

برداستی از الگوی مطلوب مبلغ دینی از دیدگاه امام خمینی (ره)

دکتر علی ربانی خوراسگانی*
دکتر وحید قاسمی**

مرکز تحقیقات کامپیوتر علوم اسلامی

چکیده □

در این مقاله سعی شده است معیارهای اصلی یک روحانی مبلغ از دیدگاه امام خمینی (ره) استخراج شود. این معیارها با توجه به محتوای سخنان امام خمینی (ره) به دست آمده و سپس در یک الگوی نظری با یکدیگر در ارتباط قرار گرفته است.

مجموعه عناصر الگوی مطلوب تبلیغ برای روحانیون براساس معیارهای مذکور عبارت‌اند از: وظیفه‌گرایی، توجه و مقابله با تبلیغات دشمنان، توجه و مقابله با مخاطرات درونی، توجه به اهمیت نقش تبلیغی روحانیون و استفاده از ابزارهای مختلف تبلیغی.

*. عضو هیئت علمی گروه علوم اجتماعی دانشکده ادبیات دانشگاه اصفهان
**. عضو هیئت علمی گروه علوم اجتماعی دانشکده ادبیات دانشگاه اصفهان

□ کلیدواژه‌ها

نقش تبلیغی، تبلیغات دینی، وظیفه‌گرایی، ابزارهای تبلیغی.

مقدمه

اثربخشی تبلیغات مذهبی و موفقیت روحانیون در آن به‌عنوان یکی از مهم‌ترین انتظارات نقشی که برای این گروه اجتماعی تعریف شده، یکی از موضوعاتی است که همواره از دغدغه‌های خاطر امام خمینی (ره) بوده و ایشان در بیانات خود به مناسبت‌های مختلف گوشه‌هایی از این دغدغه خاطر را ظاهر کرده است. در این مقاله سعی شده است با استفاده از تحلیل کیفی بیانات ایشان، الگوی مطلوب تبلیغ برای روحانیون ترسیم و مشخص شود که متغیرهای مهم و نوع رابطه آنها با یکدیگر برای موفقیت روحانی در ایفای نقش خود به‌عنوان مبلغ، از نظر ایشان چگونه است. در مجموع می‌توان گفت امام خمینی (ره) در این زمینه سعی داشته‌اند به پنج سؤال اصلی پاسخ دهند:

۱. وظایف روحانیون، با توجه به نقش و تعدد انتظارات نقش آنها (مذهبی، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، قضایی، اقتصادی، ...) چیست؟
۲. تبلیغات دشمنان اسلام و انقلاب اسلامی ایران بر چه موضوعاتی متمرکز است و آنها با چه اهدافی تبلیغ می‌کنند و روحانیون چگونه باید با این تبلیغات مقابله کنند؟
۳. مخاطرات درونی در جهت ایفای نقش روحانی به‌ویژه به‌عنوان مبلغ، کدام‌اند و چه توجهات و وظایفی در این باره متوجه روحانیون است؟
۴. اهمیت نقش یک روحانی در نظام اجتماعی ایران در دوره پس از انقلاب اسلامی در چه مواردی است و ضرورت توجه روحانیون به این موضوع در چیست؟
۵. ابزارهای مختلف تبلیغی که روحانیون و به‌طور کلی مبلغان باید به آنها توجه

بیشتری کنند، کدام‌اند و این ابزارها چه نقشی در مبارزات نوین امپریالیسم شرق و غرب با اسلام دارند؟

در این مقاله تلاش می‌شود ضمن پاسخگویی به هر یک از سؤالات پنج‌گانه، مشخص شود که این پنج مقوله چگونه با یکدیگر در ارتباط‌اند به نحوی که روحانیون با توجه و عمل به آنها، می‌توانند به‌عنوان مبلغ در نقش خود توفیق حاصل کنند.

الف - وظایف مبلغ روحانی

بخش اصلی و محور سخنان امام خمینی (ره) دربارهٔ روحانیون، به وظایفی مربوط می‌شود که از آنها در نقش خود و به‌ویژه بازتعریف نقش آنها در دورهٔ پس از انقلاب اسلامی انتظار می‌رود. این انتظار هم به‌عنوان یک انتظار مبتنی بر آموزه‌های مکتب اسلام تعریف شده است و هم به‌عنوان انتظاراتی که قشرهای مختلف مردم از نقش روحانیت پیدا کرده‌اند؛ هرچند که بین این دو عملاً نمی‌توان تفکیکی معنادار قائل شد. این وظایف در دیدگاه امام خمینی (ره)، تعدد و تنوع زیادی دارد که حاکی از سنگینی نقشی است که بر گروه یا قشر اجتماعی روحانیت بعد از انقلاب محول است و می‌تواند این قشر را با فشار نقش و تعارض نقش روبه‌رو سازد. تنها بیان تیتروار این وظایف، ده‌ها صفحه فضای نوشتاری را طلب می‌کند.

از مهم‌ترین نکات در این بخش، توجه به شیوه‌های رفتاری روحانیون است. موارد متعددی از وظایف، به رفتار و عمل روحانیون و توجه آنها به این شیوه‌ها با توجه به ارزیابی رفتار آنان توسط مردم مربوط است. توجه به زهد، به‌ویژه زهدی که می‌توان آن را زهدی این‌جهانی نامید، بارها در بیانات امام خمینی (ره)، تکرار و بر آن تأکید شده است. توجه به ارزش‌های فرامادی و مبارزه با خواش‌های نفسانی و دوری از منافع شخصی، موضوعی است که ایشان به دفعات به آن توجه و اشاره کرده‌اند.

یکی از نکاتی که از مجموع دیدگاه‌های امام خمینی (ره) درباره روحانیون می‌توان دریافت، این است که ایشان روحانیت را مجموعه‌ای یکپارچه و به هم پیوسته قلمداد می‌کرد و وظایفی را که برای ایشان برشمرد، عمدتاً صرف‌نظر از این است که آیا یک روحانی در محیط نظامی خدمت می‌کند، در مقام مبلغ در یک روستا است، در مقام رئیس‌جمهور یا نماینده مجلس است و یا در نقش معلم. وظایف روحانیون را با توجه به نقش تبلیغی آنها می‌توان به شیوه زیر طبقه‌بندی کرد:

۱. وظیفه‌شناختی و واقع‌گرایی در آن

در این زمینه، روحانیون باید آنچه را در نزد افکار مردم ایران یا افکار عمومی جهانیان به‌عنوان نقطه کور مطرح است، روشن کنند، در تبلیغ به صحت تبلیغات اهمیت فراوان دهند و در آن مبالغه نکنند. سلامت تبلیغ، امری شناختی است که به‌لحاظ روان‌شناسی تبلیغات، از مهم‌ترین عوامل موفقیت تبلیغات در بلندمدت ارزیابی می‌شود. امام خمینی (ره) همواره تأکید داشته‌اند که اسلام را آن‌طور که هست باید عرضه داشت و معرفی کرد. چهره واقعی اسلام را باید ابلاغ کرد.

شناساندن اسلام به سایر ملت‌ها، از دیگر وظایف شناختی است که از دیدگاه امام خمینی (ره) روحانیون باید به آن اهمیت دهند. احکام اسلام را باید به مردم بفهمانند و آنچه را که نادرست و ناروا است و در میان مردم جا افتاده است، باید تصفیه کرد. در میان وظایف شناختی، ایشان بر رشد و تکامل فکری روحانیون جوان تأکید کرده و همواره بر همکاری و مشورت با افراد مطلع توجه داشته‌اند. در همین حیطه، ثابت کردن مستند دروغ دیگران و پرده‌برداری از بوق‌های تبلیغاتی بیگانگان نیز به‌دفعات مطرح شده است.

گفتن مسائل روز و فراموش نکردن آن و نیز گفتن مسائل اخلاقی و اعتقادی، از دیگر وظایف شناختی است که امام خمینی (ره) برای روحانیون و در گفت و گوی

با ایشان توصیه کرده‌اند (برای نمونه، ← بهداروند، ۱۳۷۸: ۱۳-۹ و ۲۱).

۲. معنویت‌گرایی

دوری از هوا و هوس‌های نفسانی و توجه به معنویات در برابر مادیات، از جمله وظایفی است که امام خمینی (ره) همواره به شیوه‌های گوناگون برای روحانیون تأکید کرده‌اند. برای نمونه، ایشان همیشه اظهار داشته‌اند که برای خدا کار کنید نه برای مقام و منصب، از طمع دوری کنید، از هواهای نفسانی دوری کنید، از خودنمایی پرهیزید، در زندگی سادگی پیشه کنید، به جای مادیات به معنویات توجه کنید و معنویت را به مردم بفهمانید، تزکیه نفس را بالاتر از تحصیل علم و حکمت قرار دهید و تحصیل را با تهذیب همراه کنید و از منافع شخصی پرهیزید (برای نمونه ← روحانیت طلایه‌دار اسلام فقاهت از دیدگاه امام خمینی، ص ۷۸-۷۷؛ امام و انقلاب فرهنگی، ص ۷۸؛ امام و روحانیت، ص ۴۷ و ص ۹۳-۷۵؛ سعادت‌مند، ۱۳۷۹: ۳؛ بهداروند ۱۳۷۸: ۱۶ و ۲۷-۲۲؛ نقش روحانیت در اسلام، ص ۴۸).

اینها مجموعه‌ای است که در بین مجموع وظایف روحانیون از دیدگاه امام خمینی (ره) می‌توان آنها را تحت عنوان معنویت‌گرایی گروه بندی کرد.

۳. عمل‌گرایی

عمل‌گرایی به معنای محدود نشدن در حوزه فکر و نظر و وارد صحنه و میدان عمل شدن، یکی از محورهایی است که در دیدگاه امام خمینی (ره) درباره وظایف روحانیون مشاهده می‌شود. در این زمینه، برای نمونه می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

— اهمیت تبلیغ عملی (سعادت‌مند، ۱۳۷۹: ص ۱۰)،

— ورود به میدان عمل در لحظه ضرورت (روحانیت طلایه‌دار در اسلام فقاهت از

دیدگاه امام خمینی، ص ۵۷ و ۶۱)،

- اهمیت عمل و حل گرفتاری‌های مسلمین (امام و انقلاب فرهنگی، ص ۸۹-۸۷)،
- همزمانی علم و عمل (امام و انقلاب فرهنگی، ص ۵)،
- کفرستیزی و آرام‌نماندن در برابر ستم ستمکاران (امام و روحانیت، ص ۵۶)،
- پشتیبانی از استقلال کشورهای اسلامی (امام و انقلاب فرهنگی، ص ۱۰۵-۹۹).

۴. وحدت‌گرایی

می‌توان گفت وحدت و تأکید امام خمینی (ره) بر موضوعی است که ایشان بیش از هر موضوع دیگر بر آن تأکید کرده‌اند. وحدت میان روحانیون، وحدت میان مردم، وحدت روحانیون و مردم، وحدت حوزه و دانشگاه یا به تعبیر ایشان وحدت فیضیه و دانشگاه و وحدت کشورهای اسلامی، از زمینه‌هایی است که در قالب آنها ایشان بر اهمیت وحدت یادآوری و تأکید کرده‌اند. در همین زمینه می‌توان به برخی موارد زیر اشاره کرد:

- هماهنگی بین همه نهادها در تبلیغ (شفیعی مازندرانی، ۱۳۸۰: ص ۹۳-۹۲)؛
- حفظ وحدت در برابر تبلیغات دشمنان (همان)؛
- طرد و دورنکردن دانشگاهیان، وحدت حوزه و دانشگاه، پیوند با دانشگاهیان و جوانان، شکستن سد بین فیضیه و دانشگاه (امام و روحانیت، ص ۶۰ و ۴۵۶-۴۵۴؛ امام و انقلاب فرهنگی، ص ۱۵۴-۱۵۰)؛
- همه یک هدف را دنبال کردن (همان، ص ۱۱۴)؛
- حفظ جماعات (همان؛ شفییعی مازندرانی، ۱۳۸۰: ص ۸۸)؛
- پیوند و انسجام با مردم (امام و انقلاب فرهنگی، ص ۱۰۶)؛
- حفظ وحدت کلمه و ... (همان؛ شفییعی مازندرانی، ۱۳۸۰: ص ۹۰-۸۹).

۵. کمیت‌گرایی توأم با کیفیت

کمیت‌گرایی در اینجا نه به معنای غلبه کمیت بر کیفیت بلکه فقط نشان‌دهنده یکی از ابعاد مورد نظر امام خمینی (ره) در تبلیغات روحانیون است. در واقع براساس این متغیر مشخص می‌شود که ایشان همواره بر گسترش تبلیغات و اکتفانکردن به آنچه که هست توجه داشته و خواهان افزایش حجم تبلیغات موجود بوده‌اند. این متغیر را می‌توان در اشاره‌های ایشان به مواردی نظیر موارد زیر یافت:

– دامنه دار کردن تبلیغات (امام و روحانیت، ص ۵۹)،

– حجم زیاد تبلیغات و توجه به ایجاد مجامع تبلیغات (سعادت‌مند، ۱۳۷۹: ص ۵)،

– احتیاج به مجالس تعزیه و روضه بیشتر از گذشته (شفیعی مازندرانی، ۱۳۸۰: ص ۵۰ – ۳۹)،

در عین حال می‌توان به‌طور مستقیم و غیرمستقیم کیفیت‌گرایی را در بسیاری از گفته‌های ایشان یافت. برای مثال، برخی اشارات ایشان در این زمینه عبارت‌اند از:

– محتوا دادن به صورت‌ها (نقش روحانیت در اسلام، ص ۶۰-۵۹)،

– تصفیة آنچه ناروا است و ... (امام و روحانیت، ص ۹ و ص ۳۰-۲۴).

۶. عدالت‌گرایی

عدالت‌خواهی، عدالت‌جویی و به‌طور کلی عدالت‌گرایی، یکی دیگر از متغیرهایی است که می‌توان از مجموعه بیانات امام خمینی (ره) درباره روحانیت و تبلیغات استخراج کرد. این متغیر را در جنبه‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی می‌توان مشاهده کرد. برای نمونه می‌توان به تأکید ایشان در موارد زیر اشاره کرد:

– برخورد یکسان با فقیر و غنی و خدمت به همه مردم خصوصاً مستضعفان

(شفیعی مازندرانی، ۱۳۸۰: ۶۳)،

— اقامه عدالت اجتماعی (نشر روحانیت در اسلام، ص ۵۹)،
 — فرق‌نگذاشتن بین شهرهای بزرگ با روستاهای کوچک (امام و روحانیت، ص
 ۲۶۲-۲۶۱).

۷. مردم‌گرایی

مردم یکی از اصلی‌ترین پایه‌هایی‌ستند که در اندیشه‌و بیان‌ات امام خمینی (ره) عامل حفظ نظام اسلامی هستند. با تحلیل محتوای کمی سخنان ایشان، احتمالاً یکی از واژه‌هایی که ایشان در کنار واژه‌هایی نظیر «اسلام» و «وحدت» بیش از سایر واژه‌ها ابراز کرده‌اند، واژه «مردم» است. «مردم» را ایشان در قالب‌های مختلف ارائه کرده‌اند. تأکید ایشان بر موارد زیر رامی‌توان به‌عنوان نمونه‌هایی از مردم‌گرایی‌واهمیت آن دانست:

- خدمت به مردم (بهداروند، ۱۳۷۸: ۹۱-۱۰۱)،
- اهمیت توجه به مردم و فکر و قلوب مردم (همان، ص ۱۷)،
- کار برای ملت نه راست و چپ (همان، ص ۱۰۵-۱۰۴)،
- پیوند و انسجام با مردم (همان، ص ۱۸)،
- فهماندن احکام اسلام به مردم (سعادت‌مند، ۱۳۷۹: ۴-۳)،
- تشویق مردم (همان، ص ۳۱۰)،
- فهماندن واقعیات به مردم (همان، ص ۳۱۱)،
- غفلت‌زدایی از مردم (همان، ص ۳۵۴)،
- آشنا کردن مردم به وظایف سیاسی، اجتماعی و فرهنگی‌شان (امام و روحانیت، ص ۳۵۳).

۸. سنت‌گرایی دینی

سنت‌گرایی یکی از متغیرهای مدنظر امام خمینی (ره) بوده است. این متغیر که در کنار توجه به مقتضیات زمان و ابزارهای دنیای نوین قرار گرفته است، به معنای

جدایی از دنیای جدید و فراغت از زمان حال و بازگشت به گذشته نیست. در واقع، متغیرهایی که در این بخش از نوشتار سعی در تجزیه آنها داریم، تنها تجزیه‌ای نظری برای شناخت بهتر اندیشه‌های امام است و گرنه این متغیرها در عمل در یک کل یا مجموعه قرار می‌گیرند و هیچ یک را نمی‌توان در دیدگاه امام از دیگری جدا کرد. با این حال، تأکید بر حفظ سنت‌های اصیل دینی به همان شیوه گذشته و برگزاری مناسک مذهبی را به روشنی می‌توان در بیانات ایشان مشاهده کرد. به عنوان نمونه می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

— اهمیت حفظ مسجد (نقش روحانیت در اسلام، ص ۷۲؛ امام و انقلاب فرهنگی، ص ۱۱۲)؛

— مسجد به عنوان مرکز تبلیغ اسلام (سعادت‌مند، ۱۳۷۹: ۷۳-۷۲)؛

— زنده‌نگه داشتن عاشورا با همان وضع سنتی (امام و روحانیت، ص ۴۹۱)؛

— گفتن شعر و نثر در فضایل و مصائب اهل بیت (علیهم‌السلام) (شفیعی

مازندرانی، ۱۳۸۰: ۴۰ و ۴۵)؛

— مرثیه خوانی (امام و روحانیت، ص ۴۹۱)؛

— روضه را مفصل خواندن نه مختصر، و دست برداشتن از روضه (همان، ص ۴۹۲)؛

— بزرگداشت حماسه عاشورا و سیدالشهداء (شفیعی مازندرانی، ۱۳۸۰: ۵۰-۳۹)؛

— حفظ اعیاد و مجالس عزا؛ مجالس عزا باعث هماهنگ کردن ملت می‌شود.

(امام و روحانیت، ص ۴۹۱؛ شفیی مازندرانی، ۱۳۸۰: ۴۱)؛

— توجه به تبلیغ در محرم و صفر (شفیعی مازندرانی، ۱۳۸۰: ۴۳).

۹. خداجویی

به طور کلی باید گفت فرهنگ تبلیغ توسط قشر روحانی با محوریت خداوند

تبارک و تعالی است. در انجام هر رفتار و در ارسال هر پیام، روحانی باید خدا را

در نظر داشته باشد و ایفای نقش خود را به عنوان وظیفه‌ای الهی بنگرد. تبلیغ در نهایت برای خدا انجام می‌شود. در این زمینه، برخی موارد که امام خمینی (ره) بر آنها تأکید کرده‌اند، عبارت‌اند از:

- تبلیغ برای خدا (بهداروند، ۱۳۷۸: ۲۹-۲۸)؛
- تبلیغ، وظیفه‌ای الهی (همان، ص ۳۶-۳۷)؛
- کار برای خدا نه مقام و منصب (همان، ص ۴۴-۴۵)؛
- کار برای خدا بدون ریاکاری و نمایش (همان، ص ۳۰)؛
- روحانی باید یادآور پیامبر اسلام (ص) باشد (روحانیت، طلایه دار اسلام فقاهت از دیدگاه امام خمینی، ص ۸۱)؛
- حاضر دانستن خدای تبارک و تعالی در هر جا (بهداروند، ۱۳۷۸: ۸۹-۸۸).

۱۰. اسلام‌خواهی مرکز تحقیقات کامپیوتر علوم اسلامی

حفظ اسلام و احکام و قوانین آن، سرلوحه انتظارات نقش روحانیت محسوب می‌شود. در واقع، موفقیت نقش روحانیت بر اساس این معیار است که این ویژگی تا چه حد در حفظ اسلام و انتقال آن به نسل‌های آینده موفق بوده است. بسیاری از مواردی که امام خمینی (ره) درباره نقش روحانی و مبلغ عنوان کرده‌اند، مستقیم یا غیرمستقیم به این نقش مربوط می‌شود. در هر حال، در این زمینه می‌توان به موارد زیر به عنوان نمونه اشاره کرد:

- دفاع از احکام اسلام (روحانیت، طلایه دار اسلام فقاهت از دیدگاه امام خمینی، ص ۸۳-۷۹)؛
- تحویل با قدرت اسلام به نسل‌های آینده (بهداروند، ۱۳۷۸: ص ۹۸)؛
- آمادگی برای فدا کردن جانمان برای اسلام (امام و روحانیت، ص ۴۶)؛
- حفظ قوانین اسلام، سرلوحه مرام روحانیون (همان، ص ۴۴)؛

- دمیدن روح شهامت و شجاعت و شهادت در کالبد مردم (همان، ص ۴۳)؛
- هدف اصلی در هر فعالیت، اسلام است (نقش روحانیت در اسلام، ص ۴۲-۴۳)؛
- اسلام از هر چیز عزیزتر است؛ آمده ایم اسلام را حفظ کنیم (بهداروند، ۱۳۷۸: ۹۹).

۱۱. کارآمدی در بهره‌گیری از نیروی انسانی

نیروی انسانی متخصص، یکی از مهم‌ترین انواع سرمایه محسوب می‌شود که توانایی بهره‌گیری از آن، نقش مهمی در دستیابی به اهداف سازمانی یا اهداف تبلیغی دارد. این موضوعی است که امام خمینی (ره) بر آن تأکید کرده و طرد نیروی توانمند را به کمتر دلایلی مجاز شمرده‌اند و بیشتر اعتقاد به استفاده از توان افراد همراه با اعمال شیوه‌های نظارتی بوده است. در این زمینه، برای نمونه، می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- اهمیت افراد و ازدست‌ندادن آنها حتی یک نفر (امام و روحانیت، ص ۱۹۱؛ نقش روحانیت در اسلام، ص ۱۹)؛
- طرد نکردن دانشگاہیان (امام و روحانیت، ص ۱۹۱)؛
- همکاری روحانیون، نویسندگان و هنرمندان (سعادت‌مند، ۱۳۷۹: ۷-۳۴۶)؛
- مشارکت دادن سایرین و نظارت بر کار آنها (همان، ص ۷۹).

۱۲. موقعیت‌شناسی (زمان‌شناسی)

آشنایی با مقتضیات زمان و نیازهای نظام اجتماعی، موضوعی است که امام خمینی (ره) در ضمن سنت‌گرایی به آن توجه و بر آن تأکید کرده‌اند. پاسخگویی تبلیغات مذهبی به نیازهای احساس‌شده در یک نسل مشخص، نقش مهمی در اثربخشی پیام‌های تبلیغی خواهد داشت؛ درحالی‌که دوربودن پیام‌های تبلیغی از

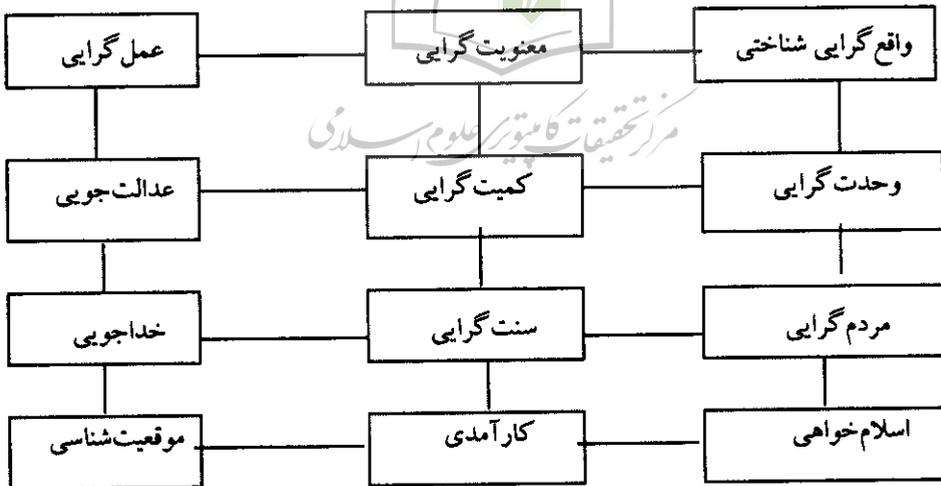
نیازهای مخاطبان ممکن است تبلیغات انجام شده را ناکارآمد و غیراثربخش کند و آن را با شکست مواجه سازد. در این زمینه می توان به موارد زیر اشاره کرد:

– عدم انفعال در تبلیغ؛ عضو فعال در جامعه بودن (امام و روحانیت، ص ۲۰۶-۲۰۵)؛

– استفاده از فرصت ها (همان، ص ۱۹۴؛ نقش روحانیت در اسلام، ص ۲۲)؛

– فرصت ندادن به دشمن (سعادت مند، ۱۳۷۹: ص ۳۱۲).

در مجموع باید یاد آور شد که وظایف روحانیون، به ویژه در نقش مبلغ، به لحاظ عملی و در واقعیت قابل تجزیه از یکدیگر نیست و همگی به عنوان یک عامل یا مجموعه کلی هستند که در کنار یکدیگر قرار می گیرند. تجزیه آنها بیشتر به لحاظ نظری و برای شناخت بیشتر می تواند مفید واقع شود. این موضوع در شکل زیر نمایش داده شده است:



شکل ۱. مجموعه وظایف روحانی به ویژه در نقش مبلغ اسلامی به عنوان یک کلیت به هم پیوسته.

ب - تبلیغات دشمنان

سؤال دومی که براساس یک تحلیل محتوایی از سخنان امام خمینی (ره) می توان گفت ایشان در پی پاسخگویی به آن بوده اند، این است که تبلیغات دشمنان

اسلام و انقلاب اسلامی ایران بر چه موضوعاتی متمرکز بوده است و آنها با چه اهدافی تبلیغ می‌کردند و روحانیون چگونه باید با این تبلیغات مقابله کنند؟
مقابله با اهداف تبلیغی دشمنان ایران و انقلاب اسلامی، حوزه‌ای است که هرچند به بحث و ظایف روحانیت نزدیک و در واقع جزئی از آن است، به علت اهمیت موضوع می‌توان آن را به عنوان مقوله‌ای جداگانه نیز بررسی کرد.
در این زمینه می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱. مقابله با هدف تفرقه افکنی

به همان نحو که وحدت و یکپارچگی در درون و بین روحانیون و مردم، به عنوان یکی از مهم‌ترین انتظارات نقش روحانیت تعریف شده، در برابر، هدف دشمنان تفرقه افکنی و ازین بردن این وحدت و یکپارچگی است. آگاهی و مقابله با این هدف دشمنان، از وظایف یک روحانی به ویژه در نقش یک مبلغ است. در هر حال باید توجه داشت که روحانی نقش تبلیغی دارد؛ چه نقش رسمی او مستقیماً به تبلیغات مربوط باشد یا نه.

در خصوص هدف تفرقه افکنی دشمن، می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- ازین بردن اتحاد ما، ازین بردن همبستگی ما (امام و روحانیت، ص ۲۶۳ و ۲۶۹)؛
- بدین کردن دانشگاهی و روحانی به هم، تلاش برای جدا کردن روحانی و دانشگاهی (روحانیت، طلایه دار اسلام ققادت از دیدگاه امام خمینی، ص ۴۰ - ۳۷/امام و روحانیت، ص ۲۸۳-۲۸۲ و ۳۸۳-۳۸۷)؛
- اختلاف بین روحانیون با صحنه سازی (نقش روحانیت در اسلام، ص ۲۹)؛
- جدا کردن مردم و روحانیت (از نظر مردم انداختن روحانیت) (روحانیت، طلایه دار اسلام ققادت از دیدگاه امام خمینی، ص ۳۳-۲۵/امام و روحانیت، ص ۲۳۰ و ۳۹۳-۳۹۲)؛
- بدین کردن ما به یکدیگر (امام و روحانیت، ص ۱۴۱).

۲. مقابله با هدف القای وجود دیکتاتوری

یکی از اهداف تبلیغی دشمنان ایران و انقلاب اسلامی، القای وجود دیکتاتوری و اختناق با استفاده از جنگ رسانه‌ای است. این، موضوعی است که امام خمینی (ره) در مواردی به آن توجه و مسئله آن را به روحانیون گوشزد کرده‌اند. موارد زیر، به‌عنوان برخی از اهداف تبلیغی دشمنان از طرف ایشان ذکر شده است:

– القای وجود دیکتاتوری در ایران (امام و روحانیت، ص ۳۷۴)؛

– القای وجود سلطنت و اختناق (نقش روحانیت در اسلام، ص ۴۴)؛

– القای اینکه روحانیون می‌خواهند دیکتاتوری درست کنند (سعادت‌مند، ۴۰: ۱۳۷۹).

۳. مقابله با هدف ایجاد یأس و ناامیدی

مبارزه روان‌شناختی دشمنان، عمدتاً بر پایه ایجاد یأس و ناامیدی به وضع موجود یا به آینده صورت می‌گیرد. در واقع، آنچه به‌عنوان تبلیغات سیاه نامیده می‌شود، همان است که یأس و ناامیدی ایجاد و این نگرش را القا می‌کند که وضعیت با گذشت زمان بد و بدتر خواهد شد. در چنین وضعیتی، هرگونه انگیزه حرکت رو به جلو از میان می‌رود و به ایجاد سستی و کمرختی در بین افراد و گروه‌های اجتماعی منجر می‌شود. برخی از مواردی که در بیانات امام خمینی (ره) درباره این هدف تبلیغی دشمنان وجود دارد، عبارت‌اند از:

– مأیوس کردن مردم در دفاع از حق (همان، ص ۱۳۳-۱۳۲)؛

– مأیوس کردن جوانان از راهی که رفته‌اند (نقش روحانیت در اسلام، ص ۴۲-۴۱)؛

– خستگی مردم از جنگ و مبارزه (سعادت‌مند، ۱۳۷۹: ۱۳۲).

۴. مقابله با هدف تهاجم فرهنگی

برخی از مواردی را که بیشتر با هدف از بین بردن هویت فرهنگی (هویت مذهبی

و ملی) افراد صورت می گیرد، می توان تهاجم فرهنگی نام نهاد؛ هرچند که سایر اهداف نیز ممکن است به طور غیرمستقیم با این هدف درارتباط قرار گیرد. موضوع تهاجم فرهنگی هم از مواردی است که امام خمینی (ره) به شکل های مختلف به آن اشاره کرده و روحانیون را به شناخت و مقابله با آن فراخوانده اند. برخی از موارد ذکر شده ایشان عبارت اند از:

– نشان دادن اسلام غیر از آن چیزی که هست (نقش روحانیت در اسلام، ص ۵۲)؛

– از خود بیگانه کردن مردم (همان، ص ۴۴)؛

– غرب زده کردن مردم (همان، ص ۴۴)؛

– معرفی اسلام به عنوان کهنه پرستی و ارتجاع (سعادت مند، ۱۳۷۹: ۲۲)؛

– جدا کردن مردم از قرآن و اسلام (نقش روحانیت در اسلام، ص ۴۴ و ۵۱)؛

– قبولاندن به جوانان که همه چیز آنها باید غربی باشد (امام و انقلاب فرهنگی،

ص ۴۱ - ۳۹ و ۴۵)؛

– اینکه دیانت به سیاست کاری ندارد (امام و روحانیت، ص ۳۵۳)؛

– معرفی نادرست اسلام با هدف روبرگردانی مردم و منزوی کردن روحانیت

(سعادت مند، ۱۳۷۹: ۲۶).

۵. مقابله با هدف تخریب روحانیت

روحانیت به عنوان یک گروه اجتماعی، مستقیماً در معرض تبلیغات دشمنان قرار دارند و تخریب و تضعیف این گروه، از مهم ترین اهداف تبلیغاتی آنان است. این هدف ممکن است شکل های مختلفی بگیرد که باید از آنها آگاه بود. برخی از مواردی که امام خمینی (ره) در طی آنها حمله تبلیغاتی دشمنان به سمت روحانیت را ذکر کرده اند، عبارت اند از:

- تبلیغات دامنه‌دار بر ضد روحانیت (روحانیت، طلایه‌دار اسلام فقاهت از دیدگاه امام خمینی، ص ۲۱؛ امام و روحانیت، ص ۳۲۰)؛
- شایعه‌سازی (روحانیت، طلایه‌دار اسلام فقاهت از دیدگاه امام خمینی، ص ۶۲-۶۱)؛
- ایجاد سوءظن و بدبینی (امام و انقلاب فرهنگی، ص ۵۰-۴۹)؛
- هدف اجانب، روحانیت و قرآن است (روحانیت، طلایه‌دار اسلام فقاهت از دیدگاه امام خمینی، ص ۱۹)؛
- از بین بردن نفوذ روحانی، از بین بردن حیثیت روحانی (همان، ۱۸ و ۳۰؛ امام و روحانیت، ص ۱۳۹-۱۳۶ و ۳۹۷)؛
- جدا کردن روحانیت از سیاست، تبلیغ جدایی دین از سیاست (به ویژه بین طلاب جوان) (روحانیت، طلایه‌دار اسلام فقاهت از دیدگاه امام خمینی، ص ۳۴-۳۶)؛
- تبلیغ تز اسلام منهای روحانیت (امام و روحانیت، ص ۲۸۸؛ نقش روحانیت در اسلام، ص ۴۶-۴۵ و ۵۳-۵۲).

۶. مقابله با هدف تضعیف اسلام

در برخی موارد، دشمنان مستقیماً اسلام را مورد نظر داشته و تضعیف آن را به عنوان هدف خود تعریف کرده‌اند. در چنین مواردی، دیگر هدف فرد یا افراد یا گروه‌های خاص نبوده، بلکه کلیت اسلام به عنوان یک مکتب مدنظر است. موارد ذکر شده از طرف امام خمینی (ره)، برای نمونه عبارت‌اند از:

- نشان دادن اسلام غیر از آن چیزی که هست (نقش روحانیت در اسلام، ص ۵۷)؛
- تبلیغات علیه اسلام نه افراد (روحانیت، طلایه‌دار اسلام فقاهت از نظر امام خمینی، ص ۱۹)؛
- زدن بر چسب ارتجاع و ارتجاعی بودن به اسلام، مرجع و کهنه پرست معرفی کردن روحانیون (همان، ص ۴۴-۴۱؛ امام و روحانیت، ص ۱۱۸-۱۱۷ و ۳۷۸؛ نقش روحانیت در اسلام، ص ۲۱)؛
- تبلیغ اینکه اسلام توانایی اداره کشور را ندارد (نقش روحانیت در اسلام، ص ۶۹)؛

– همه مخالفت‌ها با اسلام است نه با روحانی (روحانیت، طلایه‌دار اسلام ققامت از دیدگاه امام خمینی، ص ۱۷ و ۱۹؛ امام و روحانیت، ص ۴۲).

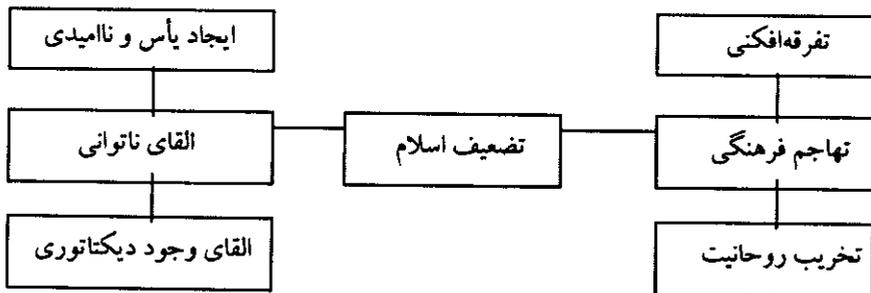
۷. مقابله با هدف القای ناتوانی

ازین‌بردن اعتماد به نفس و القای ناتوانی در اداره امور کشور و یا القای ناتوانی در مقابله با ابرقدرت‌ها، از دیگر اهداف تبلیغاتی بیگانگان و دشمنان انقلاب اسلامی است. برخی موارد اشاره‌شده امام خمینی (ره) در این‌باره عبارت‌اند از:

– باور اینکه با ابرقدرت‌ها نمی‌توان مقابله کرد (امام و انقلاب فرهنگی، ص ۴۱)؛

– القای ناتوانی اسلام در اداره مملکت (سعادت‌مند، ۱۳۷۹: ۲۹).

درنهایت، توضیح این نکته ضرورت دارد که از نظر امام خمینی (ره)، بعد از انقلاب اسلامی ایران، هجوم تبلیغاتی بیگانگان بیش از هجوم تسلیحاتی آنان بوده است و لذا مقابله با این تبلیغات، اولویتی بالاتر از مقابله تسلیحاتی دارد. این هجوم تبلیغاتی، با هدف نهایی ایجاد آشفتگی و ازمیان‌بردن انقلاب اسلامی صورت می‌گیرد که لازم است با ابزار تبلیغی به مقابله و مقاومت و خنثی کردن تلاش تبلیغاتی آنان مبادرت کرد.



شکل ۲. مقابله با اهداف تبلیغی دشمنان، به‌عنوان بخشی از وظایف روحانیت در جهت موفقیت تبلیغی

ج - مخاطرات درونی

آسیب‌شناسی نقش روحانیون، به عوامل بیرونی (تبلیغات دشمنان) محدود نیست و بخشی از آن به عوامل درونی مربوط می‌شود؛ که شناسایی و تعدیل و

از میان بردن آنها، یکی از عوامل موفقیت روحانی به ویژه در نقش یک مبلغ است. می توان چنین گفت که سومین سؤالی که امام خمینی (ره) در خصوص نقش روحانیون در صدد پاسخگویی به آن بوده اند، این است: مخاطرات درونی در جهت ایفای نقش روحانی، به ویژه در نقش یک مبلغ، کدام اند و چه توجهات و وظایفی در این زمینه متوجه روحانیون است؟

در این قسمت از مقاله، سعی می شود به این سؤال پاسخ داده شود.

۱. مادی گرایی

مادی گرایی، یکی از مهم ترین آسیب های درونی در راستای ایفای نقش روحانی است. تبدیل شدن ارزش های معنوی به ارزش های مادی برای روحانیون، یکی از عواملی است که می تواند روحانیت را در ایفای نقش تبلیغی خود با مخاطره و یا شکست مواجه سازد. در این زمینه، برای نمونه می توان به موارد زیر اشاره کرد:

— سرگرم شدن به دنیای مادی و مسائل شخصی (نقش روحانیت در اسلام، ص ۳۷)؛

— مادیات حجاب معنویات شود (امام و انقلاب فرهنگی، ص ۱۴ و ۸۱)؛

— فدا شدن ارزش ها برای منافع مادی و دنیاپرستی و هواپرستی (بهداروند، ۱۳۷۸: ۶۳).

۲. بی تقوایی (ضعف در تقوا)

تقوا و پرهیزگاری هر چند در ارتباط با آسیب مادی گرایی قرار دارد، می توان گفت علاوه بر بعد عینی (مادی گرایی)، بعد ذهنی هم دارد. در مادی گرایی، به دلیل آنکه به نوعی هنجار در جامعه تبدیل شده است، چه بسا افراد متوجه این تغییر ارزشی نباشند. اما زهد و تقوی، بعد روان شناختی نیز دارد و می توان آن را متغیری فراتر از مادی گرایی دانست.

در این زمینه می توان به برخی موارد، به شرح زیر، اشاره کرد:

- اگر عالم فاسد شود و اگر معنویت در کار نباشد، یک مملکت به فساد کشیده می‌شود (نقش روحانیت در اسلام، ص ۴۷)؛
- اگر روحانی مهذب نباشد، فسادش بیشتر است (همان، ص ۴۷)؛ امام و انقلاب فرمندی، ص ۱۴-۱۱)؛
- مغرور شدن به خود (نقش روحانیت در اسلام، ص ۳۳-۳۲)؛
- مضر بودن علم بدون تقوا (امام و انقلاب فرمندی، ص ۱۰-۳).

۳. سستی و ضعف در حرکت

باید دانست که دشمنان در جنگ تبلیغی خود با قوت و به‌طور گسترده عمل می‌کنند. در این حالت، آنچه موفقیت دشمنان را می‌تواند تضمین کند، ضعف و سستی ما در امور مختلف، به‌ویژه در امور تبلیغاتی، است. باید در امور مربوط به انقلاب و تبلیغ آن کاملاً با قدرت و جدی حرکت کرد و ضعف و سستی را کنار گذاشت. برخی موارد اشاره‌شده امام خمینی (ره) در این زمینه عبارت‌اند از:

- سستی و ضعف ما در تبلیغ، ضعف و محدودیت مادر تبلیغ (سعادت‌مند، ۱۳۷۹: ۷-۶)؛
- سستی از راهی که رفته‌ایم (امام و روحانیت، ص ۶)؛
- قوت و گستردگی تبلیغات مخالفان (سعادت‌مند، ۱۳۷۹: ۷-۶)؛
- سستی در فقاقت (امام و روحانیت، ص ۳۹۹-۳۹۴).

۴. فاصله گرفتن از مردم

همان‌طور که در قبل نیز اشاره شد، حضور مردم در صحنه و حمایت آنها از روحانیت و انقلاب را می‌توان رمز پیروزی عنوان کرد. در همین حال، اگر مردم بنا به هر دلیلی از روحانیت، انقلاب یا ارزش‌های اسلامی فاصله بگیرند، در راه پیروزی دچار اختلال و مشکل جدی خواهیم شد. امام خمینی (ره) به‌دفعات و به شکل‌های مختلف، به پیوند میان روحانیت و مردم توجه و بر آن تأکید کرده‌اند و قسمت‌های

مختلف بیانات خود به مواردی نظیر اینها اشاره کرده‌اند: ضعف حضور ملت در صحنه؛ ترس موقعی است که مردم در صحنه نباشند؛ جدا شدن مردم از قرآن؛ اهتمام نداشتن به امور جامعه و مصیبت‌های مردم و کوشش نکردن برای رفع مشکلات.

۵. تعارض و اختلاف

با وجود قبول اختلاف نظر، امام خمینی (ره) به‌ویژه مسئولان و مدیران را از به‌تعارض رسیدن اختلاف نظرها بر حذر داشته‌اند. یکی از ابعاد وحدت یا وحدت کلمه و در واقع معرف آن را می‌توان در وجود یا فقدان تعارض بین مدیران جست‌وجو کرد. در این زمینه، امام خمینی (ره) به‌دوری از اختلاف نظرهای منجر به تعارض و مانند آن اشاره داشته‌اند (برای نمونه، ← نقش روحانیت در اسلام، ص ۲۷-۲۴).

۶. روحانی‌نمایان

وجود برخی افراد در ظاهر و صورت روحانی ممکن است به روحانیت و ایفای نقش او آسیب وارد کند. مخاطره‌ای که روحانیت به‌ویژه در این زمینه با آن روبه‌رو است، این است که اگر فردی در لباس روحانی عمل خلاف یا اشتباهی را مرتکب شود، مردم با توجه به نقش آنها در جامعه، قضاوت می‌کنند که روحانیون این‌گونه‌اند و آن را تعمیم می‌دهند. لذا دقت و اهمیت در افرادی که به سلک روحانی درمی‌آیند و نظارت بر شیوه‌های رفتاری آنها برای جلوگیری از افرادی که امام خمینی (ره) آنها را مقدس‌نما یا روحانی‌نما نامیده است، ضرورت پیدا می‌کند. در این زمینه می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

– وجود برخی مقدس‌نمایان یا روحانیون ساختگی، وجود روحانی‌نمایان

(روحانیت، طلایه‌دار اسلام ققامت از دیدگاه امام خمینی، ص ۸۷-۸۶)؛

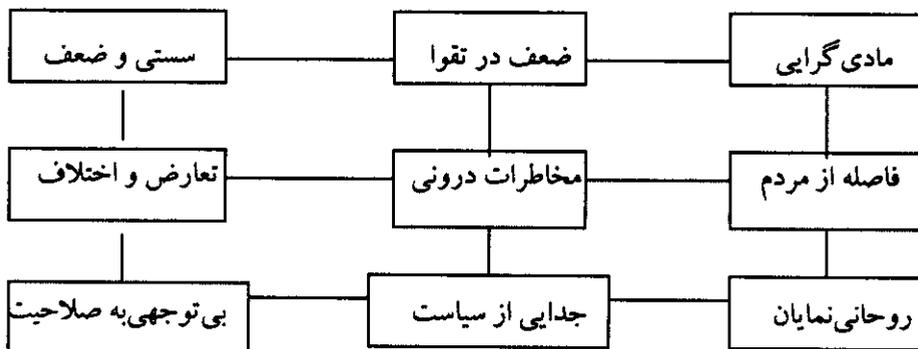
– اگر اشتباهی کنند، نمی‌گویند فلان فرد؛ می‌گویند روحانیت (امام و روحانیت، ص ۳۱۸).

۷. جدایی از سیاست و مسائل انقلاب

در ارتباط بین روحانیت و سیاست، دو مخاطره یا آسیب وجود دارد که باید از آنها پرهیز کرد: یکی اینکه روحانیت را از سیاست جدا دانست و گفت که سیاست کار روحانی نیست؛ دیگر اینکه سیاست را فقط از آن روحانیت دانست و سایر اقشار را از آن محروم کرد. هر دوی اینها آسیب‌هایی است که باید از آن پرهیز کرد. روحانی باید با سیاست پیوند داشته باشد و مسائل روز و انقلاب را فراموش نکند. برای مثال، در این زمینه می‌توان به موضوع باور برخی روحانیون به اینکه روحانی سیاسی نیست، و جدا شدن روحانیت از سیاست اشاره کرد (همان، ص ۴۱).

۸. بی‌توجهی به صلاحیت و تخصص

وارد شدن به اموری که در صلاحیت و تخصص یک روحانی خاص نیست، ممکن است به بدبین شدن مردم به روحانیون بینجامد. یک روحانی نباید به اموری وارد شود و مسئولیتی را بپذیرد که توانایی انجام آن را ندارد. این موضوعی است که امام خمینی (ره) در مواردی به آن اشاره کرده است. برای نمونه می‌توان به موضوع غیرشرعی بودن و بدبین شدن ملت به آنها (به روحانیونی که بدون صلاحیت مسئولیتی را پذیرفته‌اند و تعمیم آن به سایر روحانیون) اشاره کرد.



شکل ۳. مخاطرات درونی به‌عنوان آسیب‌هایی در جهت موفقیت روحانی در نقش تبلیغی خود.

۵ - اهمیت نقش روحانیت

بخشی مهمی از سخنان امام خمینی (ره) درباره روحانیت و تبلیغ، توجه به اهمیت نقشی است که این گروه به عنوان متخصصان دین در ترویج و اشاعه اسلام و حفظ آن و انتقال آن به نسل های آتی دارند. در این بخش از سخنان ایشان است که اهمیت نقش تبلیغی روحانیون کاملاً واضح و نمایان می شود و نشان می دهد که تبلیغات، به ویژه تبلیغاتی که روحانیون انجام می دهند، تا چه حد ضرورت و اهمیت دارد؛ تا جایی که امام (ره) گاهی تبلیغات را در رأس امور برای روحانیت قلمداد کرده اند.

۱. اهمیت نقش تبلیغی

در این زمینه، سخنان امام خمینی (ره) با وضوح بسیار نشان می دهد که نقش تبلیغی روحانیون تا چه حد اهمیت دارد؛ به نحوی که ممکن است چنین برداشت شود که از مهم ترین نقش های روحانی، تبلیغ است. موارد ذکر شده در این باره متعدد و متنوع است. برخی از مواردی که ایشان به آنها اشاره کرده اند، عبارتند از:

- تبلیغ و اهمیت آن (سعادت مند، ۱۳۷۹: ۱۲-۳)؛
- تکلیف بزرگ است (تبلیغ) (امام و روحانیت، ص ۳۱۶)؛
- تحصیل یک تکلیف است و تبلیغ بالاتر از آن؛ تبلیغات و تعلیمات، دو فعالیت اساسی روحانیون (سعادت مند، ۱۳۷۹: ۱۲)؛
- تحصیل، مقدمه تشکیل حکومت (همان، ص ۱۱)؛
- تبلیغات در رأس امور است (همان، ص ۶)؛
- سلاح تبلیغات، برنده تر از سلاح در میدان جنگ و اهمیت قلم بالاتر از خون شهیدان (همان، ص ۷-۸).

۲. رسالت تاریخی

روحانیت، به عنوان مجموعه ای یکپارچه، رسالتی تاریخی دارد. هدایت

جنبش‌های اسلامی و حفظ و اقتدار اسلام، در گرو فعالیت‌های این گروه شناخته می‌شود. هیچ گروه یا قشر اجتماعی دیگری به اندازه روحانیون در حفظ و اشاعه و اقتدار دین اسلام نقش ندارد، هر چند که یاریگر روحانیون باشد. در این زمینه، امام خمینی (ره) به موارد متعددی اشاره کرده‌اند؛ که برای نمونه، برخی از آنها ذکر می‌شود:

– حفظ اسلام، با همه ابعادش توسط روحانیون (امام و روحانیت، ص ۱۵۸ و ۱۸۴؛

نقش روحانیت در اسلام، ص ج و ۵)؛

– علما، پیشرو حرکت‌های اصلاحی و انقلابی (امام و روحانیت، ص ۲۵۲، ۲۶۴ و ۳۲۳)؛

– پیوند روحانی و اسلام (همان، ص ۳۴۲)؛

– کلکم راع و کلکم مسئول، رعی بیشتر برای علما مطرح است (همان، ص ۴۶۳)؛

– روحانیون، مظهر اسلام‌اند، روحانیت، مظهر نبی اکرم (ص) هستند (همان،

ص ۲۴۵؛ نقش روحانیت در اسلام، ص ۲۹)؛

– روحانیت، نجات‌دهنده کشور در صورت داشتن تهذیب و تعهد (امام و

روحانیت، ص ۲۷۰)؛

– روحانیون، مبین قرآن‌اند؛ روحانیت، کارشناسان اسلام هستند (نقش روحانیت در

اسلام، ص ۳۱)؛

– روحانیت، حافظ معارف اسلام و فقه، حافظ اخلاق، حافظ فلسفه و احکام

سیاسی اسلام است (امام و روحانیت، ص ۲۷۱؛ نقش روحانیت در اسلام، ص ۵)؛

– مجاهدت روحانیت، عامل حفظ اسلام است؛ روحانیون، پاسداران اسلام هستند

(امام و روحانیت، ص ۲۷۲-۲۷۳)؛

– روحانیت، نادرترین قشری است که زیر بار شرق و غرب نمی‌رود (همان، ص ۱۹۰)؛

– روحانیت، اساس اسلام است؛ اسلام منهای روحانیت، اسلام منهای محتوا است

(همان، ص ۱۹۰-۱۹۱؛ نقش روحانیت در اسلام، ص ۱۶-۱۷)؛

– روحانیت، قدرت بزرگی است که با ازدست دادن آن، پایه‌های اسلام فرو می‌ریزد (نقش روحانیت در اسلام، ص ۳۶-۳۵).

۳. ویژگی‌های شخصیتی

ویژگی‌هایی که به لحاظ شخصیتی، امام خمینی (ره) آنها را برای روحانیون برمی‌شمرد، حاکی از اعتماد و باوری است که ایشان به این گروه دارند و از همین رو است که رسالت تاریخی حفظ و اقتدار اسلام را از نقش‌های آنان دانسته‌اند. علاوه بر مواردی که در بحث رسالت تاریخی روحانیت ذکر شد و برخی از آنها را می‌توان به عنوان ویژگی‌های شخصیتی روحانیون ذکر کرد، امام خمینی (ره) از روحانیون به عنوان علمای ربانی، دانشمندان دیندار، حق پرستان شرافتمند، شرافتمندان وطن خواه و آماده برای جهاد و شهادت نام برده است (برای نمونه – امام و روحانیت، ص ۲۵۴).

۴. نفوذ روحانیت

روحانیون در میان مردم نفوذ دارند و مردم آنها را قبول دارند و این در واقع رمز قدرت بالای روحانیت در پیش بردن جنبش‌ها و حرکت‌های اسلام‌خواهی و کفرستیزی است. علاقه مردم به روحانیت، به خاطر پیوندی است که روحانیت با اسلام دارد و مردم چون به اسلام علاقه‌مندند، به روحانیت علاقه‌مند می‌شوند و روحانیون برایشان اعتبار دارند. این موضوع، به دلیل اهمیتی که دارد، یکی از اهداف تبلیغی دشمنان نیز به شمار می‌رود؛ به این معنا که مخالفان اسلام و انقلاب اسلامی همیشه سعی داشته‌اند این دو گروه را از یکدیگر جدا کنند. موارد ذکر شده از پیوند مردم و روحانی در بیانات امام خمینی (ره) بسیار متعدد است. در اینجا به برخی از آنها اشاره می‌شود:

– مردم، بازار، کشاورزان، کارگران، صنعتگران، دنبال روحانیت هستند (همان، ص ۱۹۱)؛

- روحانیون، عمال اسلام هستند و مردم به اسلام علاقه مندند (نقش روحانیت در اسلام، ص ۳۵)؛
- روحانیت در بین مردم نفوذ دارند (امام و روحانیت، ص ۱۹۱)؛
- قدرت روحانیت لایزال است، قدرت مردم است (همان، ص ۱۹۱).

نفوذ روحانیت	اهمیت نقش تبلیغی
	ابعاد اهمیت نقش روحانیت
ویژگیهای شخصیتی	رسالت تاریخی روحانیت

شکل ۴. ابعاد مختلف اهمیت نقش روحانیت در نظام اجتماعی.

۵ - ابزارهای تبلیغی

در مجموع صحبت‌های امام خمینی (ره)، به ابزارهای تبلیغی کمتر از اموری که می‌توان آنها را امور غیر ابزاری نامید و بیشتر اموری رفتاری قلمداد می‌شوند، اشاره شده است.

کتاب و سلامت آن	اهمیت قلم به طور کلی
	ابزارهای تبلیغی و ابعاد مورد توجه
ابزارهای نوین تبلیغی	نقش رادیو و تلویزیون

شکل ۵. ابعاد مختلف توجه به ابزارهای تبلیغی.

در هر حال، صحبت‌های ایشان دربارهٔ ابزارهای تبلیغی به اندازه‌ای بوده که در الگوی مطلوب طرح شده در این مطالعه — که شامل پنج عامل است — یکی از عوامل رابه خود اختصاص داده است. ابزارها در مقایسه با نیروی انسانی (روحانیت) نقشی فرعی دارند و به هر حال ابزاری در دست روحانیت هستند. برای نمونه می‌توان به این گفته‌های ایشان اشاره کرد: «هیچ عذری پذیرفته نیست چرا که

همه ابزارها در اختیار است؛ «انیا نه اینکه فقط تبلیغات لفظی کردند برای پاسداری، بلکه تبلیغات عملی آنها بوده است یعنی اعمال آنها در طول تاریخ سرمشق ما و همه اهل تاریخ تا ابد باید باشد» (سعادت‌مند، ۱۳۷۹: ۱۰).

۱. اهمیت رادیو و تلویزیون

چنین استنباط می‌شود که در نظر امام خمینی (ره)، رادیو و تلویزیون از مهم‌ترین ابزارهای رسانه‌ای برای تبلیغ به‌شمار می‌روند و ایشان بر این نکته تأکید کرده‌اند که تبلیغات باید بیشتر از طریق رادیو و تلویزیون باشد.

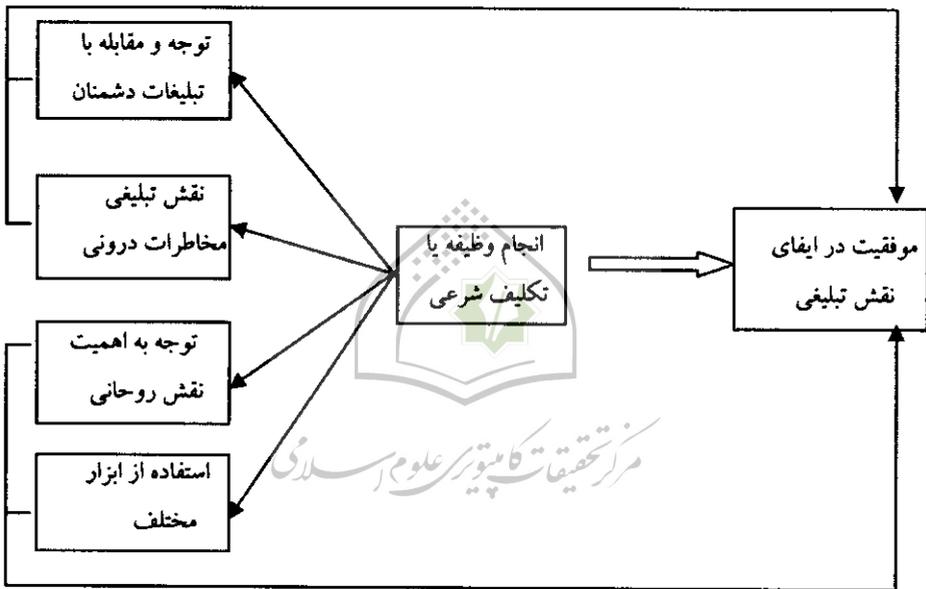
۲. اهمیت ابزار نوین

استفاده از ابزارهای نوین، در عین توجه به شیوه‌ها و ابزارهای سنتی، از موارد توجه امام خمینی (ره) بوده است. ایشان در مواردی بر استفاده از ابزارهای روز تأکید و در این زمینه به‌ویژه به استفاده از زبان‌های زنده دنیا در مدارس و بهره‌گیری از آنها در امور تبلیغی اشاره کرده است (همان، ص ۱۰۳).

۳. کتاب

آنچه در انتشار کتاب به‌عنوان یک ابزار تبلیغی، بیشتر مورد توجه امام خمینی (ره) بوده، مستند بودن کتاب‌ها و صحت و سلامت مطالب موجود در آن است و تأکید بر این نکته که انتشار کتاب باید با مشورت فضلا باشد و چیز خلاف واقع در آنها منتشر نشود. اهمیت قلم در این رابطه به‌اندازه‌ای است که ایشان بارها تأکید کرده‌اند که امریکا با سرنیزه نمی‌آید و اینکه قلم‌های زهر آگین از سلاح گرم جنایت‌بارتر است. می‌توان گفت امام خمینی (ره)، پنج متغیر اصلی را در زمینه تبلیغ دینی روحانیون مطرح کرده‌اند که مؤلفان با تحلیل کیفی سخنان ایشان، به آنها رسیده‌اند:

۱. انجام وظیفه، ۲. توجه و مقابله با تبلیغات دشمنان، ۳. توجه و مقابله با مخاطرات درونی، ۴. توجه به اهمیت نقش تبلیغی، ۵. استفاده از ابزارهای تبلیغی. بر این اساس، الگوی مطلوب از دیدگاه امام خمینی (ره) برای روحانیون به شکل زیر قابل ترسیم است:



شکل ۶. برداشتی از الگوی مطلوب مبلغ دینی از دیدگاه امام خمینی (ره).

کتابنامه

- امام و انقلاب فرهنگی. ۱۳۶۰. تهران: انتشارات دفتر تحکیم وحدت.
 امام و روحانیت. ۱۳۶۲. گردآوری: دفتر سیاسی سپاه پاسداران انقلاب اسلامی.
 بهداروند، محمد مهدی. ۱۳۷۸. اخلاق از دیدگاه امام خمینی (ره). تهران: انتشارات پیام آزادی.
 جلوه‌های معلمی امام خمینی (س)، توس.
 روحانیت، طلایه‌دار اسلام ققاهت از دیدگاه امام خمینی. ۱۳۶۱. گردآوری: واحد بررسی و پژوهش‌های علمی انتشارات میقات.

سعادت‌مند. رسول. ۱۳۷۸. روحانیت و سیاست از دیدگاه امام خمینی (قدس سره). قم: انتشارات تسنیم.

_____ . ۱۳۷۹. تبلیغات از دیدگاه امام خمینی (ره). قم: انتشارات تسنیم.

شفیعی‌مازندرانی، سیدمحمد. ۱۳۸۰. درس‌هایی از وصیت‌نامه امام خمینی (ره). قم: نشر معارف.
مخاطبین در وصیت‌نامه سیاسی - الهی حضرت امام خمینی (ره). ۱۳۷۱. تهران: دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی.

نقش روحانیت در اسلام، مجموعه سخنرانی‌های امام خمینی (ره). ۱۳۶۶. قم: انتشارات دارالفکر.

نمازی، حسین. ۱۳۸۰. امام خمینی (ره) و کارگزاران حکومت. قم: انتشارات یاقوت.



مرکز تحقیقات کامپیوتر علوم اسلامی