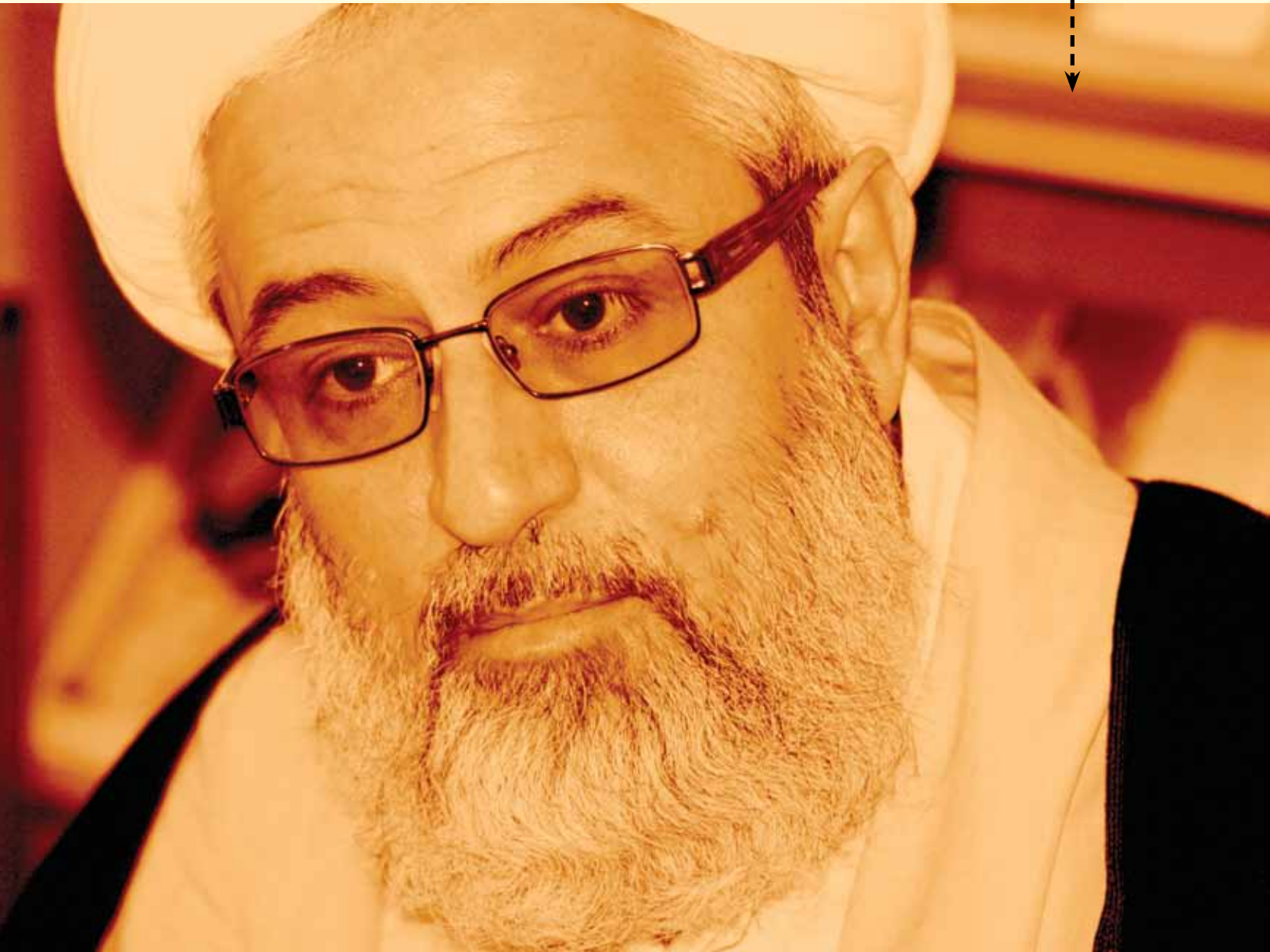


# تبلیغ یعنی تجسم هیأت توحید در فعل

گفتگویی با حجت الاسلام و المسلمین استاد عابدینی



اشاره

حجت الاسلام والمسلمین محمدرضا عابدینی از مبلغان موفق نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه‌هاست. وی در سال ۱۳۶۰ پس از طی مراحل مقدمات علوم حوزوی در تهران، وارد حوزه علمیه قم شد و از آن پس، تا سال‌ها از محضر بزرگانی که صاحب مانده‌های آسمانی بوده و هستند، استفاده نمود.

وی در سال ۱۳۶۶ به امر علامه آیت‌الله حسن حسن‌زاده آملی دام‌ظله‌العالی به درس ایشان راه یافت و دروس مختلفی را در محضر ایشان آموخت. همچنین از سال ۱۳۶۸ تا سال ۱۳۸۶ محضر عرشی عبد الهی حضرت آیت‌الله العظمی بهجت فومنی رحمته‌الله در دروس خارج فقه و اصول را درک نمود. نیز در حدود بیست و سه سال از درس و بحث آیت الله ممدوحی کرمانشاهی دام‌ظله‌العالی بهره‌مند شد.

استاد عابدینی سال‌هاست که در حوزه علمیه قم به تدریس علوم عقلی و نقلی به‌ویژه مباحثی که در تبیین افکار بلند موحد کبیر و مفسر شهیر آیت‌الله العظمی علامه سید محمدحسین طباطبایی رحمته‌الله است، اشتغال دارد و تا کنون توفیق بر تدریس مؤلفات قویم آن نادر دوران از جمله تفسیرالمیزان، رسائل توحیدیه و الانسان و ... یافته است. حسن خلق، تواضع و فروتنی مثل‌زد استاد عابدینی و آراستگی ایشان به دو بال علم و عمل، جلوه زیبایی از توفیق در نشر معارف ناب اسلامی و تبلیغ آموزه‌های حیات‌بخش الهی را، در وجود ایشان به نمایش می‌نهد.

اینک با سپاس از برادر ارجمند آقای جعفر دیرباز در فراهم‌آوری این دیدار، مشروح گفتگوی خود با استاد حجت الاسلام والمسلمین عابدینی را تقدیم مخاطبان فرهیخته معارف می‌کنیم.

معارف

**معارف** در ابتدا لطفاً بفرمایید مهم‌ترین ویژگی‌های تبلیغ در دانشگاه را چه می‌دانید؟ از نظر شما تبلیغ در دانشگاه (برای دانشجویان و استادان) و تبلیغ در مساجد (برای عامه مردم) چه تفاوت‌هایی با هم دارند؟

■ به طور قطع، اصل تبلیغ چنان که معلوم است، شغل انبیاست؛ انسان جا پای انبیا می‌گذارد. مخاطب تبلیغ هم همه مردم هستند و قطعی است و شک و شبهه‌ای در آن نیست. اما تبلیغ گاهی تخصصی‌تر می‌شود و به این لحاظ ممکن است کودک، نوجوان، جوان، بزرگسال و استاد دانشگاه و حتی هنرمند را نیز شامل شود و هر کدام از اینها قطعاً زبان، رفتار و علوم خاصی را می‌طلبد. البته بهتر است ما تبلیغ را تخصصی کنیم و در کنار آن - برای جلوگیری از دچار شدن به حالت انتزاعی و دور نشدن از حالت واقع‌گرایی - دوره عمومی تبلیغ را نیز برگزار نماییم؛ این باعث می‌شود تا مبلغ کلی‌نگری‌اش قوی شود و ارتباط و نیازهای عمومی و تخصصی را بهتر بشناسد. لذا روحانی در عین حال که باید با اقشار مختلف ارتباط داشته باشد، اما باید سعی کند اکثر وقت و ارتباطش را با یک قشر خاص و به صورت تخصصی بگذراند تا آثار بیشتری داشته باشد.

جوان حساسیت‌های خاصی دارد. این حساسیت‌های ویژه، حساسیت‌های خود جوان و دورانی است که او به پرسش‌ها و شک‌هایی رسیده است. نگاه دقیق جوان به رفتار و گفتار ما، حساسیت مسئله را خیلی زیاد می‌کند. رابطه با جوان، در حالی که جاذبه‌های زیادی دارد، حساسیت‌های خیلی زیادی هم دارد؛ یعنی تک تک رفتارهای ریز و درشت ما، زیر ذره‌بین نگاه جستجوگر اوست. البته انسان حرف و کارش زمانی که با قشر جوان است، هدر نمی‌رود؛ چون لوح پاک و آماده جوان و قابلیت دریافت او برای پذیرش حرف حق، بسیار زیاد است. از این سو نیز اگر کسی فعالیت خوبی داشته باشد، چیزی از دست نمی‌دهد؛ اما این را هم باید بداند که مرحوم علامه طباطبایی رحمته‌الله در تفسیر شریف المیزان، جلد ششم ذیل عنوان «ادب انبیاء»، بیان زیبایی دارند که می‌فرمایند: تبلیغ یعنی این که هیأت توحید در فعل مجسم شود. با این توضیح که هیأت توحید در فعل انبیاء رحمته‌الله متجلی می‌شود؛ یعنی تمام وجود، رفتار و آدابشان بیان توحید بود، و اگر خدای تبارک و تعالی می‌خواست در فعل مجسم شود، در ظهور فعلی، فعل انبیاء می‌شد. به عبارت دیگر اگر اراده، فعل و حقیقت خدا می‌خواست تجسم پیدا کند، به صورتی که به چشم بیاید و دیده شود، فعل انبیاء می‌شد؛ لذا فعل انبیاء هیأت التوحید است و اگر حواشی و حد و حدود عالم ماده از افعال انبیاء انتزاع شود، اراده خدا می‌شود؛ و این نگاه در انبیاء، تبلیغ است.

علامه پس از اینکه فرمود تبلیغ یعنی هیأت توحید در فعل مجسم شود، می‌فرماید: وقتی قرار است توحید در فعل تجسم پیدا کند و آداب از آن حقایق حکایت کند، کسی که می‌خواهد تبلیغ کند باید به تبلیغ و چیزی که می‌خواهد بیان کند، ایمان داشته باشد. یعنی اگر به آن شک داشته باشد و معتقد تام نباشد، ناخود آگاه آن شک و تردید را به مخاطبش منتقل می‌کند. پس القائات ما فقط القائات کلامی نیست. ما گاهی فکر می‌کنیم القائات تنها کلامی است، لذا ممکن است کلامی را هم که باور نداریم، در منبر یا تدریس و یا ... ، بگوییم و بگذریم! هم علم امروز و هم علم الهی بر این دلالت می‌کند که یک وجود، یک واحد است؛ یعنی کلام، رفتار و حقایق وجودی‌اش یک واحد است. این واحد تنها با کلام ارتباط برقرار نمی‌کند، بلکه با تمام وجودش رابطه برقرار می‌کند و تشعشعات وجودی او در القاء انرژی‌های مثبت و منفی از وجودش به حقیقت مخاطب فقط در ناحیه کلام نیست بلکه همه اینها به معتقداتش منتقل می‌شود. پس اگر این‌گونه است، باید به تبلیغی که انجام می‌دهیم، ایمان داشته باشیم و همچنین به چیزی که بیان می‌کنیم عمل کنیم. ما باید با این نگاه به تبلیغ وارد شویم؛ یعنی نخواهیم علم خود را به رخ مخاطب بکشیم و دائماً چیزی را به عنوان باور به دیگری القا کنیم که در وجود خود آن را تکذیب می‌کنیم. خیلی از درس‌های ما این‌گونه است که رشد و اثری از آنها محقق

بهرتر است ما تبلیغ را تخصصی کنیم و در کنار آن - برای جلوگیری از دچار شدن به حالت انتزاعی و دور نشدن از حالت واقع‌گرایی - دوره عمومی تبلیغ را نیز برگزار نماییم؛ این باعث می‌شود تا مبلغ کلی‌نگری‌اش قوی شود و ارتباط و نیازهای عمومی و تخصصی را بهتر بشناسد. لذا روحانی در عین حال که باید با اقشار مختلف ارتباط داشته باشد، اما باید سعی کند اکثر وقت و ارتباطش را با یک قشر خاص و به صورت تخصصی بگذراند تا آثار بیشتری داشته باشد.

نمی‌شود! چرا این همه کلاس درس و بحث ما اثر نمی‌گذارد و یا کم اثر است؟! برای این است که گاهی این اعتقاد در خود گوینده محقق نشده است. مثالی بزنم: شب قدری بود که قصد نمودیم به جلسه یکی از اولیای الهی برویم و فارغ از قیل و قال در خدمت ایشان باشیم. برای من جالب بود که بدانم ایشان شب بیست و سوم ماه مبارک رمضان، چه می‌فرماید و در کنار آن دعاها، چه صحبتی می‌کند؟ ایشان برخلاف انتظار، ساده‌ترین بحثی که به نظر من و شما می‌آید و در ظاهر هیچ نکته علمی دقیقی هم نداشت، بیان کرد؛ اما آن قدر این حرف، با این که چیز جدیدی نبود، با باور همراه بود که به وضوح تأثیر خودش را در نفوسی که آنجا بودند، می‌گذاشت. حرف، ساده بود اما از روی باور محقق می‌شد؛ این می‌شود تبلیغ. امام خمینی ره نیز با مردم، به بیان ساده سخن می‌گفت و به ظاهر ساده‌ترین مسائل را بیان می‌کرد، اما در اعماق جانشان نفوذ می‌نمود، چون باورمند به گفته‌هایش بود. قرآن کریم نیز نگاهش این گونه است؛ قرآن دقیق‌ترین معانی را در ساده‌ترین بیان‌ها ارائه می‌کند، به طوری که هر کسی آن را در مرتبه خودش می‌فهمد و استفاده می‌کند. پیامبر اعظم صلی الله علیه و آله فرمودند: «إِنَّا مَعَاشِرَ الْأَنْبِيَاءِ أَمْرُنَا أَنْ نَكَلِمَ النَّاسَ عَلَى قَدْرِ عُقُولِهِمْ»<sup>۱</sup> نه «علی قدر عقولنا»؛ یعنی ما انبیاء با مردم به قدر عقلشان - نه به قدر عقل خودمان - صحبت می‌کنیم. لذا در روایت هم داریم که انبیاء هیچ‌گاه به اندازه خود با مردم صحبت نکردند، چون کثرت مردم در آن حد نبوده است. البته چنانکه اشاره شد، مطالب هم وقتی ساده بیان می‌شود باید از یک عمقی نشأت بگیرد؛ لذا علامه طباطبایی رحمته الله علیه می‌گوید وقتی که انبیاء می‌فرمودند «نَكَلِمَ النَّاسَ»، «کلم» در حقیقت جرح، جرات و اثر گذاشتن است و «نَكَلِمَ النَّاسَ عَلَى قَدْرِ عُقُولِهِمْ» یعنی تأثیر خود را بر مردم می‌گذاریم. به فرمایش علامه آیت الله حسن‌زاده آملی حفظه‌الله اگر ملاحظه‌ای، شیخ طوسی، ابن سینا و بزرگترین‌های هر علم هم کنار یکدیگر جمع شوند، باز این آیه صادق است که «هُوَ الَّذِي بَعَثَ فِي الْأُمَمِينَ رُسُلًا مِنْهُمْ»<sup>۲</sup> چون همه این علماء نسبت به حقایقی که حضرت ختمی صلی الله علیه و آله دارد، امی حساب می‌شوند. پس ما باید وقتی به مخاطبان نگاه می‌کنیم، صرفاً به این فکر نکنیم که او از چه چیزی خوشش می‌آید، یا چه چیزی باعث می‌شود که نگاه او نسبت به من خوب شود؛ بلکه باید ببینیم که چه چیزی برای او لازم است، و به آن نیاز دارد و من خود به چه چیزی متأدب هستم که وقتی بیان می‌کنم به درد او می‌خورد و وجود من بیان مرا تکذیب نکند. اگر چه در گفتار باید از جایی شروع کرد که نیاز مردم است و آنها خود را محتاج به آن می‌بینند؛ مثلاً خدای تعالی برای جذب موسی علیه السلام در

وقتی که به همراه خانواده و سرمایه‌اش که گله و گوسفندان بود، از نزد شعیب پس از سال‌ها به سمت مصر از بیراهه برمی‌گشت - چون هنوز تحت تعقیب بود - و راه را گم کرده بود در حالی که شب و سرما و باران و رعد و برق به او رسیده بود و همسرش نیز وقت زایمانش بود و احتیاج شدیدی به آتش داشت تا هم خود را از سرما حفظ کند و هم علامتی باشد که راه را بیابد و ...، خدای تعالی با آتش بر او جلوه کرد و وقتی موسی به سمت آتش حرکت نمود، خداوند او را به پیامبری مبعوث کرد؛ که نقطه جذب، نیاز موسی علیه السلام یعنی آتش بود.

### معارف شما تأثیر ارتباط با جامعه هدف را در تبلیغ، در چه حد می‌دانید؟

■ در تبلیغ به این نکته باید توجه کرد که قرآن بعضی فرمایشاتش را مکرر تکرار می‌کند، چون تکرار، اثرگذار است. این مسئله در جریان ارتباطات و در وعظ و خطابه، مؤثر است. بحث این نیست که ما بخواهیم صرفاً القای معارفی کنیم و بگذریم؛ اگر معارف بخواهد تنها القا شود، خودش حجاب می‌شود. پس این مسئله به‌خصوص برای مبلغان و اساتید معارف اسلامی، مورد توجه است. اصل غایت و غرض از تبلیغ، ایجاد رابطه است؛ و در نظام باطنی رابطه شدیدتری ایجاد می‌شود تا نظام ظاهری و الفاظ. بنا براین مبلغ باید نسبت به کسی که برای او تبلیغ می‌کند، دلسوزی هم داشته باشد؛ یعنی خود را در رابطه‌ای ببیند که جامعه هدف را از خود و مثل فرزندان خود بداند؛ همان طور که خدا به پیغمبر صلی الله علیه و آله خطاب می‌کند که «لَعَلَّكَ بَاخِعٌ نَفْسِكَ أَلَّا يَكُونُوا مُؤْمِنِينَ»<sup>۳</sup> یعنی با تمام وجودش نسبت به اینها دلسوز باشد.

در این صورت تبلیغش هم اثربخش می‌شود. پذیرش قشر جوان که هنوز معارضات در وجودش نقش نبسته، یا اگر معارضی هم هست خیلی سطحی است نه ریشه‌دار، بیشتر و بهتر است. خیلی راحت اگر حرفی از دل برآید بردل جوان می‌نشیند. من همیشه می‌گویم اگر تأثیرگذاری ما کم است، مقصر ما هستیم، نه جوانان ما. من بسیاری از دانشجویان دانشگاه‌های علوم انسانی، پزشکی، فنی و ... را دیده‌ام و با آنها محسوس بوده‌ام؛ واقعا الواح وجودشان خیلی پاک و آماده است. البته اگر ما آن نگاه پیغمبرانه «لَعَلَّكَ بَاخِعٌ نَفْسِكَ أَلَّا يَكُونُوا مُؤْمِنِينَ»<sup>۴</sup> و نگاه پرستارانه را داشته باشیم؛ یعنی اگر هم موقعی دردی می‌بینیم، به عنوان تکلیف به درمانش برسیم.

مبلغان عزیز باید اگر حتی برای جوان کاری از دستشان بر نمی‌آید، حداقل سعی کنند گوش شنوایی برای آنها باشند. با همین گوش کردن دلسوزانه، جوان را همراه می‌کنند؛ و اگر گوش می‌کنند، سنگ نباشند بلکه در حقیقت سنگ صبوری باشند که «يَتَفَجَّرُ مِنْهُ الْأَنْهَارُ»<sup>۵</sup>. یعنی مبلغ باید با مخاطب خود هم‌نوایی داشته باشد؛ که

علامه پس از این بیان، می‌فرماید: کسی که می‌خواهد تبلیغ کند باید به تبلیغ و چیزی که می‌خواهد بیان کند، ایمان داشته باشد. یعنی اگر به آن شک داشته باشد و معتقد تام نباشد، ناخود آگاه آن شک و تردید را به مخاطبش منتقل می‌کند. پس القائات ما فقط القائات کلامی نیست. ما گاهی فکر می‌کنیم القائاتمان تنها کلامی است، لذا ممکن است کلامی را هم که باور نداریم، در منبر یا تدریس و یا ...، بگوییم و بگذریم! هم علم امروز و هم علم الهی بر این دلالت می‌کند که یک وجود، یک واحد است؛ یعنی کلام، رفتار و حقایق وجودی‌اش یک واحد است. این واحد تنها با کلام ارتباط برقرار نمی‌کند، بلکه با تمام وجودش رابطه برقرار می‌کند و تشعشعات وجودی او در القاء انرژی‌های مثبت و منفی از وجودش به حقیقت مخاطب فقط در ناحیه کلام نیست بلکه همه اینها به معتقداتش منتقل می‌شود. پس اگر این‌گونه است، باید به تبلیغی که انجام می‌دهیم، ایمان داشته باشیم و همچنین به چیزی که بیان می‌کنیم عمل کنیم.



مبلغان عزیز باید اگر حتی برای جوان کاری از دستشان بر نمی آید، حداقل سعی کنند گوش شنوایی برای آنها باشند. با همین گوش کردن دلسوزانه، جوان را همراه می کنند؛ و اگر گوش می کنند، سنگ نباشند بلکه در حقیقت سنگ صبوری باشند که «يَتَفَجَّرُ مِنْهُ الْأَنْهَارُ». یعنی مبلغ باید با مخاطب خود هم‌نوایی داشته باشد؛ که همین خود اثر می شود. خیلی از جوانان می گویند همین که ما توانستیم با روحانی‌ای درد دل کنیم، آزاد و راحت شده‌ایم. بی گمان موانع‌شان که برداشته شد، علاقه آنها به روحانیت نیز مضاعف می شود؛ لذا در این صورت اگر شما حرف دیگری نیز به مخاطب جوان خود بزنید، می پذیرد. یعنی گوش کردن شما مقدمه‌ای می شود برای پذیرش بعدی مخاطب. بنابراین تبلیغ حوصله می خواهد.

سوق می‌دهد که هر چه تبلیغ و ارتباط نزدیک‌تر باشد، تأثیر بیشتری دارد. علامه آیت‌الله حسن‌زاده آملی دام‌ظله‌العالی می‌فرمودند: تأثیرگذاری درسی که القا می‌شود برای کسی که روبروی استاد نشسته با کسی که مقابل او نیست، متفاوت است. یعنی کسی که روبروی استاد نشسته جوری مطلب را می‌گیرد که کسی که کنار او نشسته آن‌گونه مطلب را دریافت نمی‌کند. اینها همه در القائات خیلی مؤثر است؛ اینکه برای مثال حضرت نبی ختمی صلی الله علیه و آله نگاهشان را تقسیم می‌کردند به گونه‌ای که به کسی نظر نمی‌دوختند بلکه نگاه خود را می‌چرخاندند، برای تأثیرگذاری نگاه بوده است.

صدرالدین قونوی از عرفای بزرگ و شاگرد بلافضل محی‌الدین عربی است و خیلی حرف‌هایش هم متفن است. ایشان در کتاب شرح اربعین حدیث‌اش بیان جالبی دارد؛ او می‌گوید اعمال انسان در هم، تأثیر و تأثرشان خیلی شدید است، به طوری که ما اعمال صالح زیادی داریم اما اعمال ناصالح مان مثل غل و زنجیر اینها را نگه می‌دارند به طوری که این‌ها از وجود ما تجاوز نمی‌کنند و نمی‌توانند ما را عروج دهند. بعد می‌گوید من در مکاشفه و مشاهده دیدم کسی را که اعمال صالح زیادی داشت اما اعمال ناصالح وجودی‌اش اینها را در غل و زنجیر کرده و هیچ توفیقی برایش محقق نمی‌شد و گشایشی انجام نمی‌شد؛ اما دیدم در مجالستی که او با بزرگی برقرار کرد و در کنارش نشست، بدون اینکه حرف و کلامی رد و بدل شود یک دفعه آن اعمال ناصالح که غل و زنجیر بر اعمال صالح او بودند، باز شدند و این اعمال صالح او بعد از مدت‌ها که در وجودش متراکم شده ولی قدرت ابراز نداشتند، شکفته گشتند و یک‌دفعه باب مشاهدات و مکاشفات به روی او باز شد، به طوری که او خود هم نمی‌دانست علتش چیست! اما در حقیقت این مجالست اسباب انتقال آن حقیقت را فراهم کرده بود.

از این روی است که به ما گفته‌اند بروید و در نزد علما بنشینید و با ایشان مجالست و ارتباط داشته باشید؛ چون اصل ارتباط حتی بدون اتکالی کلامی نیز محقق می‌شود. لذا ما اگر در تبلیغ به این مطلب باور داشته باشیم، موفق خواهیم بود. باب مشافهه و ارتباط چهره به چهره، چه در منبر و چه در گفتار تک به تک، و رفتن به اِتاق‌های بچه‌های دانشجو، بسیار مؤثر است. مگر نمی‌گوییم که پیامبر «طَيِّبٌ دَوَّارٌ طَيِّبٌ» بودند و ایشان و دیگر انبیاء در دل

همین خود اثر می‌شود. خیلی از جوانان می‌گویند همین که ما توانستیم با روحانی‌ای درد دل کنیم، آزاد و راحت شده‌ایم. بی‌گمان موانع‌شان که برداشته شد، علاقه آنها به روحانیت نیز مضاعف می‌شود؛ لذا در این صورت اگر شما حرف دیگری نیز به مخاطب جوان خود بزنید، می‌پذیرد. یعنی گوش کردن شما مقدمه‌ای می‌شود برای پذیرش بعدی مخاطب.

بنابراین تبلیغ حوصله می‌خواهد و این‌گونه نیست که برویم و برگردیم و یک سخنرانی نیز بکنیم. من خودم موافق این تبلیغات یک جلسه‌ای نیستم که پروم و صرفاً یک ساعت سخنرانی کنم و برگردم؛ البته نمی‌گویم که کاملاً بی‌اثر است. اگر جایی برای یک سخنرانی دعوت شوم، معمولاً می‌گویم نمی‌آیم، بلکه اگر شرایطی فراهم شود که بتوانم دو/سه روز با جوان‌ها بنشینم و حشر و نشر داشته باشم، می‌روم؛ چون که باید آن سخنرانی بهانه‌ای شود برای ایجاد رابطه مؤثر تبلیغی.

**معارف** با توجه به فرصت زمان محدود تبلیغی مبلغان در دانشگاه، شیوه مؤثر ارتباط‌گیری ایشان با دانشجویان و استادان چگونه باید باشد؟ در مجموع شیوه‌های بایسته تبلیغ در دانشگاه و محیط‌های ویژه جوانان را توضیح فرماید.

با این نگاهی که از علامه خدمتان عرض کردم، که رابطه فقط کلامی نیست بلکه القائات وجودی هم همراهش هست، ما را به این سمت

مشکل می‌رفتند. ما مبلغان نباید منتظر باشیم که دیگران سراغ ما بیایند، بلکه ما باید دنبال بهانه باشیم که پیش آنها برویم. روایتی از حسین بن علی علیه السلام داریم که می‌فرماید: «اعلموا أنَّ حَوَائِجَ النَّاسِ إِلَيْكُمْ مِنْ نِعَمِ اللَّهِ عَلَيْكُمْ فَلَا تَمْلُوا النَّعْمَ فَتَتَحَوَّلَ إِلَى غَيْرِكُمْ؛ بدانید هر نیازی که از مؤمنی به شما می‌آید باب نعمت رحمتی از خدای تبارک و تعالی به سوی شماست که اگر به آن اعتنا کردی این رحمت در درون شما جای گیر می‌شود و اگر اعتنا نکردی خدا باب رحمت و نعمتش را از شما تغییر می‌دهد و به دیگری می‌رساند.» لذا باب نعمت و رحمت ارتباط با دیگران و رفع حاجت مؤمنان - که این باب خیلی وسیع است - از حاجات معنوی، روحی، دینی، مالی، جسمی و خلاصه به هر شکلی که امکان داشته باشد، همه را شامل می‌شود. قطعاً در نگاه ارتباطی‌های حضوری، این باب وسیع‌تر و نعمت و رحمت وسیع‌تری برای انسان ایجاد می‌شود. اگر ما قدر این مهم را بدانیم، در تبلیغ، بر خدای تبارک و تعالی و افرادی که به خاطر آنها تبلیغ می‌رویم، منت که نمی‌گذاریم، تازه منت هم می‌کشیم که خدا به واسطه آن‌ها باب رحمت خود را بر ما باز کرده است.

در برخورد مشافه‌ی و رو در رو و چهره به چهره، انسان می‌تواند با تمام وجودش تجلی کند و روی طرف مقابل تأثیر بگذارد و البته تأثیر هم بپذیرد. ما باید حواسمان باشد تبلیغ، فقط این نیست که تأثیر بگذاریم، بلکه تأثیر پذیرفتن هم لازم است؛ چون هر کسی ولو آنهایی که برایشان تبلیغ می‌کنیم، کمالات و خصوصیات خوبی دارند، برخی صفای باطنی دارند که انسان با نشست و برخاست با آنها لذت می‌برد. ما در تبلیغ و ارتباطات، همیشه خودمان را تنها مؤثر نبینیم بلکه متأثر هم ببینیم و آمادگی آن را داشته باشیم که بتوانیم کمالات دیگران را هم در خود ایجاد کنیم. اما آنجایی که فقط من صحبت می‌کنم، یا جایی که نوار من پخش می‌شود، یا در دنیای مجازی - که آن هم کمال خودش را دارد - این تأثیرات محقق نمی‌شود. بنا براین در ارتباطها، نگاه نکنیم که جمعیت مخاطب و تعداد آنها کم است یا زیاد! گاهی خدای تبارک و تعالی در این ارتباط به ظاهر کم عده و عده، چنان تأثیری می‌گذارد که این خود باب عظیمی می‌شود برای اثرگذاری بر روی جمعیت عظیمی از دیگران.

آقای پنهان نقل می‌کرد که من خدمت مقام معظم رهبری عرض کردم که «آقا! من - به خاطر توفیقی که خدا داده - می‌توانم جلسات چند هزار نفری تشکیل بدهم و امکانش برایم فراهم است و امکان آن هم هست که با چند نفر ارتباط نزدیک مشافه‌ی و رو در رو و مستمر داشته باشم؛ با توجه به اینکه تحقق هر دو با هم برایم امکان پذیر نیست، کدام را ترجیح می‌دهید؟ معظم له فرمودند: این سؤال ندارد، معلوم است که این ارتباط نزدیک مشافه‌ی و رو در رو و مستمر، قطعاً ترجیح دارد.» یعنی مقام معظم رهبری این مسئله را اصلاً بدیهی گرفته بودند. ما نگاهمان معمولاً کمی است و اگر جایی

را می‌خواهیم ترجیح دهیم، گاهی این گونه ترجیحات کمی و وجه ترجیح، در ذهنمان می‌آید؛ اما خدای تبارک و تعالی، آنجا که اخلاص باشد و لو تعداد مخاطبان زیاد نباشد را بهتر می‌پسندد؛ «قَلِيلٌ يَدُومُ خَيْرٌ مِنْ كَثِيرٍ مُنْقَطِعٌ». در تبلیغ باید این ملاک‌ها را داشته باشیم که مشافه‌ی قلیل و يدوم که ارتباط مستمر با عده خاصی است، قطعاً آثارش ماندگارتر است از آن کثیر لايدوم، که آثار و بقایش هم به همان اندازه یک جلسه‌ای است که برقرار شد. بنابراین ارتباطات مشافه‌ی قطعاً تأثیر گذارتر است؛ هر چند از روش‌ها و ارتباط‌های دیگر هم نباید غافل شد و باید از همه ابواب رحمت حق استفاده کرد. در روایات این مضمون وارد شده است که شیطان گاهی عمل خوب‌تر را جلوی انسان قرار می‌دهد تا او را از عمل خوب با دوام و مستمر خود به خاطر آن، دست بردارد. این برای ابلیس مهم است که آن استمرار و همت و عزم، شکسته شود؛ حتی اگر به قیمت انجام دادن عمل خوبتر باشد!

**معارف** اشاره فرمودید که مبلغ موفق می‌تواند تأثیر هم بگیرد؛ با توجه به تجربه‌های مفیدی که حضرت تعالی در امر تبلیغ دارید، منابع توانمندسازی و به روزرسانی مستمر - به اصطلاح منابع بالینی و در دسترس دائم مبلغ - و پویایی یک مبلغ موفق را چه می‌دانید؟  
 در این باره، نکته‌ی خیلی جالبی را از روش مقام معظم رهبری عرض کنم؛ البته ایشان در مباحث تبلیغ، مستوفی بیاناتی فرموده‌اند، اما نکته‌ای را که عرض می‌کنم، در مصاحبه رییس ستاد مشترک ارتش خواندم که گفت: اولین باری که با مقام معظم رهبری برخورد کردیم و در دل ما نشست، حدود سال ۱۳۶۰ بود که ایشان به عنوان نماینده رهبری در شورای عالی دفاع، آمدند و با افسران و امیران ارتش ملاقاتی داشتند. آنجا ارتشیان، به رسم و سنت ارتش، یک سلام نظامی به آقا دادند و توقع ما هم این بود که ایشان هم مطابق با سنت روحانیانی که دیده بودیم، یک ایدکم‌الله یا جمله‌ای این چنینی برای ما بگویند و دستی به سینه بگذارند و تشکری کنند. اما وقتی سلام نظامی دادیم و دست‌ها را به عنوان خبردار بالا بردیم، ایشان هم همان‌طور در جواب ما یک سلام نظامی خیلی زیبا دادند، که چون با زبان ما با ما حرف زدند، یک دفعه احساس کردیم ایشان ما را خوب می‌شناسند و از اینجا در دل ما جا گرفت. یعنی آن ارتباط مؤثر ایجاد شد، چون زبان آنها را خوب می‌فهمید و با زبان خودشان با آنها حرف زد. ببینید این چقدر نکته ساده ولی عمیقی است؛ خیلی ساده است یعنی با زبان قوم با آن‌ها حرف زد. ما وقتی به جمع جوان‌ها وارد می‌شویم باید بدانیم اینها یک زبان خاصی دارند؛ باید حواسمان باشد که زبان آن‌ها را بشناسیم و با آن سخن بگوییم نه با زبان و ادبیات خاص آخوندی برای جوانان صحبت کنیم و توقع هم داشته باشیم آنها به راحتی بپذیرند و بین ما هم انس ایجاد شود.

علامه حسن‌زاده آملی می‌فرمودند: تأثیرگذاری درسی که القا می‌شود برای کسی که روبروی استاد نشسته با کسی که مقابل او نیست، متفاوت است. یعنی کسی که روبروی استاد نشسته جوری مطلب را می‌گیرد که کسی که کنار او نشسته آن‌گونه مطلب را دریافت نمی‌کند. اینها همه در القائات خیلی مؤثر است؛ اینکه برای مثال حضرت نبی ختمی صلی الله علیه و آله نگاهشان را تقسیم می‌کردند به گونه‌ای که به کسی نظر نمی‌دوختند بلکه نگاه خود را می‌چرخاندند، برای تأثیرگذاری نگاه بوده است. در برخورد مشافه‌ی و رو در رو و چهره به چهره، انسان می‌تواند با تمام وجودش تجلی کند و روی طرف مقابل تأثیر بگذارد و البته تأثیر هم بپذیرد. ما باید حواسمان باشد تبلیغ، فقط این نیست که تأثیر بگذاریم، بلکه تأثیر پذیرفتن هم لازم است؛ چون هر کسی ولو آنهایی که برایشان تبلیغ می‌کنیم، کمالات و خصوصیات خوبی دارند.

به بعضی از نامه‌های امیرمؤمنان علی علیه السلام که خطاب به مالک یا بعضی از نمایندگان ایشان است، نظر کنید که به این مضمون می‌فرماید: شما وقتی به جایی می‌روید سعی کنید آنچه را از آداب و رسوم آنها که با مبانی منافات ندارد، بپذیرید و در برخورد با مردم این آداب و رسوم را تغییر ندهید بلکه از همان‌ها استفاده کنید؛ یعنی نیایم یک قالب ثابتی را در درون خودمان قرار دهیم و هر جا که می‌رویم بخواهیم طبق این قالب رفتار و سخن بگوییم. برخی برای خود یک شکل از سخنرانی تعریف و تعبیه می‌کنند و وارد هر جمعی که می‌شوند، چه مطابق باشند و چه نباشند، همان قالب و شکل ثابت را پیاده می‌کنند. در حالی که باید ببینیم آنجا این قالب برایشان مناسب و مفید است یا نه. چه بسا لازم باشد فی البداهه قالب سخن ما تغییر کند و یا حتی محتوا نیز تغییر کند؛ که بسیار پیش می‌آید که انسان به جمعی می‌رود و می‌بیند این شرایط الان با اینها سازگار نیست و گفتش شاید اصلاً صلاح نباشد.

### معارف انتظارات به جایی که یک مبلغ دانشگاهی می‌تواند از نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه و یا از ریاست و محیط و فضای دانشگاه داشته باشد، چیست؟

■ ما می‌توانیم دو نگاه داشته باشیم: یک موقعی این که مثلاً ما در دورانی هستیم که همه شرایط برای تبلیغ ما غیرمساعد است؛ در اینجا باز دست مبلغ بسته نمی‌شود و ارتباطش با دانشجویان، هر چند در دورانی مثل اصلاحات، به هر سختی‌ای که باشد، باید برقرار شود. اگر همه شرایط علیه ما باشد، باز باب ارتباط بسته نمی‌شود.

دیگر در زمانی است که این مسئله تا حدودی مورد توجه مسئولان است. در اینجا باید دید چه امکانات ساده‌ای می‌تواند برای تحقق امر مهم تبلیغ، تأمین شود. حساب کنید که یک روحانی با اختیار و افتخار، به سختی و با تحمل مشقت‌های رفت و آمد، برای تبلیغ در دانشگاهی حاضر می‌شود؛ در این صورت باید رعایت کرامت او که اختیاراً به این امر مبادرت ورزیده است، بشود و حداقل امکانات اولیه زندگی برای او فراهم گردد؛ هر چند روحانیون مبلغ ما آن قدر اخلاص دارند و نجیب هستند که در سخت‌ترین شرایط هم، ابراز نیاز نمی‌کنند. اگر قدری امکانات برای او فراهم‌تر باشد، آن دانشگاه خواهد دید چقدر استفاده این نیرو بهتر می‌تواند باشد. نباید اقامت مبلغ میهمان را در بدترین جای ساختمان قرار داد و چنانکه دیده و شنیده شده، بعضاً متأسفانه در اطاقکی متروکه



رابطه‌ام با دانشجویان رابطه پدر، فرزندی است و با اساتید محترم رابطه برادری. احترام اساتید دانشگاه را کاملاً باید رعایت کرد؛ یعنی اگر جایی برای اساتید صحبت می‌کنم، من صندلی خود را از بالا، بر می‌دارم و می‌گذارم نزدیک اساتید و رعایت شأن و جهت علمی آنها را می‌کنم. تا اینکه او احساس نکند که من می‌خواهم از یک موضع بلند و بالا با او صحبت کنم. به همین جهت جلسات بحمدالله اثر می‌گذارد. اگر دقت کرده باشید وقتی که افراد مختلف به ملاقات رهبر معظم انقلاب می‌روند، جلوس ایشان متفاوت است؛ یک موقعی بالا می‌نشینند، یک موقعی هم پایین می‌نشینند. در حقیقت رفتار باید خیلی حساب شده باشد.

در کنار دستشویی‌ها و یا آشپزخانه بیاندازند! این روحانی اعزامی شاید هرگز چیزی نگوید و سالیانی بیاید و برود و دم بر نیآورد، اما باید دانست که هر کس شاید از نظر بدنی تحمل این سختی را نداشته باشد. اگر کمی امکانات اولیه رفاهی برای مبلغان فراهم‌تر باشد، مدت زمان و حجم استفاده از این روحانی - اگر حتی تنها نگاه کالایی و اقتصادی به او کنیم نه نگاه انسانی - بیشتر می‌شود و برآیند کارش بهتر می‌گردد.

البته رعایت کرامت یک روحانی، به معنای اختصاص امتیازی نسبت به سایر نیروها و یا دانشجویان نیست. نه غذای اختصاصی می‌خواهند، نه جای گرم و نرم و ویژه‌ای می‌خواهد؛ اما حد اقل یک امکانات اولیه‌ای می‌خواهد، در همان حد که اگر مسئول نهاد خودش می‌خواست به جای آن مبلغ قرار گیرد، احساس کند برایش قابل تحمل است، نه بیشتر. باید دانست که هیچ چیز مثل تبلیغ، آدم را شرح صدر نمی‌دهد. سخنرانی همه‌اش عزت و احترام است، اما در تبلیغ سختی و فشار و ابتلا و تحمل کردن و دم بر نیآوردن است. واقعا تبلیغ شرح صدر می‌دهد؛ ولی خیلی‌ها هم نمی‌توانند این وظیفه سنگین را به دوش بکشند و البته نباید از همه توقع داشت. من شش سال برای تبلیغ به دانشگاهی می‌رفتم، بنده خدایی بعد از من به آنجا رفت. وقتی مرا دیده بود، گفت: شما اینها را خراب کرده‌ای! شما در یک اتاقی زندگی می‌کردی که شش نفر دیگر هم آنجا بوده‌اند؛ هر وقت جا بوده به اطاق می‌آمدی و هر وقت جا نبود نمی‌رفتی! یا اگر غذا بوده می‌خوردی و اگر نبود هیچی نمی‌گفتی! خلاصه آمد و داد و فریاد کرد که شما کار را خراب کرده‌ای و مقصر هم شمای! گفت من تحمل این شرایط را ندارم، شما خراب کرده‌ای و من نمی‌توانم تقاضایی داشته باشم چون تو هیچ حرفی نمی‌زدی و سکوت تو به معنای فراهم بودن شرایط آنجا برای مبلغ بود. من دیدم که راست می‌گوید. آدم باید حواسش باشد که گاهی شرح صدرش هم باعث جسارت به دیگران و به زحمت افتادن آنها نشود.

کسی آمد خدمت امام صادق علیه السلام امام به او اعتنایی نکرد! طرف خیلی ناراحت شد؛ گفت آقا من خطایی کردم؟ امام فرمود: تو وقتی با کاروان از کوفه به مدینه می‌آمدی هر جایی که قافله منزل می‌کرد گوسفند می‌کشتی و همه را اطعام می‌کردی. در این قافله کسان دیگری هم بودند که آبرو و عزت داشتند اما آنها کمتر از کار تو می‌توانستند انجام دهند. چون تو این طور اشرافی پذیری می‌کردی و آنها این طوری نمی‌توانستند، حقشان ضایع شده است. آنها شیعیان ما بودند و در این مسئله با فعل تو تحقیر شدند. این باعث شده که ما از تو روی برگردانیم. آن مرد گفت:

من متوجه نبودم. حضرت فرمود: اگر متوجه بودی که اصلاً قبول نمی‌کردیم. از مسائل رفاهی که بگذریم، این مسئله مهم است که گاهی یک مبلغ به دیار خود برگشته است ولی مقدمات رابطه دانشجویان با او را دیگر ایجاد نمی‌کنند؛ این حیف است. یا یک روحانی توان دارد که برای اساتید آن دانشگاه، جلسه بگذارد ولی گاهی مسئولان نهاد از این مهم غفلت می‌کنند. اینها کارهایی است که مسئول نهاد دانشگاه، اگر کمی دلسوز باشد بایستی پیگیری نماید. برای مثال در جریان مبارزه با یکی از فرقه‌های منحرف فعال در دانشگاه به نام «عرفان حلقه یا کیهانی» که در آن زمان در سیستم علمی بعضی اساتید دانشگاه تأثیر گذاشته بود و فشار بر مدیریت برخی از دانشگاه‌ها بود برای دادن کرسی علمی برای مطرح شدن ایده‌های رهبر این فرقه، با تدبیر نهاد دانشگاه شهید بهشتی، جلساتی در نقد افکار آن شخص برای دانشجویان و به ویژه برای بعضی شاگردان آن شخص برگزار کردم و بعد از مدتی منجر به مناظره بنده با رهبر آن فرقه در آن دانشگاه شد، که پس از آن، این مشکل کاملاً حل شد و بساط آن در آنجا جمع گردید؛ و اقلاً فشار ظاهری آن گروه برداشته شد. البته بعداً پشت پرده جریان آن گروه و رهبرش، کاملاً آشکار و برملا شد که لایه‌های بسیار جدی تر و خطرناکی داشت.

**معارف** تجربه‌های تبلیغی امثال حضرت عالی، برای دیگر مبلغان، به ویژه مبلغان جوان، راهگشا و تأثیرگذار است. مستدعی است برای حسن ختام، از تجربه خاص تبلیغی خود بر ایمان بفرمایید.

■ من با دوستان دانشجو که ارتباط برقرار می‌کنم، حقیقتاً نگاهم به آنها مثل نگاه به فرزندان خودم هست. همین هم باعث شده که هنوز اکثر ارتباطات ما محفوظ بماند. رابطه‌مان با دانشجویان رابطه پدر، فرزندی است و با اساتید محترم رابطه برادری است. احترام اساتید دانشگاه را کاملاً باید رعایت کرد؛ یعنی اگر جایی برای اساتید صحبت می‌کنم، من صندلی خود را از بالا، بر می‌دارم و می‌گذارم نزدیک اساتید و رعایت شأن و جهت علمی آنها را می‌کنم. تا اینکه او احساس نکند که من می‌خواهم از یک موضع بلند و بالا با او صحبت کنم. به همین جهت جلسات بحمدالله اثر می‌گذارد. اگر دقت کرده باشید وقتی که افراد مختلف به ملاقات رهبر معظم انقلاب می‌روند، جلوس ایشان متفاوت است؛ یک موقعی بالا می‌نشیند، یک موقعی هم پایین می‌نشیند. در حقیقت رفتار باید خیلی حساب شده باشد. ما باید یک زیرکی‌ها، رعایت‌ها و سادگی‌هایی را داشته باشیم. این است که مثلاً وقتی دانشجویان به اتاقی من می‌آیند، چون می‌خواهند بروند معمولاً جلو می‌روم و کفش‌هایشان را جفت می‌کنم؛ یا وقتی در دانشگاه حرکت می‌کنم تقریباً بدون استئنا در سلام کردن بر دانشجویان سبقت می‌گیرم. یک دانشجویی بعد از چند سال به من می‌گفت حاج آقا خاطره‌ای که در این سال‌ها از شما برای ما مانده این است که بر ما در سلام

کردن سبقت می‌گرفتی. می‌بینید که خاطره این عمل برایش مانده است. آنچه که اعمال است مانده است، اما حرف‌های ما شاید خیلی‌هاش نمانده باشد. این رابطه عملی باعث می‌شود که نگاه حسنی داشته باشد؛ که این نگاه حسن نسبت به روحانیت، نجات دهنده است و برای مخاطب ملکه‌ای در وجودش ایجاد کرده باشد در حالی که ممکن است به حرف‌ها تفصیلاً هم توجه نداشته باشد.

لذا من عرض می‌کنم که اگر ما با علمان با دانشجویان و با اساتید حرف بزیم، ماندگار است و آنهایی که حرف‌های ماست بعضی‌هاش فراموش می‌شود. پس سعی کنیم که توجه اصلی‌مان در تبلیغ به اعمال و رفتارهای عملی‌مان باشد. مرحوم علامه خیلی زیبا در جواب این پرسش که چرا دین این قدر به رفتار و اعمال اهمیت می‌دهد؟ می‌فرماید چون دین نمی‌آید اعتقادات را بیان کند بعد عملی را بر آن مترتب کند بلکه عملی را بیان می‌کند بعد اعتقادی را بر آن مترتب می‌سازد. چون مردم در مرتبه عملند با صورت‌ها و اعمال مرتبطند، شما اعتقاد را به او داده‌اید وقتی که در مرتبه عمل می‌رسید آن عمل سابق با این اعتقادی که شما به او داده‌اید، نزع می‌کند؛ لذا می‌بینید که دیگر عمل جدیدی محقق نمی‌شود، با این که می‌داند خوب است. دین از عمل شروع می‌کند چون می‌داند چیزی که نماز عشا است عمل است، لذا باید با یک عمل با او نزع کرد تا قدرت نزع داشته باشد لذا به عمل این قدر پرداخته شده است. ما هم باید در تبلیغمان با این نگاه عملی و نهادینه کردن اعمال و ارتباطاتمان با دانشجویان و اساتید و قشر جوان، رابطه برقرار کنیم؛ که این اثرگذار است. بنابراین فکر و اعتقاد هم اثر دارد، ولی اعتقادی که با عمل گره خورده باشد و به عمل رسیده باشد.

دیگر اینکه ما باید در تبلیغ از یک جایی شروع کنیم که برای مخاطب حساسیت برانگیز نباشد؛ یعنی به حساسیت‌ها دامن نزنیم.

**معارف** از حسن توجه و عنایت حضرت عالی به معارف، سپاسگزاریم. ■ بنده هم از شما تشکر می‌کنم.

پی‌نوشت‌ها:

۱. الکافی، ج ۱، کتاب العقل و الجهل، ص ۲۴.
۲. جمعه/۲.
۳. شعرا/۳.
۴. همان.
۵. بقره/۷۴.
۶. نهج البلاغه، خطبه ۱۰۸: و من خطبة له عليه و هي من خطب الملاحم، و منها في ذكر النبي ﷺ.
۷. مستدرک الوسائل ج: ۱۲، ص: ۳۶۹، ح ۱.
۸. غرر الحکم، باب متفرقات اجتماعی، ح ۱۱۰۸۲.

اگر ما با علمان با دانشجویان و با اساتید حرف بزیم، ماندگار است و آنهایی که حرف‌های ماست بعضی‌هاش فراموش می‌شود. پس سعی کنیم که توجه اصلی‌مان در تبلیغ به اعمال و رفتارهای عملی‌مان باشد. مرحوم علامه خیلی زیبا در جواب این پرسش که چرا دین این قدر به رفتار و اعمال اهمیت می‌دهد؟ می‌فرماید چون دین نمی‌آید اعتقادات را بیان کند بعد عملی را بر آن مترتب کند بلکه عملی را بیان می‌کند بعد اعتقادی را بر آن مترتب می‌سازد. چون مردم در مرتبه عملند با صورت‌ها و اعمال مرتبطند، شما اعتقاد را به او داده‌اید وقتی که در مرتبه عمل می‌رسید آن عمل سابق با این اعتقادی که شما به او داده‌اید، نزع می‌کند؛ لذا می‌بینید که دیگر عمل جدیدی محقق نمی‌شود، با این که می‌داند خوب است.