

مشکلات کشور را به‌نام روحانیت تمام می‌کنند؛
درحالی که کار دست دیگران است

پنج‌شنبه ۱۳۹۷/۰۴/۲۳

سالروز وفات جانسوز ام‌المؤمنین

حضرت خدیجه کبری (علیها السلام)

تسلیت باد

هفته‌نامه سیاسی، علمی و فرهنگی حوزه‌های علمیه |

سال بیست و چهارم | شماره ۸۷۵ | دوشنبه ۴ اسفند ۱۴۰۴ | ۵ رمضان المبارک ۱۴۴۷ | ۲۳ فوریه ۱۴۰۴ | صفحه ۵۰۰۰ | تومان |

انشیاء عربی «اتفاق» | پیش‌شماره ۱۴۱ |

دو رکن کلیدی دیپلماسی دینی در وایت‌هاوس از نگاه آیات عظام مکارم شیرازی و نوری همدانی

تعامل فرهنگی با مسیحیان جهان

و پاسداری قاطع از حرمت رهبران دینی

تاکید آیات عظام جواد آملی و سبحانی در پیامی به آیین افتتاحیه سی‌وسومین نمایشگاه بین‌المللی قرآن کریم

بازگشت عملی به معارف عزت‌آفرین قرآن

یگانه راه مقابله با هجمه‌های فرهنگی

قرآن کریم، کتاب جهانی و ابدی هدایت‌بخش است؛

مآئده علمی جاودان که معارف منحصر به فردی فراتر از دسترس عقل بشری

ارائه می‌دهد و فرهنگ ابدی برای انسان ابدی فراهم می‌آورد.

امروز، بازگشت عملی به معارف آن به زبان روز، پاسخ دغدغه‌های نسل جوان

مقابله با هجمه‌های فرهنگی و تضمین عزت، آرامش

و پیشرفت امت اسلامی است.

آیت‌الله کعبی

تبلیغ جهادی کلید هویت‌سازی اجتماعی و جریان‌سازی ملی است

سنتی غالباً مقطعی و یک‌سویه است؛ اما در تبلیغ جهادی باید با تک‌تک مخاطبان ارتباط برقرار و آنان را به یک شبکه اجتماعی ایمانی فعال تبدیل کرد. مخاطب پس از پایان مأموریت تبلیغی نباید رها شود.

وی تأکید کرد: حرکت گروه‌های تبلیغی اگر بر پایه تفکر بسیجی و جهادی سامان یابد، مصداقی از جهاد کبیر خواهد بود؛ چراکه موجب ایستادگی فکری، فرهنگی و تمدنی جامعه می‌شود و ضعف‌ها را به قدرت، آسیب‌ها را به فرصت و چالش‌ها را به مسئله‌های حل‌شده تبدیل می‌کند.

نایب‌رئیس جامعه مدرسین حوزه علمیه قم خاطرنشان کرد: ظرفیت ماه مبارک رمضان، ظرفیتی بی‌بدیل برای سازمان‌دهی جمهور انقلاب اسلامی و تعمیق پیوند ایمان، عمل، جهاد و خدمت در متن جامعه است و گروه‌های تبلیغی باید از این فرصت طلایی حداکثر بهره را ببرند.

پنج‌محور پیشنهادی برای تبلیغ اثرگذار

وی در ادامه با اشاره به طرحی که برای ارائه در ماه رمضان آماده کرده است، اظهار کرد: پیشنهادم به گروه‌های تبلیغی این است که فعالیت‌های خود را در پنج محور اساسی؛ «تبیین مبانی توحیدی و هویتی؛ تربیت انسان مجاهد حاضر در میدان؛ جامعه‌سازی قرآنی و نظام‌سازی؛ تقویت روحیه مقاومت، حضور فعال و ایستادگی در سختی‌ها؛ تحکیم پیوند امت و امامت» سامان دهند تا به هویت‌سازی اجتماعی و بصیرتی برای جامعه مخاطب منجر شود.

عضو جامعه مدرسین حوزه علمیه قم با بیان اینکه، باید تلاش کنیم، مؤمن را از تلقی حداقلی از توحید عبور دهیم، افزود: توحید باید در عرصه عدالت اجتماعی، کاهش شکاف‌های طبقاتی، مواسات مؤمنانه، ترویج نیکی‌ها، مبارزه با فساد و تقویت امر به معروف و نهی از منکر جلوه‌گر شود. توحید اجتماعی و سیاسی، از ارکان هویت‌ساز جامعه اسلامی است.

تبیین نگاه توحیدی به تقابل با استکبار

وی با اشاره به ضرورت تبیین نگاه توحیدی در عرصه سیاست بین‌الملل، گفت: درگیری ما با آمریکا باید با نگاه توحیدی تبیین شود؛ بر این اساس، قدرت حقیقی از آن خداوند است و قدرت‌های استکباری، پوشالی و ناپایدارند. – اهمیت پیوند امت و امامت

وی در تبیین محور تحکیم پیوند امت و امامت، تصریح کرد: اگر امت در عصر غیبت همراه امام و در مسیر ولایت باشد، رستگار خواهد شد؛ اما اگر از امامت جدا شود، حتی عبادات فردی نیز نمی‌تواند او را به مقصد برساند. جایگاه ولایت و پیوند امت با امام، باید به‌عنوان یکی از ارکان هویت دینی در تبلیغ تبیین شود تا جامعه مؤمن، بصیر و مقاوم شکل گیرد.

عضو مجلس خبرگان رهبری، با اشاره به برخی منابع فکری روزآمد خاطرنشان کرد: مبلغان باید از آثار معتبر در تبیین منظومه فکری اسلام ناب بهره بگیرند و مباحث را منسجم، عمیق و کاربردی ارائه دهند تا مخاطب به یک درک تمدنی از دین دست یابد.



غیرمسلمانان قطع نکرده بودند؛ اما یک گروه پیشرو، مؤمن، شجاع و مجاهد در میدان حضور داشتند که اسلام با آنان پیش رفت.

جمهور انقلاب اسلامی؛ بدنه قدرت‌آفرین مکتب

وی با اشاره به حوادث و تحولات اخیر و شکست دشمن در آن، جمهور انقلاب اسلامی را، بدنه مستحکم، قدرت‌آفرین و میدان‌دار مکتب اسلام و اهل بیت (علیهم‌السلام) دانست و گفت: دشمن در اغتشاشات اخیر نشان داد که هدفش تقابل با اصل اسلام، مکتب اهل‌بیت (علیهم‌السلام)، مجالس امام حسین (علیه‌السلام) و محافل قرآنی است؛ از این‌رو باید ظرفیت‌های تبلیغی را برای تربیت انسان مؤمن مجاهد و شکل‌دهی جامعه مقاوم به‌کار گرفت.

محوریت قرآن و شبکه‌سازی ایمانی

وی با تأکید بر محوریت قرآن در فعالیت‌های تبلیغی، خاطرنشان کرد: باید قرآن را به زبان روز و به‌گونه‌ای عرضه کنیم که هر مسلمانی بتواند راهنمای زندگی خود را از آن استخراج کند. طرح‌هایی همچون «زندگی با آیه‌ها» ظرفیت مناسبی دارند و گروه‌های جهادی می‌توانند متناسب با اقشار مختلف آن را عملیاتی کنند.

عضو مجلس خبرگان رهبری در ادامه، بر ضرورت حفظ روحیه مردمی گروه‌های تبلیغی تأکید کرد و گفت: فعالیت‌ها باید بر اساس تفکر بسیجی پیش برود و گرفتار تشریفات اداری و بروکراسی نشود. اگر گروه‌های تبلیغی تشریفاتی شوند، ضربه خواهند خورد.

وی تفکر بسیجی را قیام الله، جهاد مستمر، حرکت بر مدار ولایت، تلفیق آرمان و ایمان، مردم‌پایگی و حضور در متن جامعه دانست و افزود: این تفکر، نخبگی منفصل از مردم نیست؛ بلکه جوشیده از متن مردم و در کنار مردم است.

آیت‌الله کعبی با اشاره به تفاوت تبلیغ سنتی و تبلیغ جهادی، تصریح کرد: تبلیغ

آیت‌الله کعبی با تأکید بر جایگاه تبلیغ در منظومه فکری اسلام و ضرورت حضور فعال روحانیت در متن جامعه، تصریح کرد: تبلیغ سنتی غالباً مقطعی و یک‌سویه است؛ اما در تبلیغ جهادی باید با تک‌تک مخاطبان ارتباط برقرار و آنان را به یک شبکه اجتماعی ایمانی فعال تبدیل کرد.

به گزارش خبرگزاری حوزه، آیت‌الله عباس کعبی، در گردهمایی مدیران و مبلغان گروه‌های تبلیغی کشور ویژه ماه مبارک رمضان ۱۴۴۷ هجری قمری که به‌همت تشکل فراگیر گروه‌های تبلیغی کشور در اداره‌کل تبلیغات اسلامی استان قم برگزار شد، با بیان اینکه «تبلیغ، ماهیتی مردمی دارد و روحانیت نیز هویتی مردمی دارد»، افزود: نسبت روحانیت به مردم، همانند نسبت ماهی به دریاست؛ اگر روحانیت از مردم جدا شود یا میان مردم و روحانیت فاصله بیفتد، روحانیت ادامه حیات نخواهد داشت. در مقابل، مردم نیز بدون روحانیت دچار آسیب جدی در هویت دینی خود می‌شوند.

نایب‌رئیس جامعه مدرسین حوزه علمیه قم ادامه داد: پیوند روحانیت و مردم پیوندی انسان‌ساز، جامعه‌پرداز، هویت‌بخش، امیدآفرین و افق‌گشاست.

نگاه جهادی و جمعی؛ مزیت گروه‌های تبلیغی

آیت‌الله کعبی با اشاره به ویژگی‌های گروه‌های تبلیغی جهادی، خاطرنشان کرد: این گروه‌ها یک گام جلوترند؛ چراکه تبلیغ را نه مقطعی و مناسبتی، بلکه با هویت جمعی، صنفی، تخصصی و در طول سال دنبال می‌کنند. این نگاه جهادی به تبلیغ، یک مزیت بزرگ است.

وی با تأکید بر الگوگیری از سیره پیامبر اکرم (صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم)، گفت: اصالت مبلغ و موفقیت او در امتداد حرکت تبلیغی رسول‌خدا (صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم) معنا پیدا می‌کند. پیامبر اکرم (صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم) ویژگی‌هایی داشت که تبلیغ ایشان را مؤثر می‌کرد؛ نخست آنکه از متن مردم و برای مردم بود. دوم، درد و رنج مردم را از عمق جان لمس می‌کرد. سوم، برای علاج مشکلات آنان تلاش می‌کرد و چهارم، با رأفت و رحمت اقدام می‌نمود و تبلیغش صرفاً نظری نبود؛ بلکه با حل مسئله همراه بود.

ضرورت جامعه‌شناسی و مسئله‌شناسی در تبلیغ

عضو مجلس خبرگان رهبری، با بیان اینکه گروه‌های تبلیغی باید این ویژگی‌ها را در خود تقویت کنند، تصریح کرد: نخستین گام، شناخت دقیق جامعه و روان‌شناسی مخاطب است. مبلغ باید با مردم هم‌نوا و همراه باشد. دوم، شناسایی و فهرست‌برداری از دردها و مسائل مردم و سوم، تلاش برای خدمت صادقانه در کنار تبلیغ است. وی ادامه داد: بسیج ظرفیت‌های نظام، مسئولان و نهادها در خدمت‌رسانی به مردم در ایام تبلیغی، می‌تواند یک گروه جهادی را به مجموعه‌ای تحول‌آفرین تبدیل کند؛ به‌گونه‌ای که منشأ تغییرات بزرگ اجتماعی و حتی سیاسی شود و جریان‌سازی ملی رقم بزند.

ویژگی‌های تبلیغ الهی

وی با تبیین شاخصه‌های تبلیغ الهی افزود: نخستین ویژگی آن است که مبلغ دنبال نام و نشان نیست و نمی‌کوشد، کارش دیده شود یا صرفاً برای ارائه گزارش به این و آن فعالیت کند؛ حتی اگر علیه او بدگویی شود، از مسیر خدمت عقب‌نشینی نمی‌کند. مبلغ الهی روحیه هم‌افزایی دارد، تکلیف‌گرا و جهادی است، خود را بدهکار اسلام و وامدار مکتب اهل‌بیت (علیهم‌السلام) می‌داند و هدفش خدمت به شیعیان امیرالمؤمنین (علیه‌السلام) است.

آیت‌الله کعبی با اشاره به سیره پیامبر اکرم (صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم) افزود: در دوران رسول‌خدا (صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم) همه مسلمانان در یک تراز نبودند؛ برخی صرفاً به‌دنبال زندگی عادی بودند، برخی تحت تأثیر جریان نفاق قرار می‌گرفتند و برخی نیز ارتباطات سیاسی و اجتماعی خود را با