

متن سخنرانی حجت الاسلام سعید دسمی

بسم الله الرحمن الرحيم الحمد لله رب العالمين و صلى الله على سيدنا و نبينا ابوالقاسم محمد. اللهم صل على محمد و آل محمد و عجل فرجهم.

عرض سلام، احترام و ادب دارم محضر سروران عزیز و ارجمند، همراهان گرامی و مبلغان محترمی که این بحث و موضوع را دنبال می کنند. خدا را شاکر و سپاسگزاریم که این توفیق حاصل شد تا در خدمت شما عزیزان باشیم. دوستان دفتر تبلیغات اسلامی زحمت کشیده اند و این برنامه را در آستانه ماه محرم و حماسه عاشورا تدارک دیده اند، تا نکاتی را به محضر شما ارائه کنیم. ان شاء الله این مباحث مفید و مؤثر واقع شود.

بحث من در دو بخش خدمت شما ارائه خواهد شد. بخش نخست مربوط به مبلغین عزیز و همکاران محترم است؛ نکاتی که ما، به عنوان مبلغان، در میدان تبلیغ باید رعایت کنیم تا اثربخشی بیشتری داشته باشیم. ملاحظاتی که در حرکت تبلیغی ما باید مورد توجه قرار گیرد تا پیام تبلیغی به بهترین نحو منتقل شود.

بخش دوم نیز مربوط به مخاطبین این حرکت تبلیغی است؛ اینکه ما در مواجهه با مخاطبان چگونه باید عمل کنیم و چه اقداماتی برای افزایش تأثیر تبلیغ ضروری است. با توجه به شرایط فعلی، ما در نقطه‌ی عطفی از تاریخ انقلاب اسلامی، بلکه تاریخ بشریت قرار گرفته ایم. امروزه، با یک مواجهه و رویارویی ویژه و خاص با نظام استکباری و طاغوتی روبه‌رو هستیم، و در میدان عمل، نظام صهیونیستی به عنوان پیش‌قراول استکبار، نقش مهمی در این تقابل ایفا می کند.

این شرایط، وضعیت حساسی را برای ملت، انقلاب اسلامی و حتی سایر ملل جهان به وجود آورده است که نتایج آن می تواند تأثیر عمیقی بر تاریخ بشریت داشته باشد. بر اساس نحوه‌ی عملکرد و اقداماتی که در این شرایط اتخاذ می کنیم، سرنوشت این تقابل رقم خواهد خورد.

برای موفقیت در این مسیر، می توانیم از تجربیات ارزشمند دوران دفاع مقدس بهره مند شویم. در آن دوران، مبلغین در سه دسته مختلف فعالیت داشتند:

۱. مبلغینی که صرفاً به تبلیغ دینی و ارائه‌ی معارف اسلامی می پرداختند. این دسته شامل برگزاری نماز جماعت، سخنرانی ها، و پاسخگویی به مسائل شرعی بود.

۲. مبلغین تبلیغی رزمی که علاوه بر فعالیت های تبلیغی، در خط مقدم جبهه ها حضور داشتند و همراه رزمندگان بودند. تأثیر این مبلغین بسیار فراتر از فعالیت های تبلیغی سنتی بود، چراکه علاوه بر تبیین مسائل دینی، در میدان خطر نیز در کنار مجاهدان حضور داشتند.

۳. دسته‌ی سوم، مبلغین رزمی تبلیغی بودند که ابتدا با هدف جهاد و مبارزه در میدان جنگ حضور پیدا کردند، اما در مواقع لازم وظایف تبلیغی را نیز انجام می‌دادند. این مبلغین، که در وهله‌ی اول رزمنده بودند، تأثیر ویژه و فوق‌العاده‌ای در روحیه‌ی نیروها داشتند، چراکه رفتار عملی آن‌ها بیش از گفتارشان الهام‌بخش بود.

نمونه‌ای از این مبلغین، طلبه‌ی جوانی بود که در لحظات حساس عملیات، در میان آتش سنگین دشمن، عمامه‌ی خود را بر سر گذاشت، با صدای بلند فریاد "الله اکبر" سرداد و نیروها را به حرکت واداشت. این اقدام موجب شد که نیروهای ایرانی از جا بلند شوند، خط دشمن را بشکنند، و در نهایت این طلبه‌ی مجاهد نیز به شهادت نائل شد.

این دسته از مبلغین، که در میدان نبرد پیشرو بودند، اثرات بی‌نظیری در روحیه‌ی رزمندگان و پیروزی‌های دفاع مقدس داشتند. در طول دوران دفاع مقدس، جمع زیادی از این مبلغین به فیض شهادت رسیدند، و عده‌ای نیز جانباز شدند.

این شیوه تبلیغ و این نحوه مواجهه با میدان تبلیغ در این دوران، فوق‌العاده مؤثر است. امروز، ما در شرایط خاصی از مجاهدت و جهاد قرار داریم؛ شرایطی که می‌بایست جریان ایثار و ازخودگذشتگی به صورت ملموس و عینی برای مردم آشکار شود.

این سبک تبلیغ را نه تنها در دوران دفاع مقدس شاهد بودیم، بلکه حتی در دوران‌های پس از جنگ نیز در شرایط متعارف تبلیغی کاربرد داشته است. با این حال، تبلیغ در شرایط متعارف نیز باید به شیوه‌ای جهادی انجام شود.

در مقطعی، مسئولیت بررسی پروژه‌ای را بر عهده داشتم که هدف آن شناسایی پایگاه‌ها و مساجد نمونه و الگو در سراسر کشور بود. این پروژه، که از سال ۱۳۸۱ تا ۱۳۸۷ ادامه داشت، شامل بررسی مساجد موفق، کارآمد و تأثیرگذار بود؛ مساجدی که در شهرها و محله‌های خود توانسته بودند تحولی ایجاد کنند. در این فرآیند، قریب به ۲۹ هزار مسجد در سطح کشور بررسی شد.

در میان این مساجد، به مواردی برخوردیم که تحولات چشمگیری را در مناطق پیرامونی خود رقم زده بودند. به عنوان نمونه، گزارشی دریافت کردیم که مسجدی در اصلاندوز اردبیل موفقیت‌های قابل توجهی داشته است. شخصاً برای بررسی این مسجد و مشاهده عملکرد آن از نزدیک، به این منطقه سفر کردم.

اصلاندوز اردبیل در نقطه صفر مرزی قرار دارد. در زمانی که ما به آنجا رفتیم، این منطقه با مشکل دریافت شبکه‌های معمول صداوسیما، جمهوری اسلامی مواجه بود و مردم عمدتاً شبکه‌های کشورهای همجوار را با کیفیت بالا دریافت می‌کردند. این وضعیت نشان می‌دهد که حتی رسانه ملی، که یکی از ارکان جبهه نرم و مقابله با دشمن محسوب می‌شود، در برخی مناطق هدف حملات روانی و فیزیکی دشمن قرار گرفته است.

در بررسی‌های ما مشخص شد که عامل اصلی موفقیت این مسجد، حضور یک طلبه جوان مبلغ از حوزه علمیه قم بود؛ آقای سید نجفی. او مانند شمعی بود که جوانان منطقه همچون پروانه به گرد آن حلقه زده بودند. محبوبیت، اخلاق نیکو، برخورد صمیمانه و متواضعانه این مبلغ باعث شده بود که جوانان به طور عمیق جذب مسجد شوند.

در جلسه‌ای که با جوانان آن شهر برگزار شد، جلسه تا ساعت ۲:۳۰ نیمه‌شب ادامه یافت. این طلبه جوان، با وجود خستگی، با نشاط و صمیمیت در این نشست حاضر شد و نشان داد که چرا توانسته تأثیری شگرف در منطقه داشته باشد.

نتیجه بررسی‌ها نشان داد که تبلیغ وقتی جنبه تربیتی پیدا کند، تأثیر فوق‌العاده‌ای خواهد داشت. مبلغ باید مربی باشد؛ چراکه تأثیر تبلیغی نه تنها بر فکر و اندیشه مخاطب، بلکه بر «باورها» و «التزامات» او نیز اثرگذار است.

در میدان تبلیغ، اگر تبلیغ را در قالب تربیت تعریف کنیم، باید به سه حوزه توجه داشته باشیم: تربیت عقلی، تربیت قلبی و تربیت رفتاری. زمانی که تبلیغ از رفتار آغاز شود، زمینه تربیت قلبی و عقلی نیز فراهم می‌شود. ارتباط مبلغ با مردم باید چیزی فراتر از یک رابطه رسمی باشد. مبلغ باید به بخشی از خانواده آن منطقه تبدیل شود.

مردم زمانی مبلغ را باور می‌کنند که او را در میان خود ببینند، نه صرفاً به عنوان یک سخنران، بلکه به عنوان یک عضو از جامعه خودشان. مبلغ باید با مردم زندگی کند، با آنها همراه شود، و به گونه‌ای عمل کند که جوانان، نوجوانان و بزرگ‌ترها او را عضوی از خانواده خود بدانند.

متأسفانه، برخی مبلغین، با وجود ساکن شدن در مناطق تبلیغی، ارتباطی رسمی و خط‌کشی شده با مردم دارند. هرچه ارتباط مبلغ با مردم صمیمانه‌تر، متواضعانه‌تر و همراه‌تر باشد، پیام تبلیغی او تأثیرگذارتر خواهد بود.

این نکاتی بود که باید مبلغین محترم رعایت کنند تا اثربخشی پیام‌های تبلیغی آنها به شکل قابل توجهی افزایش یابد. ان شاء الله با رعایت این اصول، شاهد تأثیرگذاری بیشتر تبلیغ دینی در جامعه خواهیم بود.

ما امروز در یک مواجهه و رویارویی بی‌پرده با دشمن صهیونیستی و نظام استکباری قرار گرفته‌ایم. طبیعتاً ماه محرم امسال باید حال و هوای متفاوتی داشته باشد. شرایط امروز، شرایطی خاص و ویژه است که باید مورد توجه قرار گیرد.

در این راستا، نکاتی را محضر شما سروران عزیز و ارجمند عرض خواهم کرد.

بحث من ناظر به مخاطبین تبلیغ است؛ نکاتی که باید مورد توجه مبلغین محترم قرار گیرد تا بتوانند تبلیغی مؤثرتر داشته باشند. همان‌طور که استحضار دارید، در عرصه تبلیغ ما با دو دسته روبه‌رو هستیم: علل و معلول‌ها.

همواره جنگ با معلول‌ها خسته‌کننده، کم‌اثر و فرسایشی است. مسئله اصلی این است که مبلغ باید به علت‌ها توجه کند؛ جنگ با علت‌ها و ریشه‌ها، تأثیر ماندگارتری دارد و انسان را به مطلوب خود می‌رساند.

در همین راستا، استاد حضرت امام، آیت‌الله العظمی شاه‌آبادی (رضوان‌الله تعالی علیه) در ابتدای کتاب "شذرات المعارف" بیان می‌فرماید که: "مدتی است جمعی از مؤمنین گرد هم نشسته و درباره برخی آسیب‌ها و امراض اجتماعی بحث می‌کنند، از جمله ضعف جامعه

در مسائل مختلف مانند حجاب و نماز. اما تمام این موارد معلول هستند. ما باید به جنگ علت‌ها برویم، ببینیم علت این آسیب‌ها چیست و بر آن‌ها تمرکز کنیم."

یک مبلغ مؤثر باید جهت‌گیری خود را به سمت ساخت‌ها تنظیم کند، نه صرفاً اعلان‌ها و گفتارها. در جهت‌گیری اعلانی، مبلغ تنها به سخنرانی و ارائه احکام بسنده می‌کند، اما اثربخشی آن محدود است. اما اگر جهت‌گیری اعمالی و ساختی در تبلیغ لحاظ شود، تأثیر تبلیغ چندین برابر خواهد شد.

در عرصه ساخت‌ها، ما با چند دسته مواجه هستیم:

- انسان‌سازی (تأثیرگذاری بر افراد و ساخت شخصیت‌ها)
- جماعت‌سازی (ایجاد گروه‌های مؤمن و هم‌جهت)
- نهادسازی (توسعه مساجد، هیئات، جلسات قرآن و شبکه‌های دینی)
- جبهه‌سازی (اتصال جریان‌های مختلف به یکدیگر برای تشکیل یک جبهه واحد در برابر دشمن)
- جامعه‌سازی و تمدن‌سازی (ایجاد تحول در جامعه بر اساس ارزش‌های دینی و اسلامی)

در این شرایط، امکان تحقق تمامی این ساخت‌ها به‌صورت هم‌زمان وجود ندارد، بنابراین مبلغ باید اولویت‌بندی کند.

امروز، ما در یک مواجهه و مبارزه مستقیم با رژیم غاصب صهیونیستی قرار گرفته‌ایم. از ابتدای انقلاب اسلامی، آزادی‌خواهان سراسر دنیا و جمهوری اسلامی ایران همواره بر لزوم مقابله با این رژیم تأکید داشته‌اند. اینک، شرایطی فراهم شده که رژیم صهیونیستی خود، نسبت به ما تعرض کرده است.

این رژیم، بدون هیچ دلیل، به خاک ما، فرماندهان، دانشمندان و مردم بی‌گناه ما حمله کرده است. با این اقدام، حجت بر ما تمام شد و شرایطی پدید آمد که ما در وضعیت جهاد و مجاهدت با این رژیم سفاک قرار گرفتیم.

امروز، مبلغین باید شرایط میدان تبلیغ را به میدان جهاد تبدیل کنند. در این راستا، مسئله "جبهه‌سازی" از مهم‌ترین اقداماتی است که مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) بر آن تأکید دارند.

مقام معظم رهبری می‌فرمایند: "دشمن نه یک جبهه، بلکه جبهه‌های متعدد در برابر ما ایجاد کرده است. جبهه اقتصادی، جبهه امنیتی، جبهه دفاعی، جبهه فرهنگی و جبهه‌های دیگر. ما نیز باید در برابر دشمن، جبهه‌سازی کنیم."

همچنین تأکید دارند که کار فردی پاسخ نمی‌دهد. در مدل تبلیغی ما، اگر هر فردی بخواهد به‌صورت شخصی اقدام کند، اثربخشی آن محدود خواهد بود. حتی یک اقدام جمعی کوچک نیز کفایت نمی‌کند.

ما باید حرکت فردی را به حرکت جمعی و حرکت جمعی را به یک حرکت جبهه‌ای تبدیل کنیم. تنها با ایجاد یک جبهه منسجم می‌توان در برابر دشمن ایستادگی کرد و تاب‌آوری و ضربه‌پذیری دشمن را کاهش داد.

در نهایت، تبلیغ باید در میدان مجاهدت تعریف شود. سه سطح از جهاد وجود دارد:

۱. جهاد اکبر (مبارزه با نفس و تزکیه درونی)

۲. جهاد کبیر (مبارزه فرهنگی و تبیین حقایق در برابر دشمنان)

۳. جهاد اصغر (مبارزه نظامی در برابر دشمنان اسلام و ملت‌ها)

با توجه به شرایط امروز، تبلیغ باید با تمرکز بر جهاد کبیر و تبیین حقایق در میدان جنگ رسانه‌ای و فرهنگی صورت گیرد. مبلغین باید با تمام توان، در جبهه مقابله با تبلیغات دشمن حضور داشته باشند و راهکارهای مؤثری برای هدایت جامعه به سوی اهداف الهی و اسلامی ارائه دهند.

شرایطی که امروز با آن مواجه هستیم، شامل سه لایه از جهاد است: ما باید الزامات جهاد اکبر را فراهم کنیم، چراکه این جهاد زیرساخت جهاد کبیر و جهاد اصغر محسوب می‌شود. همچنین لازم است مقدمات جهاد کبیر را به‌عنوان زیربنای جهاد اصغر فراهم کنیم. در نهایت، باید الزامات جهاد اصغر را نیز مدنظر قرار دهیم.

جهاد اکبر؛ دو سطح فردی و جمعی

جهاد اکبر فردی شامل دو بعد است:

۱. جهاد اکبر از ناحیه ضعف، که در آن فرد از آسیب‌ها پرهیز می‌کند، اجتناب می‌ورزد و خود را حفظ می‌کند تا در معرض خطر قرار نگیرد. این نوع جهاد، شکلی از کف‌نفس و خودداری برای جلوگیری از سقوط در آسیب‌های اجتماعی، فکری و فرهنگی است.

۲. جهاد اکبر از ناحیه قوت، که در آن فرد از میدان خارج نمی‌شود، بلکه خود را در میدان حفظ می‌کند. در این نوع جهاد، فرد باوجود حضور در معرض خطر، با ایجاد صیانت فردی، از آسیب دیدن خود جلوگیری می‌کند.

در جهاد اکبر جمعی نیز دو بعد مطرح است:

۱. بعد ضعف، که شامل ایجاد اجتماعات مؤمنانه است. این اجتماعات به‌عنوان بخشی از جهاد اکبر، ارزشمند و تأثیرگذار هستند، اما تأثیر آن‌ها اعتباری است.

۲. بعد قوت، که شامل جماعت‌سازی است. جماعت از اجتماع متفاوت است؛ جماعت دارای دو رکن اساسی است: امام و امت. اگر بتوان در میدان جهاد اکبر یک جماعت واقعی ایجاد کرد که همچون نماز جماعت، همه افراد در مسیر امام خود حرکت کنند، اقتدا و فرمان‌برداری داشته باشند، آنگاه این جهاد اکبر جمعی، قدرت عظیمی پیدا خواهد کرد.

«وَلَوْ أَنَّ أَهْلَ الْقُرَىٰ آمَنُوا وَاتَّقَوْا لَفَتَحْنَا عَلَيْهِم بَرَكَاتٍ مِّنَ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ»

در شرایطی که تقوای جمعی جماعت حقیقی و جماعت‌سازی حقیقی اتفاق می‌افتد امتی شکل می‌گیرد، در اقتدا به امامی در اقتدا به ولی‌ای در اقتدا به راهبری با یک هدف و با یک آرمان مشخصی اراده‌های جمعی شکل می‌گیرد

حکما یک تعبیری دارند می‌گویند که وقتی که صورت معلوم در جان عالم متبّع می‌شود اثر تکوینی دارد یعنی وقتی که شما نسبت به یک امری به یک غایتی به یک هدفی علم پیدا می‌کنید اون هدف و اون غایت در وجود شما یک اثر تکوینی می‌گذارد و به تعبیر مرحوم ملاصدرا این معلومی که در صورت عالم ایجاد هویت می‌کند یک اثر ایجاد اراده می‌کند بعد این اراده تبدیل به یک عزم می‌شود، این عزم در عضلات انسان تجلی پیدا می‌کند، بعد حرکت ایجاد می‌کند

لذا خیلی اوقات که مثلاً گفته می‌شود؛ من اراده فلان کار رو ندارم. می‌فرمایند به جهت اینکه شما هدفتان رو گم کردید، غایتتان رو گم کردید، راهبرتان رو گم کردید. وقتی هدف، غایت و راهبری دچار خدشه می‌شود علم انسان به غایت تعلق نمی‌گیرد، اراده‌ها تضعیف می‌شوند، هم اراده‌های فردی و هم اراده‌های جمعی.

امروز، نیاز داریم که یک اراده جمعی را در حوزه تبلیغی خود ایجاد کنیم. همه مردم باید به این باور برسند که در نابودی اسرائیل سهم دارند و نقشی ایفا می‌کنند.

این امر در جهاد اکبر شکل می‌گیرد؛ بخشی از آن ناظر به فکر است، که شامل تقویت باورها و اعتقادات مردم درباره سنت‌های الهی و تحقق وعده‌های خداوند می‌شود. همچنان که امیرالمؤمنین (ع) در میانه نبرد، اعتقادات و اصول توحیدی را برای نیروهای خود تبیین کردند، تا باورهای آنان را تقویت کنند.

ایمان، معنویت و ذکر و توسل نیز در جهاد اکبر نقش اساسی دارند. مردم باید باور داشته باشند که عامل اصلی قدرت ما، ایمان و توکل به خداوند است. ذکر، توسل و تجمعات مؤمنانه موجب افزایش باور، استقامت و قدرت مقابله در برابر دشمن خواهد شد.

گفتمان‌سازی و جریان‌سازی یکی دیگر از ضرورت‌های این میدان است. مردم نباید از مشارکت در این جهاد محروم شوند؛ هر فرد باید نقشی در نابودی اسرائیل ایفا کند. مشارکت می‌تواند در حوزه‌های مختلف صورت گیرد:

- مشارکت مالی برای حمایت از جبهه مقاومت
- مشارکت جسمی در کمک‌رسانی، بازسازی و امدادسانی

- مشارکت امنیتی از طریق حمایت از نیروهای دفاعی و امنیتی

- تقویت روحیه رزمندگان با ارسال نامه‌ها و پیام‌های حمایتی

در دوران دفاع مقدس، یک نامه‌ی کودک به یک رزمنده، تأثیرات معنوی بزرگی داشت. امروز نیز باید کودکان، نوجوانان و جوانان را در این مسیر مشارکت داد.

محرم امسال؛ ماه اقدام، حرکت و مبارزه

محرم امسال، یک محرم متفاوت است. دیگر صرفاً ماه منبر، روضه، اشک و آه نیست؛ محرم امسال، ماه اقدام، حرکت، مبارزه و مجاهدت است.

مبلغین باید در حوزه‌های تبلیغی خود، شرایط جهادی و انقلابی را فراهم کنند تا بتوانند مردم را برای ایستادگی و مقابله با دشمن آماده سازند.

انشاءالله در این برهه حساس تاریخی، بتوانیم رسالت و وظیفه خود را به بهترین شکل ممکن انجام دهیم.

و السلام علیکم و رحمه الله و برکاته.