

کرد. سوگمندانه باید گفت عرصه تبلیغ، که اولویت اول تأسیس حوزه‌ها و تحقق دین در عرصه اجتماع است و نظام‌سازی جامعه دینی نیز در گرو کارآمدسازی عرصه تبلیغ است، نباید در نظام مدیریت حوزوی ما به حاشیه رانده شود.

## حوزه علمیه چگونه می‌تواند در حمایت از نظام ایفای نقش کند؟ آیا این کارکرد را برای حوزه قبول دارید؟

به‌طور قطع؛ یکی از ابزارهای مؤثر در حمایت از نظام اسلامی، عرصه تبلیغ بوده است. در دوران دفاع مقدس که دوران بروز حقیقت انسان‌ها در تقابل حق و باطل بود، حوزویان بیش از ۱۰ برابر جمعیت نسبی همه اقشار حضور داشتند و به واسطه این پیش‌گامی و پرچمداری حوزویان، اقشار دیگر هم تشویق به حضور می‌شدند. یعنی هم از نظر کمی چندین برابر اقشار دیگر شهید و جانباز و رزمنده داشتند و هم از لحاظ کیفی موجب گرم شدن تنور استقبال از جبهه‌ها می‌شدند. این بزرگ‌ترین میدان دفاع از هویت نظام اسلامی بود. افسران تبلیغی، حلقه واسط بین نظام ولایت و ولایت‌مداران که آحاد جامعه اسلامی هستند.

## بحث من بیشتر ناظر به افزایش سرمایه اجتماعی نظام اسلامی و نقش حوزه در فعال کردن ظرفیت‌های مردمی برای تصمیمات بزرگ در نظام است...

برای تحقق ظرفیت‌های نظام اسلامی نیاز به گفتمان‌سازی داریم و مهم‌ترین ابزارهای گفتمان‌سازی، اقشاری هستند که مرجعیت اجتماعی داشته باشند. روحانیت فاضل و زاهد و مرتبط با اجتماع، بیشترین قابلیت گفتمان‌سازی را در تعامل طبیعی با بدنه‌های مردمی دارد. عرصه تبلیغ می‌تواند در گفتمان‌سازی، فضاسازی اجتماعی، انتقال نیازهای نظام اسلامی به مردم و فراهم کردن پشتیبانی‌های لازم، نمایش نقاط قوت و ضعف و فرهنگ‌سازی مؤثر باشد.

البته همه عرصه‌های تبلیغ را نباید از حوزه انتظار داشت؛ حوزه در عرصه تبلیغ، بیشترین پشتیبانی را از نظام داشته و نظام اسلامی هم باید در کارآمدی عرصه تبلیغ، کمک و سرمایه‌گذاری کند. ما در اداره کل تبلیغات اسلامی، همواره با اضطراب و تلاطم تأمین حقوق اولیه این مبلغان مواجه هستیم! امروز خیلی شرمندیم که پشتیبانی‌های حداقلی از مبلغان داریم؛ به مبلغی که بیش از ۱۰ سال تحصیل کرده است و با خانواده‌اش به روستاهای دور دست می‌رود و یک مجاهدت فرهنگی را آغاز می‌کند،

ماهانه حدود ۴۵۰ هزار تومان تقدیم می‌کنیم! در حالی که او در اخلاق، فرهنگ، خانواده، ارزش‌ها، کاهش بزه‌کاری‌ها، پرونده‌های دادگستری و فعالیت نیروی انتظامی، افزایش ارتقای سلامت و غیره مؤثر است. اما با وجود بودجه‌ها و دستگاه‌هایی که مبلغ، به طور مستقیم و غیرمستقیم به آن‌ها خدمت می‌کند و بخشی از مأموریت‌هایی که باید برایش هزینه کنند و مؤثر هم نیستند! انجام می‌دهد، نه تنها هیچ‌گونه سرمایه‌گذاری انجام نمی‌شود، بلکه نیازهای اولیه‌اش هم تأمین نمی‌شود.

به نظر می‌رسد مجلس و دولت، جایگاه استراتژیک عرصه‌های تبلیغی را برای دفاع از کلیت نظام و پیش‌برد مأموریت‌های دستگاه‌های دیگر به خوبی درک نکرده‌اند. اگر یک تعامل طرفینی بین حوزه و نهاد تبلیغ با نظام، اعم از دولت و مجلس و کمیسیون‌های مربوطه حاصل نشود، پیشرفت چشم‌گیری در این زمینه نخواهیم داشت.

## پس نیاز به حمایت بالادستی دارد...

فکر می‌کنید دایره تأثیر حوزه علمیه خراسان، چه به لحاظ ملی و چه بین‌المللی، کدام مناطق از کشور و جغرافیای جهان است؟  
اولویت اول ما خراسان بزرگ است و اولویت دوم نیز شرق کشور است؛ امروز مبلغان ما حداقل در ۱۰ استان شرق کشور، به‌طور متناوب حضور

تبلیغی دارند. اولویت سوم هم که الآن تا حدی در آن فعال هستیم و به‌طور قطع باید قدم‌های مؤثری برداریم، کشورهای شرق جمهوری اسلامی است؛ یعنی افغانستان، پاکستان، ترکمنستان، قرقیزستان و تاجیکستان که با زبان، فرهنگ، آداب و رسوم ما و نیز محبت اهل‌بیت(ع) که بن‌مایه استقبال از عرصه‌های فرهنگ تبلیغی ماست، نزدیکی دارند. جایگاه مشهد به عنوان پایتخت معنوی کشور و مرکز بارگاه امامت و ولایت و نیز سابقه کهن و مجرب تبلیغی، در گسترش فرهنگ اهل‌بیت(ع) می‌تواند خیلی مؤثر باشد.

## چقدر از این محقق شده است؟

الآن محصلانی از حدود ۱۰ کشور در حوزه علمیه خراسان حضور دارند و به همین پنج‌شش کشور هم مبلغانی اعزام می‌شوند.

## این اعزام به صورت رسمی انجام می‌شود؟

به صورت‌های رسمی و شخصی؛ این عرصه‌ها نیازمند مدیریت‌های جدی و اساسی و تولید آن سامانه تبلیغی است.

## چه تعدادی هستند؟

بیش از هزار نفر؛ البته در فرصت‌های تبلیغی.

## یعنی متناوب است...

بله؛ خصوصاً در افغانستان و پاکستان. چگونه می‌توان از زیارت به عنوان یک فرصت منطقه‌ای استفاده کرد؟

زیارت فرصت تبلیغی بی‌نظیری را برای ما فراهم کرده است؛ ما برای زیارت حج و عمره، دستگاه‌ها، سازمان‌ها، مبلغان،

آموزش‌های پی‌گیر، تولید متون و منابع، حمایت‌های مادی و معنوی، پشتیبانی‌های رسمی و اجتماعی فراوانی داریم، در حالی که همه جمعیتش در طول سال به یک میلیون نفر نمی‌رسد، زمان محدودی دارد و در کشوری بیگانه است که تلاش می‌کند فعالیت تبلیغی ما را محدود و ناکام کند.

اما فرصتی تبلیغی در مشهدالرضا علیه‌السلام داریم که ۲۰ تا ۳۰ میلیون زائر دارد؛ در کشور خودمان است و بسترهای تبلیغی آن هم در اختیار خودمان است. در واقع فرهنگ اسلامی با تجلی امامت و زیارت، هم به صورت علمی و هم عملی، فرصت تبلیغی فوق‌العاده‌ای را فراهم می‌کند. در این فرصت، زائر همه جسم و جان‌ش را در اختیار مبلغ قرار می‌دهد و روح و روان خودش را به مفهوم زیارت می‌سپارد.

اگر سفرهای زیارتی گروهی را مبنا قرار دهیم و ترویج کنیم، هم در زیرساخت‌ها و پشتیبانی توفیق بیشتری خواهیم داشت و هم در انتقال فرهنگ اهل‌بیت(ع). در آن صورت نیازمند مبلغان ویژه سفرهای زیارتی مشهد مقدس هستیم.

## اما فعلاً بستر سفرهای گروهی فراهم نیست...

البته یکی از سیاست‌های کارگروه زیارت، ترویج و حمایت از سفرهای گروهی زیارتی بود که می‌تواند علاوه بر مشکلات تبلیغ، مشکلات دیگری را هم در عرصه اسکان، خدمات عمومی، ترافیک و زمان‌های تراکم زیارتی برطرف کند و فرصت‌های خوبی را به وجود آورد.

## برای همین هیئات اقداماتی داشته‌اید؟

سال ۱۳۹۱ در مشهد دوره‌هایی را برای مبلغان شاخص ۱۷ استان، به عنوان مبلغان هیئت‌های مذهبی در سفرهای زیارتی امام‌رضا(ع) برگزار کردیم. در این دوره‌ها مباحث مرتبط با شخصیت‌شناسی و سیره امام(ع)، راهکارهای تبلیغ در سفرهای زیارتی، آسیب‌ها و خرافات و روش‌های جلوگیری از آن، فرهنگ کردیم و شبیه همین مباحث را با مدیران هیئات مذهبی نیز به عنوان مدیران کاروان‌های مذهبی از ۱۵ استان داشتیم. این آغازی بر فعالیت ما در این زمینه بود. اما برای تحقق عینی پایتخت معنوی کشور، باید به فرهنگ زیارت اهتمام جدی داشته باشیم و مبلغان مشهد مقدس در این زمینه رسالتی ویژه بر عهده دارند.

