

## باید از توانایی و تجارب اقشار تأثیرگذار کمک گرفت

سردار محمد اسماعیل کوثری، استفاده از تجربه‌ها و توانایی‌های اقشار تأثیرگذار جامعه را یکی از اهرم‌های کمک‌کننده برای جذب هرچه بیشتر مردم و توسعه تفکر اسلامی می‌داند و توضیح می‌دهد: «سازمان تبلیغات می‌تواند در چارچوب وظایف خود وارد شود و کارهای مختلفی انجام دهد که یکی از این کارها، استفاده از تجربیات کسانی است که نسبت به تبلیغ دین احساس مسئولیت می‌کنند». او ادامه می‌دهد: «مثلاً می‌توان از ظرفیت هنرمندان متعهد در جهت ساخت تئاتر، فیلم و... استفاده کرد و پیام‌های تبلیغاتی را از زبان بازیگرانی ارائه کرد که مردم آن‌ها را می‌شناسند و قبول دارند. فعالیت سازمان تبلیغات اسلامی باید از شکل گفتاری به شکل نمایشی درآید و به‌روز باشد تا بتواند به سمت عملکردی ایده‌آل پیش رود».

## دیوارنگاره میدان ولیعصر، نمونه‌ای خوب از تبلیغ است

نماینده تهران در مجلس یازدهم، اعتقاد زیادی به برگزاری برنامه‌هایی دارد که می‌توانند به‌طور مستقیم در معرض دید مردم قرار بگیرند و آن‌ها را تحت تأثیر قرار دهند. او با مثالی در این باره می‌گوید: «هم اکنون در میدان ولیعصر (عج) که یکی از مهم‌ترین و پررفت و آمدترین میدان‌های تهران است، شاهد اتفاقی جالب و اثرگذار هستیم. دیوارنگاره‌ای که به مناسبت ایام مختلف تغییر می‌کند، روزانه در معرض دید صدها هزار نفر قرار می‌گیرد و بیننده به خوبی از مناسبت‌ها مطلع شده و می‌دانند که هم‌زمان با هر مناسبتی، اثری جدید وجود خواهد داشت. قطعاً تأثیرگذاری این کار بسیار زیاد بوده و به‌عنوان یک کار تبلیغی شایسته مطرح می‌شود».



عمل کند تا تمام مسائل مورد نظر به‌خوبی نشان داده شود و مردم در عمل آن را لمس کنند؛ البته این‌طور نیست که بگوییم، سازمان تبلیغات در این سال‌ها مؤثر واقع نشده؛ زیرا اقدامات مؤثری هم صورت گرفته، اما با توجه به وظیفه خطیری که این سازمان بر عهده دارد، این اقدامات کافی نبوده و انتظار مردم و مسئولان از سازمان تبلیغات بسیار بیشتر از چیزی است که امروز شاهد آن هستیم.

### از نگاه شما کارهای مثبت سازمان تبلیغات در این سال‌ها چه بوده است؟

با توجه به مسئولیت سازمان تبلیغات در بحث هیئت‌ها می‌توان گفت در این زمینه کارهای خوبی انجام شده و هیئت‌ها و مداحان ضمن کسب مجوزهای لازم، به انسجام خوبی رسیده‌اند. یا مثلاً کتاب‌های چاپ‌شده، مراسم یادواره شهدا و سرودهایی که در این راستا ساخته شده، از نمونه کارهای خوب و تأثیرگذار سازمان بوده، اما بنده باز هم معتقدم که این کارها و دیگر فعالیت‌ها کفایت نمی‌کند و آنچه از سازمان تبلیغات اسلامی انتظار می‌رود، بیش از این‌هاست. البته شاید در مواقعی بحث بودجه مطرح شود، اما با وجود این مسئله، برای کار در سازمان تبلیغات

برگرفته از فرهنگ قوی و غنی اسلامی و الهی است و همین مسائل است که وظیفه سازمان تبلیغات را بسیار سنگین می‌کند. وقتی مباحث فرهنگی و تبلیغاتی به‌عنوان مبنا، اساس و زیربنای انقلاب شناخته می‌شود، قاعدتاً انتظار از سازمان تبلیغات به‌عنوان یک نهاد بعد از انقلاب، بسیار افزایش می‌یابد؛ انتظاری بسیار فراتر از آنچه امروز شاهد آن هستیم.

### وقتی می‌گویید انتظار از سازمان تبلیغات بسیار فراتر از این‌هاست، یعنی نسبت به عملکرد سازمان انتقاداتی دارید.

در ۴۰ سال گذشته در مقاطعی عملکرد سازمان تبلیغات اسلامی آن‌چنان که باید و شاید نبوده و نتوانسته به انتظاراتی که وجود داشته، جامعه عمل ببوشاند. سازمان تبلیغات باید به شکلی به وظایف خود

نیز با همین اصل و تکیه بر برنامه‌های فرهنگی پیش رفتند تا توانستند به اهداف ارزشمند خود دست یابند. **پس با توجه به تفکر امام (ره)، فرهنگ‌سازی و آگاهی‌بخشی از مسیر تبلیغات، اساس پیروزی و تداوم یک انقلاب موفق است.**

قطعاً وقتی یک انقلاب با تفکری مانند تفکر حضرت امام (ره) و از مسیر آگاهی‌بخشی، روشنگری و تبلیغات شکل می‌گیرد، نتیجه آن انقلاب موفق می‌شود که ابرقدرت‌ها حریفش نمی‌شوند. هم حضرت امام (ره) و هم رهبر معظم انقلاب تا به امروز انقلاب را دقیقاً براساس تفکر یک فرهنگ ناب جلو برده‌اند و عاشقان جبهه مقاومت هم بر همین اساس، شیفته این انقلاب شده‌اند. آن‌ها در اصل شیفته تفکری شده‌اند که