دانش تبلیغ تهاجمی

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای در دیدار مبلغان و طلاب حوزه‌های علمیه سراسر کشور فرمودند: «امروز نگاه رایج در حوزه‌های علمیه 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.» ۱۴۰۲/۰۴/۲۱

پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت‌الله خامنه‌ای، در گفت‌وگو با حجت‌الاسلام والمسلمین علیرضا پناهیان، ابعاد مسائل تبلیغ را براساس نکات رهبر انقلاب اسلامی، بررسی کرده است که تقدیم حضور خوانندگان محترم هفته‌نامه افق حوزه می‌شود.

▫ مهم‌ترین نکته رهبرانقلاب اسلامی در دیدار مبلغان، اولویت پیدا کردن تبلیغ در نگاه حوزه علمیه بود. مبنای این نگاه نیازمند تشریح است. به‌نظر شما مبنای اولویت پیدا کردن تبلیغ چیست؟

• سال‌هاست که ما منتظر ایجاد یک تحول در نگاه حوزه به تبلیغ بودیم. نگاه به تبلیغ در حوزه باید از حالت درجه دو، به درجه یک تبدیل بشود و این یک تحول است. شاید لازمه اینکه تبلیغ در حوزه علمیه، در اولویت درجه یک قرار بگیرد، اولاً این باشد که ما در حوزه علمیه تبلیغ را یک امر دانشی تلقی کنیم، نه یک امر ذوقی. ما باید تبلیغ را نیازمند دانش‌ورزی بدانیم. هم تولید دانش، هم کسب دانش، هم پژوهش‌های فراوان، تا امر تبلیغ به‌سامان بشود. وقتی ما در حوزه تلقی‌مان این باشد که «همین درس‌های رایج حوزه را هر کسی خواند، یک ذوق و نفسی هم داشت، رفت بالای منبر، برای تبلیغ احتیاج به دانش مجزائی ندارد»، این یعنی امر تبلیغ را دانشی تلقی نکردیم. تبلیغ در جهات مختلف نیاز به دانش دارد. هم وجوه تبلیغی در قرآن کریم و کلام معصومان علیهم‌السلام را ما کشف، تبیین و تئوریزه نکرده‌ایم. هم دانش‌های مورد نیاز تبلیغ را در حوزه علمیه عموماً تولید نکرده‌ایم.

رهبرانقلاب اسلامی یک اشاره به مخاطب‌شناسی کردند که یکی از پایه‌های اساسی در دانش تبلیغ است. چند واحد درس برای مخاطب‌شناسی وجود دارد؟ چند واحد درس برای آشنایی یا شناخت اصول و مبانی تبلیغ در قرآن وجود دارد؟ آیا این‌ها حرف قابل توجهی ذیلش نمی‌شود زد؟ تولید علم نباید بشود؟ یقیناً در حوزه علمیه درجه یک بودن تبلیغ، لازمه‌اش این است که ما امر تبلیغ را نیازمند دانش بدانیم؛ دانشی که خیلی از آن باید تولید بشود. بعد از اینکه تولید شد، این دانش منتقل بشود به کسانی که اهل دانش هستند. متأسفانه ما در خیلی از موضوعات مبتلابه ـ مثل همین موضوع حجاب ـ نیامدیم، خطوط تبلیغی قرآن را شناسایی بکنیم. ادبیات رایج برای تبلیغ دین، از ادبیات قرآن فاصله دارد. ادبیات ما در حوزه، ادبیات فقهی یا کلامی یا فوقش فلسفی است. این‌ها هیچ‌کدام ادبیات توصیفی نیستند؛ بلکه استدلالی و استنباطی هستند. می‌خواهیم افراد را به‌وسیله اثبات حقانیت حقایق متقاعد کنیم؛ درحالی‌که در قرآن کریم برای متقاعد کردن افراد بیشتر از توصیف استفاده شده است، نه استدلال.

تبلیغی که رهبر انقلاب می‌فرمایند، فقط در منبر و خطابه و حتی رسانه خلاصه نمی‌شود. تعلیم و تربیت دینی در مدارس و دانشگاه‌ها هم، زیرمجموعه تبلیغ است.

▫ رهبرمعظم انقلاب در بخشی از سخنان خود فرمودند: «یک جاهایی را، یک مراکزی را انسان سراغ دارد ـ یعنی بنده سراغ دارم ـ که اینها از بودن یک روحانی فعال بین مردم محرومند؛ یکی دو جا [هم] نیست، خیلی زیاد است؛ مثلاً در مرکز کشور، من‌باب‌مثال در خود تهران، مواردی از این قبیل داریم.» برآورد شما از وضعیت مبلغان و تناسب آن با جمعیت کشور چیست؟

• در درجه اول باید به حوزه برگردیم. حوزه در تربیت مبلغ باید یک رویکرد دیگری داشته باشد. به‌عنوان مثال هر طلبه‌ای بعد از مقداری تحصیل، یک مقدار مأموریت تبلیغی پیدا بکند و بعد اجازه پیدا بکند، درجات بالاتر علمی را پشت سر بگذارد. این اتفاق به مجتهد شدن طلاب کمک می‌کند. آیت‌الله حق‌شناس رحمه‌الله به خود بنده فرمودند که حضرت امام خمینی رحمه‌الله به ایشان فرموده بودند: «تو چون کار تبلیغی می‌کنی، زودتر از رفقای دیگرت مجتهد می‌شوی.» کار اجتهاد را نباید مقابل تبلیغ گذاشت. بعضی‌ها سؤال می‌کنند: «ما برویم سراغ اجتهاد یا سراغ تبلیغ؟» مگر بدون اجتهاد می‌شود سراغ تبلیغ رفت؟ بلکه اجتهادی فربه‌تر نیاز است. مثلاً این سؤال را می‌شود مطرح کرد که من بروم دنبال تدریس و وقتم را در کار فقه و اصول بگذارم یا کار اجتهادی‌ام را در امر تبلیغ صرف کنم. من می‌خواهم بگویم نه‌تنها تبلیغ را ما باید امر دانشی بدانیم؛ بلکه تبلیغ را مؤثر بر دانشمند شدن یک عالم دینی بدانیم. به‌همین دلیل اگر کسی سابقه تبلیغی مناسب نداشت، چه‌بسا در جریان فعالیت‌های دیگر علمی هم، موفقیت چندانی کسب نکند.

به‌عنوان اقدام اول، فعالیت تبلیغی را نباید از فعالیت تحصیلی جدا کنیم. اقدام دوم تحولی است که در مساجد باید پیش بیاید. در ساختار مساجد تقریباً نسبت به دوران طاغوت هیچ تحولی پیش نیامده است. مأموریت مسجد چیست؟ مسجد چگونه باید اداره بشود؟ تردیدی نیست که باید مردمی اداره بشود؛ اما کدام مردم؟ چند نفر که یک مسجدی را ساختند و بعد یک هیئت امنای سنتی در یک جایی شکل گرفت، جوانان به هیچ‌وجه مشارکت داده نمی‌شوند؛ اصلاً راهی نیست برای مشارکت دادن آنها. جز یک اتفاقی که یک بار پیش آمد و نسیمی به‌نام حضور بسیج وزید. بعد کفایت نکرد، کانون فرهنگی تشکیل شد. بعد کفایت نکرد و اکنون فعالیت‌های مختلفی انجام می‌دهند. هنوز مسجد جایگاه خودش را پیدا نکرده است.

پیشنهاد واضح من این است که مساجد می‌توانند در کشور تحت نظر سازمان تبلیغات قرار بگیرند و سازمان تبلیغات، تمام فعالیت‌های تبلیغی خودش را در بستر مساجد انجام بدهد. سازمان تبلیغات بدون مسجد یک سازمانی است که انگار در هوا دارد فعالیت می‌کند و روی زمین نیست. امری به‌نام کانون‌های فرهنگی که در وزارت ارشاد است، آن هم بیاید به سازمان تبلیغات و به مساجد ملحق بشود. حالا ائمه محترم جماعات چه نقشی می‌توانند، در اداره مساجد داشته باشند؟ مشخص است که نقش آنها هم می‌تواند حفظ بشود.

الآن سازمانی نداریم که مساجد را از نظر تبلیغی سامان بدهد. جداگانه دفتر تبلیغات داریم، جداگانه سازمان تبلیغات داریم، جداگانه مسجد داریم، جداگانه بسیج داریم، جداگانه کانون فرهنگی مساجد داریم. اینها هر کدام در وزارتخانه‌ها و نهادهای صددرصد مجزا هستند؛ این باید به‌سامان بشود. شاید سازمان محوری که می‌تواند در این زمینه نقش ایفا بکند، سازمان تبلیغات باشد.

ما اگر بیاییم، امامت جماعت را یک شغل تبلیغی مهم تلقی بکنیم که نیازمند دانش‌ها و مهارت‌های گوناگون است و یک مقام فرهنگی تلقی بکنیم؛ مثل اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها، آن‌وقت موجب رونق تبلیغ خواهد شد.

مساجد باید هر کدام‌شان یکی دو مدرسه وابسته به مسجد داشته باشند. چرا مساجد مدرسه‌ها را رها کردند. بعد کار فوق برنامه برای دانش‌آموزان در مسجد انجام می‌دهند. خب این کار را در متن همان مدرسه انجام بدهید و فعالاً مسجد، همان مدرسه را اداره کنند. چرا هر یک مسجد، نباید چند مدرسه اقماری در کنار خودش داشته باشد؟ ما نقش مساجد را توسعه ندادیم، ساماندهی و بازخوانی نکردیم. برای ائمه جماعات یک ارزش خاصی و یک دوره‌های آموزشی خاصی قائل نشدیم.

▫ الزامات اثرگذاری تبلیغ از نظر بحث مخاطب‌شناسی چگونه است؟

• قدم اول در مخاطب‌شناسی، تولید دانش است و استفاده از دانش‌های موجود و به‌کارگیری آنها در یک تجربه گسترده. ما الآن این تجربه را می‌توانیم فراهم بکنیم. اهالی حوزه باید دست به تجربه بزنند. ما در حوزه به دانش تجربی نمی‌پردازیم. خداوند متعال به تجربه کردن امور دستور داده است. ﴿فانظر کیف کان عاقبة المکذبین﴾. (انعام، ۲۵) منظور از مکذبین فقط کفار نیست. هر سبک زندگی غلط کافرانه‌ای، تباهی‌ها که نتیجه‌اش است، این قابل بررسی و مطالعه است. ما طلبه‌ها باید به دستور خدا اهتمام بورزیم، بیاییم تجربه کنیم و تجربیات را به دیگران منتقل کنیم. ما یک شبکه ملی در اختیار داریم. تجربیات‌مان را با همدیگر در میان بگذاریم، ببینیم چه اتفاقات خوبی خواهد افتاد.

دانشگاه انقلاب اسلامی یک نظرسنجی کرده بود از دخترخانم‌هایی که تبرج می‌کنند، کسانی که حجاب مناسبی ندارند و بلکه با حجاب لج هم دارند. نزدیک ۵۰ درصد گفتند: ما تحت تأثیر رفاقت‌ها به اینجا رسیدیم. حدود کمی بیشتر از ۳۰درصد گفتند: ما تحت تأثیر اینترنت هستیم. نوجوان بیشتر تحت تأثیر رفاقت‌هایش هست تا اینترنت. پس ما باید برای این رفاقت‌ها یک بستری مهیا کنیم. این بستر کجاست؟ جایی جز مسجد؟ بعد می‌بینید که ما مکان هم داریم؛ منتها یک فضایی برای ارتباط این بچه‌ها با همدیگر فراهم نمی‌کنیم. این کالبدی که در کنار خانه‌ها هست، برای این نبوده که آن زمان امکانات دیگری مثل ماهواره و اینترنت و تلویزیون نبوده و خدا گفته حالا مسجد داشته باشید. نه، همین الآن هم که همه امکانات هست، باز شما می‌بینید، مؤثرترین عامل، ارتباطات انسانی است. این ارتباطات از نظر روان‌شناسی در رشد نوجوان‌ها حرف اول را می‌زند. اگر مسجد نمی‌خواهد جوان‌ها را دور هم جمع بکند و از این شبکه ارتباطی استفاده کند برای نه فقط هدایت آنها؛ بلکه برای کمک گرفتن از آنها برای هدایت جامعه، پس چه مأموریت دیگری دارد؟

▫ حضرت آیت‌الله خامنه‌ای فرمودند: «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.» در بعضی موارد شاهد هستیم، هیئات در شبکه‌سازی اجتماعی و کار فرهنگی موفق‌تر از مساجد هستند. آیا دلیل این مسئله همان آسیب‌شناسی از وضعیت مساجد می‌تواند باشد؟

• اولاً مساجد ما واقعاً دچار آسیب هستند و در این تردیدی نیست. ثانیاً هیئت‌ها بیشتر از مدیریت مردمی برخوردار هستند. چون هیئت‌ها، مکان مشخصی ندارند و زحمت مضاعفی برای برگزاری نیاز دارد، این مسئله جوان‌ها را در اداره هیئت فعال می‌کند. علت دیگر این است که موضوع هیئات، امر پرحرارت محبت اهل‌بیت عصمت و طهارت علیهم‌السلام است. چرا مساجدمان را از هیئت تهی کردیم؟ چرا مساجد ما نباید جای روضه باشند؟ مگر ما معتقد نیستیم، قرآن و عترت علیهم‌السلام باید در کنار همدیگر باشند. چرا احساسات ولایی در مساجد ما باید کمرنگ باشد؟ اگر موکب در مسجد برقرار باشد، اداره آن موکب توسط مردم محل باشد و هر شب یک روضه‌ای در مسجد باشد، چه اشکالی دارد؟ آن چیزی که هیئت را گرم می‌کند، ذکر اهل‌بیت علیهم‌السلام است.

واقعاً باید یک مدیر مسجد، یک امام جماعت مسجد، کاری بکند که بستر فعالیت‌های خودجوش جوانان مهیا بشود.

▫ یکی دیگر از مسائلی که رهبر انقلاب مطرح کردند، «موضع تهاجمی داشتن در تبلیغ» است. ضرورت این مسئله چیست و چگونه می‌شود، در تبلیغ موضع تهاجمی داشت؟

• نظام تبلیغ دین در حوزه به‌گونه‌ای نامتناسب با جامعه طراحی شده است. نظام تعلیم دین که تبلیغ دین هم متأثر از آن است، می‌گوید: اول اصول و عقاید یاد بدهید، بعد آنها را به علاقه‌مندی تحت این معارف بکشانید و بعد آنها را وادار به یک سلسله رفتارهایی بکنید؛ درحالی‌که علامه طباطبایی رحمه‌الله سخنی تقریباً برعکس این دارند. می‌گویند اول باید رفتار اجتماعی را سامان بدهید، بعد کم کم به معرفت دینی برسید. حضرت آیت‌الله خامنه‌ای (مدظله‌العالی) به‌گونه دیگری در طرح کلی اندیشه اسلامی عمل می‌کنند. در تفسیر آیه «ذلک الکتاب لا ریب فیه هدًی للمتقین»، می‌فرمایند: این تقوا، تقوای قبل از ایمان است. شاید ما باید مثلاً اول تقوا را توضیح بدهیم، بعداً در اثر این تقوا و سبک زندگی متقیانه که در محیط مسجد تمرین می‌کنیم ، در یک زندگی جمعی، کم‌کم بستر ایمان و عبادت و اینها را بخواهیم فراهم بکنیم. در این باید اساساً یک بازنگری بکنیم که سنت ما در تعلیم دین، سنت ما در تبلیغ چگونه است؟ از کجا باید آغاز بکنیم؟ شاید باید از مبانی‌ای که می‌خواهیم شروع کنیم، مبانی انسان‌شناسانه باشد؛ نه مبانی خداشناسانه.

آب کم جو تشنگی آور به دست
تا بجـوشد آب از بالا و پست

اول خودش را بشناسد، بعد خدا را بشناسد. اصول دین چند تاست؟ اصل اول خودشناسی بشود، نه خداشناسی. وقتی نیاز به خدا را هنوز در وجود خودش پیدا نکرده، اگر ما از خدا با او حرف بزنیم، زده می‌شود.

همچنین در نقد افکار غربی باید سنت‌های خودمان را تغییر بدهیم. رهبر انقلاب در همین صحبت، این سنت را تغییر دادند. ما می‌آییم به غربی‌ها می‌گوییم که شما لیبرال هستید، ما لیبرالیسم را قبول نداریم. شما ماتریالیست هستید، شما پوزیتیویست هستید، شما فمنیست هستید، ایست و ایسم‌ها را که برای خودشان قائلند، ما هم از آنها قبول می‌کنیم. بعد می‌آییم جبهه مقابل درست می‌کنیم. آنها از آزادی و حقوق بشر صحبت می‌کنند. ما می‌گوییم البته آزادی محدودیت‌هایی دارد و تو هر چیزی را نمی‌توانی، حقوق بشر قلمداد بکنی. این رفتار، رفتار تدافعی در مقابل تفکر غربی می‌شود. رهبر انقلاب در این زمینه خودشان نه‌تنها فرمودند که تهاجمی عمل کنید؛ بلکه خودشان هم تهاجمی عمل کردند. یک الگو ارائه دادند. فرمودند: اصلاً تو لیبرال نیستی. اگر بنا باشد کسی ادعا کند و از لیبرالیسم دفاع کند، ما هستیم نه شما! درست است دموکراسی یک تصور صحیح و دقیقی نیست؛ اما تو همان هم نیستی. تو اصلاً ماتریالیست هم نیستی؛ چون مادیات را نابود کردی. در قرآن می‌فرماید: شما حرث و نسل را از بین بردید. نه اینکه آنها دنیاطلبند، ما آخرت‌طلب! یا ما هم دنیاطلب و هم آخرت‌طلب هستیم؛ ولی او فقط دنیاطلب است. او دنیای مردم را هم نابود می‌کند. این شیوه تهاجمی است.

ادبیات نقد در حوزه‌های علمیه باید تغییر کند. اگر کسی گفت آزادی، همه یاد اسلام و مسلمین بیفتند. اگر کسی گفت آزادی اندیشه، همه یاد ولایت بیفتند. اصلاً ما مدافع آزادی اندیشه هستیم، ما مدافع آزادی بشر هستیم.

در دو موضع باید در ادبیات حوزه تغییر ایجاد بکنیم؛ یکی در روند تعلیم دین که از اصول و عقاید شروع می‌کنیم، شاید باید بیاییم از تقوا و از سبک زندگی شروع کنیم. با آن مبانی که مردم آشنا هستند یا اگر یک مقدار مبانی هم لازم داشت، مبانی انسان‌شناسانه هم به ایشان آموزش بدهیم. بعد در مقابل نقد تفکر غربی باید با آنها تهاجمی برخورد کنیم. اگر ادبیات‌مان را تغییر بدهیم و از متون دینی خودمان استفاده کنیم، واقعاً جلو خواهیم بود.

اشکالات محتوایی در تبلیغ دین وجود دارد. اگرچه از نظر کمی به مبلغ بیشتر نیاز داریم؛ ولی همین مقداری هم که هست، همین مقدار که تلویزیون دست ماست، رادیو دست ماست، درس‌های دینی در مدرسه‌ها و دانشگاه‌ها هست، مساجد هست، اگر همین‌ها با ادبیات قوی، با ادبیات روزآمد و نو، محتواهایی را ارائه می‌کردند، چقدر اثر داشت. خیلی‌ها بیزار شدند به‌خاطر همین ادبیاتی که در همین مواقف، دارد استفاده می‌شود.

رهبر انقلاب سال گذشته این بحث تبلیغ را فرمودند. آن را باید اوج فرمایشات رهبری درباره تبلیغ بدانیم. جهاد تبیین را که واجب فوری و عینی است، قبل از آن فرمودند. ما باید تحول در تبلیغ ایجاد کنیم. در دیدار مجلس خبرگان رهبری فرمودند: ابزار در همه زمینه‌ها دارد نو می‌شود، باید در ادبیات تبلیغ دین هم، نوآوری بکنیم. ایشان اشاره فرمودند: ما چند نفر فیلم‌ساز و فیلمنامه‌نویس تربیت کردیم؟ شما یک فیلمنامه‌نویس را بخواهید تعلیمات دینی به او بدهید، چه فرقی می‌کند، با فیلمنامه‌نویسی که مثلاً تحت تأثیر فکر دینی نیست. الآن فیلمنامه‌نویس‌های ما فکر می‌کنند که اگر این داستانشان از یک امامزاده‌ای عبور بکند و یک نمازی بخواند، تمام است! نه، خیلی مسئله عمیق‌تر از این حرف‌هاست. فیلمنامه‌نویس و قصه‌نویس دارد، دو تا امر را در داستان جای خدا رقم می‌زند. یکی شخصیت و یکی حادثه. شخصیت و حادثه کار خداست؛ شخصیت‌ها را می‌آفریند و متناسب با آنها، حادثه‌ها را شکل می‌دهد که امتحان می‌خواهد بکند. حادثه‌ها در جهان برای حیات بشر قانون دارند. ﴿فإن مع العسر یسراً، إن مع العسر یسراً﴾ و بعد می‌بینید در داستان عسر هست؛ اما یسر در کنارش نیست. بعد می‌بینید شخصیت در داستان هست؛ اما امتحان متناسب با او نیست. اینها قواعد دینی است. اگر اینها را ندانید، نمی‌توانید یک قصه واقعی بنویسید.

داستان صحیح لزوماً این نیست که از خدا و پیغمبر صلی‌الله‌علیه‌وآله مستقیماً حرف بزند. ما بیاییم داوری کنیم که این داستان‌ها، چه اصول انسانی را رعایت کردند؟ چه اصول انسانی را رعایت نکردند؟ چه اصولی را در مخاطب‌شناسی رعایت کردند؟ چه اصولی را رعایت نکردند؟ شما بر این اساس انیمیشن، فیلم‌های سینمایی و سریال تهیه کنید، در همه دنیا خریدار دارد. دنیا برای هنر مرز قائل نیست.

تهاجمی عمل کردن یک معنایش این هست که برنامه نقدمان را عوض کنیم. اگر برنامه نقدمان را برای فرهنگ غرب بخواهیم عوض کنیم، خیلی نکات دارد. نکته اول اینکه با آنها طلب‌کارانه برخورد کنیم؛ مثل همین فرمایش رهبری. روش‌های دیگری هم وجود دارد، اصول دیگری هم در نقد تفکر غربی وجود دارد که اگر به‌کار بگیریم، همه جوان‌های ما محتاج شنیدن این نقد تفکر تمدن غرب هستند. در خارج از کشور هم، مردم منتظر دریافت این نقدها هستند. بعد ادبیات و روش تولید محتوای‌مان برای مخاطب بین‌المللی هم باید تغییر کند. شما اباعبدالله الحسین علیه‌السلام را یک وقت در سنت عزاداری کشورمان، می‌خواهید در یک کار هنری، یک شعر، یک برنامه، تولید کنید که جذب کند. یک وقت می‌خواهید یک برنامه‌ای درست بکنید که جهانیان که اصلاً نمی‌دانند مقوله امامت یعنی چه، مقوله جهاد یعنی چه، داستان امام حسین علیه‌السلام به گوششان نخورده. امام حسین علیه‌السلام را با چه ادبیاتی می‌خواهید به دنیا معرفی کنید؟ آیا می‌خواهید بگویید امام حسین علیه‌السلام یک فرد عدالت‌خواهی بود، قیام کرد و در این راه به شهادت رسید؟ این چند درصد از مخاطبان را جذب می‌کند؟ چند درصد از مخاطبان از جوان‌های اروپا دنبال عدالت‌خواهی‌اند؟ ببینید ما برای تهاجم یعنی ورود در عرصه‌های بین‌المللی خیلی باید به تولید محتوا بپردازیم.

▫ رهبرانقلاب لازمه اینکه همه حرف‌ها درباره تبلیغ عملی بشود را یک اتفاق ساختاری مدیریتی در حوزه تحت عنوان «کانون‌های حوزوی تبلیغ». دانستند اگر این مراکز بخواهد شکل بگیرد، مختصاتش چه باید باشد، برای اینکه بتواند خلأ تبلیغی را پر بکند؟

• واقعاً این نیاز در حوزه هست که در یک جا، هم تولید محتوا، هم تولید روش و هم تربیت مبلغ صورت بگیرد. ما رشته تخصصی تبلیغ داریم؛ ولی مأموریت تولید محتوا ندارد. در یک جاهایی تولید محتوا انجام می‌گیرد؛ اما خیلی ضعیف است. در امر تأمل درباره روش‌های تبلیغ، کار گسترده در حوزه صورت نمی‌گیرد. خب ما واقعاً به این مرکز نیاز داریم. تأکید و تصریح حضرت آیت‌الله خامنه‌ای بسیار کارگشاست. زمینه این کار بود، کسانی که دست‌اندرکار بودند، زمزمه‌اش را داشتند؛ ولی شاید این فرمان رهبری موجب بشود که دیگر موانع برداشته بشود و کار سرعت بگیرد.