



تبلیغ و مبلغ در کلام
مقام معظم رهبری
مدّ ظله

فهرست

هدف تبلیغ؛ زنده کردن احکام الهی	۴
فن تبلیغ از اشرف فنون	۵
مهمترین زمان و مکان تبلیغ	۶
تبلیغ؛ رساندن معارف به دل مخاطب	۷
تفاوت تبلیغ در دوران حکومت اسلامی و دوران های دیگر	۸
هدف نهایی تبلیغ؛ بنای حکومت اسلامی برای انسان سازی	۱۰
تاثیر طولانی مدت تبلیغ	۱۲
تبلیغ؛ مهمترین حربه برضد تهاجم فرهنگی	۱۳
گفتمان سازی؛ از شرایط مهم تبلیغ	۱۴
پایه تبلیغ؛ ایمان و بصیرت	۱۵
خوف خدا و نترسیدن از مردم؛ از شرایط تبلیغ	۱۷
عاشورا؛ شمشیر مبلغان برای مبارزه با ظلمت ها	۱۸
فهم اهمیت تبلیغ از عاشورا	۱۹
لزوم استفاده از فرصت محرم برای معرفی شاخص	۲۰
ذکر مصیبت؛ عامل ایجاد پیوند عاطفی	۲۲
لزوم وجود سه عنصر عقل، حماسه و عاطفه در تبلیغ محرم	۲۳
الزامات مجالس حسینی	۲۴
اهمیت انجام سنتی عزاداریها و لزوم پرهیز از بدعت ها	۲۶
لزوم پرداختن به مباحث عاطفی در کنار مباحث استدلالی عاشورا	۲۹
لزوم پرداختن به خوف بیش از رجا در تبلیغ	۳۰
وظیفه مبلغان در بیان معنا و مفهوم شهادت	۳۱
لزوم رعایت اعتدال در بیان مسائل سیاسی در منابر	۳۲
لزوم استفاده از روش های نو در بیان منبر	۳۴



معنای آگاهی سیاسی داشتن مبلغ لزوم پاسخگویی به سوالات اساسی ذهنی مخاطب	۳۷
ترجیح دادن جوانان به عنوان مخاطب	۳۹
انتخاب محتوای موثر در استحکام عقاید دینی	۴۰
اهمیت تعلیم مباحث اخلاقی مورد نیاز به جوانان	۴۱
ضرورت تعمیق اعتقاد به حاکمیت دینی در مخاطب	۴۳
ضرورت کسب بصیرت برای مبلغان	۴۴
وحدت ملی ضرورت توجه دادن مردم به مسأله	۴۵
ضرورت آگاهی از معارف اسلامی برای مبلغان	۴۶
رعایت زی طلبگی و عمل به معارف	۴۸
لزوم اتعاض نفسی قبل از موعظه کردن دیگران	۴۹
هنرمندی در نحوه‌ی بیان	۵۰
تاثیر ارتباط چشمی با مستمع	۵۱
دفاع ناقص و بد؛ از مؤثرترین حمله‌ها به دین	۵۲
ضرر بیان مطالب بی پایه در منابر	۵۳





هدف تبلیغ؛ زنده کردن احکام الهی



در خصوص امر به معروف و نهی از منکر حدیثی دیدم که از جمله چیزهایی که برای امر به معروف و نهی از منکر ذکر می‌کند، «رَفِیقٌ فِيمَا يَأْمُرُ وَ رَفِیقٌ فِيمَا يَنْهَى» بود. آن جایی که جای رفیق است که غالب جاها هم از این قبیل است انسان باید با «رفیق» عمل کند؛ برای اینکه بتواند با محبت آن حقایق را در دل‌ها و در ذهن‌ها جا بدهد و جایگزین کند. تبلیغ برای این است؛ برای زنده کردن احکام الهی و اسلامی است.

دیدار علما و روحانیون و مبلغان در آستانه‌ی «ماه محرم»

۱۳۷۸/۰۱/۲۳





فن تبلیغ از اشرف فنون

اگر این مطلب درست است که شرف هر فنی، به شرف هدف و غایت از آن فن بستگی دارد، باید بگوییم که یکی از اشرف فنون، همین فن تبلیغ دین و گویندگی معارف دینی و اسلامی است؛ همین چیزی که در عرف ما، به وعظ و منبر معروف است؛ زیرا هدف از حرفه‌ی تبلیغ و گویندگی دینی، عبارت است از موعظه برای تزکیه‌ی مردم، تبیین معارف دینی برای بالا رفتن سطح آگاهی دینی مردم، و بیان مصایب و مرائی حضرت ابی عبد الله (علیه السلام)؛ یعنی ارایه‌ی الگویی به مردم، برای کیفیت بخشیدن به حرکت در راه هدف‌های بزرگ. همه‌ی این چیزها جزو اشرف هدف‌هاست؛ هم تزکیه، هم بالا بردن افکار و آگاهی‌های مردم، هم ارایه‌ی الگو برای جهاد و تلاش فی سبیل الله. این فن را نباید کوچک گرفت. منبر رفتن و سخن گفتن در امر دین، جزو شریف‌ترین کارهاست، و باید و شاید که شریف‌ترین انسان‌ها و عالم‌ترین و آگاه‌ترین آن‌ها به مسائل اسلامی و عامل‌ترین آن‌ها به احکام شرعی، در این راه قدم بردارند و آن را برای خود افتخاری بدانند

«دیدار بارو حانیون و مبلغان، در آستانه‌ی «ماه محرم

۱۳۷۰ / ۰۴ / ۲۰



مهمترین زمان و مکان تبلیغ

مهمترین برهه‌ای و زمان و مکانی که تبلیغ، آنجا معنا می‌دهد، جایی است که فتنه وجود داشته باشد. بیشترین زحمت در صدر اسلام و در زمان پیغمبر، زحمات مربوط به منافقین بود. بعد از پیغمبر، در زمان امیرالمؤمنین زحماتی بود که از درگیری و چالش حکومت اسلامی با افرادی که مدعی اسلام بودند، به وجود می‌آمد. بعد هم همین جور؛ در دوران ائمه (علیهم‌السلام) هم همین جور؛ دوران غبارآلودگی فضا. والا آن وقتی که جنگ بدر هست، کار، دشوار نیست؛ آن وقتی که در میدانهای نبرد حاضر می‌شوند، با دشمنانی که مشخص است این دشمن چه می‌گوید، کار دشوار نیست. آن وقتی مسئله مشکل است که امیرالمؤمنین در مقابل کسانی واقع میشود که اینها مدعی اسلامند و معتقد به اسلام هم هستند؛ اینجور نبود که معتقد به اسلام هم نباشند، از اسلام برگشته باشند؛ نه، معتقدند به اسلام، راه را غلط می‌روند، هواهای نفسانی کار دستشان میدهد. این، مشکل‌ترین وضع است که افراد را به شبهه می‌اندازد؛ به طوری که اصحاب عبدالله بن مسعود می‌آیند خدمت حضرت، می‌گویند «اَنَا قَدْ شَكْنَا فِي هَذَا الْقِتَالِ!» چرا



رساندن معارف به دل مخاطب

تبلیغ یعنی چه؟ تبلیغ یعنی رساندن؛ باید برسانید. به کجا؟ به گوش؟ نه؛ به دل. بعضی از تبلیغ‌های ما حتی به گوش هم درست نمی‌رسد! گوش هم حتی آن را تحمل و منتقل نمی‌کند! گوش که گرفت، می‌دهد به مغز؛ قضیه اینجا نباید تمام بشود، بلکه باید بیاید در دل نفوذ و رسوخ کند و به هویت ما هویت مستمع - تبدیل شود. تبلیغ برای این است. ما تبلیغ نمی‌کنیم فقط برای اینکه چیزی گفته باشیم؛ ما تبلیغ می‌کنیم برای اینکه آنچه را که موضوع تبلیغ است، در دل مخاطب وارد شود و نفوذ کند. آن چیست؟ آن، همه‌ی آن چیزهایی است که در اسلام به عنوان ارزش، مورد حمایت جان و حرم و ناموس حضرت ابی عبد الله (علیه‌السلام) قرار گرفت، که همه‌ی پیغمبران و اولیای الهی دیگر و وجود مقدس رسول الله همین‌طور عمل کردند، که البته مظهرش حسین بن علی (علیه‌السلام) است. ما می‌خواهیم منطق دین، ارزش‌های دینی، اخلاق دینی و همه‌ی چیزهایی را که در بنای یک شخصیت انسانی بر مبنای دین تأثیر دارد، تبلیغ کنیم؛ برای اینکه مخاطب ما به همین شخصیت دینی تبدیل شود

دیدار روحانیان و مبلغان در آستانه‌ی «ماه»

(محرم) ۱۳۸۴/۱۱/۰۵



تفاوت تبلیغ در دوران حکومت اسلامی و دوران های دیگر

تبلیغ در دورانی که حاکمیت اسلام نیست، یک تفاوت اساسی با تبلیغ در دوران حاکمیت اسلام دارد. در دوران حاکمیت اسلام، تبلیغ هر بخشی از دین، می تواند درست در جای خود واقع شود؛ یعنی بیان یک بخش از مجموعه ای که برای اداره زندگی مردم لازم است. در حالی که وقتی حاکمیت اسلام وجود ندارد، این طور نیست؛ بخش ها از هم جداست، به هم بی ارتباط است و همه مجموعه، کامل نیست. ... مثلاً راجع به گذشت و صبر حرف می زنیم. یک وقت یک مسئله شخصی محض است و به عنوان اخلاق اسلامی و یک دستور اخلاقی و روحی صرفاً فردی، یک ارزش مطرح می شود: در مقابل مصائب صبر کنیم. این، یک طور است. یک وقت هم صبر در سطح جامعه ای که با انواع مشکلات و فشارها و موانع و عوائق در کار و راه خود مواجه است، مطرح می شود: باید افراد در قبال این موانع و این شداید، صبر بورزند. در اینجا، صبر یک طور دیگر مطرح می شود. حقیقت صبر یک چیز است؛ چگونگی طرح قضیه مهم است. ... دین، یک مجموعه است که

باید شک کنند؟ این شک خواص، پایه‌ی حرکت صحیح جامعه‌ی اسلامی را مثل موریانه می‌جود. اینی که خواص در حقایق روشن تردید پیدا کنند و شک پیدا کنند، اساس کارها را مشکل می‌کند. مشکل کار امیرالمؤمنین، این است. امروز هم همین است.

دیدار با جمعی از طلاب و روحانیون در آستانه‌ی «ماه»
(محرم) ۱۳۸۸/۰۹/۲۲



هدف‌نهایی تبلیغ؛ بنای حکومت اسلامی برای انسان‌سازی

از جمله‌ی این کارها، بنای حکومت اسلامی است. این را من عرض بکنم که تشکیل حکومت اسلامی، یکی از معجزه‌گون‌ترین کارهاست، اما این مسئله نباید تشکیل هویت انسانی افراد را- فرد فردِ انسان‌هایی را که ما با آن‌ها سروکار داریم- از یاد ما ببرد. این، خیلی مهم است. نبی مکرم اسلام انسان‌ها را اول ساخت؛ اول این پایه‌ها را تراشید، تا توانست این بنا را بر روی دوش آن‌ها قرار دهد. در تمام مدت آن ده سال- که بیش از صد سال کار در این ده سال متراکم شده است- پیغمبر در همه جا؛ در بحبوحه‌ی جنگ، در هنگام ساختن، در هنگام عبادت کردن، در هنگام گفتگو کردن با مردم، بنای هویت انسان‌های مخاطبِ خودش را فراموش نکرد؛ پیغمبر در غوغای جنگ‌های خطرناک مثل احزاب، بدر و احد هم انسان‌سازی می‌کرد. آیات قرآن را ملاحظه کنید! «انسان‌سازی» هدفِ این تبلیغ است و این، یکی از بزرگ‌ترین کارهاست.

دیدار روحانیان و مبلغان در آستانه‌ی «ماه محرم» ۱۴۰۵

(۱۳۸۴/۱۱)

شامل مسائل شخصی و فردی، مسائل اجتماعی، مسائلی که دسته‌جمعی باید انجام گیرد، مسائلی که و لو اجتماعی است، ولی یک‌یک افراد می‌توانند آن را انجام دهند و مسائلی که مربوط به سرنوشت دنیا یا سرنوشت آن کشور است، می‌شود. وقتی که می‌خواهیم تبلیغ کنیم، یعنی تبلیغ همه این‌ها. ببینید این تبلیغ، با نوع تبلیغی که ما در گذشته قبل از اقامه حکومت حق و حکومت الهی می‌کردیم، چقدر متفاوت است. آن روز کافی بود ما همین موضوعی را که می‌خواهیم تبلیغ کنیم، درست بلد باشیم؛ آن‌گاه یک مبلغ خوب می‌شدیم.

دیدار باروحنایان و مبلغان اعزامی در آستانه «ماه محرم»
(۱۳۷۶/۰۲/۱۳)



تأثیر طولانی مدت تبلیغ

کار تبلیغ، کار بسیار بزرگ، حساس و مؤثری است. امروز برکات تبلیغ‌های گذشته را مشاهده می‌کنیم و فردا برکات تبلیغ امروز شما را **إِنْ شَاءَ اللَّهُ** جامعه مشاهده خواهد کرد. تأثیرات تبلیغ، دفعی و آنی نیست؛ طولانی مدت است. مبلغ دین اگر ظواهری را مشاهده می‌کند که به گمان او ظواهر غیر دینی است، مأیوس نشود. این توهماتی که بعضی شایع می‌کنند که جوان‌ها از دین برگشته‌اند، همه را جنگ روانی بدانید، که واقع قضیه هم همین است. این طور نیست؛ جوان‌های ما دل را به طرف دین دارند و تشنه‌ی حقایق دینند و دل‌هاشان تشنه است. هر جوان سالم الفطره و سالم الطبیعه‌ای این طور است؛ مخصوص اینجا هم نیست. اینجا بحمد الله زمینه هم آماده است؛ تشنه‌اند و مشتاق؛ باید کام جان آن‌ها را سیراب و با حقایق دینی شیرین کرد؛ این نتیجه‌اش را خواهد بخشید و فردای جامعه‌ی ما از این موهبت‌ها بهره‌مند خواهد شد.

دیدار روحانیان و مبلغان در آستانه‌ی «ماه محرم» (۰۵)

(۱۳۸۴/۱۱)



تبلیغ؛ مهمترین حربۀ برضد تهاجم فرهنگی

مؤثرترین حربۀ علیه تهاجم فرهنگی و شبیخون نامردانه‌ی دشمن همین [تبلیغ] است؛ از این به شدّت نگرانم. می‌خواهند نگذارند که روحانیون جوان، مؤمن، شجاع، آگاه و خوش فکر، در محیط‌های مختلف در محیط دانشگاه، در محیط بازار، در محیط روستا، در محیط شهر، در محیط کارگاه کار خودشان را انجام دهند. درست نقطه‌ی مقابل کار آنها، همین کار و مجاهدت فی سبیل الله شماسست که با اتقان و با دقت و بالاتر از همه با اخلاص انجام گیرد: «لَمْ يَكُنْ مِنِّي مُنَافِسَةٌ فِي سُلْطَانٍ وَلَا التِّمَاسُ فُضُولِ الْحُطَامِ»

دیدار علما و روحانیون و مبلغان در آستانه‌ی «ماه محرم»

(۱۳۷۸/۰۱/۲۳)

گفتمان سازی؛ از شرایط مهم تبلیغ

می‌خواهیم عرض بکنیم تبلیغ باید جریان ساز باشد، تبلیغ باید گفتمان ساز باشد، تبلیغ باید فضا ایجاد کند؛ گفتمان ایجاد کند. گفتمان یعنی یک مفهوم و یک معرفت همه‌گیر بشود در برهه‌ای از زمان در یک جامعه. آن وقت، این می‌شود گفتمان جامعه. این، با کارهای جدا جدا برنامه‌ریزی نشده، حاصل نخواهد شد؛ این کار احتیاج دارد به برنامه‌ریزی و کار فعال. ... این گفتمان‌سازی برای چیست؟ برای این است که اندیشه‌ی دینی، معرفت دینی در مخاطبان، در مردم، رشد پیدا کند. اندیشه‌ی دینی که رشد پیدا کرد، وقتی همراه با احساس مسئولیت باشد و تعهد باشد، عمل به وجود می‌آورد و همان چیزی می‌شود که پیغمبران دنبال آن بودند. فرهنگ صحیح، معرفت صحیح، در مواردی بیدارباش، در مواردی هشدار؛ این‌ها کارکردهای تبلیغ است؛ آثار و نتایجی است که بر تبلیغ مترتب می‌شود

دیدار با جمعی از طلاب و روحانیون در آستانه‌ی «ماه»

(محرم) ۱۳۸۸/۰۹/۲۲

پایه تبلیغ؛ ایمان و بصیرت

پس این مناسبت‌ها و این اصل مسئله‌ی تبلیغ، ناظر است به عمل، همراه با بصیرت و یقین. باید بصیرت باشد. یقین، یعنی همان ایمان قلبی متعهدانه، وجود داشته باشد و بر پایه‌ی این بصیرت و یقین، حرکت انجام بگیرد. اگر بصیرت بود، یقین بود، اما کاری انجام نگرفت، این مطلوب نیست؛ تبلیغ نشده است. اگر چیزی تبلیغ شد، اما بدون بصیرت و بدون یقین - هر کدام از این‌ها کم باشد - یک پایه خراب است و مطلوب به دست نخواهد آمد. این یقین همان چیزی است که «أَمَّنَ الرَّسُولُ بِمَا أُنْزِلَ إِلَيْهِ مِنْ رَبِّهِ وَالْمُؤْمِنُونَ كُلٌّ آمَنَ بِاللَّهِ وَ مَلَائِكَتِهِ وَ كُتُبِهِ وَ رُسُلِهِ»؛ یعنی اول کسی که به پیام، اعتقاد و ایمان عمیق پیدا می‌کند، خود پیام‌آور است. اگر این نبود، کار دنباله پیدا نخواهد کرد، نفوذ نخواهد کرد. آن ایمان هم باید با بصیرت همراه باشد؛ همچنانی که حالا در باره‌ی بصیرت مطالبی گفته شده است و روشن است. این، می‌شود عمل صالح. یعنی «إِنَّ الَّذِينَ ءَامَنُوا وَ عَمِلُوا الصَّالِحَاتِ»، واقعاً عمل صالح و مصداق اتم عمل صالح، همین تبلیغ است که انجام باید بگیرد. پس در باب تبلیغ، باید فکر کرد، باید کار کرد

دیدار با جمعی از طلاب و روحانیون در آستانه‌ی «ماه»

(محرم) ۱۳۸۸/۰۹/۲۲

داشت - به انواع و اقسامه. ترس هم یک جور نیست - راه دیگر منسد خواهد شد. یک وقت این است که انسان ترس از جانش دارد، یک وقت ترس بر مال دارد، یک وقت ترس بر آبرو دارد، یک وقت ترس از حرف و گفت این و آن دارد؛ این ها همه ترس است. این ترس ها را باید گذاشت کنار؛ «و لا یخشون احدا الا الله». این، زحمت زیادی دارد. این رنج را، این زحمت را خیلی اوقات هم افراد نمی فهمند، مردم درک نمی کنند چه رنجی دارد کشیده می شود. دنباله اش می فرماید: «و کفی بالله حسیبا»؛ حساب و کتاب را بگذار به عهده ی خدا. اخلاص، اقدام همراه با یقین، همراه با شجاعت و شهامت، و حساب و کتاب را به عهده ی خدا گذاشتن. این می شود آن قواری کلی تبلیغ اسلامی

دیدار با جمعی از طلاب و روحانیون در آستانه ی «ماه».

(محرم) ۱۳۸۸/۰۹/۲۲

خوف خدا و نترسیدن از مردم؛ از شرایط تبلیغ

در تبلیغ یک مطلب این است - در آیه‌ی سورّهی مبارکه احزاب است، که تلاوت کردند - «الَّذِينَ يُبَلِّغُونَ رِسَالَاتِ اللَّهِ وَ يَخْشَوْنَهُ وَ لَا يَخْشَوْنَ أَحَدًا إِلَّا اللَّهَ وَ كَفَى بِاللَّهِ حَسِيبًا» تبلیغ رسالات الله، با این دوتا شرط عملی است: «بخشونه»، این یک. «وَ لَا يَخْشَوْنَ أَحَدًا إِلَّا اللَّهَ». اولاً خشیت الهی لازم است؛ برای خدا باشد، در راه خدا باشد، ملهم از تعلیم الهی باشد. اگر برخلاف الهام الهی و ملهمات از تعلیم الهی باشد، گمراهی است، ضلالت است. «فَمَاذَا بَعْدَ الْحَقِّ إِلَّا الضَّلَالُ». فهمیدن حق با خشیت الهی حاصل می‌شود. بعد، در مرحله‌ی بیان حق: «وَ لَا يَخْشَوْنَ أَحَدًا إِلَّا اللَّهَ». چرا؟ چون حق و حقیقت، دشمن دارد؛ بیان حقیقت آسان نیست. دشمنان حقیقت دنیا دارانند، قدرتمندانند، طواغیت عالمند؛ در طول تاریخ این جور بوده است، تا آخر هم، تا زمانی که دولت حقه‌ی ولی عصر (ارواحنا فداه) ظهور بکند، همین جور خواهد بود. این قدرتمندان بیکار که نمی‌مانند؛ ایجاد اشکال می‌کنند، ضربه می‌زنند، از همه‌ی ابزارهایشان استفاده می‌کنند. پس باید «وَ لَا يَخْشَوْنَ أَحَدًا إِلَّا اللَّهَ» وجود داشته باشد، و الا اگر از غیر خدا ترسی وجود



عاشورا! شمشیر مبلغان برای مبارزه با ظلمت‌ها



ما و شما، امانت‌دار و وارث این حقیقت تاریخی هستیم. امروز کسانی هستند که می‌خواهند ماجرای عاشورا را به عنوان یک درس، خاطره و یک شرح واقعه، از زبان علما، روحانیون، مبلغین، مبلغات و امثال این‌ها بشنوند. ما در این زمینه چه خواهیم کرد؟ در اینجا به قضیه‌ی خیلی مهمّ تبلیغ می‌رسیم. اگر روزی این طلاب جوان، فضلالی حوزه‌های علمیّه، مبلغین، وعّاظ، مدّاحان و روضه‌خوانان، توانسته‌اند ماجرای عاشورا را مثل حرب‌های علیه ظلمات متراکم حاکم بر فضای زندگی همه‌ی بشر به کار گیرند و با این تیغ بُرنده‌ی الهی پرده ظلمات را بشکافند و خورشید حقیقت را به شکل حاکمیّت اسلام، واضح و آشکار کنند- این حقیقت در زمان ما اتفاق افتاده است- چرا نباید متوقع بود که در هر عصر و زمانی- هرچه هم که تبلیغات دشمن در آن دوره سخت، همه‌گیر و ظلمات «أشدّ تراکماً» باشد- مبلغین، گویندگان و علمای دین، بتوانند علیه هر باطلی، شمشیر حق و ذو الفقار علوی و ولوی را در دست گیرند و از آن استفاده کنند؟! چرا ما چنین چیزی را مستبعد بدانیم؟! درست است که امروز تبلیغات دشمن، همه‌ی فضای



فهم اهمیت تبلیغ از عاشورا

امام حسین (علیه السلام) هم برای بیان حقیقت، روشنگری در طول تاریخ، عزیزترین عزیزان خود را برمی دارد می آورد وسط میدان. امام حسین (علیه السلام) که می دانست حادثه چه جور تمام خواهد شد؛ زینب را آورد، همسران خود را آورد، فرزندان خود را آورد، برادران عزیز خود را آورد. اینجا هم مسئله، مسئله‌ی تبلیغ دین است؛ تبلیغ به معنای حقیقی کلمه؛ رساندن پیام، روشن کردن فضا؛ ابعاد مسئله‌ی تبلیغ را این جور می شود فهمید که چقدر مهم است. در آن خطبه «مَنْ رَأَى سُلْطَانًا جَائِرًا مُسْتَحِلًّا لِحُرْمِ اللَّهِ، نَاكِثًا لِعَهْدِ اللَّهِ ... وَ لَمْ يُغَيِّرْ عَلَيْهِ بِفِعْلٍ وَ لَا قَوْلٍ كَانَ حَقًّا عَلَى اللَّهِ أَنْ يُدْخِلَهُ مَدْخَلَهُ» یعنی وقتی او دارد فضا را به این شکل آلوده می کند، خراب می کند، باید یا با فعل یا با قول آمد روشنگری کرد. و امام حسین (علیه السلام) این کار را انجام می دهد، آن هم با این هزینه‌ی سنگین؛ عیالات خود، همسران خود، عزیزان خود، فرزندان امیر المؤمنین، زینب کبری، این ها را برمی دارد می آید وسط میدان

دیدار با جمعی از طلاب و روحانیون در آستانه‌ی «ماه»
(محرم) ۱۳۸۸/۰۹/۲۲



لزوم استفاده از فرصت محرم برای معرفی شاخص

یک نمونه، همین تبلیغات ماه محرم است که به مناسبت عزاداری محرم انجام می‌گیرد. این، بهترین فرصت برای تبلیغ کردن است. از این فرصت باید استفاده کرد برای همان مطلبی که عرض شد؛ شاخص ایجاد بشود؛ مایز، شاخص‌سازی، معالم‌الطریق. اگر چنانچه سر دوراهی تابلویی نباشد که نشان بدهد راهِ فلان جا از کجاست، طرف راست است یا طرف چپ است، این سیرکننده و رونده، به خطا خواهد افتاد. اگر چند راهی باشد، گمراه خواهد شد. شاخص باید معین کرد، انگشت اشاره را بایستی واضح مقابل چشم همه قرار داد تا بتوانند گمراه نشوند. در دنیائی که اساس کار دشمنان حقیقت بر فتنه‌سازی است، اساس کار طرف‌داران حقیقت بایست بر این باشد که بصیرت را، راهنمائی را، هرچه می‌توانند، برجسته‌تر کنند و این شاخصها را، این مایزها را، این معالم‌الطریق را بیشتر، واضح‌تر، روشن‌تر در مقابل چشم مردم قرار بدهند، که مردم بفهمند، تشخیص بدهند و گمراه نشوند

دیدار با جمعی از طلاب و روحانیون در آستانه‌ی «ماه»

(محرم) ۱۳۸۸/۰۹/۲۲

ذهن بشریت را فراگرفته است. در این، شکی نیست. ...
اما آیا جناح حق و جبهه‌ی اسلام ناب نمی‌تواند در
مقابل این تبلیغات خصمانه و خبائث‌آلود، به برکت
روح، پیام و حقیقت عاشورا و پیام محرم، همان معجزه
را یک‌بار دیگر تکرار کند؟! چرا نتواند؟! سختی دارد؛ اما
ممکن است. همت و فداکاری لازم دارد. راه باز است؛
بن‌بست نیست. مسئولیت ما و شما این است

دیدار روحانیون و وعّاظ، در آستانه‌ی ماه محرم
(۱۳۷۴/۰۳/۰۳)

ذکر مصیبت؛ عامل ایجاد پیوند عاطفی



بعضی ممکن است بگویند شما می‌خواهید نهضت امام حسین را بیان بکنید، خیلی خب، بروید بیان کنید، دیگر روضه‌خوانی و گریه و زاری و این‌ها چیست؟ بروید بنشینید بیان کنید که حضرت این کار را کردند، این کار را کردند، هدفشان هم این بود. این، خیلی فکر خطائی است، نگاه غلطی است. این عاطفه‌ی نسبت به اولیاء خدا، اولیاء دین، این پیوند عاطفی، پشتوانه‌ی بسیار ارزشمند پیوند فکری و پیوند عملی است. ... ببینید در قرآن نسبت به اولیاءِ الهی سه تعبیر وجود دارد: یک تعبیر، تعبیر ولایت است؛ «إِنَّمَا وَلِيُّكُمُ اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَالَّذِينَ آمَنُوا الَّذِينَ يُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَيُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَهُمْ رَاكِعُونَ»؛ بحث ولایت. معلوم است که پیوند، ارتباط، معرفت، این‌ها داخل در زیرمجموعه‌ی ولایت است. یک بحث، بحث اطاعت است؛ «أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِيَ الْأَمْرِ مِنْكُمْ»؛ اطاعت رسول و اطاعت اولی الامر. این، در عمل است. در میدان عمل باید اطاعت کرد، پیروی کرد.

اما یک بحث سومی وجود دارد و آن، بحث مودت است. «قُلْ لَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ أَجْرًا إِلَّا الْمَوَدَّةَ فِي الْقُرْبَى». این مودت چیست دیگر؟ ولایت

لزوم وجود سه عنصر عقل، حماسه و عاطفه در تبلیغ محرم

ما مبلّغان، زیر نام حسین بن علی تبلیغ می‌کنیم. این فرصت بزرگ را یادِ این بزرگوار به مبلّغان دین بخشیده است، که بتوانند تبلیغ دین را در سطوح مختلف انجام بدهند. هریک از آن سه عنصر باید در تبلیغ ما نقش داشته باشد؛ هم صرف پرداختن به عاطفه و فراموش کردن جنبه‌ی منطق و عقل که در ماجرای حسین بن علی (علیه‌السلام) نهفته است، کوچک کردن حادثه است، هم فراموش کردن جنبه‌ی حماسه و عزت، ناقص کردن این حادثه‌ی عظیم و شکستن یک جواهر گران‌بهاست؛ این مسئله را باید همه - روضه‌خوان، منبری و مداح - مراقب باشیم.

دیدار روحانیان و مبلّغان در آستانه‌ی «ماه محرم» (۰۵/۱۳۸۴/۱۱)

الزامات مجالس حسینی

در مجالس عزاداری ماه محرم، این سه ویژگی باید وجود داشته باشد:

۱. عاطفه را نسبت به حسین بن علی و خاندان پیغمبر، علیهم صلوات الله، بیشتر کند. (علقه و رابطه و پیوند عاطفی را باید مستحکم‌تر سازد).
۲. نسبت به حادثه‌ی عاشورا، باید دید روشن و واضحی به مستمع بدهد.
۳. نسبت به معارف دین، هم ایجاد معرفت و هم ایجاد ایمان - و لو به نحو کمی - کند. نمی‌گوییم همه‌ی منبرها باید برخوردار از همه‌ی این خصوصیات باشند و به همه‌ی موضوعات بپردازند؛ نه. شما اگر یک حدیث صحیح از کتابی معتبر را نقل و همان را معنا کنید، کفایت می‌کند. برخی منبریها، بعضی اوقات یک حدیث را آن قدر شاخ و برگ می‌دهند که معنای اصلی‌اش از بین می‌رود. اگر شما یک حدیث صحیح را برای مستمع خود درست معنا کنید، ممکن است بخش مهمی از آنچه را که ما می‌خواهیم داشته باشد. وقتی شما از روی یک تعبیر معتبر، راجع به یک آیه‌ی قرآن فکر و مطالعه کنید؛ به تنقیح آن بپردازید و برای مستمع بیان نمایید، مقصود حاصل است. اگر برای ذکر مصیبت، کتاب «نفس المهموم» مرحوم «محدث قمی» را باز کنید و

این‌ها را داشته باشید، اطاعت هم از این‌ها بکنید؛ مودت برای چیست؟ این مودت، پشتوانه است. اگر این مودت نباشد، همان بلائی بر سر امت اسلامی خواهد آمد که در دوران‌های اول بر سر یک عده‌ای آمد که همین مودت را کنار گذاشتند، بتدریج اطاعت و ولایت هم کنار گذاشته شد. بحث مودت خیلی مهم است. این مودت، با این ارتباطات عاطفی حاصل می‌شود؛ ماجرای مصیبت‌های این‌ها را گفتن، یک جور ایجاد ارتباط عاطفی است؛ ماجرای مناقب این‌ها و فضائل این‌ها را گفتن، یک جور دیگر پیوند عاطفی است.

دیدار با جمعی از طلاب و روحانیون در آستانه‌ی «ماه»
(محرم) ۱۳۸۸/۰۹/۲۲



اهمیت انجام سنتی عزاداریها و لزوم پرهیز از بدعت‌ها



من واقعاً می‌ترسم از اینکه خدای ناکرده، در این دوران که دوران ظهور اسلام، بروز اسلام، تجلی اسلام و تجلی فکر اهل بیت علیهم الصّلاة و السّلام است، نتوانیم وظیفه‌مان را انجام دهیم. برخی کارهاست که پرداختن به آن‌ها، مردم را به خدا و دین نزدیک می‌کند. یکی از آن کارها، همین عزاداریهای سنتی است که باعث تقرّب بیشتر مردم به دین می‌شود. اینکه امام فرمودند «عزاداری سنتی بکنید» به خاطر همین تقریب است. در مجالس عزاداری نشستن، روضه خواندن، گریه کردن، به سر و سینه زدن و مواكب عزا و دسته‌های عزاداری به راه انداختن، از اموری است که عواطف عمومی را نسبت به خاندان پیغمبر، پرجوش می‌کند و بسیار خوب است. در مقابل، برخی کارها هم هست که پرداختن به آن‌ها، کسانی را از دین برمی‌گرداند. بنده خیلی متأسفم که بگویم در این سه، چهار سال اخیر، برخی کارها در ارتباط با مراسم عزاداری ماه محرم دیده شده است که دست‌هایی به غلط، آن را در جامعه‌ی ما ترویج کرده‌اند. کارهایی را باب می‌کنند و رواج می‌دهند که هرکس ناظر آن باشد، برایش سؤال به وجود می‌آید

دیدار با جمعی از روحانیون استان «کهکیلویه و بویراحمد» در آستانه‌ی

(«ماه محرم» ۱۳۷۳/۰۳/۱۷)



از رو بخوانید، برای مستمع گریه‌آور است و همان عواطفِ
جوشان را به وجود می‌آورد. چه لزومی دارد که ما به خیالِ
خودمان، برای مجلس‌آرایی کاری کنیم که اصل مجلس
!عزا از فلسفه‌ی واقعی‌اش دور بماند؟

دیدار با جمعی از روحانیون استان «کهگیلویه و بویراحمد» در آستانه‌ی
(«ماه محرم» ۱۳۷۳/۰۳/۱۷)

از جنس بشر و شیاطین انس بر مردم وارد می‌کنند، معطوف می‌سازد. این، همان عواطف و احساسات است. البته بعد که حرکت وارد جریان معقول و عادی خود شد، نوبت استدلال منطقی هم می‌رسد. یعنی کسانی که دارای تحمّل عقلی و پیشرفت فکری هستند، به استدلالات عالی می‌رسند. ولی بعضی افراد هم، در همان درجات ابتدایی می‌مانند. درعین حال، معلوم هم نیست آن‌هایی که از لحاظ استدلال سطح بالاتری دارند، از لحاظ درجات معنوی هم، حتماً سطح بالاتری داشته باشند. نه؛ گاهی کسانی که سطح استدلالی پایین‌تری دارند، اما جوشش عواطفشان بالاست، ارتباط و علقه‌شان با مبدأ غیبی بیشتر و محبتشان نسبت به پیغمبر، جوشان‌تر است و به درجات عالی‌تری می‌رسند. قضیه این‌گونه است

دیدار با جمعی از روحانیون استان «کهکیلویه و بویراحمد» در آستانه‌ی.
(«ماه محرم» ۱۳۷۳/۰۳/۱۷)



لُزوم پرداختن به مباحث عاطفی در کنار مباحث استدلالی عاشورا

مبادا کسی خیال کند که در زمینه‌ی فکر و منطق و استدلال، دیگر چه جایی برای گریه کردن و این بحث‌های قدیمی است! نه! این خیال باطل است. عاطفه به جای خود و منطق و استدلال هم به جای خود، هریک سهمی در بنای شخصیت انسان دارد. خیلی از مسائل است که باید آن‌ها را با عاطفه و محبت حل کرد و در آن‌ها جای منطق و استدلال نیست. شما اگر در نهضت‌های انبیا ملاحظه کنید، خواهید دید وقتی که پیغمبران مبعوث می‌شدند، در وهله‌ی اوّل که عده‌ای دور آن‌ها را می‌گرفتند، عامل اصلی، منطق و استدلال نبود. ... دلیل و استدلال، زمانی کاربرد دارد که نهضت پیش رفته است. در وهله‌ی اوّل، حرکت، حرکتی احساسی و عاطفی است. ... اما بحث سر این است که نبی وقتی می‌خواهد دعوت خود را شروع کند، استدلال فلسفی مطرح نمی‌سازد؛ بلکه احساس و عاطفه‌ی صادق را مطرح می‌کند. البته آن احساس صادق، احساس بی‌منطق و غلط نیست؛ احساسی است که در درون خود، استدلالی هم دارد. اوّل توجه را به ظلمی که در جامعه جاری است؛ اختلاف طبقاتی‌ای که وجود دارد و فشاری که «انداد الله»

لزوم پرداختن به خوف بیش از رجا در تبلیغ



در دعای صحیفه‌ی سجادیه یک جا حضرت سجاد (علیه السلام) از طرف خودش به خداوند متعال عرض می‌کند که: «تفعل ذلک یا الهی بمن خوفه اکثر من رجائه لا ان یکون خوفه قنوطاً»؛ من خوفم از رجايم بیشتر است، نه اینکه مأیوس باشم. این، یک اعلان رسمی و دستورالعمل است. خوف را همراه رجاء حتماً به دل‌ها بدمید؛ و خوف را بیشتر. اینکه ما آیات رحمت الهی را بخوانیم - که بعضی از این آیات و مبشرات، مخصوص یک دسته‌ی خاصی از مؤمنین است و به ما ربطی ندارد - و یک عده‌ای را غافل کنیم و نتیجه‌اش این بشود که خیال کنند - با یک توهم معنویت - غرق در معنویتند و از واجبات و ضروریات دین در عمل غافل بمانند، درست نیست. در قرآن، بشارت مخصوص مؤمنین است؛ اما انذار برای همه است؛ مؤمن و کافر مورد انذارند. پیغمبر خدا گریه می‌کند، شخصی عرض می‌کند: یا رسول الله! خداوند فرمود: «لِيَغْفِرَ لَكَ اللَّهُ مَا تَقَدَّمَ مِنْ ذَنْبِكَ وَ مَا تَأَخَّرَ». این گریه برای چیست؟ عرض می‌کند: «أَفَلَا أَكُونُ عَبْدًا شَكُورًا»؛ یعنی اگر شکر آن مغفرت را نکنم، پایه‌ی آن مغفرت سُست خواهد شد. در همه حال، انذار باید بر دل ما



وظیفه‌مبلغان در بیان معنا و مفهوم شهادت

روحانیت محترم و مبلّغین عزیز، در این ماه بزرگ باید ابعاد مختلف قضایا را برای مردم روشن کنند و به آن‌ها تفهیم نمایند که دنیا و آخرت، در سایه‌ی دین به دست می‌آید. ارتباط با امام حسین علیه الصّلاه و السّلام و فهم معنا و مفهوم شهادت، هم به زندگی مادّی و هم به زندگی معنوی انسان کمک می‌کند. یک ملت، اگر معنای شهادت را فهمید و دانست که برای آرمان‌ها چگونه می‌شود رفت و جان فدا کرد، آن وقت می‌تواند بی‌دغدغه و با استقلال زندگی کند؛ زیرا مرگ دیگر مانعی برایش نیست. اگر جز این باشد، دشمن او را از مرگ خواهد ترساند و مثل بعضی از کشورها، بعضی از دولت‌ها و بعضی از ملت‌هایی خواهد شد که در مقابل دشمنان، ضعف نفس نشان می‌دهند

«دیدار روحانیون و مبلّغان، در آستانه‌ی «ماه محرم»
(۱۳۷۵/۰۲/۲۶)

دیدار علما و روحانیون و مبلّغان در آستانه‌ی «ماه محرم»
(۱۳۷۸/۰۱/۲۳)



لِزوم رعایت اعتدال دریان مسائل سیاسی در منابر



ما نباید مسائل سیاسی را بکلی از حیطه‌ی حرف و گفت و تلاش و مجاهدتِ تبلیغی خودمان خارج کنیم؛ آن‌چنان که دشمنان روی آن ده‌ها سال سرمایه‌گذاری کردند، ولی نهضت اسلامی آمد و این سرمایه‌گذاری را آتش زد و از بین برد و گفتار و اندیشه‌ی سیاسی را وارد متن فعالیت‌های دینی کرد، و نه از این طرف باید بیفتیم که تصور کنیم همه‌ی منبر، همه‌ی تبلیغ، همه‌ی مخاطبه‌ی با مردم و با مؤمنین، یعنی اینکه بنشینیم مسائل امریکا و اسرائیل و مسائل سیاسی را تحلیل کنیم؛ نخیر، یک کار واجب‌تر اگر نباشد، واجب دیگری وجود دارد و آن، دل مخاطب شماست

«دیدار روحانیان و مبلغان در آستانه‌ی «ماه محرم»
(۱۳۸۴/۱۱/۰۵)

و مستمعان ما حاکم باشد. راه، راهِ دشواری است؛ بشر
بایست خود را برای پیمودن این راه و رسیدن به آن سرمنزل
آماده کند

«دیدار روحانیان و مبلغان در آستانه‌ی «ماه محرم»
(۱۳۸۴/۱۱/۰۵)



امروز دنیا در زنده‌ترین مسائل و علوم مورد احتیاج مردم، ساعت به ساعت روش‌های نو را پیش می‌آورد. واقعاً در بسیاری از علومی که در میدان و صحنه‌ی تبادل نظر هست، شما اگر امروز نظریه‌ای را خواندید، یک ماه بعد نمی‌توانید به عنوان آخرین نظریه به آن تکیه کنید. روش‌ها دائماً عوض می‌شود و حرف‌ها نوبه‌نو می‌آید. ما چطور می‌خواهیم حرف حق خودمان را به همان شیوه و روشی که با مردم پنجاه سال یا صد سال پیش گفته می‌شد، امروز در میان بگذاریم؟ امروز حتی با قبل از انقلاب فرق دارد. منبری که در روزهای پیش از انقلاب در سال‌های ۵۵ و ۵۶ و ۵۷ می‌توانست مفید و مؤثر باشد، ممکن است امروز در همه جا آن قدر مفید و مؤثر نباشد. البته بعضی از معارف هست که به هر زبانی و در هر شرایطی بیان بشود، گیرایی دارد؛ اما این عمومیت ندارد. این، آن نکته‌ی اساسی است که خواستم در باب مسائل منبر و اهل منبر عرض کنم و خلاصه‌اش، پیشبرد این فن شریف از لحاظ محتوا و قالب و روش‌ها و اسلوب‌هاست

«دیدار بارو حانیون و مبلّغان، در آستانه‌ی «ماه محرم»

(۱۳۷۰/۰۴/۲۰)





معنای آگاهی سیاسی داشتن مبلّغ

وقتی که به عدم تفکیک دین از سیاست قائل هستید، پس اهل دین باید سیاست را بشناسند و آن را بفهمند و در آن جایی که میدان کار سیاسی است، فعال باشند و در آن جایی که میدان بیان احکام دینی محض است، آگاه از امر سیاسی و وضع سیاسی، آن را اعلام کنند. سیاست موجب نمی‌شود که انسان حکمی را کتمان کند. سیاست نباید موجب کتمان احکام الهی شود. نخیر؛ به عکس، سیاست موجب می‌شود که انسان، احکام و معارف الهی را طوری بیان کند که در نفوس مؤثر واقع شود و با توجه به همه جوانب ادا گردد. این، معنای آگاهی از سیاست برای امر تبلیغ است.

دیدار باروحنیان و مبلّغان اعزامی در آستانه
(ماه محرم «۱۳۷۶/۰۲/۱۳»)

تزریق می‌کنند، مبلغ دین بایستی آن شبهه را، آن
موج مخرب و مفسد و مضرّ را بشناسد تا بداند که
می‌خواهد علاج چه دردی را بکند و کدام خلأ را
می‌خواهد پر کند

«دیدار با علما و روحانیون در آستانه‌ی «ماه محرم»
(۱۳۷۷/۰۲/۰۲)»



لزوم پاسخگویی به سوالات اساسی ذهنی مخاطب

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. این مطلبی که عرض می‌کنم، مربوط به ماه محرم امسال و جمع حاضر نیست؛ این باید اساس کار تبلیغ ما باشد. اگر در دانشگاه‌ها تبلیغ می‌کنیم؛ اگر در نیروهای مسلح یا در قشرها و جوامع مختلف تبلیغ می‌کنیم در هر جا که با مخاطبین خودمان مواجه هستیم اول باید بدانیم که آن سؤال و استفهامی که در ذهن جوان است، چیست. البته مواردی هم پیش می‌آید که سؤال و استفهامی که در ذهن اوست، اهمیت کمی دارد و شما ترجیح می‌دهید چیز مهم‌تری را به او بگویید. البته باید همین‌طور عمل کنید؛ لیکن امروز که شبهات، سؤال‌ها و استفهام‌های گوناگون را به فکر قشرهای مختلف علی‌الخصوص جوانان

می‌کنند. ممکن است ما غفلت کرده باشیم؛ اما دشمن ما غفلت نکرده است! سعی دارند به وسیله‌ی رادیوها، جزوه‌ها، ابزارها و روش‌هایی که متناسب با طبیعت جوان و شهوات قشرهایی از جوانان هم هست، دل‌ها و فکرهای آن‌ها را متوجّه و تسخیر کنند و در آن‌ها اعمال نفوذ نمایند. این هم دلیل دیگری است که باید توجّه 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. پس، از اوّل که شما به فکر تبلیغ هستید و می‌خواهید مطالبی را برای بیان دین و اخلاق و هرآنچه باید گفته شود، انتخاب کنید، هدف را مخاطبه با جوانان قرار دهید. این، نوع محتوا را تحت تأثیر قرار خواهد داد

«دیدار با علما و روحانیون در آستانه‌ی «ماه محرم».

(۱۳۷۷/۰۲/۰۲)



ترجیح دادن جوانان به عنوان مخاطب

مخاطب، ممکن است قشرهای مختلفی از مردم باشند. وقتی که انسان در جمعی مشغول صحبت می‌شود، 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. پس این دو، مرتبط و متصل به یکدیگر است.

در مورد انتخاب مخاطب، من می‌خواهم عرض کنم شاید لازم است که امروز، اکثریت نزدیک به همه‌ی مخاطبان منبرهای تبلیغی ما، جوانان باشند نسل جوان به چند دلیل: 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 دوسوم مردم ما جوانانند. خود شما هم جوانید؛ اکثر جزو همین نسل هستید. پس بیشتر از همه آنها را باید مخاطب قرار داد. این یک. دوم اینکه دشمنان این کشور، دشمنان این انقلاب و دشمنان دین، با توجه به همین حقیقت، مدت‌هاست که برای مخاطبین جوان برنامه‌ریزی



انتخاب محتوای موثر در استحکام عقاید دینی



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

«دیدار با علما و روحانیون در آستانه‌ی «ماه محرم»
(۱۳۷۷/۰۲/۰۲)

اهمیت تعلیم مباحث اخلاقی مورد نیاز به جوانان

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 عجله‌ی در امور، اجتناب از تندخویی و اعمال خشونت است. در محیط اسلامی آن وقتی می‌شود حقایق را به اعماق دل‌ها نفوذ داد که زبان لَین، رفتار اندیشمندانه و عاقلانه در میان باشد و حلم وجود داشته باشد. 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 جامعه‌ی اسلامی بر تأمل، تدبّر، 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 جوانانِ پرداخته و ساخته‌ی امت اسلام و اخلاق اسلامی بار آورید

«دیدار با علما و روحانیون در آستانه‌ی «ماه محرم»

(۱۳۷۷/۰۲/۰۲)

که آن دوره را درک کردند، همه آن را حس نمودند. حاکمیت خدا، یعنی نجات و سعادت انسان‌ها. حاکمیت دین خدا، یعنی پاسخگویی به نیازهای اساسی انسان‌ها. هر نیازی که انسان‌ها دارند نیازهای معنوی، نیازهای مادی، فردی، اجتماعی، دنیوی، اخروی و همه و همه در ظلّ حاکمیت دین خدا تأمین می‌شود. بایستی این‌ها را برای مردم، بخصوص برای جوانان تبیین کنید

«دیدار با علما و روحانیون در آستانه‌ی «ماه محرم»

۱۳۷۷/۰۲/۰۲)



ضرورت تعمیق اعتقاد به حاکمیت دینی در مخاطب

یک نکته‌ی اساسی دیگر این است که امروز علاوه بر اینکه 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. امروز دست‌ها، زبان‌ها، نوشته‌ها و امواج تبلیغاتی، در این امر واضح ایجاد خدشه و در باره‌ی آن، سؤال ایجاد می‌کنند. بایستی این را در ذهن‌ها مستحکم کنید. باید بدانند که حاکمیت اسلام، یعنی حاکمیت عدل و علم و انصاف بر مجموعه‌ی انسان‌ها. حاکمیتی که می‌تواند هم جسم انسان‌ها، هم دل انسان‌ها، هم عواطف، اخلاق و زندگی واقعی و زندگی معنوی آن‌ها و هم دنیا و آخرتشان را آباد کند. حاکمیت دین یعنی این.

حاکمیت دین، در مقابل حاکمیت طاغوت است؛ که «وَ إِذَا تَوَلَّى سَعَى فِي الْأَرْضِ لِيُفْسِدَ فِيهَا وَ يُهْلِكَ الْحَرْثَ وَ النَّسْلَ». حاکمیت طاغوت، حاکمیت فساد و حاکمیت ضایع کردن دین و دنیا است نه فقط دین کما اینکه در گذشته‌ی کشور خودمان از نزدیک شاهد بودیم و کسانی



ضرورت کسب بصیرت برای مبلغان

امروز اگر جهان، یا لاقلاً جامعه خود را درست نشناسیم، هرچه هم که آن موضوع را خوب بلد باشیم، نمی‌توانیم یک مبلغ خوب باشیم. باید بفهمیم این حرفی که ما می‌زنیم، به کجا ارتباط پیدا می‌کند؛ چه جناحی را در سطح جهان نه در سطح کشور تقویت می‌کند، چه جناحی ... را تضعیف می‌کند

گاهی شنیده می‌شود که در گوشه و کنار، کسانی اظهاراتی می‌کنند و حرف‌هایی می‌زنند و بدون توجّه، به جایی ضربه وارد می‌کنند. این، بر اثر عدم توجّه به وضع و محاذات سیاسی دنیا و وضع و محاذات دوست و دشمن است. نمی‌دانند که جبهه خودی کجاست، جبهه دشمن کجاست. کافی نیست که ما چهارتا مسئله یاد بگیریم و بخواهیم آن‌ها را بگوییم. گاهی بیان یک مسئله، شیوه خاصی دارد که اگر آن شیوه رعایت نشود، ممکن است ضربه وارد بیاید. باید هوشیار بود. این، خصوصیت فضای اقامه دولت حقّ است. در فضایی که دولت حق قائم است، همه اهل حق، مسئولیتشان مضاعف می‌شود. وقتی که دولت و

ضرورت توجه دادن مردم به مسأله وحدت ملی



از جمله‌ی چیزهای مهمی که بایستی در تبلیغات، مردم را به آن توجه دهید، مسأله‌ی وحدت و اتفاق و اتحاد ملت است. ... مبادا در منابر عمومی، در آنجایی که بایستی دین و اخلاق تبلیغ شود، مسائل اختلافی را مطرح و اختلاف‌ها را بزرگ کنید! دشمن سعی می‌کند اختلافات کوچک را بزرگ جلوه دهد. از اوّل انقلاب، این‌طور بوده است و فقط امروز نیست. از اوّل انقلاب، از قبل از جنگ، حتی در دوران جنگ با حضور امام بزرگوار، همیشه این‌طور بوده است. سعی می‌کردند چیز کوچکی را به عنوان سندی بر وجود اختلاف و شکاف، با شیوه‌های روان‌شناسانه‌ی تبلیغی، آن‌چنان بزرگ جلوه دهند که هرکس گوش می‌کند خیال کند که در کشور، غوغایی از زدوخورد و اختناق است؛ در حالی که چنین چیزی نبود؛ الآن هم نیست

«دیدار با علما و روحانیون در آستانه‌ی «ماه محرم»
(۱۳۷۷/۰۲/۰۲)



ضرورت آگاهی از معارف اسلامی برای مبلغان

چون مبلغ بنا بر این دارد که سطح فکر مردم را در مسائل اسلامی بالا ببرد، پس باید آگاهی و بینش دینی وسیع و متنوع داشته باشد؛ با قرآن مأنوس باشد؛ در احادیث غور بکند و کرده باشد؛ با افکار نوی مربوط به مذهب و دین آشنا باشد؛ اهل تحقیق در باره‌ی مسائل دینی و افکار دینی باشد؛ نه فقط آشنایی با دین به تنهایی، بلکه در کنار مسائل دینی، پاره‌ای افکار فلسفی و بینش‌های اجتماعی هست که از آن‌ها هم باید طعمی چشیده و آگاهی‌یی داشته باشد؛ و چون بنا دارد که اسوه‌ی جهاد و مبارزه را به مردم معرفی کند، در این کار باید دقت نظر و وسواس داشته باشد؛ زیرا زندگی حسین بن علی (علیه‌السلام) و ماجرای چندروزه‌ی آن حضرت در کربلا، فصل عظیمی از تاریخ ماست؛ حجم آن کم، اما مفهوم آن بسیار وسیع، و عمق آن خیلی زیاد است

«دیدار باروحنیون و مبلغان، در آستانه‌ی «ماه محرم»
(۱۳۷۰/۰۴/۲۰)

نظام اجتماعی بر اساس دین است، مسئولیت مبلّغان دین مضاعف می‌شود. اساس همه این‌ها هم همان طور که عرض کردیم این است که دین و سیاست از هم منفک نیستند

بیانات دیدار بارو حانیان و مبلّغان اعزامی در آستانه «ماه»
(محرّم) ۱۳۷۶/۰۲/۱۳

رعایت زی طلبگی و عمل به معارف

ما در فلان شهر یا روستا برای تبلیغ وارد می شویم؛ رفتار، نشست و برخاست، معاشرت، نگاه و عبادت ما، دل بستگی یا دل بسته نبودن ما به تنعمات دنیوی و خورد و خواب ما، رساترین تبلیغ یا ضد تبلیغ است؛ درست باشد، تبلیغ است؛ غلط باشد، ضد تبلیغ است. ما در محیط اجتماعی و محیط زندگی چطور می توانیم دل مردم را به منشأ گفتار خودمان مطمئن کنیم و اعتماد آنها را برانگیزیم؛ در حالی که از مذمت شهوات دنیوی حرف می زنیم و در عمل خدای نکرده خودمان طور دیگری عمل می کنیم! از مذمت دل سپردن به پول و حرکت کردن و مجاهدت کردن در راه زیاده خواهی های دنیوی حرف می زنیم؛ اما عمل ما طور دیگری باشد! چطور چنین چیزی ممکن است اثر بکند؟! یا اثر اصلاً نمی کند، یا اثر زودگذر می کند، یا اثری می کند که بعد با کشف واقعیت کار ما، درست به ضد اثر تبدیل می شود. بنابراین، عمل بسیار مهم است

«دیدار روحانیان و مبلغان در آستانه ی «ماه محرم»

۱۳۸۴/۱۱/۰۵



لزوم اتعاظ نفسی قبل از موعظه کردن دیگران

آن چیزی که در محدوده‌ی جمع کسانی که اهل منبرند چه حرفه‌ی آنها این است، و چه در کنار حرفه‌ی اصلی به آن می‌پردازند واقعاً باید معلوم باشد، این است که اگر ما می‌خواهیم مردم را موعظه بکنیم، لازمه‌ی آن در درجه‌ی اول، اتعاظ نفسی خود ماست. برای کسی که بنا بر گویندگی دین دارد، تهذیب نفس یک امر الزامی است، تا از دل بگوید و حرف او دارای اثر بشود و عملش قول او را تقویت کند و شاهی بر آن باشد

«دیدار بارو حانیون و مبلّغان، در آستانه‌ی «ماه محرم»
(۱۳۷۰/۰۴/۲۰)



هنرمندی در نحوه‌ی بیان

من به منبر خیلی عقیده دارم. امروز اینترنت، ماهواره، تلویزیون و ابزارهای گوناگون ارتباطی فراوان هست، اما هیچ‌کدام از این‌ها منبر نیست؛ منبر یعنی روبه‌رو و نفس به نفس حرف زدن؛ این یک تأثیر مشخص و ممتازی دارد که در هیچ‌کدام از شیوه‌های دیگر، این تأثیر وجود ندارد. این را باید نگه داشت؛ چیز باارزشی است؛ منتها بایستی آن را هنرمندانه ادا کرد تا بتواند اثر ببخشد

(دیدار باروحنایان و مبلغان در آستانه‌ی «ماه محرم» ۱۳۸۴/۱۱/۰۵)



تأثیر ارتباط چشمی با مستمع

سخنی که شما در جلسه، روی منبر به مردم می‌گویید، با حرفی که در رادیو به مردم گفته خواهد شد، فرق می‌کند؛ و لو خود شما آن حرف را بزنید. من بارها این نکته را گفته‌ام که در نشستن و در چشم هم نگاه کردن و نفس و صدای همدیگر را شنیدن و حضور و گرمای وجود یکدیگر را لمس کردن میان مستمع و گوینده، اثری است که در پیام از راه دور، آن اثر نیست. ما معلمان، این را قدر بدانیم. بارها در جلسات اهل علم و وعاظ، این مطلب را تکرار کرده‌ام و گفته‌ام این امتیاز که در جلسات مردم، چشم به چشم و روبه‌رویشان، با آن‌ها حرف می‌زنیم و نه فقط امواج صدای ما، بلکه وجودمان را حس می‌کنند، متعلق به ماست. این، چیز خیلی مغتنمی است و تأثیر مضاعفی دارد. باید در این دوره و فصل جدید که به حق، امیدهای زیادی هم نسبت به آن وجود دارد و می‌بایست آن امیدها و انتظارات برآورده شوند، مردم به وظایف اساسیشان تذکر و توجه داده شوند

دیدار با اعضای جامعه‌ی روحانیت مبارز و مجمع روحانیون مبارز تهران، علما و ائمه‌ی جماعت و جامعه‌ی وعاظ تهران و اعضای شورای هماهنگی سازمان تبلیغات اسلامی، (در آستانه‌ی ماه محرم ۱۳۶۸/۰۵/۱۱)

دفاع ناقص و بد؛ از مؤثرترین حمله‌ها

به دین

بعضاً گوینده‌ای در یک مجلس به نقل مطلبی می‌پردازد که هم از لحاظ استدلال و پایه‌ی مدرک عقلی یا نقلی سست است و هم از لحاظ تأثیر در ذهن یک مستمع مستبصر و اهل منطق و استدلال، ویرانگر است. مثلاً در یک کتاب، بعضی مطالب نوشته شده است که دلیلی بر کذب و دروغ بودن آن‌ها نداریم. ممکن است راست باشد، ممکن است دروغ باشد. اگر شما آن مطالب را بیان کنید- و لو مسلم نیست خلاف واقع باشد- و با شنیدن آن‌ها برای مستمعان، که جوان دانشجو یا محصل یا رزمنده و یا انقلابی است- و بحمد الله، انقلاب ذهنها را باز و منفتح کرده است- نسبت به دین، سؤال و مسئله ایجاد می‌شود و اشکال و عقده به وجود می‌آید، نباید آن مطالب را بگویید. حتی اگر سند درست هم داشت؛ چون موجب گمراهی و انحراف است، نباید نقل کنید؛ چه رسد به اینکه اغلب این مطالب مندرج در بعضی کتابها، سند درستی هم ندارد

«دیدار باروحنایان و مبلغان در آستانه‌ی «ماه محرم

۱۳۸۴/۱۱/۰۵

ضرریان مطالب‌بی‌پایه در منابر

بعضاً گوینده‌ای در یک مجلس به نقل مطلبی می‌پردازد که هم از لحاظ استدلال و پایه‌ی مدرک عقلی یا نقلی سست است و هم از لحاظ تأثیر در ذهن یک مستمع مستبصر و اهل منطق و استدلال، ویرانگر است. مثلاً در یک کتاب، بعضی مطالب نوشته شده است که دلیلی بر کذب و دروغ بودن آن‌ها نداریم. ممکن است راست باشد، ممکن است دروغ باشد. اگر شما آن مطالب را بیان کنید- و لو مسلم نیست خلاف واقع باشد- و با شنیدن آن‌ها برای مستمعان، که جوان دانشجو یا محصل یا رزمنده و یا انقلابی است- و بحمد الله، انقلاب ذهنها را باز و منفتح کرده است- نسبت به دین، سؤال و مسئله ایجاد می‌شود و اشکال و عقده به وجود می‌آید، نباید آن مطالب را بگویید. حتی اگر سند درست هم داشت؛ چون موجب گمراهی و انحراف است، نباید نقل کنید؛ چه رسد به اینکه اغلب این مطالب مندرج در بعضی کتابها، سند درستی هم ندارد

دیدار با جمعی از روحانیون استان «کهگیلویه و بویراحمد»

در آستانه‌ی «ماه محرم» ۱۳۷۳/۰۳/۱۷