



حوزه‌های علمیه برای تعطیلات نوروز
برنامه تبلیغی داشته باشند

در صفحه ۳ بخوانید



ضعف اصلی حوزه علمیه و نهادهای
تبلیغی

در صفحه ۲ بخوانید



گاهنامه تحقیقی-تبیینی مناهج

سال اول ، شماره دوم ، اسفند ۱۳۹۷

درآمد

علی مهدوی (سردبیر)

نوروز را همیشه با تعطیلات و تفریح شناخته‌ایم؛ حال آنکه همین تعطیلات می‌تواند یک فرصت تبلیغی ویژه برای طلاب باشد. فرصتی که طلاب به شهر و دیار خود بازمی‌گردند و در خلال صله رحم و دیدار اقوام خود می‌توانند تبلیغ هم داشته باشند؛ اما نه صرفاً از جنس منبر و خطابه؛ بلکه تبلیغی از جنس نوروز و منطق با شرایط نوروز.

برنامه‌های تبلیغی که مخاطبین مختلفی دارد؛ از اقوام دور و نزدیک گرفته تا بچه‌های دوست و آشنا. در عین حال، حوزه علمیه هیچ‌گاه نوروز را به عنوان یک فرصت طلایی برای تبلیغ مطرح نکرده و برنامه‌ی جدی هم برای آن نداشته است. از این رو دومین پرونده مناهج به موضوع «حوزه علمیه و فرصت‌های طلایی نوروز» اختصاص دارد.

حوزه علمیه و فرصت‌های طلایی نوروز



ت مثل تجربه

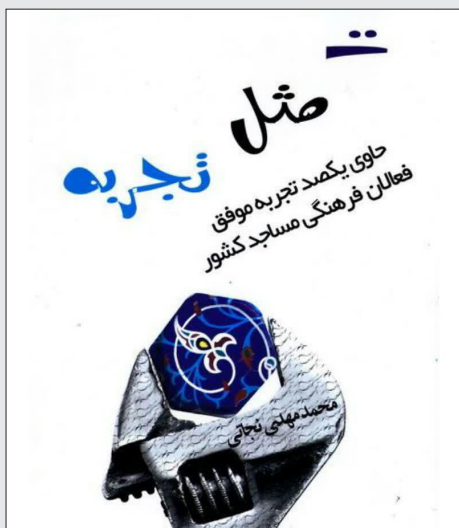
معرفی کتاب | حاوی یکصد تجربه موفق فعالان فرهنگی مساجد کشور

محمد مهدی نجاتی

شرکت کردند و دویست و پنجاه نفرشان مسجدی شدند که....

• خرید کتاب

جهت خرید کتاب می‌توانید به سایت پاتوق کتاب مراجعه فرمایید و یا با شماره تلفن ۰۹۱۵۷۵۹۱۵۷۳ تماس حاصل نمایید.



متن کتاب اینگونه بیان شده است که ابتدا شماره تجربه به همراه عنوان تجربه ذکر می‌گردد، سپس ذیل آن با عنوان شرح تجربه چگونگی اجرای آن توضیح داده شده است. بعد از آنکه لوازم و مراحل اجرای تجربه معرفی گردید، هدف و ضرورت اجرای تجربه در پایان آورده می‌شود.

• برشی از کتاب:

یکی از مربیان خلاق مساجد شهر اصفهان می‌گفت: ما برای جذب بچه‌ها به مسجد، یکبار هزار تا ماهی قرمز کوچولو خریدیم و ریختیم توی حوض حیاط مسجد محل، بعد توی محله اعلامیه زدیم که بچه‌های زیر ۱۲ سال اگر در نماز جماعت شرکت کنند می‌توانند برای خودشان یک ماهی قرمز کوچولو با تور صید کنند. با این روش سیصد نفر در نماز جماعت

نقش جمهوری اسلامی در تبدل ماهیت نوروز

رضا حسینی

ایرانی زیرک مسلمان، نوروز باستانی را با عقیده‌ی خود و به شکل دلخواه خود، تغییر داد؛ ۹۴.۱.۱

حقیقت این است که مردم عزیز کشور ما در طول سالیان متمادی و بخصوص در اوقات حاکمیت نظام اسلامی بر کشور، از عید نوروز هم برای معنویت، برای معرفت، برای نزدیکی به خدا استفاده کرده‌اند. شاهد هم این است که شما در ساعت تحویل اگر ملاحظه کنید، میبینید بیشتر مردم در مراکز دینی، در بارگاه‌ها، در زیارتگاه‌ها و مشاهد مشرفه و در مساجد مشغول توجه و دعا و ذکرند. ۹۰.۱.۱

اکنون که جمهوری اسلامی توانسته است با استفاده از ظرفیت ایمانی و دینی مردم، عید نوروز را به یک عید ((ایرانی-اسلامی)) تبدیل کند، حوزه نباید نسبت به این ظرفیت عظیم بی تفاوت باشد.

کوتاه سخن اینکه: اولین قدم در استفاده حوزه از نوروز، این است که حوزه نوروز را یک عید دینی بداند، و این فرصت طلایی بی نظیر را با بهانه های واهی از خود نگیرد، هر قدر شما نخواهید تبلیغ کنید یا راه حلی برای نوروز نداشته باشید، بالاخره در این ایام، دید و بازدید صورت خواهد گرفت و شما بخاطر شان طلبگی مجبور به تبلیغ خواهید بود.

اگر حوزه نوروز را رها کند، نوروز حوزه را رها نخواهد کرد!

در ابواب مختلف فقه، بحثی مطرح شده است با عنوان تبدل ماهیت.

منظور از تبدل ماهیت این است که موضوع به کلی عوض شود و به تبع، حکم جدیدی پیدا کند. به طور مثال، شراب تبدیل به سرکه شود؛ یا شطرنج که آلت قمار بوده به یک ورزش فکری تبدیل شود. و از آلت قمار بودن به کلی خارج شود.

راجع به «ایام» و احکام عمل در هر مناسبتی هم بحث تبدل ماهیت مطرح است.

به طور مثال برای ایام اربعین، در هیچ روایتی اصل راهپیمایی برای اربعین وارد نشده است؛ اما چه کسی است که امروزه در تاکید استحباب آن شک داشته باشد؟ به طوری که برای انسان شکی باقی نمی‌گذارد که ثواب پیاده روی اربعین از بسیاری اقداماتی که روایت خاص برای آنان ذکر شده (نظیر استحباب عمره در ایامی خاص) بالاتر است.

مثال دیگر راهپیمایی روز ۲۲ بهمن، قبل از پیروزی انقلاب هیچ استجابایی نداشت؛ اما ماهیت این روز با پیروزی انقلاب به کلی تغییر کرد و امروزه نه تنها مستحب بلکه به فتوای برخی مراجع واجب است.

عید نوروز از همین موارد است. به تعبیر دقیق رهبر انقلاب:

در صفحه
۴
بخوانید

چالش گیم و کاردستی

در صفحه
۳
بخوانید

عید نوروز، بهترین بهانه برای شروع
تبلیغات فامیلی

در صفحه
۲
بخوانید

نوروز، طلایی ناشناخته برای
حوزه



شماره دوم

اسفند ۱۳۹۷

یادداشت

سراغاز تحول در تبلیغ

محمد حق پرست

مقام معظم رهبری در دیدار با طلاب تهران، به سه وظیفه عمده روحانیت اشاره کردند: «هدایت فکری و دینی»، «هدایت سیاسی و بصیرت افزایی» و «راهنمایی و حضور در عرصه خدمات اجتماعی». خدمات اجتماعی، همان «تبلیغ عملی» است که در میان روحانیت کم نمونه ندارد. در زلزله کرمانشاه، شاهد حضور هزار نفری طلاب در همان روزهای ابتدائی بودیم. گروه تبلیغی «عباد» نیز هر ساله نوروز خود را با خدمات اجتماعی در مناطق خراسان جنوبی عید می‌گیرد؛ گروه تبلیغی-جهادی «خانه طلاب» نیز هرساله نوروزش را با اردوی جهادی در منطقه بشاگرد آغاز می‌کند و چه بسیارند این گروه‌های کوچک و بزرگ. اینها گوشه‌ای از خدمات اجتماعی طلاب است که چندان رسانه‌ای نمی‌شود.

اما این بار، هم‌زمان با سیل در استان‌های گلستان و مازندران، شاهد حمایت‌ها و پیگیری‌های مراجعی چون آیه‌الله‌العظمی صافی (حفظه‌الله) هستیم که تیمی را به سمت این استان‌ها اعزام کردند.

این اتفاق خوشایند و البته ضروری، نشان از تحولی نو در «تعامل علما با مردم» دارد؛ رویکردی از همدلی، غمخواری و خدمت به مردم. تا قبل از این، حضور علما در کنار اقشار مستضعف و آسیب‌دیده جامعه کمتر حس می‌شد. این بیگانگی تا آنجا پیش رفته بود که بسیاری از مردم علما را از خودشان نمی‌دانستند و نگاهشان تنها به منبر و رساله محدود شده بود.

اما این بار، طعم حضور علما، دلگرمی زیادی به مردم آسیب‌دیده داده است، به‌ویژه اینکه برخی از مناطق استان گلستان سنی‌نشین هستند. این حضور، همان اتحاد واقعی شیعه و سنی است.

شاید معنای حضور رئیس سازمان تبلیغات به عنوان نماینده رهبری، اشاره به همین نکته باشد که مقام معظم رهبری با این انتخاب، درصدد برجسته کردن خدمات اجتماعی روحانیت و اتحاد میان شیعه و سنی هستند.

امیدواریم این رویکرد جدید، سراغاز بسیاری از تحولات دیگر در عرصه تبلیغ باشد. ▶

استفاده از تعطیلات

از فرصت تعطیلات برای تحقیق و نگارش و تبلیغ استفاده کنید

ما طلبه ایم غیر از دید و بازدید وظیفه ارشاد و تبلیغ هم داریم. ▶

استاد عابدی



نوروز، طلایی ناشناخته برای حوزه

بررسی عمل‌کرد حوزه و روحانیت نسبت به فرصت تبلیغی عید نوروز

محمد حق پرست

تبلیغ، وظیفه ذاتی حوزه است. با نگاه تشکیلاتی نسبت به این موضوع، حوزه دو وظیفه مهم دارد:

۱) ایجاد فرصت‌ها و بسترهای تبلیغی

مدیریت حوزه و سازمان‌های همکار حوزه در تبلیغ، هنوز به این دغدغه نرسیده‌اند که فرصت‌ها و بسترهای تبلیغی را در ایران اسلامی، و در سایر کشورها ایجاد کنند. نبود این نگاه، باعث شده تا حوزه‌ای که باید فعال و تولیدکننده قالب‌ها و محتواهای ناب فرهنگی باشد، منفعل و به یک مصرف‌کننده در قالب‌های دیگران تبدیل شود.

به سخن دیگر، حوزه معمولاً در قالب‌های دیگران نقش ایفا می‌کند، در حالیکه خودش باید قالب‌های مناسب با ارزش‌های خودش بسازد. حوزه باید به نظریه‌پردازی در زمینه تبلیغ دست بزند؛ یعنی عده‌ای باشند که فقط برای طرح و ایده استخدام شوند، تا ظرفیت‌های تبلیغ شکوفا گردد.

تفاوت این دو نگاه، در طراحی و مدیریت یک شیء، یا بازی در آن طرح است. اولی، فضا را مدیریت می‌کند و مهره‌ها را طبق اهداف و ارزش‌هایش می‌چیند، اما دومی، در طرح ارائه شده فقط حق مصرف‌کنندگی دارد.

به عنوان نمونه: اگر حوزه فعال بود، بعد از نسل دوم اینترنت، به نسل سوم و ساخت شبکه‌های اجتماعی فرهنگی می‌اندیشید. اما حال که منفعل است، نهایتاً می‌تواند چند کانال مذهبی در این شبکه‌ها داشته باشد و این یعنی بازی در زمین حریف. اکنون وقت آن است که حوزه خلاقیت به خرج دهد و به نسل چهارم و پنجم فضای مجازی ببیندش.

۲) استفاده بهینه از ظرفیت‌های موجود

جدای از ایجاد فرصت، هنر حوزه باید آن باشد که از ظرفیت‌ها و فرصت‌های موجود، حداکثر استفاده را

ببرد. امروزه همه سازمان‌ها و نهادهای تأثیرگذار، معاون فرهنگی یا شبیه به آن دارند. از دانشگاه و مدارس گرفته تا وزارت خانه‌ها، همه با روحانیت تعامل دارند. اما وضعیت تبلیغ امروز، در شأن انقلاب نیست. به چند نکته در این زمینه اشاره می‌کنم:

أ. محدود به منبر و استفاده ناچیز از روش‌های دیگر

حوزه به خاطر سابقه‌ای که در زمینه منبر دارد، از فرصت‌های محرم، صفر و رمضان، با روش منبر خوب استفاده می‌کند. اما روش منبر، یکی از روش‌های مفید است، نه بهترین روش مناسب با هر زمینه‌ای. سخنرانی نباید کم‌رنگ شود، اما زمینه‌های نوشتاری و گفتاری متنوع دیگر باید تقویت شوند. اگر معیار را تأثیر بر مخاطب قرار دهیم، آنقدر که تبلیغ چهره به چهره و کار با کودک تأثیر دارد، سخنرانی تأثیر ندارد. بر اساس این معیار، باید همت اصلی تبلیغ بر عرصه‌های دیگر باشد. فرصت نوروز، فرصتی است که سخنرانی کارآیی زیادی ندارد، اما روش‌های دیگر می‌توانند بهترین تأثیر را برای فرهنگ داشته باشند.

ب. اصلاح نگاه‌ها

نگاه حوزه به عید، باید مثل نگاهش به محرم و رمضان باشد. وقتی ظرفیتی به وجود می‌آید، نباید آن را طرد کرد، بلکه باید از آن استفاده کرد. بسیاری از مردم در نوروز به سفر و استراحت می‌پردازند، اما برخی سازمان‌ها در اوج کاری هستند؛ چون شغلشان چنین اقتضائی دارد. برای روحانیت نیز، همانطور که محرم بستر مناسب تبلیغ است، عید نوروز، فرصت خوبی است که به برخی مسائل کمتر تبلیغ‌شده مانند تفریح و شادی بپردازد. این طرح در صورتی جواب می‌دهد که حوزه مشق‌های ویژه‌ای برای مبلغین ایام نوروز قرار دهد.

ج. تولید محتوای مناسب

همانطور که در محرم باید از حماسه حسینی و درس‌ها

و عبرت‌های عاشورا گفت، در عید نوروز، باید از گردشگری و تفریحات سالم، صله رحم و تقویت روابط خانوادگی، مهمانی‌های جذاب و دوراز حاشیه، جدایی از موبایل و سرگرمی‌های جذاب برای نوجوانان گفت. طبیعی است چنین توقعی نیاز به آموزش‌های هدفمند دارد، نه یکی دواندیشه.

د. ساخت مراکز تفریحی سالم به عنوان الگو

تشکیلات حوزه به عنوان متولی فرهنگ و دینداری مردم، باید به فکر ایجاد پارک‌های بازی جذاب و سرگرم‌کننده مطابق با ارزش‌ها و استانداردهای اسلامی باشد. اگر برای عزاداری و سخنرانی کردن، نیاز به مسجد و حسینیه و تکیه در محرم داریم، برای ایجاد محتوای شاد و فرهنگی مناسب در عید، نیاز به مکان‌های مناسب با همین موضوع داریم. مسجد و حسینیه، بستر خوبی برای سخنرانی و برخی برنامه‌ها هستند، اما تفریح و شادی، نیاز به مکان‌های دیگری دارد.

گاهی اسم برخی امور مثل مسجد و حسینیه مقدس است و خیرین زیادی را به سمت ساخت آن می‌کشاند. اما اگر مرکزی برای تفریحات سالم بخواهد دائر شود، استقبالی از سوی علمای دین و مردم متدین نمی‌شود. در حالیکه امروز، تأثیر مرکز بازی، اگر بیشتر از برخی مراکز فرهنگی نباشد، کمتر هم نیست. البته نباید دنبال این باشیم که اولین اقدام در این زمینه‌ها، بهترین قدم باشد. بلکه این عرصه‌ها نیاز به تجربه و آزمون دارد.

ناگفته نماند، در این سال‌ها، سازمان اوقاف در امامزاده‌ها، و بسیج در راهیان نور، تبلیغ موفق‌تری دارند. واقعا جای تشکر دارد از مسئولان این سازمان‌ها که در خلأ نگاه حوزه، این فرصت را مغتنم شمرده‌اند. اما جدای از اوقاف و بسیج، اولاً سازمان حوزه باید ورودی تشکیلاتی به مسئله داشته باشد و اوقاف و بسیج را نیز مدیریت کند. ▶

ضعف اصلی حوزه علمیه و نهادهای تبلیغی

نوروزی که می‌تواند به حوزه علمیه برنامه محرم و رمضان را بدهد.

عظیم براحتی می‌توان خوراک تبلیغی برای محرم و رمضان آماده کرد. دیگر می‌دانیم مبلغی که شیراز یا هرکجای ایران اسلامی می‌رود با چه سطح آمادگی و چه جنس مطالبی باید برود.

پ.ن: رهبر معظم انقلاب:

امروز، دوره‌ی انقلاب و روزهای کار و حرکت‌های جهشی است و قم به این‌گونه نگاه‌ها و جهت‌گیری‌های نو، بیش از پیش احتیاج دارد.

در گذشته چنین توقعاتی از قم وجود نداشت و حوزه علمیه، سربه‌زیر و مشغول کار خود بود اما امروز این انتظار از حوزه علمیه قم وجود دارد که برای ابهام‌ها و مشکلات دینی راه حل داشته باشد. ۷/ بهمن ۱۳۹۷ ▶



به آن، اقدام راهگشا و جدی انجام داده‌اند. گاهی انبوه بسیاری از مشکلات تنها با یک کلید کوچک قابل گشایش و رفع و رجوع است؛ اما وقتی آن کلید کوچک را نداریم، لاجرم منابع و امکانات بسیاری را هدر می‌دهیم، اما چیز چشمگیری هم به دست نخواهیم آورد.

• **نوروز: بهترین فرصت برای دستیابی به سؤالات مردم**
ایام نوروز بهترین فرصت برای حوزه علمیه است تا بیشترین بهره‌برداری را برای رسیدن به سؤالات مردم داشته باشد. در این ایام هر طلبه‌ای روانه دیار خویش است -اصل هم‌زمانی و انس در نوروز رعایت می‌شود برخلاف دیگر ایام تبلیغی که دفتر تبلیغات مبلغ کرد را به شیراز، فارس را به تبریز و... می‌فرستد- و در ضمن دید و بازدیدها با شبهات و سؤالات جدی مردم دیار خویش آشنا خواهد شد. اگر حوزه علمیه یک سامانه -حتی پیامکی- تعبیه کند تا هر طلبه‌ای به تفکیک استان، شهر، بخش و روستا، سؤال اصلی مخاطبین خود را ارسال کند، آیا این کم‌هزینه‌ترین و میان‌برترین راه ممکن برای دستیابی به این مهم نیست؟ چرا این فرصت طلایی را از دست بدهیم؟!

• نوروز، معدّ خوراک تبلیغی رمضان و محرم

وقتی سوالات مخاطبین تجمیع شد؛ حال با این سرمایه



اسفند ۱۳۹۷

شماره دوم

نظر اعضا

کاربر: Mira

نوروز فرصت خوبی برای تبلیغ هست، قبول. باید تبلیغ رو از انحصار ایام حزن خارج کرد، قبول. نهادها و مسئولین در این دهه‌ها نسبت به برنامه‌ریزی برای این موضوع غفلت کردند، قبول.

اما اگر در ایام نوروز قصد تبلیغ در بین فامیل و بستگان خودتون رو دارید، این کار ملاحظات و دقت‌های جدی رو لازم داره، که تبلیغ در بین غریبه‌ها با جایگاه مبلغ به اون مهارت‌ها نیاز نداره.

افراد زیادی هستند که به دلیل احساس تکلیف و صفای باطنی که دارند در این عرصه وارد می‌شوند بدون اینکه مهارت روابط اجتماعی رو داشته باشند و من که خودم شاهد و نظاره‌گر بسیاری از این برخورد ها بودم ، به وضوح اثر ضد تبلیغی و اثر معکوس این رفتارها را دیدم .

پیشنهادات من این هست که خواهشا:

۱) تصنعی برخورد نکنید و خودتون باشید، قرار نیست در طی ۱۳ روز تمام آشنایان و فامیل‌ها را با کلمات قصار و گریزهای عالمانه متحول کنید.

۲) به فامیل و آشنایان نگاه ابزاری و نگاه از موضع بالا نداشته باشید. گویی ما طلبه‌ها همه دانای کل یا کشتی نجات دیگرانیم و به جز ما همه در حال غرق شدن‌اند.

۳) برخی انقدر غرق در فضای تبلیغ و متمرکز بر جذب حداکثری می‌شوند که صمیمیت و برخورد عادی دوستانه و رفتار مطابق عرف را فراموش می‌کنند.

۴) نوروز شاید بیش از آنکه فرصت تبلیغ باشد، فرصت یادگیری باشد.

۵) چه بسا به دلیل مردمی نبودن و آشنا نبودن به سوالات و دغدغه‌های مردم و جامعه ، نگاه درستی به مردم نداریم . خشت اول در تربیت، انسان‌شناسی است. تحلیل درست از انسان و هستی پیدا کنید تا از تربیت لذت ببرید.

۶) وسعت دین به وسعت دریاست، به مردم دینی در حد قوطی کبریت ندهید. دین یک سیستم است، یک نگاه به هستی، برنامه‌ای برای زیستن، این حیات را در گ‌های جامعه پمپاژ کنید، از مسائل اساسی با مردم صحبت کنید. دین فقط آموزش نماز و حجاب نیست. شاید اهدای یک کتاب بهتر از یک ساعت حرفهای بی‌ثمر باشد.

۷) قبل از ورود به بحث‌های تبلیغی ، مدتی بین مردم و فامیل باشید و فقط گوش کنید و گوش کنید و با دقت افکار آنها را تحلیل کنید و برای آنها پاسخهای منطقی پیدا کنید. و بعد با زبان خود قوم به سوی آنها بروید، نه با زبان شیخ و آخوند و فلاسفه.

اگر تحلیل دقیق و زبان قوم را نمی‌دانیم، منفعت تبلیغ نکردن ما برای اسلام بیشتراست.

۸) شهید مطهری می‌فرمود عیب علم اصول این است که پرداختن بیش از حد به آن ذهن را از فهم مسائل عرفی دور می‌کند. همین است که زاویه دید ما با مردم متفاوت است ، و تفاهمی نداریم .

تمرین تمرین تمرین. نه افراط و نه تفریط؛ مراقب باشیم. ▶

استاد قرآنی

حوزه‌های علمی برای تعطیلات نوروز برنامه‌تبلیغی داشته باشند.

امروز حوزه و دانشگاه جوابگوی نیازهای جامعه نیست.

اکثر افراد بیکار کشور دارای مدرک تحصیلی بالا هستند، زیرا دروسی که خواندند برای کار کردن آنان مفید نیست و از علم کاربردی بی‌بهره‌اند.

قرآن کریم، پاسخگوی همه سؤالات است

امروز تبلیغ مستحب نیست بلکه انقاذ غریق است.

امروز شبهات زیادی در جامعه وجود دارد و سؤالات زیادی درباره دین و مذهب عنوان می‌شود که باید با پاسخ‌های آسان و قابل فهم به آنان جواب داد.

از خنده در تبلیغ دین غافل شدیم.

عید نوروز همه می‌خندند و در کنار هم هستند، برنامه خنده حلال باید در جامعه راه‌اندازی شود؛ خداوند هم می‌خنداند و هم می‌گریاند، ما در ماه‌های محرم و صفر

از راه روضه تبلیغ می‌کنیم و غیراز ایام سوگواری از راه خنده، مردم را جذب کنیم.

آخوندی ارزش دارد که مصداق حدیث پیامبر(ص) باشد که فرمودند: «اذا مات العالم الفقیه ثلم فی الاسلام ثلثة لایسدها شیء؛ وقتی عالمی فقیه، فوت کند در اسلام رخنه و حفره‌ای ایجاد می‌شود که هیچ چیزی نمی‌تواند جای آن را پر کند».

حوزه نیوز

عید نوروز، بهترین بهانه برای شروع تبلیغات فامیلی

بهترین ایده‌ارسالی | قسمت اول

احمد رضا کمالی

شاید تا به حال به ذهنمان هم خطور نکرده باشد که یک طلبه چقدر می‌تواند در رشد معرفتی و جهت‌گیری دینی خویشان و بستگانش مؤثر باشد. در این چند سالی که وارد حوزه شده‌ام، وقتی کلمه «تبلیغ» گفته می‌شود معمولاً ذهن مسئولین حوزه و طلاب به سمت: «تبلیغ ایام محرم و فاطمیه، تبلیغ در روستاها و شهرهای محروم، منبر و مسجد، هیئت و ...» می‌رود؛ اما شاید به این کمتر فکر کرده‌ایم که در فامیل خودمان می‌توانیم تبلیغ کنیم. آن هم نه فقط در ایام محرم و صفر بلکه در تمام طول سال. و آن هم نه فقط برای طلبه‌هایی که در شهر خودشان هستند بلکه برای همه طلبه‌ها حتی آنهایی که از شهر و دیارشان فرسنگها فاصله دارند.

همیشه وقتی می‌خواستند ضرورت تحصیل علوم دینی را به ما مبهمانند «آیه نفر» را برایمان می‌خواندند. اما وقتی پای عمل به این آیه می‌رسد نمی‌دانم چرا حواسپایمان پرت است. برای تبلیغ به همه‌جا فکر می‌کنیم جز به قوم و قبیله و خویشان خودمان. گویی غایت تفقه در دین، که «لِیُنْذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَیْهِمْ لَعَلَّهُمْ یَحْذَرُونَ» بود را فراموش می‌کنیم.

واقعا حوزه تا به حال برای نهادینه کردن «تبلیغ فامیلی» چقدر تلاش کرده است؟! اعم از آموزش مهارتها، فرهنگ‌سازی میان طلاب، انگیزه‌بخشی و بگذاریم و بگذریم ...

غافل از اینکه تأثیرات تبلیغ فامیلی شاید در کمتر تبلیغی وجود داشته باشد.

• برخی مزایای تبلیغ فامیلی:

۱) بخاطر خویشاوندی، احساس نزدیکی و محبت به شما، از سایر تبلیغ‌ها اثرگذارتر است.

۲) بدلیل تداوم ارتباط، ماندگارتر و عمیق‌تر است.

۳) وقت کمتری از شما می‌گیرد. (مقطعی و وقت‌گیر نیست؛ بلکه مداوم است و با وقت کمتری محقق می‌شود)

برخی از طلبه‌ها که در مقاطعی همچون ایام محرم و فاطمیه بدلیل اشتغال، از تبلیغ محرومند می‌توانند اقدام به تبلیغ فامیلی نمایند.

۴) تبلیغ چهره به چهره است که از مؤثرترین و ماندگارترین تبلیغ‌هاست.

۵) «صله رحم» به معنای حقیقی کلمه صورت می‌گیرد. صله رحم به معنی پیوستن به خویشاوندان و احسان به ایشان است. صله رحم در اصل یعنی بی‌اعتنا نبودن به نیاز فامیل اعم از محبتی، مالی، معرفتی و فکری و ... است. همانطور که طبق آیات قرآن، در انفاق مالی، خویشاوندان و اقرباء اولویت دارند؛ در هدایت و راهبری نیز آنها مقدم هستند.

اما شاید از خودتان بپرسید راه و روش این کار چیست؟ از کجا باید شروع کنیم؟ با چه بهانه‌ای با فامیلان ارتباط تبلیغی بگیریم؟ و ده‌ها سؤال دیگر... بهتر است برای اینکه کمی خیالتان را آسوده کنم اندکی از تجربه شخصی‌ام را برایتان بازگو کنم.

فامیل‌های مادری‌ام از همان ابتدا اهل رفت‌وآمد بودند؛ ولی متأسفانه طبق روال بسیاری از مهمانیها، معمولاً خبری از مطالب مهم و سازنده نیست. این اتفاق، من را خیلی رنج می‌داد و احساس اتلاف وقت می‌کردم. برای همین هم از زمانی که طلبه شده بودم خیلی دوست داشتم با ترفندها و شیوه‌هایی می‌توانستم از این جلسات حداکثر بهره را در تأثیرگذاری روی اطرافیانم

ببرم. از طرفی هم از وقتی وارد حوزه شده بودم احساس می‌کردم، فامیل از من فاصله گرفتند و من را مثل گذشته از خودشون نمی‌دونند و احساس دوری می‌کنند. همه‌ی اینها به علاوه‌ی کشانده‌شدن مهمانیها به سمت تجمعات دست‌وپاگیر، بنده را تشویق می‌کرد به یک حصارشکنی و انجام کار جدیدی که بتواند این مشکلات را حل بکند. طرحی به ذهنم رسید. بهترین فرصت برای طرح موضوع با فامیل، دید و بازدیدهای نوروز بود. پس در نوروز ۹۱ بود که آن را با اعضای فامیل در میان گذاشتم؛ که برخلاف پیش‌بینی‌هام خیلی از آن استقبال شد.

اکنون که این مطلب را براتون مینویسم قریب به «هفت سال» است که از شروع جلسات می‌گذره و الحمدلله روز به روز رونق بیشتری پیدا می‌کنه. جمعیت فامیلمون بیش از صد نفره و تا بحال، افراد دورتر فامیل تقاضای پیوستن به جمع را داشتند که ما بدلیل از دست رفتن یکپارچگی فامیل و کمبود جا نتوانستیم درخواستشون را اجابت کنیم.

بعد از گذشت سه سال که به فضل الهی پیشرفت کار را دیدم در فامیل‌های پدری هم این کار را شروع کردم و اکنون حدود چهارسال است که این کار در این فامیل هم ادامه داره و خیلی امیدآفرین بوده.

خوشبختانه کارهای خوبی در این مدت انجام دادیم ولی به لحاظ رعایت اختصار، تنها به بیان بخش کوتاهی از فعالیتها اکتفا می‌کنم. البته اگر دوستان طلبه تمایل نشان دادند حاضرم تجربیاتم را بطور کامل و مفصل در اختیار علاقمندان قرار بدهم.

در قسمت دوم از یادداشت‌م، ان‌شاءالله گزارشی از تجربیاتم در تبلیغ فامیلی خدمتتون ارائه خواهم داد. ▶



گاهنامه تحقیقی-تبیینی مناهج

سال اول ◦ شماره دوم ◦ اسفند ۱۳۹۷

@manahejj

Manahejj.ir



یادداشت

مهم‌تر از تبلیغ

هادی چیت‌ساز

تبلیغ از وظایف ذاتی حوزه است، اما مهم‌تر از آن، اقدام برای تحقق محتوای تبلیغ است؛ یعنی «اجرا کردن، پیگیری و نظارت» برای برپایی معروف و از بین رفتن منکر در سطح جامعه. نسبت «تبلیغ» به «عمل کردن»، در خوشبینانه‌ترین حالت، ۳۰ به ۷۰ است؛ یعنی اگر برای اصلاح چیزی در جامعه، ۳۰ درصد نیاز به تبلیغ باشد، ۷۰ درصد نیاز به عمل خارجی برای تحقق محتوای تبلیغ داریم.

اگر این نسبت رعایت شود، اعتماد مردم به روحانیت چند برابر شده و استقبالشان از دین چند برابر خواهد شد. اما اگر فقط به تبلیغ و شعار اکتفا شود، باعث بی‌اعتمادی و دین‌زدگی خواهد شد. معنای پاسبانی از دین، چیزی جز این نیست.

دلیل این نکته، مراتب امر به معروف است که قلبی، لسانی و یدی می‌باشد. به عنوان مثال، اگر روحانیت دغدغه حرمت مشروب دارد، باید با هر نوع «تولید، توزیع و فروش» مشروب برخورد کند. طبیعی است که این مطالبه باید از مسئولان مربوطه باشد. اما اگر به هر دلیلی مانند کارشکنی مسئول مربوطه، مطالبه جواب نداد، اقدام‌های متناسب دیگر لازم است. اگر چنین اقدامی نباشد، توصیه‌ها و شعارها برای مخاطبان تأثیرات زیادی نخواهد داشت.

نیاز جامعه امروز ما، پیگیری و عمل کردن در دو مسئله مهم است:

۱) فضای مجازی؛

مهمترین مسئله فرهنگی امروز، ولنگاری و فساد فضای مجازی است که مثل سگ هاری جوانان اسلامی را زخم خورده می‌کند، ولی حوزویان فقط به کار لسانی اکتفا کرده‌اند، حال آنکه باید اقدامی در خور شأن انجام داد. گیرم مسئولان مربوطه نخواهند این فضا اصلاح شود، یا کارشکنی کنند، پس وظیفه روحانیت نسبت به این منکر چه می‌شود؟ آیا غیر از این است که مفاسد این فضا، بسیاری از منکرات دیگر را رقم خواهد زد؟

۲) کالا و اشتغال ایرانی؛

تبلیغ و حمایت از کالای ایرانی به‌هرصورت، وظیفه هر حوزوی است. اما حمایت واقعی در خرید اشخاص، و ایجاد بستر تولید کالای باکیفیت و رفع موانع است.

پ.ن: اینکه سقف وظیفه را این بدانیم که «به مسئولان گفتیم»، مسئله‌ای را حل نخواهد کرد. ▶



علی مهدوی

امروز اول فروردین هست و طبق رسم هر سال کل فامیل منزل بی بی جمع می‌شوند. بی بی بزرگ فامیل هست و احترامش برای همه ما واجب. بچه‌ها هر سال منتظر چنین روزی هستند تا بی بی قرآن را باز کنه و آن اسکناسهای تا نخورده و خوشبورا به صغیر و کبیر فامیل بدهد.

محاسنم را شانه و عطر زدم. بچه‌ها هم حاضر شدند و راهی شدیم. به منزل بی بی که رسیدیم بیشتر فامیل جمع بودند. دایی‌ها و خاله‌ها تا چشمشون به ما افتاد سریع آمدند استقبال. بعضی‌ها را پارسال همینجا دیده بودیم و برخی را هم چند ماه پیش. بی بی صلواتی جاق کرد و من را با سلام و صلوات بالای مجلس نشاندند. دایی رضا که دایی بزرگتر هست گفت: خدا را شکر آشبخ کریم رفتی حوزه و فامیل ما هم به روحانی پیدا کرد.

یک کم که سلام احوالپرسی‌ها سرد شد و دیگر همه فامیل جمع شده بودند؛ در تدارک باز کردن سر صحبت درباره شعار سال و یک سری مطالب لازم برای فامیل بودم که آقا حامد، شوهر خاله اکرم گفت: تلویزیون را روشن کنید که تکرار سریال... را الان پخش میکنه.

حواس جماعت هم رفت به سمت تلویزیون؛ خلاصه دیدم حداقل تا آخر فیلم، فضا از کنترل اسلام و روحانیت خارج است. نگاهی به دور و بر کردم چشمم به بچه‌ها افتاد. همه گعده کرده بودند توی ایوان و حسابی با هیجان دور هم جمع شده بودند و گاهی هوار می‌کشیدند.

پاشدم؛ عبا و عمامه را گذاشتم کنج طاقچه و با عرقچین و دنداشه‌ای که تن داشتم رفتم

سراغ بچه‌ها. هر کدام یک گوشی و بعضی تبلت دستشان بود؛ نگاه انداختم دیدم همه در یک بازی شرکت دارند؛ به قول امروزی‌ها بازی چند نفره تحت شبکه(نت).

چیزی نگفتم. جوری که بفهمند منم هستم کنارشون، ایستادم و تماشا کردم. حمید تا فهمید من بالا سرش هستم گفت: عه... شیخ کریم شمایی؟ بین چه بازی خفنی پیدا کردیم؟

لبخندی زدم و گفتم خب سلامتی. یک دفعه مسعود با داد از جا پرید و شروع کرد دعوا کردن با کاظم؛ مگه بهت نمیگم از این طرف بیا؛ مگه نمیگم شلیک کن... اه الکی الکی باختیم. آخه خواست...

دیدم الان جو متشنج می‌شود، وارد شدم و گفتم: آقا مسعود!

با اخمی که روی فرم صورتش خشکیده بود برگشت به سمت من و گفت: بله شیخ کریم.

گفتم: شما هفت از این بازی چی هست؟

گفت: خب سرگرمی و تفریح

گفتم: خب آقا مسعود گل، الان که داری ناراحتی می‌کنی و داد می‌زنی به هدت رسیدی؟!

آرام آرام ابروهایش بالا رفت؛ سرش را خاراند و من من‌کنان گفتم: خب... خب تقصیر کاظمه دیگه... اگه حواسشو جمع می‌کرد تیم ما نمی‌باخت.

گفتم: یعنی فقط وقتی برنده باشی سرگرمی؟! خب اینجوری بالاخره کسی که برنده نمی‌شه همیشه باید اعصابش خرد باشه و ناراحت.

کاظم پرید وسط حرف و گفت: مسعود همیشه داد می‌زنه.

مسعود هم که خیلی بدش آمده بود که کاظم

چالش گیم و کاردستی

داستانک عید

پیش من خرابش کرده بود گفت: نه اینکه خودت داد نمی‌زنی و همیشه خوش اخلاقی! فقط تو خوبی...

دیدم باز دعوا بالا گرفت. گفتم بچه‌ها شما هر روز بازی با به قول خودتون گیم می‌زنید؟

همگی گفتند: خب معلومه.

گفتم: روزی چقدر؟ یکی گفت دو ساعت یکی گفت سه ساعت یکی گفت مشقامو که نوشتم دیگه فقط تا شب بازی می‌کنم...

گفتم: یعنی شما این همه بازی می‌کنید؟ می‌دونید رییس یکی از بزرگترین شرکت‌های بازی به دخترش چقدر در روز اجازه می‌ده بازی کنه؟

مسعود گفت: خب معلومه. بابای آدم رییس یه کمپانی گیم باشه، فک کنم دیگه مدرسه هم نره و فقط انواع بازی‌ها را باباش براش ببره. تاتست بگیره کدوم بازی جذاب‌تره برای فروش.

کاظم و بقیه بچه‌ها هم شروع کردند به خیال‌پردازی: وای ای کاش بابای منم کمپانی گیم داشت... آخ اگه من اون بازی گروه را که هفته پیش بهت گفتم داشتم...

بلند خندیدم و گفتم: نه بچه‌ها... به دخترش گفته حق نداری در روز بیش از ۴۵ دقیقه بازی کنی.

بچه‌ها که تعجب کرده بودند و هوش از سرشون پریده بود گفتند: نعه! چرا؟! ۴۵ دقیقه که اصلا چیزی نیست. تا آدم میخواد بفهمه بازی چیه تموم شده.

گفتم: چون می‌دونه بازی زیاد آدمو معتاد می‌کنه.

مسعود: یعنی شیخ کریم اینایی که معتادن چون گیم بازی کردند معتاد شدند؟

خندم گرفت، دست روی سرش کشیدم و

عید نوروز، بهترین بهانه برای شروع تبلیغات فامیلی

قسمت دوم

- پوششها و مهمانی‌ها
۷. اسلامی تر شدن پوشش خانمها
۸. انس و صمیمیت بیشتر اعضای فامیل با یکدیگر
۹. رشد دینی و اخلاقی بچه‌های فامیل و محبچه شدن دختران
۱۰. بهبود نگرش اعضا نسبت به روحانیت و نظام اسلامی ▶

ضعف اصلی در تبلیغ، ندانستن سؤال مخاطب

▶ عدم آگاهی به نیاز مخاطب، چه بسا تمام زحمات و هزینه‌ها را بر باد دهد. مضاف بر آن اعتبار روحانیت را مورد خنده قرار می‌دهد. ▶

