دهند و تکمیل کنند. علاوه بر این - همان‌طور که عرض شد - نیازهای روز به روز تبلیغ و مبلغ، باید در اختیار آن‌ها قرار گیرد. بیانات در دیدار جمع زیادی از روحانیون، فضلا و مبلغان اسلامی در آستانه‌ی ماه مبارک رمضان، سال ۱۳۷۴