

اهمیت نقش تبلیغی طلاب و آسیب غفلت از آن در کلام رهبری

پریوش بهشتی‌نژاد^۱

چکیده

در این تحقیق به موضوع تبلیغ طلاب از دیدگاه رهبری پرداخته شده و از مجموع چندین سخنرانی رهبر معظم انقلاب که بعضی در دیدار با طلاب سراسر کشور و بعضی در دیدار با طلاب استان خاصی بوده، داشته و در هر جلسه مطالب مختلفی را با توجه به شرایط موجود بیان داشته‌اند، استفاده کردم. رهبر معظم انقلاب در مورد تبلیغ، تأکیدات فراوانی داشته که به امر تبلیغ بپردازند؛ از جمله اینکه در کنار تبلیغ نباید از دروس حوزه غافل شد و مهم‌تر از همه اینکه در این راه باید حلم و صبوری به خرج داد، از توصیه‌های مورد تأکید وی می‌باشند.

مسئله تبلیغ و جایگاه طلاب در شرایط حال به خصوص بعد از جریان انقلاب اسلامی نقش پررنگ‌تری پیدا کرده و در زمان حاضر تبلیغ از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و دشمنان از راه‌های ارتباطی و هنری سعی دارد هم جایگاه علماء و طلاب را خدشه‌دار کند و هم اینکه جوانان و نوجوانان را با انواع شبهه از دین اسلام دور کند.

آنچه در این تحقیق به آن دست یافته‌ام این است که در این مسیر، باید حواسمان باشد که میراث‌دار انبیاء و علماء در طول تاریخ بوده و تبلیغ، اولویت اول حوزه علمیه می‌باشد که وظیفه دارد شرایط لازم را برای این امر مهیا کند و در راستای تربیت مبلّغ تلاش کند. البته نباید درس را فراموش کرد یا آن را به حاشیه برد و آن را دست کم گرفت. همچنین لازم است طلاب گرامی با توجه به شناخت مخاطب و ظرفیت لازم برای هر جایی، مواد لازم را به کار ببرند تا تبلیغ او مؤثرتر واقع گردد.

هدف از این مقاله این است که ارزش و جایگاه طلبه بودن و تبلیغ را بهتر متوجه بشویم و عدم غفلت باعث نشود که فریب دشمن را بخوریم و جوانان را با انواع ترفند منحرف کند و بتوانیم خودمان را تقویت کرده و با همت بیشتری به امر مقدس تبلیغ بپردازیم.

کلیدواژه: تبلیغ - طلاب - رهبری - دشمن

۱- طلبه سطح دو حوزه علمیه حضرت زینب (سلام‌الله علیها) شهر دهدشت

مقدمه

تبلیغ از امور بسیار مهم است و جایگاه بسیار بالایی برخوردار است که اگر دین خدا توسط انبیاء تبلیغ نمی‌شد، دستورات و دین الهی در بین مردم جاری نمی‌شدند. بعد از انبیاء این وظیفه به عهده اهل بیت (ع) و بعد از آن بر عهده علماء می‌باشد که وارث و جانشین انبیاء معرفی شده‌اند.

تبلیغ، علاوه بر رساندن پیام‌های خداوند به مردم، سبب بیداری و آگاهی مردم و مبارزه با جهل و نادانی و از بین بردن نقشه‌های دشمن می‌شود که می‌خواهد مردم در جهل و ناآگاهی به سر ببرند و بتواند بر آنها حکومت کند. دشمن ارزش و جایگاه این کار را از زمانی که متوجه شده است، تلاش کرد که ابتدا علماء را به طور جسمانی از میان مردم بردارند ولی وقتی نقشه‌های آنها نگرفت، سعی کردند که به جایگاه آنها ضربه بزند تا هم آنها را از دید مردم بیندازند و هم قدرت تبلیغ را کم‌اثر یا بی‌اثر کنند.

امروزه این وظیفه طلاب است که از این امر غافل نشوند و آمادگی کامل برای پاسخ دادن به شبهات و بیداری مردم به خصوص جوانان و نوجوانان داشته باشند. همچنین لازم است که به علم روز مسلط بوده و در این راه صبور باشند. علاوه بر پاسخ به شبهات لازم است که صحنه را بشناسند تا بتوانند به دشمن حمله کرده و اهداف دشمن را از بین ببرند.

رهبر معظم انقلاب در مورد تبلیغ، در سخنرانی‌های مختلفی در طول این چند سال که با طلاب داشتند، تأکیدات فراوانی داشته که به امر تبلیغ پردازند؛ از جمله اینکه در کنار تبلیغ نباید از دروس حوزه غافل شد و مهم‌تر از همه اینکه در این راه باید حلم و صبوری به خرج داد. همچنین تأکید بسیار دارند که باید تبلیغ اولویت اول حوزه‌های علمیه باشد و مقدمات لازم برای این کار را فراهم کند و در راستای تربیت مبلغ قوی، برنامه‌ریزی مناسبی داشته باشد.

در این مقاله سعی شده است که ارزش و جایگاه تبلیغ در کلام رهبر معظم انقلاب و هم چنین نتایج بسیار بدی که بر اثر تبلیغ نکردن یا غفلت از تبلیغ ممکن است گریبانگیر دین شود، پرداخته شود. این مسئله آن قدر مهم است که رهبر انقلاب آن را اولویت اول حوزه عملیه می‌دانند و در سخنرانی‌های مختلف به آن اشاره داشتند. در ضمن توصیه‌ها و نصیحت‌های مختلف، تأکید بر این داشتند که اینگونه نباشد که فقط به درس خواندن اکتفاء شود و یا این که صرفاً تبلیغ انجام بگیرد. بلکه باید هر دو را در کنار هم داشت تا تبلیغ مؤثر واقع شود.

معنای کلمه تبلیغ

کلمه تبلیغ، در لغت به معنای «رسانیدن پیغام و عقاید دینی با وسایل ممکنه»^۲ و در اصطلاح به معنای «رسانیدن شرع و دین خدا به مردم»^۳ می‌باشد. کلمه «تبلیغ» با کلمه «وصال» و «ایصال» معنی نزدیکی دارد. در زبان عربی در خیلی موارد، ظرافت‌ها و لطایفی هست که اینها را ما مثلاً در زبان فارسی خودمان - با اینکه زبان شیرین و وسیعی است - نمی‌بینیم. در فارسی در مورد هر دوی اینها کلمه «رسیدن» و «رساندن» به کار برده می‌شود ولی در زبان عربی «ایصال» را به جای «ابلاغ» نمی‌شود به کار برد و «ابلاغ» را هم نمی‌توان به جای «ایصال» به کار برد. «ایصال» معمولاً در مورد رساندن چیزی به دست کسی است یا در حوزه کسی است یعنی در مورد امور جسمانی و مادی به کار می‌رود. اگر کسی بخواهد پاکتی را به شخص دیگری برساند، در اینجا کلمه «ایصال» را به کار می‌برند. یا اگر کسی پیش ما امانتی دارد (امانت مادی) و ما این امانت را به او برسانیم، اینجا می‌گویند امانت را به صاحبش «ایصال» کرد.

ولی «ابلاغ» در مورد رساندن یک فکر و یا یک پیام است. یعنی در مورد رساندن چیزی به فکر و روح و ضمیر و قلب کسی به کار می‌رود. لهذا محتوای «ابلاغ» نمی‌تواند یک امر مادی و جسمانی باشد، حتماً یک امر معنوی و روحی است، یک فکر و یک احساس است و به عبارت دیگر معمولاً «ابلاغ» را در مورد پیام‌ها و سلام‌ها و امثال اینها به کار می‌برند. می‌گویند: ابلاغ پیام کرد، ابلاغ سلام کرد. وقتی که ابلاغ پیام می‌کنند یعنی فکری را، پیغامی را به دیگران می‌رسانند و هنگامی که ابلاغ سلام می‌کنند، ابلاغ احساسات می‌کنند، ابلاغ عشق می‌کنند. در مورد چنین چیزهایی کلمه «تبلیغ» و «ابلاغ» به کار می‌رود.^۴

بر پایه ضرورت یادشده، خداوند متعال کسانی را از جنس بشر که در پرتو وحی از مقاصد و مرادهای او آگاه و متصف به صفات و اسمای او هستند، در میان مردم برانگیخته و رسالت تبلیغ دین و تعلیم و تزکیه مردم را بر دوش ایشان نهاده است. اینان همان رهبران الهی و و حجت‌های خداوند متعال بر مردم هستند که شامل پیامبران و جانشینان آنها می‌شود. پرورش‌یافتگان مکتب انبیاء و امامان معصوم علیهم‌السلام یعنی فقهاء و عالمان دینی نیز در طول تاریخ، رسالت خطیر تبلیغ را عهده‌دار بوده‌اند. از این‌رو خداوند متعال

۲- لغت نامه دهخدا ج ۱ ص ۶۹۳

۳- فرهنگ فقه مطابق مذهب اهل بیت علیهم‌السلام ج ۲ ص ۳۴۳

۴- حماسه حسینی شهید مطهری ص ۳۰۳ با کمی تغییر

در قرآن کریم از مؤمنان می‌خواهد از میان هر قومی، برخی برای تفقه در دین و آموختن علوم دینی به مراکز علمی کوچ کنند و پس از کسب توانمندی‌های لازم علمی و عملی به سوی قوم خود بازگردند و به انداز آنان - که همان تزکیه و تعلیم است - بپردازند.^۵

لذا پیامبران خدا همه مبلّغ هستند ولی همه مشرّع نیستند. به همین خاطر پیغمبران خدا دو دسته‌اند: ۱- پیغمبرانی که هم مشرّع هستند و هم مبلّغ ۲- پیغمبرانی که فقط مبلّغ هستند. پیغمبران مشرّع یعنی پیغمبران قانونگذار که تعدادشان خیلی کم است و جمعاً پنج نفر هستند؛ حضرت نوح، حضرت ابراهیم، حضرت موسی، حضرت عیسی و حضرت محمد (علیهم‌السلام). اینکه بیان شده ۱۲۴ هزار پیغمبر آمده‌اند، هر پیغمبری برای بشر قانون نیآورده است و آنها که قانون آوردند محدود هستند. سایر پیغمبران مبلّغ پیامی بودند که پیغمبران مشرّع آوردند و اینها را باید پیغمبران تبلیغی باید گفت.^۶

اهمیت و جایگاه تبلیغ در کلام رهبری

مسئله تبلیغ، یکی از مسائل اساسی در حیات اجتماعی است و مخصوص یک دوره نیست. تبلیغ که از آن در قرآن به «بلاغ»، «بیان»، «تبیین» و از این قبیل تعبیر شده است، یکی از وظایف مقدّس، وظیفه انبیا، وظیفه علماء، وظیفه متفکّران و دانایان و مصلحان است. تبلیغ، یعنی رساندن. رساندن چه؟ رساندن آن حقایقی که اذهان و دل‌های مخاطبان که بدون آن، دچار خسارت خواهند شد. این است که ارزش تبلیغ را بالا می‌برد. تبلیغ، یک جنبه انسانی دارد. تبلیغی که اسلام به آن امر می‌کند و علمای اسلام و روحانیت شیعه، در طول تاریخ به آن پایبند بوده‌اند، وظیفه‌ای است که هم جنبه الهی دارد - «لَتُبَيِّنَنَّاهُ لِلنَّاسِ وَ لَاتَكْتُمُونَهُ»^۷ - هم جنبه انسانی دارد؛ چون دستگیری از دل‌ها و ذهن‌ها و انسان‌هایی است که دچار عدم علم، دچار شک و دچار جهالتند. به این وظیفه، باید با این چشم نگاه کرد. مبدا کسی این‌طور تصوّر کند که با بودن رادیو و تلویزیون و ویدئو و این وسایل امروزی، دیگر منبر چه نقشی دارد؟ تبلیغ دین چه نقشی دارد؟ نه؛ آن تأثیری که گفتار یک انسان در یک مجلس - روبه‌رو، با گزینش مخاطبین، با انتخاب مطلب لازم - در ذهن مخاطبین می‌گذارد، به کلی با هر نوع تبلیغ دیگر متفاوت است. این، نوع تبلیغی

۵- توبه / ۱۲۲: وَ مَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنْفِرُوا كَافَّةً فَلَوْ لَا نَفَرَ مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِنْهُمْ طَائِفَةٌ لِيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَ لِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ

۶- حماسه حسینی شهید مطهری ص ۳۰۴

۷- آل عمران / ۱۸۷

است که برکاتِ الهی با آن هست؛ آثار مواجهه انسانی در آن هست. بسیار مهم است. همین حضور روحانی در جمع‌های مختلف مردم و استفاده از منبر دین و تبلیغ، یکی از مهم‌ترین ابزارها و نعمی است که خدای متعال در اختیار شما قرار داده است. برای خدا و در راه خدا، باید حداکثر و بهترین استفاده را از آن بکنید.^۸

امروز وظایف حوزه‌های علمیه با گذشته تفاوت‌های زیادی کرده است. حوزه علمیه فقط برای اقامه جماعت نیست. منبر رفتن به صورت سنتی هم اگر محتوای عالی و پُر مغزی نداشته باشد، کافی نیست. امروز شما ببینید وسایل تبلیغ در دنیا چقدر متنوع شده؛ این طرف دنیا یک نفر جوان پای یک دستگاه کوچک می‌نشیند و افکار، تصورات، تخیلات، پیشنهادهای فکری و پیشنهادهای عملی را از سوی هر کسی - بلکه هر ناکسی - از آن طرف دنیا دریافت می‌کند. امروز اینترنت و ماهواره و وسایل ارتباطی بسیار متنوع وجود دارد و حرف، آسان به همه جای دنیا میرسد. میدان افکار مردم و مؤمنین، عرصه کارزار تفکرات گوناگون است. امروز ما در یک میدان جنگ و کارزار حقیقی فکری قرار داریم. این کارزار فکری به هیچ وجه به زیان ما نیست؛ به سود ماست. اگر وارد این میدان بشویم و آنچه را که نیاز ماست - از مهمات تفکر اسلامی و انبارهای معارف الهی و اسلامی - بیرون بکشیم و صرف کنیم، قطعاً بُرد با ماست؛ لیکن مسئله این است که ما باید این کار را بکنیم.^۹

ارزش تبلیغ توسط طلاب

برای همه هم خطر فدا شدن منافع و از جمله فنا شدن جان هست. یک وقت در جنگ است، یک وقت در حوزه علمیه است، یک وقت شهید اول و ثانی است، یک وقت در میدان سیاسی است، یک وقت در میدان پیشرفت‌های اجتماعی است، یک وقت در انقلاب عظیمی مثل این انقلاب الهی است، یک وقت به خاطر تبیین حقایق دینی است - مثل شهید مطهری و شهید بهشتی - هر وقت یک اقتضایی دارد. امروز هم شهادت این مرد^{۱۰} سرافراز سعادت‌مند، این عنصر پاک و صادق که پیروز به دست سیاه‌روترین عناصر و نفرین‌شده‌ترین دست‌ها و چهره‌ها و دل‌ها به شهادت رسید، همین‌طور بود. او انسان صادق و ذاکر و خاشع و با اخلاصی بود که برای خدا کار می‌کرد و در دوران جنگ و بعد از جنگ وظیفه خود را انجام داد. این راه ادامه دارد. چه کسی این دستگاه را، این حرکت را، این قافله پویا را زنده نگه می‌دارد؟ مبلغان که در رأس آنها پیامبران الهی و اولیا و صلحا بودند.

۸- سخنرانی رهبر انقلاب در تاریخ ۱۳۷۷/۰۲/۰۲

۹- دیدار با طلاب کرمان ۱۳۸۷/۰۲/۱۱

۱۰- منظور «امیر سپهبد علی صیاد شیرازی» است که در روز ۱۳۷۸/۰۱/۲۱ به دست منافقین کوردل به شهادت رسید.

مبّلع، با زبان خود، با دل خود، با جان خود، با روح خود، با همّت خود و با روشن بینی خود حرکت می کند ... انقلاب هم همین طور پیروز شد. بیشتر شما جوانان، آن روزها را درک نکرده اید. آن روزها هم مبّلعان دینی - همین طلبه های بی نام و نشان و بی ادعا و بی توقّع - رفتند اطراف عالم اسلام را، اطراف کشور را، روستاها را، شهرها را، مسجدها را، محلات را، داخل خانه ها را روشن کردند. هر جا رفتند، چراغی از آن خورشید فروزانی که مرکز همه این شعاع ها بود - یعنی امام بزرگوار ما؛ و او خود شعله ای از خورشید فروزان اباعبدالله الحسین علیه الصّلاه والسلام بود - روشن کردند و همه جا نورباران شد. دلها که روشن شد، جانها که آگاه شد، جسم ها و زبان ها به حرکت می افتد و اراده ها کار می کند. امروز هم همین طور است، فردا هم همین گونه است؛ منتها در هر زمانی، هنر مبّلع دین این است که مخاطب را با آنچه که نیاز اوست، آشنا کند. بنابراین، نیاز زمانه را باید شناخت.^{۱۱}

من در بین فرمایش های حضرت ابی عبداللّه الحسین علیه الصّلاه والسلام - که هر کدام نکته ای دارد و من به شما عزیزان عرض می کنم که به منظور بیان گفتارهای گویا و روشنگر برای مردم، از کلمات این بزرگوار باید حداکثر استفاده بشود. آن حضرت فرمود: «اللّهُمَّ إِنَّكَ تَعْلَمُ أَنَّهُ لَمْ يَكُنِ الَّذِي كَانَ مِنَّا مُنَافِسَةً فِي سُلْطَانٍ وَ لَا التَّمَّاسَ شَيْءٌ مِنْ فُضُولِ الْحَطَامِ»؛ پروردگارا! این حرکتی که ما کردیم، این قیامی که ما کردیم، این تصمیمی که بر این اقدام گرفتیم، تو میدانی که برای قدرت طلبی نبود. قدرت طلبی برای یک انسان نمی تواند هدف واقع شود. نخواستیم زمام قدرت را در دست گیریم. برای منال دنیوی هم نبود که چرب و شیرین زندگی را به کام خودمان برسانیم و شکمی از عزا درآوریم؛ مال و ذخیره ای درست کنیم و ثروتی به هم بزنیم. برای اینها نبود. پس برای چه بود؟ ایشان چند جمله فرموده است که خط و جهت ما را ترسیم می کند. در همه ادوار تبلیغ اسلام، اینها جهت است. «وَلَكِنْ لِنَرِدَ الْمَعَالِمَ مِنْ دِينِكَ»؛ پرچم های دین را برای مردم برافراشته کنیم و شاخص ها را به چشم آنها بیاوریم ... امام حسین علیه السلام هدف اول خود را این قرار می دهد: «وَلَكِنْ لِنَرِدَ الْمَعَالِمَ مِنْ دِينِكَ وَ نُظْهِرَ الْإِصْلَاحَ فِي بِلَادِكَ»؛ در میان کشور اسلامی، فساد را ریشه کن کنیم و اصلاح به وجود آوریم. اصلاح یعنی چه؟ یعنی نابود کردن فساد. فساد چیست؟ فساد انواع و اقسامی دارد: دزدی فساد است، خیانت فساد است، وابستگی فساد است، زورگویی فساد است، انحراف های اخلاقی فساد است، انحراف های مالی فساد است، دشمنی های بین خودی ها فساد است، گرایش به دشمنان دین فساد است، علاقه نشان دادن به چیزهای ضدّ دینی فساد است. همه چیز در

سایه دین به وجود می‌آید. در جملات بعدی می‌فرماید: «فَيَأْمَنَ الْمَظْلُومُونَ مِنْ عِبَادِكَ»؛ بندگان مظلوم تو امنیت پیدا کنند. منظور، مظلومان جامعه است، نه ستمگران، نه ستم‌پیشگان، نه مدّاحان ستم، نه عملۀ ستم! «مظلومون»، مردمانی هستند که دست و پایی ندارند؛ راه به جایی ندارند. هدف این است که مردمان مستضعف جامعه و انسان‌های ضعیف - در هر سطحی و در هر جایی - امنیت پیدا کنند: امنیت حیثیتی، امنیت مالی، امنیت قضایی؛ همین‌ی که امروز در دنیا نیست. امام حسین علیه‌السلام درست نقطه مقابل آن چیزی را می‌خواست که در زمان سلطه طواغیت در آن روز بود. امروز هم در سطح دنیا که نگاه می‌کنید، می‌بینید همین است؛ پرچم‌های دین را وارونه می‌کنند، بندگان مظلوم خدا را مظلوم‌تر می‌کنند و ستمگران، پنجه‌شان به خون مظلومان بیشتر فرو می‌رود... امام حسین علیه‌السلام در آخر می‌فرماید: «وَيَعْمَلُ بِفَرَائِضِكَ وَ أَحْكَامِكَ وَ سُنَنِكَ»^{۱۲}. هدف آن بزرگوار اینهاست. حالا فلان آقا از گوشه‌ای درمی‌آید و بدون اندک آشنایی با معارف اسلامی و با کلمات امام حسین علیه‌السلام و حتی با یک لغت عربی، درباره اهداف قیام حسینی قلم‌فرسایی می‌کند، که امام حسین برای فلان هدف قیام کرده است! از کجا می‌گویی؟! این کلام امام حسین علیه‌السلام است: «وَيَعْمَلُ بِفَرَائِضِكَ وَ أَحْكَامِكَ وَ سُنَنِكَ»؛ یعنی امام حسین علیه‌السلام جان خودش و جان پاکیزه‌ترین انسان‌های زمان خودش را فدا می‌کند، برای این که مردم به احکام دین عمل کنند. چرا؟ چون سعادت، در عمل به احکام دین است؛ چون عدالت، در عمل به احکام دین است؛ چون آزادی و آزادگی انسان، در عمل به احکام دین است. از کجا می‌خواهند آزادی را پیدا کنند؟! زیر چتر احکام دین است که همه خواسته‌های انسانها برآورده می‌شود. انسان امروز، با انسان هزار سال قبل، با انسان ده‌هزار سال قبل، از لحاظ نیازهای اصلی هیچ تفاوتی نکرده است. نیازهای اصلی انسان این است که: امنیت می‌خواهد، آزادی می‌خواهد، معرفت می‌خواهد، زندگی راحت می‌خواهد، از تبعیض‌گريزان است، از ظلم‌گريزان است. نیازهای متبادر زمانی، چیزهایی است که در چارچوب اینها و زیر سایه اینها ممکن است تأمین شود. این نیازهای اصلی، فقط به برکت دین خداست که تأمین می‌شود و لاغیر.^{۱۳}

تبلیغ اولویت اول حوزه علمیه باشد

واقعاً با اطلاعاتی که به من می‌رسد از جهات مختلف، نسبت به تبلیغ نگرانم! این قدر ظرفیت تبلیغ در این کشور انبوه و متراکم و گسترده است که اگر ما چندین برابر آن

۱۲- نهج البلاغه (للصّبحی صالح)؛ ص ۱۸۹

۱۳- دیدار با طلاب کشور در تاریخ ۱۳۸۷/۰۱/۲۳

مقداری هم که کار می‌کنیم، کار کنیم، به نظرم این ظرفیت پُر نمی‌شود. هم به تبلیغ احتیاج داریم، هم به موعظه احتیاج داریم، هم به تحقیق احتیاج داریم؛ اگر تبلیغ ما متکی به تحقیق نباشد، خنثی و ابتر خواهد شد. امروز نگاه رایج در حوزه‌های علمی این است که تبلیغ در مرتبه دوم قرار دارد. مرتبه اول چیزهای دیگر است [مانند] مقامات علمی و امثال اینها؛ «تبلیغ» در مرتبه دوم است. ما از این نگاه باید عبور کنیم. تبلیغ، مرتبه اول است؛ من این را می‌خواهم عرض بکنم. چرا این را می‌گوییم؟ برای اینکه ما هدف دین را چه می‌دانیم؟ دین خدا آمده است با ما انسان‌ها چه بکند؟ خب یک هدف نهایی داریم که عبارت است از اینکه ما را در مسیر خلیفه‌اللهی، در مسیر انسان کامل ارتقاء بدهد، بالا ببرد - حالا هر چه ظرفیت داشته باشیم - این هدف نهایی دین است. هدف‌های میانی و ابتدائی هم وجود دارد؛ مثلاً اقامه قسط: لِيَقُومَ النَّاسُ بِالْقِسْطِ.^{۱۴} یا تشکیل نظام اسلامی: وَ مَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَسُولٍ إِلَّا لِيُطَاعَ بِإِذْنِ اللَّهِ.^{۱۵} مرکز اطاعت، دین است؛ این یعنی تشکیل نظام اسلامی؛ این جزو اهداف دین است؛ هدف میانی است. یا فرض کنید که اقامه معروف، اشاعة معروف، ازاله منکر، ترویج کلم طیب و عمل صالح: إِلَيْهِ يَصْعَدُ الْكَلِمُ الطَّيِّبُ وَالْعَمَلُ الصَّالِحُ يَرْفَعُهُ.^{۱۶} خب اینها اهداف دین است؛ هر کدام از اینها را که شما نگاه کنید، وسیله و ابزار رسیدن به آن، تبلیغ است؛ بدون تبلیغ نمی‌شود. حالا بله یک وقتی استثناً یک نفری با یک اشاره الهی، یک نوری در دلش وارد بشود، آن یک حرف دیگر است، یک چیز استثنا است، اما دین خدا با این هدف‌ها و امثال این هدف‌ها برای مردم، جز با تبلیغ تحقق پیدا نمی‌کند؛ پس تبلیغ شد مرتبه اول، درجه اول. لذا شما در قرآن می‌بینید روی مسئله تبلیغ تکیه شده.

تبلیغ علماء به شکل‌های مختلف

در حوزه‌های علمی از اول، از هزار سال پیش، سنت تبلیغ وجود داشت. فرض کنید از زمان مثلاً شیخ صدوق، این کتابهای متعدد شیخ صدوق (رضوان الله علیه) همه تبلیغات است: امالی تبلیغ است، خصال تبلیغ است، عیون اخبار الرضا (ع) تبلیغ است؛ همه اینها تبلیغات است. فقط هم تبلیغ مذهب نیست؛ تبلیغ اخلاق است، تبلیغ دین است، تبلیغ توحید است؛ همین‌هایی که ما باید انجام بدهیم. تعدادی از رساله‌های شیخ مفید (ره) در جواب سؤالات بلاد مختلف تبلیغات است. شیخ طوسی، در کنار آن فقه عمیق عریق آن‌چنانی، امالی دارد؛ امالی شیخ، تبلیغ است، امالی سید مرتضی، تبلیغ است. در قرون

۱۴- حدید / ۲۵؛ «... تا مردم به انصاف برخیزند ...»

۱۵- نساء / ۶۴؛ «و ما هیچ پیامبری را نفرستادیم مگر آنکه به توفیق الهی از او اطاعت کنند ...»

۱۶- فاطر / ۱۰؛ «... سخنان پاکیزه به سوی او بالا می‌رود و کار شایسته به آن رفعت می‌بخشد ...»

بعدی در حوزه‌های علمیّه تبلیغ چه جوّری انجام می‌گرفته؛ لکن مثلاً در قرون اخیر، مجلسی (رضوان الله علیه) — مجلسی آدم باعظمتی است؛ مجلسی را دست‌کم نباید گرفت، خیلی آدم باعظمتی است — در کنار کتاب بحار و کتب متعدّدی که ایشان در مسئله حدیث و تبیین حدیث و بیان حدیث و مانند اینها دارد، مثلاً کتاب حق‌الیقین و حیات‌القلوب که کتابهای فارسی [است دارد]؛ اینها برای چیست؟ تبلیغ است دیگر. مرحوم نراقی [هم] کتاب فارسی دارد، بعدها هم البتّه بوده که حالا مواردی در ذهنم هست؛ مثلاً فرض کنید تفسیر منهج‌الصّادقین^{۱۷} و امثال اینها فارسی است؛ فارسی برای چیست؟ فارسی برای علما و فضلا و مانند اینها نیست؛ تبلیغ است برای آحاد مردم؛ یعنی علما به سنّت تبلیغ اهمّیت میدادند. خود منبر رفتن هم خودش تبلیغ است. مثلاً همین ملاحسین کاشفی سبزواری در قرن نهم و دهم یا مثلاً واعظ قزوینی در قرن دهم — که شاعر بزرگی هم هست — در ذهن من [این جور] هست که اینها اهل منبر بودند و می‌رفتند صحبت می‌کردند و از آن وقتها این سنّت منبر وجود داشته. ملاحسین کاشفی صاحب روضه الشّهدا است، ما که روضه‌خوانی می‌کنیم، در واقع گرفته‌شده از کتاب آن بزرگوار است. همچنین بعداً علمای بزرگی مثل شیخ جعفر شوشتری [اهل منبر بودند]. شیخ جعفر شوشتری معروف به وعظ است؛ ملّا است، فقیه بزرگی است اما خب اهل منبر بوده؛ که البتّه با شیخ جعفر کاشف‌الغطاء اشتباه نشود. یا مرحوم حاج آقا رضای همدانی واعظ، ملّای بزرگ — که باز با حاج آقا رضای همدانی صاحب مصباح‌الفقیه اشتباه نشود؛ او کس دیگری است — صاحب هدیه التّملة إلى رئیس الملّة، واعظ بوده است. در زمان خود ما مرحوم امیرزا ابوالحسن قزوینی فیلسوف، که امام در دوره جوانی‌اش پیش ایشان یک مقدار فلسفه خوانده بود، ملّای بزرگی بود. ایشان را خود من دیده بودم. در همین مسجد جامع تهران، در یک شبستانی نماز می‌خواند، منبر میرفت و مردم می‌نشستند منبر ایشان را گوش می‌کردند. قبل از ایشان، مرحوم شاه‌آبادی، استاد امام، در همین مسجد جامع منبر میرفتند. اینها کسر شأن نمی‌دانستند منبر رفتن را. در مشهد خود ما، مرحوم حاج میرزا حسین سبزواری، مرحوم حاج آقا حسن قمی منبر میرفتند. یعنی سنّت تبلیغ، حالا چه به شکل نگارش، چه به شکل منبر رفتن، چه به شکل شعر گفتن، در حوزه‌های علمیّه وجود داشته؛ این اهمّیت این را نشان میدهد.

اهمّیت تبلیغ در زمان حاضر
 اولویّت حوزه‌ها تبلیغ است. در همه دوره‌ها این جور بوده اما در دوره ما بالخصوص این اهمّیت مضاعف است؛ برای اینکه در دوره ما یک اتّفاقی افتاده است که در طول بیش از

هزار سال از صدر اسلام چنین اتّفاقی نیفتاده بود؛ و آن حاکمیت اسلام بود. تشکیل سازمان سیاسی مدیریت کشور در شکل محتوای اسلامی سابقه ندارد. وقتی که یک چنین وضعی هست، طبعاً دشمنی‌های با اسلام شدت پیدا می‌کند؛ که حالا می‌دانید و می‌بینید و مشاهده می‌کنید. این قدر هم این دشمنی‌ها زیاد شده که اصلاً همه ما عادت کرده‌ایم و انواع و اقسام دشمنی‌های دشمن خیلی به چشممان نمی‌آید. خوب، پس تبلیغ در دوره ما اهمّیت مضاعف پیدا می‌کند؛ هم از جهت اینکه در نظام اسلامی پایه و قوام نظام، مردمند، ایمان مردم است و اگر چنانچه ایمان مردم نباشد، نظام نخواهد بود — فرمودند: حفظ نظام از اوجب واجبات است.^{۱۸} گاهی انسان فکر می‌کند که اوجب واجبات است؛ پس حفظ ایمان مردم میشود واجب؛ تبلیغ از این جهت اهمّیت مضاعف پیدا می‌کند — ثانیاً از این جهت که دوره، دوره تطوّر^{۱۹} علمی است. امروز انواع و اقسام شیوه‌های پراکندن پیام وجود دارد که در گذشته حتی فکرش را هم نمی‌کردند؛ از تلویزیون و ماهواره بگیرید تا اینترنت و پسااینترنت؛ این چیزهای جدیدی که پیش آمده، هوش مصنوعی و امثال اینها. حالا چیزهای دیگر هم در راه است.

امروز حوزه‌های علمیه و وظیفه هدایت قشرهای گوناگون را در سطوح مختلف بر عهده دارند. البته من اعتقاد دارم که تبلیغ سنتی ما - که مسجد و منبر و سخنرانی روبه‌روست - بدیل ندارد؛ این را باید حفظ کنیم. این که شما بنشینید با یک نفر روبه‌رو صحبت کنید؛ نگاه شما به او بیفتد، نگاه او به شما بیفتد و نفس گرم شما به او برسد، این چیز خیلی خوبی است؛ این را باید حفظ کنیم؛ لیکن این کافی نیست. امروز وسایل تبلیغ نوشتاری و گفتاری به قدری متنوع و زیاد است که اگر روحانیت دین از این قافله عقب بماند، قطعاً یک خسارت بزرگ تاریخی برای او پیش خواهد آمد ... شهید مطهری چرا موفق شد؟ چرا این اثر عمیق و گسترده را از جهت ایجابی و سلبی در جامعه فکری ما گذاشت؟ چون برای آماده‌سازی خود، تلاش فراوان علمی کرده بود؛ بعد هم برای خرج کردن این ذخیره علمی، به هیچ‌وجه سستی و کوتاهی نکرده بود. مرحوم مطهری آرام نداشت؛ مرتب مشغول یادداشت کردن، تنظیم یادداشت، مرتب کردن سخنرانی‌هایی که خود او انجام داده بود، به دست آوردن شواهد گوناگون و نوبه‌نو در زمینه‌های فکر و اندیشه مذهبی و دینی و پاسخگویی به انحرافات بود. در این مرد اصلاً تبلی و وجود نداشت؛ لذا با آن ذخیره علمی و کارآمدی عملی توانست اثر بگذارد. امروز ما حقیقتاً ریزه‌خوار سفره انعام فکر شهید مطهری هستیم - در این هیچ تردیدی نیست - و فضای فکری جامعه همچنان

۲۶- صحیفه امام، ج ۱۹، ص ۱۴۶، پیام به ملت ایران در سالگرد پیروزی انقلاب (۱۳۶۳/۱۱/۲۲)

۲۷- تحوّل، دگرگونی

مرهون فکر او در زمینه‌های گوناگون، چه در زمینه‌های فلسفی، چه در زمینه‌های اجتماعی دینی و چه در زمینه‌های سیاسی دینی است. ما امروز به ایشان احتیاج داریم؛ ولی آن هم باز کافی نیست. خیلی از حرف‌ها جدیدتر و تازه‌تر است؛ خیلی از شائبه‌ها و اشکالات و شبهات بعد از حرف‌های شهید مطهری به‌وجود آمده؛ باید برای اینها آماده پاسخ بود؛ لذا حوزه‌های علمیّه وظیفه سنگینی برعهده دارند.^{۲۰}

آفات و آسیب‌های کم‌توجهی به تبلیغ

امروز، هم سخت‌افزارهای مخالف، معارض و معاند تطوّر پیدا کرده، پیشرفت پیدا کرده که اشاره کردم، هم نرم‌افزارها؛ شیوه‌های باورپذیر کردن پیام را — چیزهایی که در گذشته، هیچ‌کس بلد نبود — با پشتیبانی علمی روانشناسی و امثال اینها رایج کردند؛ اینها ابزارهای نرم‌افزاری است، اینها خیلی مهم است. جوری حرف میزند، جوری فیلم درست می‌کند، جوری صحنه‌سازی میکند، جوری در روزنامه تیترو میزند که کسی که ملاحظه می‌کند، تردید نمی‌کند که این درست است؛ درحالی که صد درصد غلط است. ما امروز با اینها مواجهیم. اگر از این چیزها غفلت کردیم، اگر امروز حوزه‌ی علمیّه از اهمّیت تبلیغ و حسّاسیت تبلیغ و مضاعف بودن وظیفه تبلیغ غفلت بکند، دچار عارضه‌ای می‌شویم که جبرانش به‌آسانی ممکن نیست؛ نمی‌گوییم محال است اما به‌آسانی ممکن [نیست] و دچار استحاله فرهنگی می‌شویم. اگر لاسم‌الله^{۲۱} استحاله فرهنگی پیش بیاید، درست کردنش، جبران کردنش دیگر کار یک ذره و دو ذره نیست. امام در یک مواردی مکرر می‌فرمودند که اگر چنین اتفاقی بیفتد، اسلام یک سیلی‌ای خواهد خورد که تا سالهای متمادی اثرش بر روی او باقی خواهد ماند.^{۲۲} قضیه این است. اگر چنانچه ما غفلت بکنیم این پیش می‌آید. اگر غفلت بکنیم، از گناهان بزرگ قبح‌زدایی می‌شود، از کبائر قبح‌زدایی می‌شود، عادی می‌شود. می‌بینید که در غرب شده؛ در غرب همین‌طور قدم به قدم دارند پیش می‌روند. آدم دوست ندارد تغییرات رایج اینها را تکرار بکند، یعنی واقعاً شأن حرف زدن انسان و زبان انسان بالاتر از این است که اینها را تکرار کند؛ اما هست دیگر. اگر تبلیغ را دست‌کم بگیریم، اینها دامنه جامعۀ ما را خواهد گرفت.

مأموریت‌های کانون‌های تبلیغی حوزه علمیّه

۱- تهیه مواد تبلیغی به روز

۲۸- دیدار با طلاب کرمان ۱۳۸۷/۰۲/۱۱

۲۹- خدای نکرده، خدای نخواستہ

۳۰- صحیفه امام، ج ۱۷، ص ۳۸۳؛ بیانات در جمع مسئولان نظام جمهوری اسلامی (۱۳۶۲/۰۱/۰۱)

تشکیل کانونی با مأموریتِ اولاً «تهیه مواد تبلیغی به روز». یک چیزهایی هست که امروز مناسب است در منبر گفته بشود، فردا ممکن است از اثر بیفتد، بی فایده باشد؛ پارسال می گفتیم مناسب بود، امسال [نه]؛ یعنی دنیا این جور دارد پیش میرود و حوادث، این جور دارد پی در پی به وجود می آید. مواد تبلیغی لازم به روز تولید بشود. در این زمینه، منابع کتاب و سنت این قدر پُر عمق و پُر مغز است که هرگز تمام نخواهد شد. این قدر می توانید از قرآن استفاده کنید، مطلب جدید و نو، سخن نو و متکی به قرآن و حدیث می توانید به دست بیاورید که همه این صحنه را اشباع خواهد کرد. پس یکی از مأموریت های این کانون بزرگ، تهیه مواد است.

۲- تنظیم شیوه های اثرگذاری

بالاخره شیوه های تبلیغی ما محدود است. ای بسا شیوه های اثرگذار بهتری، بیشتری وجود داشته باشد؛ این شیوه ها در آن مرکز بایستی تنظیم بشود، تهیه بشود. در این قضیه غربی ها از ما جلویند؛ شیوه های نوبه نو، شیوه های اثربخش برای پیامها دارند؛ ما در این زمینه ها عقبیم. شیوه هایی را بایستی حتماً تنظیم کنیم، تولید کنیم، فن بیان را به معنای واقعی کلمه تعلیم بدهیم.

۳- تربیت مبلغ

در این کانون به معنای واقعی کلمه مبلغ تربیت بشود. همچنان که مجتهد تربیت می کنیم، مبلغ تربیت کنیم. باید مبلغ تربیت کنیم، مبلغینی که بتوانند اثرگذار باشند، بتوانند همه جا منتشر باشند و از لحاظ کمیّت کفایت کنند. یک جاهایی را، یک مراکزی را انسان سراغ دارد — یعنی بنده سراغ دارم — که اینها از بودن یک روحانی فعال بین مردم محرومند؛ یکی دو جا [هم] نیست، خیلی زیاد است؛ مثلاً در مرکز کشور، من باب مثال در خود تهران، مواردی از این قبیل داریم. کمبود معلّم، کمبود مبلغ، کمبود پیام رسان روحانی بایستی در این کانون جبران بشود. بنابراین آنچه حتماً باید دنبال بشود و جزو کارهای اساسی است، و امروز که شما شروع کنید، ممکن است پنج سال دیگر یا بیشتر نتیجه بدهد، این است که یک چنین کانونی به وجود بیاید با این چند مأموریتی که گفته شد.

ملزومات یک تبلیغ موفق و مؤثر

۱- شناخت مخاطب

اگر ما بخواهیم درست تبلیغ بکنیم باید مخاطب خودمان را بشناسیم. مخاطب، ممکن است قشرهای مختلفی از مردم باشند. وقتی که انسان در جمعی مشغول صحبت می شود، اگر بداند که مخاطب او کیست و مخاطب خود را انتخاب کند و آن مخاطب را مورد نظر قرار دهد، طبعاً محتوا را هم به تبع انتخاب مخاطب، به تناسب نیاز او انتخاب خواهد

کرد.^{۳۳} حالا من باب مثال عرض بکنیم که امروز سطح آگاهی عمومی — جوان و غیر جوان — با گذشته قابل مقایسه نیست؛ واقعاً قابل مقایسه نیست. تقریباً همه عمر تبلیغی بنده — شصت سال، بیشتر — با جوانها گذشته؛ من از دوره جوانی در مشهد، جلسات داشتم که جوانها می آمدند، دانشگاهی ها می آمدند، دانشجویها می آمدند، دانش آموزهای دبیرستان [می آمدند]. آن روز هم فکر بچه ها خوب بود، جوانها خوش فکر بودند اما با امروز قابل مقایسه نبود؛ سطح فکر بالا رفته. تبلیغ بدون توجه به این واقعیت خنثی خواهد شد؛ باید بدانیم طرف مقابلمان در چه مرحله فکری قرار دارد تا محتوا را، ماده را و صورت را — هیئت را — بر طبق نیاز او تنظیم کنیم؛ بدون این فایده ای ندارد. علاوه بر اینکه سطح فکر جوان ما، نوجوان ما، مخاطب ما، بالا رفته، یک آفتی هم وجود دارد و آن اینکه در این آشفته بازار صداهای مختلف فضای مجازی و تکثر رسانه ای که وجود دارد، در این صداهای گوناگون، یک صدا در انزوا قرار گرفته و آن، صدای انتقال معارف نسلی و خانوادگی است. پدرها، مادرها خیلی چیزها را به بچه هایشان یاد می دادند؛ خیلی از این مردم ما، یعنی شاید بشود گفت اکثر [آنها]، معلومات دینی شان، دانسته های دینی شان، از زبان و رفتار پدر و مادر به اینها منتقل شده بود؛ این صدا امروز ضعیف شده؛ در این غوغای تکثر رسانه ای این صدا ضعیف شده؛ این هم یک نکته است که مخاطب ما، هم مخاطب بسیاری از حرفها است، هم انواع و اقسام مطالب به ذهن او رجوع می کند، هم از این طرف دچار مشگل است.

سابق ما نصیحت می کردیم جوانها را و برحذر می داشتیم از رفیق بد، مصاحب بد؛ حالا مصاحب بد داخل جیبش است، صفحه مصاحب بد جلوی چشمش است، همه چیز در آن هست. این مخاطب را بشناسید. اگر چنانچه ما مواد تبلیغی مان و شیوه تبلیغمان متناسب با این وضعیت مخاطب نباشد، ناموفق خواهیم بود.

احتمال دارد که یکی از مصادیق یا یکی از معانی این آیه شریفه «وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَسُولٍ إِلَّا بِلِسَانِ قَوْمِهِ»^{۳۴} همین باشد. اینکه حالا مثلاً اگر برای مردم ترک زبان پیغمبری فرستادند او بایست ترک زبان باشد، خب اینکه بدیهی است، بدون این که معنی ندارد؛ احتمال می دهیم که این «وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَسُولٍ إِلَّا بِلِسَانِ قَوْمِهِ» یعنی با همان ترکیب فکری و ذهنی قوم باید حرف بزنند، صحبت کند، تبیین کند.

در مورد انتخاب مخاطب، من می خواهم عرض کنم شاید لازم است که امروز، اکثریت نزدیک به همه مخاطبان منبرهای تبلیغی ما، جوانان باشند - نسل جوان - به چند دلیل:

۳۱- سخنرانی رهبر انقلاب در تاریخ ۱۳۷۷/۰۲/۰۲

۳۲- ابراهیم / ۴؛ «و ما هیچ پیامبری را جز به زبان قومش نفرستادیم ...»

اولاً چون امروز جوانان در کشور ما اکثریتند. جوانان در بعضی از کشورها اقلیتند، ولی در کشور ما، به دلایل مشخصی که هست، امروز جوانان اکثریتند؛ یعنی بیش از دو سوم مردم ما جوانانند. خود شما هم جوانید؛ اکثر جزو همین نسل هستید. پس بیشتر از همل آنها را بایستد مخاطب قسار داد. ایسین یسک.

دوم این که دشمنان این کشور، دشمنان این انقلاب و دشمنان دین، با توجه به همین حقیقت، مدت‌هاست که برای مخاطبین جوان برنامه‌ریزی می‌کنند. ممکن است ما غفلت کرده باشیم؛ اما دشمن ما غفلت نکرده است! سعی دارند به وسیلهٔ رادیوها، جزوه‌ها، ابزارها و روش‌هایی که متناسب با طبیعت جوان و شهوات قشرهایی از جوانان هم هست، دلها و فکرهای آنها را متوجه و تسخیر کنند و در آنها اعمال نفوذ نمایند. این هم دلیل دیگری است که بایستد توجه بیشتر شما به جوانان باشد.

دلیل سوم این است که جوان، آسان‌پذیر و زودپذیر است؛ چون دل او نورانی است. هنوز آلودگی در دل‌های جوانان به قدر افرادی از قبیل بنده که سنی از آنها گذشته است، نیست و سخت‌پذیر نشده‌اند. نورانی هستند؛ می‌توانند به راحتی حقیقت را درک کنند و بیایند و آن را بشنوند و بپذیرند. این هم دلیل دیگری برای گزینش این قشر است. ... امروز کدام محتوا مهم است؟ ما باید چه چیزی را در منبر تبلیغ، برای مردم بیان کنیم؟ می‌توان در یک کلمه گفت: مباحثی که عقاید دینی آنها را مستحکم و راسخ کند؛ لیکن همین جمله، قابل تفسیر و تبیین است. بعضی از عقاید دچار تزلزل و اضطراب نیست. آن کس که میخواهد مخاطب خود را هدایت کند، ابتدا باید ببیند آن بخش جهالت او و آن بخش آسیب‌پذیر ذهن او، کجاست. باید آن امواجی را که بر روی ذهن مخاطبین شما تلاش و کار می‌کند تا تخریب نماید، بشناسید، تا بدانید جوان، چه چیزی را احتیاج دارد که به او بگویید. طوری نباشد که دهها سؤال در ذهن مخاطب ما وجود داشته باشد و ما به جای پاسخگویی به آن سؤال‌ها و استفهام‌ها، یک مطلب دیگر را که اصلاً برای او مورد سؤال نیست، مطرح کنیم. یک نکته اساسی دیگر این است که امروز علاوه بر این که باید به مسائل اعتقادی اسلام پرداخت و اعتقاد به اسلام را در ذهن‌ها و دل‌ها راسخ نمود، باید اعتقاد به حاکمیت اسلام را هم راسخ کرد ... از جمله چیزهایی که بخصوص در رابطه با جوانان، لازم است به آنها گفته شود و آنها به آن هدایت شوند، سوق دادن آنان به اندیشیدن، تعقل، اخلاق اسلامی، حلم، اجتناب از شتاب‌زدگی و عجله در امور، اجتناب از تندخویی و اعمال خسونت است. در محیط اسلامی آن وقتی میشود حقایق را به اعماق دل‌ها نفوذ داد که زبان لین، رفتار اندیش‌مندان و عاقلانه در میان باشد و حلم وجود داشته

۲- شناخت صحنه

تبلیغ صرفاً پاسخگویی به شبهه نیست، موضع دفاعی نیست؛ این جور نیست که ما خیال کنیم بنشینیم بینیم چه شبهه‌ای وجود دارد، پیشگیری کنیم از آن شبهه، یا پاسخ بدهیم به آن شبهه؛ خب بله، این کار که واجب است، لازم است اما فقط این نیست؛ طرف مقابل مبانی فکری دارد، باید به آن حمله کرد؛ طرف مقابل حرف دارد، فکر دارد، منطق دارد؛ مبانی این منطق، مبانی غلطی است؛ ما باید اینها را بشناسیم. در تبلیغ، موضع تهاجم لازم است. اگر چنانچه این موضع تهاجمی به معنای واقعی کلمه بخواهد تحقق پیدا کند، لازمه‌اش شناخت صحنه است؛ یعنی شما باید بدانید که وقتی با انبوه شبهه در ذهن جوانها مواجه می‌شوید، با چه کسی طرفید؛ ما با چه کسی طرفیم؟ حالا فرض کنید که یک شبهه‌ای را فلان سرمقاله‌نویس یا فلان ستون‌نویس فلان روزنامه یا مثلاً فلان توییت‌زن در فلان شبکه یک چیزی را مطرح کرده؛ ما با چه کسی طرفیم؟ این کیست؟ آیا این خودش است که این کار را دارد می‌کند؟ احتمال قوی هست که این جور نباشد، احتمال قوی هست که این یک پشت‌صحنه‌ای داشته باشد؛ آن پشت‌صحنه کیست؟ باید او را شناخت.

بینید، یک روز در این کشور — شماها البته آن روزها «لَمْ يَكُن شَيْئاً مَذْكُوراً»^{۲۶} بودید. صحبت پنج‌هفت سال قبل است — توده‌ای‌ها فعالیت می‌کردند؛ فعالیت تبلیغی و غیره. ظاهر مطلب این بود که این یک جوان توده‌ای است، به من مثلاً فرض کنید که جوان آخوند یا غیر آخوند رسیده و مثلاً می‌خواهد حرف خودش را بر ذهن من غالب کند؛ این ظاهر قضیه بود، اما باطن قضیه این نبود. باطن قضیه این بود که حزب توده اساساً متکی بود به یک دستگاه فکری و سیاسی گسترده‌ای به نام «شوروی»؛ توده‌ای‌ها اصلاً از آنجا استفاده می‌کردند، تغذیه می‌شدند، ارتزاق مادی و فکری می‌کردند؛ با منبع مارکسیسم مواجهید. لذا اینجا دانشمندان هوشمند آن روز ما، مثل مرحوم علامه طباطبائی، نرفتند سراغ اینکه جواب اینها را بدهند، جواب مارکسیسم [را دادند]؛ این روش رئالیسم جواب مبانی فکری مارکسیستی است؛ مبنای فکری نقطه مقابل را پیدا کنند، آن را هدف قرار بدهند؛ بسیاری از کارهای مرحوم شهید مطهری از این قبیل است؛ یعنی صحنه را بشناسیم، بدانیم چه کسی با ما طرف است. البته امروز که نگاه می‌کنیم، مارکسیسمی دیگر وجود ندارد اما یک عرصه دیگری، یک

۳۳- سخنرانی رهبر انقلاب در تاریخ ۱۳۷۷/۰۲/۰۲

۳۴- چیزی در خور یادکرد نبود. (برگرفته از قرآن کریم؛ سوره انسان، آیه ۱)

هماورد دیگری در مقابل ما است؛ امروز این تقابل وجود دارد. این تقابل بین دو جبهه است؛ اگر این دو جبهه را درست بشناسیم، بعد تشخیص خواهیم داد که آن پدیده‌ای که در مواجهه با ما قد علم کرده، خودش مستقل است یا وابسته به آن جبهه مقابل است. این دو جبهه چه هستند؟ یک جبهه، جبهه «نظام اسلامی» است. یک جبهه، جبهه دروغ‌گویی است که خودش را «لیبرال‌دموکراسی» نام‌گذاری کرده، درحالی که نه لیبرال است، نه دموکرات؛ به دروغ می‌گوید لیبرال‌دموکراسی. اگر شما لیبرال هستید، چرا استعمار کردید؟ استعمار سنتی قدیم و استعمار جدید و استعمار فراجدید و فرانو. شما چطور لیبرالی هستید، آزادی‌خواهی هستید، آزاداندیشی هستید که مثلاً یک ملت چندمیلیونی مثل هند را سالهای متمادی، بیش از صد سال، استعمار می‌کنید، در تصرف خودتان نگه می‌دارید، همه دارایی‌هایش را از او بیرون می‌کشید، تبدیلیش می‌کنید به یک ملت فقیر؟ اینها حرف‌های نهرو است؛ نهرو — جزو مبارزین هند که بعد هم نخست‌وزیر هند شد — مینویسد و شرح می‌دهد که هند قبل از آمدن انگلیس‌ها، وارد شدن انگلیس‌ها، چه بود و بعد از آمدن آنها چه شد. شما لیبرالید؟ این لیبرالیسم است؟ یا فرانسوی‌ها در الجزایر بیش از صد سال جنایت کردند، آدم کشتند. تعداد آدمها را البته گفته‌اند، نوشته‌اند، مشخص است، [منتها] من حالا یادم نیست؛ اینها [کشتار] هزاران نفر — شاید ده‌ها هزار کشته — در طول چند سال در الجزایر، عمدتاً در تونس و همین‌طور بعضی جاهای دیگر در شمال آفریقا را مرتکب شدند. دموکرات هم نیستند، دروغ می‌گویند؛ برای خاطر اینکه حکومت‌هایی را بر یک جاهایی تحمیل می‌کنند؛ طرفدار دموکراسی نیستند. با دموکراسی‌ای که در خدمت آنها نباشد صد درصد مخالفند؛ این یک جبهه است. ببینید، کسی نگوید اینها گذشته؛ بله، از قضیه هند صد سال گذشته، از قضیه الجزایر شصت هفتاد سال گذشته، اما خوی [امروز] آن کسی که در الجزایر و در هند آن کارها را کرده، همان خوی آن روز است.

در مقابلش هم یک نظامی است که با اتکاء به اسلام، با الهام از اسلام، با استکبار مخالف است، با استعمار مخالف است، با دخالت در منافع ملت‌های گوناگون مخالف است؛ این مخالفت وجود دارد. حالا این دو در مقابل هم قرار دارند. شما یک وقت می‌بینید مثلاً یک تبلیغاتی علیه نظام اسلامی پیش می‌آید که مبانی این نظام را زیر سؤال قرار می‌دهد؛ این از طرف کیست؟ البته وقتی تحقیق می‌کنیم، دنبال می‌کنیم — که ابزار دنبال کردنش هم بحمدالله در اختیارمان هست — می‌فهمیم که منشأ کجا است اما آن که این ابزار را هم ندارد، وقتی نگاه می‌کند، باید بفهمد. طرف، فلان مقاله‌نویس ضدانقلاب پناه‌برده به خارج یا مثلاً احياناً در داخل — که خب کمند — نیست؛ طرف، یک دستگاه حکومتی است؛ مبارزه، مبارزه تمدنی است، مبارزه جهانی است. خب تقابل‌ها اینها است. اما بدانیم با چه

کسی مواجهیم، با چه کسی طرفیم؛ تبلیغ بدون این درست انجام نمی‌شود.^{۲۷} شبهات زیاد است. شما اگر در میان جوانان بروید، می‌بینید جوان خوب ما هم گاهی در ذهنش شبهه وجود دارد. ایرادی هم ندارد؛ شبهه به ذهن همه می‌آید؛ نباید به جوان ایراد گرفت که تو چرا شبهه داری. وقتی ذهن فعال و کارگر شد، شبهه به ذهن می‌آید. بر عهده ما طلبه‌هاست که این شبهه‌ها را با پیشگیری یا با درمان برطرف کنیم. چالش عمده امروز شما این است؛ چه کار می‌خواهید بکنید؟ خطاب من، هم به بزرگان حوزه‌هاست، هم به طلاب و فضایی جوان حوزه‌ها؛ چه کار می‌خواهید بکنید؟ درس را باید خواند. یقیناً مطوّل و شرح لمعه و رسائل و مکاسب و کفایه و درس‌های خارج معمول سنتی ما لازم است. علوم عقلی کلام و فلسفه حتماً لازم است؛ اما آیا اینها کافی هم هست؟ من به شما عرض می‌کنم: نه، کافی نیست. ما در برنامه‌های کاری خود باید جریان خلاق فکری‌ای را که در حوزه‌های ما بحمدالله از دوره قبل از ما شروع شده و تا حدودی اتساع هم پیدا کرده است، وسعت و عمق بیشتری بدهیم. شما طلبه جوانی هستید. اگر بحث سیاست‌های جهانی و استکبار جهانی و آمریکای با آن عظمت ظاهری بشود و بگویند اینها با شما مخالفند، شما نباید بگویید مگر من چه کسی هستم که با من مخالفند؛ من یک طلبه گوشه مدرسه آقای آخوند در همدان هستم. من می‌خواهم بگویم این فکر اشتباه است. اینها با یک‌یک شما نه تنها مخالفند، بلکه دشمن‌اند. به هر کدام از شماها به چشم منبعی برای روشنگری و افشاگری نگاه می‌کنند؛ که اگر این منبع فعال شود و کار بکند و باطن و استعداد و ظرفیت خودش را بروز دهد، کار بر استکبار دشمن دشوار خواهد شد. از نظر آنها هر یک از شما بالقوه یک امام خمینی هستید. اینها با یک‌یک عمایه به سرها و طلبه‌ها و روحانیون دشمن‌اند؛ چرا؟ چون بنای کار آنها بر ظلمات، بر چشم‌بندی و بر کتمان حقیقت و پرده روی کار کشیدن است.^{۲۸}

البته امروز خوشبختانه آسیب‌پذیری غرب از همیشه بیشتر است. امام (رضوان الله تعالی علیه) آمریکا را مفتخر کردند به لقب «شیطان بزرگ»؛^{۲۹} واقعه همین است. مجموعه‌ای از شیطان‌صفتی‌ها و شرارتها در آمریکا وجود دارد که همه اینها می‌تواند آماج حملات تبلیغی قرار بگیرد؛ البته دفاع لازم است، واجب است اما موضع، تهاجمی [باشد]. همه اینها می‌تواند آماج حملات تبلیغی شما قرار بگیرد. البته شرطش این است که جریانات

۳۵- دیدار با طلاب سراسر کشور در تاریخ ۱۴۰۲/۰۴/۲۱

۳۶- بیانات در دیدار جمعی از روحانیون استان همدان در تاریخ ۱۳۸۳/۰۴/۱۵

۳۷- صحیفه امام، ج ۱۶، ص ۱۵۴؛ پیام به ملت ایران در سالگرد تأسیس نظام جمهوری اسلامی

(۱۳۶۱/۰۱/۱۲)

جهانی را بشناسید، وضع و محاذات سیاستهای دنیا را بدانید و آن وقت افشاگری کنید؛ هم درست ببینید، هم درست روایت کنید.

۳- داشتن روحیه جهادی در تبلیغ

اگر در همه کارها روحیه جهادی باشد، کار، پیشرفت مضاعف می‌کند اما اینجا تبلیغ بدون روحیه جهادی، روح لازم را ندارد. اگر روحیه جهادی نباشد، اولاً انسان گاهی صحنه را خطا میکند و غلط می‌بیند، [ثانیاً] گاهی در رفتار غلط عمل می‌کند. وقتی که حالت جهادی باشد، نه، غالباً درست می‌بیند و همیشه خوب عمل می‌کند و پیش می‌رود. البته روحیه جهادی که عرض می‌کنیم، معنایش این نیست که توانایی‌های معرفتی و اخلاقی و مانند اینها لازم نیست؛ چرا، آنها به جای خودش واجب است اما روحیه جهادی هم لازم است. این روحیه جهادی با توجه به این آیه شریفه است: «وَلَا يَطُؤْنَ مَوْطِئاً يَغِيظُ الْكُفَّارَ وَ لَا يَنَالُونَ مِنْ عَدُوٍّ نَيْلًا إِلَّا كُتِبَ لَهُمْ بِهِ عَمَلٌ صَالِحٌ؛^{۳۰} آن کاری که غیظ کفار را برانگیزد، عمل صالح است. «يَنَالُونَ مِنْهُ» یعنی ضربه زدن؛ «نَالَ» به دو معنا استفاده می‌شود، اما وقتی با «مِنْ» باشد، لا يَنَالُونَ مِنْ عَدُوٍّ نَيْلًا، معنایش این است که ضربه‌ای به او نمیزند، إِلَّا كُتِبَ لَهُمْ بِهِ عَمَلٌ صَالِحٌ، [مگر اینکه برای او] عمل صالح می‌نویسند؛ خب، این بهترین جهاد است دیگر. روحانیت باید وسط میدان باشد، باید مایوس نشود؛ خاصیت عمل جهادی این است. در حاشیه نشستن و گاهی مثلاً یک اشاره‌ای کردن، یک نصیحتی کردن، یک پیامی دادن، مثل روحانیت مسیحی، کافی نیست. حالا البته روحانیت مسیحی چند جور هستند؛ بعضی‌شان در کلیساها محبوس بودند، [یعنی] خودشان را محبوس کردند، بعضی بعکس، پیش‌قراول استعمار شدند. در آمریکای لاتین و در آفریقا و مانند اینها قبل از اینکه استعمارگرها پا بگذارند و نیروهای نظامی بروند جلو، کشیش‌ها رفتند، مردم را آماده کردند برای اینکه آنها بیایند پدرشان را در بیاورند؛ بعضی‌شان هم این‌جوری وارد شدند. اما خب روحانیت اسلام باید وسط میدان جهاد لله و بالله و فی‌الله قرار بگیرد و مایوس هم نشود. وقتی این عنصر مجاهدت با نگاه علمی، با کار علمی همراه بشود، حتماً تأثیر تبلیغ تضمین شده است.

۴- توجه ویژه به نسل جوان و نوجوان

نکته بعدی توجه ویژه به نسل جوان و نوجوان است که فردای کشور را اینها تشکیل می‌دهند. البته از دیگر قشرها نباید غفلت کرد؛ قشر اهل فکر، صاحبان فکر، صاحبان نظر، عالمان، دانشمندان، هنرمندان، نویسندگان، شاعران؛ برای همه اینها بایستی انسان خوراک فکری داشته باشد، آمادگی داشته باشد. بنابراین در بخش‌های مختلف باید مواجهه تبلیغی

مناسب با اصحاب فکر، اصحاب هنر، اصحاب قلم، اصحاب بیان بشود لکن اهمّ از همه، قشر جوان و نوجوان است؛ فردای کشور مال اینها است، در اختیار اینها است؛ ایمانشان باید محکم باشد، ذهنشان بایسد خالصی از شائبه باشد. ابزارهای ترغیب جوانان به التزام عملی به دین، خیلی مهم است. ما گاهی جوانی داریم که حماسه و علاقه و شور حسینی مثلاً فرض کنید او را میکشاند به یک راه درستی، به راه مجاهدت، اما در اعمال عبادی ضعیف است. خوب اعمال عبادی خیلی اهمّیت دارد. نماز خیرالعمل است دیگر؛ از همه اعمال بالاتر است دیگر؛ فلاح است، خیرالعمل است؛ مثلاً فرض کنید از نماز گاهی غفلت می‌کند؛ از این قبیل داریم. [برای اینکه] چیزی بتواند این جوان را به اعمال عبادی و اجتناب از گناهان تشویق کند، عواملی، جاذبه‌هایی وجود دارد؛ یکی از این جاذبه‌ها مسجد است، یکی از این جاذبه‌ها هیئت است؛ اینها مهم است. آباد کردن مساجد، زنده نگه داشتن مساجد، یکی از کارهای واجب است. البته ما در سطح کشور نسبت به جمعیت، مسجد که کم داریم اما همانی هم که داریم، بعضی‌هاش یا شاید بسیاری‌اش، معمور نیست، آباد نیست. حداکثر [این است که] وقت نماز باز می‌کنند، نماز آنجا خوانده میشود، بعد در مسجد بسته میشود! این [طور] نمی‌شود. مسجد بایستی محلّ رفت و آمد دائمی مردم باشد. البته هیئت‌ها خوبند؛ هیئت هم یکی از چیزهایی است که مشوق جوانها است. از موعظه هم غفلت نشود. همه احتیاج داریم به موعظه؛ همه، همه، بی‌استثنا! همه احتیاج داریم به موعظه. گاهی چیزهایی را میدانیم اما گاهی در شنیدن، اثری هست که در دانستن نیست؛ باید بشنویم موعظه را، موعظ حسنه را. خوب حالا اینها مواردی بود که به عنوان [موارد] کاربردی، عرض کردیم.

دشمن در این برهه از زمان به سنگر مبارزات فرهنگی با نظام جمهوری اسلامی پناه برده است. دشمن هم ابزار زیادی دارد. بله؛ دشمن ایمان ندارد، یقین در قلبش نیست، متکی به سنن الهی نیست، کیدش کید شیطان است و لذا ضعیف است، اما تلاشش انبوه است، ابزارش مدرن و پولش زیاد است. ما اگر در مقابل این حمله بایستیم، دشمن قطعاً ناکام خواهد شد؛ چون «إِنَّ كَيْدَ الشَّيْطَانِ كَانَ ضَعِيفًا»^{۳۱} اما اگر اندکی سستی به خرج دهیم، دشمن با همین حيله خواهد توانست از لحاظ فرهنگی، خسارتی بر ما وارد کند. دغدغه بنده این است. ان خسارت هم، مثلاً خسارت ضربه زدن به ایمان نسل جوان است؛ یعنی چیزی که جایگزین ندارد. یا ضربه زدن به حرکت انقلابی عموم مردم است. ضربه تهاجم فرهنگی اینهاست. خدای متعال نگذاشته که بعضی بفهمند «وَمَنْ لَمْ يَجْعَلِ اللَّهُ لَهُ نُورًا

فَمَا لَهُ مِنْ نُورٍ»^{۳۲}. عده‌ای هم حاضر نیستند که به این معنا اعتراف کنند. اما بنده می‌بینم و این تهاجم را در مقابل چشم مشاهده می‌کنم. وقتی هم تبیین می‌شود، هرکس می‌شنود، می‌بیند که درست است. بعضی هم بدون اینکه ما تبیین کنیم، خودشان مثل ما مشاهده می‌کنند. اصل قضیه که بنده از آن نگرانم، همین تهاجم فرهنگی است ... تهاجم فرهنگی چیزی نیست که کسی بتواند آن را منکر شود؛ چیزی هم نیست که مخصوص این زمان باشد. بنده که گفتم تهاجم فرهنگی، خواستم شدتش را بگویم و إلا مگر از اول انقلاب تهاجم فرهنگی نبوده؟^{۳۳}

۵- داشتن صبر و حلم

حلم، عبارت است از همان ظرفیت داشتن - به اصطلاح عمومی مردم - جنبه داشتن و در قضایای گوناگون، آتشی نشدن؛ در وقت اعمال غضب، غضب را اعمال کردن، که هر انسان عاقلی هم در جنگها و در برخورد با دشمنان، اعمال می‌کند. اما در زندگی روزمره، مبنای کار جامعه اسلامی بر تأمل، تدبیر، اندیشیدن، جوانب را دیدن، عاقلانه و منصفانه با قضایا مواجه شدن و شتابزده نبودن در داوری است. اینها را به جوانان تعلیم دهید. جوانان را جوانان پرداخته و ساختن امت اسلام و اخلاق اسلامی بار آورید. اینها لازم است. از جمله نکاتی که باید به مردم - بخصوص به جوانان - بگویید، نعمت بزرگی است که خدای متعال به وسیله رهبر عظیم‌الشأن و عظیم‌القدر و کم‌نظیر و حرکت عظیم ملت ایران در این انقلاب عظیم به ما داد. جوانان امروز، قبل از این انقلاب را ندیدند، با آن آشنا نیستند و نمی‌دانند در این مملکت چه بود و چه ذلتی بر ملت ایران حاکم بود!^{۳۴}

۶- استحکام مایه علمی

درس را هم خوب و عمیق بخوانید؛ این را من به جوانها عرض می‌کنم. همه آنچه برای یک روحانی از شؤون مختلف لازم است، متوقف است بر این مایه علمی. در دوران مبارزات در مشهد بنده درس می‌گفتم - سطوح درس می‌دادم؛ مکاسب و کفایه می‌گفتم - در کارهای مبارزه هم بودم. طلبه‌هایی که با بنده معاشر بودند، خیلی از آنها داخل مسائل مبارزه بودند. حضور در میدان‌های سیاسی و اجتماعی، بعضی از آنها را دچار تردید کرده بود که خواندن این درسها و دقت در متون درسی چه فایده‌ای دارد؛ برویم مشغول کار سیاسی شویم. آنها در همان میدان سیاسی هم با بنده مرتبط بودند و از بنده چیزهایی

می‌آموختند. وقتی متوجه این تردید شدم، به آنها گفتم هر کاری بخواهید بکنید، بی‌مایه فطیر است؛ باید مایه داشته باشید تا بتوانید منشأ اثر باشید. عرض می‌کنم: برادران عزیز! مایه علمی را مستحکم کنید ... مسئله شما مهمتر و دشوارتر است از مسئله علامه حلی یا مسئله علامه مجلسی یا مسائل علمای بزرگی که در طول تاریخ بوده‌اند؛ با آنها قابل مقایسه نیست. امروز نشر افکار باطل نه فقط به وسیله ابزارهای ارتباط جمعی فراوان - مثل رادیو، تلویزیون، اینترنت و انواع و اقسام روش‌های الکترونیکی - انجام می‌گیرد، بلکه از شیوه‌های هنری هم استفاده می‌شود. امروز در دنیا پول خرج می‌کنند و فیلم‌های گران‌قیمت می‌سازند، برای این‌که غیرمستقیم فکری را وارد ذهنها کنند یا فکری را از ذهنها بیرون بیاورند. یکی از مهمترین نقاط آماج این کارها، افکار دینی و بخصوص افکار اسلامی است. البته بعد از برپا شدن جمهوری اسلامی، بخصوص افکار شیعه هم آماج همین چیزها قرار گرفته است. شما شاید شنیده باشید که در سرزمین فلسطین به وسیله صهیونیست‌ها یا در آمریکا کنفرانس‌های شیعه‌شناسی تشکیل می‌شود و کسانی روی آراء و لایه‌های فکری و شکل اجتماعی شیعیان تحقیق می‌کنند؛ این برای این است که بتوانند با شیعه مبارزه کنند. باید شیعه را بشناسند تا بتوانند با او مبارزه کنند.^{۳۵}

۷- عملی کردن خواسته‌ها

به نظر من این نکته آخر، از جهاتی اهم نکات است که چطور میشود ما این خواسته‌ها را عملی کنیم. خب حالا گفتیم؛ شما خودتان شاید همین‌هایی را که بنده گفتم، با دو برابر اضافه هم می‌دانستید، ما هم حالا گفتیم؛ خب اینها چه جور عملی بشود؟ مهم این است. بنده می‌بینم تبلیغات خوبی وجود دارد؛ چه مکتوب، چه مثلاً بیان و منبر و امثال اینها، تبلیغاتی هست که خوب است، و البته خیلی نسبت به آنچه باید باشد کم است، از لحاظ کمیّت خیلی عقبیم. اگر ما بخواهیم به قدر ظرفیت یا نزدیک به اندازه مورد نیاز ظرفیت، عناصر تبلیغی با این خصوصیات داشته باشیم، احتیاج داریم به کانون‌های عظیم حوزوی. در حوزه، کانون‌هایی باید به وجود بیاید فقط برای همین: برای تربیت مبلغ؛ و پشتوانه فکری و تحقیقی و علمی هم داشته باشد؛ یعنی اینکه می‌گوییم «ما روی تبلیغ تکیه می‌کنیم»، بهانه نشود که بعضی‌ها بگویند بنابراین دیگر کفایه نمی‌خوانیم، درس خارج نمی‌رویم؛ نه، این پشتیبانی‌های علمی لازم است، منتها توجه به این بخش قضیه خیلی ضروری است؛ احتیاج داریم به یک کانون اساسی.^{۳۶}

۴۳- بیانات در دیدار جمعی از روحانیون استان همدان در تاریخ ۱۳۸۳/۰۴/۱۵

۴۴- دیدار با طلاب سراسر کشور در تاریخ ۱۴۰۲/۰۴/۲۱

نتیجه

تبلیغ، از آن چنان جایگاهی برخوردار است که خداوند متعال پیام‌های خود را از طریق پیامبران خود به مردم رسانده است. خداوند متعال ۱۲۴ هزار پیامبر فرستاد تا پیام‌های خود را به مردم برسانند. از این بین فقط ۵ نفر مشرّع و دارای دین بودند. قطعاً بدون تبلیغ نمی‌توان پیام‌ها و دستورات خدا را به مردم رساند.

در زمان حال، تبلیغ بر عهدهٔ علماء می‌باشد که بر آنها واجب است این وظیفه را به خوبی و به نحو احسن انجام بدهند. تبلیغ، چنان جایگاهی دارد که دشمنان از آن می‌ترسند و طلاب و علماء را نه به عنوان مخالف، بلکه تک تک آنها را دشمن خود فرض می‌کند و برای از بین بردن علماء یا کم اثر کردن تبلیغ آنان به روش‌های مختلف تلاش‌های زیادی می‌کند.

این وظیفه بسیار سنگین و خطیر هست که طبق فرمودهٔ رهبر معظم انقلاب باید اولویت اول حوزهٔ علمیه باشد و در صورت غفلت از آن، دچار خسروانی بزرگ خواهیم شد که به این راحتی‌ها قابل جبران نخواهد بود. برای اینکه در این مسئله دچار غفلت نشویم، رهبر معظم انقلاب توصیه‌های فراوانی داشتند که بدون شک با رعایت آنها به ویژه عدم غفلت از مطالعهٔ دروس حوزه، تبلیغ طلاب بسیار اثرگذار خواهد بود و توطئه و نقشه‌های دشمن را نقش بر آب می‌شوند.

لذا بر طلاب واجب است که نسبت به امر تبلیغ و نقشه‌های دشمن برای از بین بردن دین و انقلاب و از بین رفتن نوجوانها و جوانها دغدغه داشته باشند و با شرایط روز خود را هماهنگ کنند و نقشه‌های دشمن را بشناسند و قبل از هر اقدام دشمن، سریع وارد میدان شود و مانع اجرای نقشهٔ دشمن شود. در کنار تبلیغ باید درس‌هایش را به خوبی مطالعه کند و صرفاً سرگرم و مشغول تبلیغ نباشد یا اینطور نباشد که فقط درس بخواند و از امر مهم تبلیغ غفلت کند. هر دوی اینها در کنار هم بسیار مهم و ضروری و مکمل همدیگر هستند.

منابع

- ۱- قرآن کریم
- ۲- سیدرضی، نهج البلاغه، ترجمه محمد دشتی، انتشارات الهادی، چاپ بیست و نهم، سال ۱۳۸۵
- ۳- مطهری، مرتضی، حماسه حسینی ج اول، انتشارات صدرا، چاپ هفتاد و دوم، سال ۱۳۹۱
- ۴- خامنه‌ای، سیدعلی، بدان آیدک الله ... (نصایح رهبر معظم انقلاب اسلامی به طلاب)، انتشارات انقلاب اسلامی، چاپ ششم، سال ۱۳۹۸
- ۵- نرم‌افزار جامع الأحادیث
- ۶- دهخدا، علی اکبر، لغت نامه دهخدا، انتشارات مؤسسه لغت نامه دهخدا، چاپ دوم، سال ۱۳۷۷
- ۷- هاشمی شاهرودی، سید محمود، فرهنگ فقه مطابق مذهب اهل بیت علیهم‌السلام، انتشارات مؤسسه دایره المعارف فقه اسلامی، چاپ اول، سال ۱۳۸۲
- ۸- خامنه‌ای، سیدعلی، دغدغه‌های فرهنگی، انتشارات سلمان فارسی، چاپ بیست و نهم، سال ۱۳۹۳
- ۹- سایت Khamenei.ir