



انعکاس رسانه‌ای یک نمونه از مناظرات و ایبری

نقد و بررسی شیوه‌های تبلیغ دین در جامعه

سعادت جوامع و توسعه یافتگی آنها، شهید مطهری معتقد است: «رشته‌های تحصیلی علوم دینیه اخیراً بسیار به محدودیت گراییده و همه رشته‌ها در فقاقت هضم شده و خود رشته فقه هم در مجرای افتاده که از صد سال پیش به این طرف از تکامل باز ایستاده است». در ادامه مواردی که از قول شهید مطهری (ره) عرض کردم اما نقد دیگر، نقدی است که نسبت به عدم ورود حوزه‌های علمیه به حوزه توسعه مربوط می‌شود. قبل از انقلاب حوزه‌های علمیه باید بستر را برای ایجاد تحول و انقلاب فراهم می‌کردند اما بعد از انقلاب تکلیف فرق می‌کند.

قنبری: یکی از مسائل مهم در این حوزه شکاف کانتکست میان دو قشر مبلغ و سایر جامعه است.

افراسیابی: درست می‌فرمایید. لطفاً توضیح بیشتری بدهید.

قنبری: شاید بهتر باشد این مسأله را با یک مثال شرح دهم. به عنوان مثال زمانی که یک رزمنده سابق از جنگ صحبت می‌کند، یک جوان ۳۰ ساله از جنگ می‌گوید و وقتی یک نوجوان ۱۵ ساله از جنگ می‌گوید به ظاهر هر سه از یک موضوع صحبت می‌کنند اما درک هر کدام و بستری که فکر آنان در آن شکل گرفته موجد چیزی است که از این مفهوم می‌فهمند. بنابراین اگر چه ظاهراً هر سه درباره یک چیز می‌گویند اما ممکن است اساساً درکی از حرف و ذهنیت طرف مقابل نداشته باشند. پس امری که برای یکی، بخشی از زندگی و خاطره است برای دیگری امری قدسی و ایدئولوژیک است و دیگری از آن تنهاخوشونت می‌فهمد.

افراسیابی: یعنی مقصودتان به‌رور نبودن است؟

قنبری: این میان هر کدام بخواهند دیگران را به درکی از مفهوم ذهنی خود نزدیک کنند ابتدا باید کانتکست خود را برای دیگری معنا کنند. این چیزی است که البته در غالب حوزه‌های علوم انسانی و به ویژه در حوزه الهیات مسأله جدی است. به نظر می‌رسد مبلغین دینی حتی اگر نسبت به مسائل روز آگاه باشند اما در صورتی که فهم درستی از کانتکست یا بافت دستگاه فکری قشر مورد تبلیغ نداشته باشند در امر تبلیغ ناتوان خواهند بود و در نهایت جامعه را به دوری از دیانت متهم خواهند ساخت و نه ناتوانی خویش در امر پاسخگویی.

افراسیابی: احسن است این هم یک رویکرد است.

قنبری: مسأله این است که سؤال از دین همچنان پابرجاست اما قطعاً سائل، سؤال را از کسی خواهد پرسید که حس کند ممکن است بتواند به سؤال او پاسخ دهد. کسی که ادبیات او را بفهمد، پیش از بیان مقصود او را متهم نسازد و در امر تبلیغ او، نادان یا مبلغ همه‌چیزدانی نباشد که در عین دانایی، جهان‌بینی‌ای به فرد مورد تبلیغ ارائه کند که با دستگاه معرفتی او هماهنگی نداشته باشد. اما شما توضیح بیشتری در مورد نقد شهید مطهری دارید؟

افراسیابی: یکی از موارد دیگری که شهید مطهری بیان می‌کند این است که دین مدعی اداره بشر و جامعه است و روحانیون به عنوان دین‌شناس و اسلام‌شناس و نماینده مذهب، متکفل تقفه در دین و ارائه نظر از جانب شرع مقدس هستند و از این جهت حتماً باید این امر در مواد تحصیلی و آموزشی حوزه‌ها پیش‌بینی شود و مسائل آن مطابق با نیازهای روز جامعه باشد. تجربه نشان داده آنگاه که حوزه‌ها این مسأله را رعایت کرده‌اند امور دینی در جامعه پیشرفت کرده و آنگاه که غافل مانده‌اند امر دین را رکود مواجه شده است. شهید مطهری این انتقاد را بیان می‌فرماید که برنامه‌های تحصیلی ما مطابق احتیاجات تنظیم نمی‌شود.

قنبری: بله درست می‌فرمایید.

نقد و بررسی شیوه‌های تبلیغ دین و نقش دستگاه تبلیغ در توسعه جامعه موضوع یک مناظره و ایبری است که همزمان با اربعین حسینی با حضور و مشارکت فعال محمداصداق افراسیابی مدیر گروه علمی تخصصی روابط عمومی دانشکده خیر، حسن نجفی سولاری مدرس دانشگاه، مشاور عالی معاونت رسانه مجازی سازمان صداوسیما و نماینده وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی در شورای عالی فضای مجازی، سپیده فهیمی فر دکترای علم اطلاعات و دانش‌شناسی، هادی خدادی تهیه‌کننده و کارگردان برنامه‌های شبکه تلویزیونی آموزش، صدیقه آجودانی برنامه‌ساز تلویزیونی و مدیر روابط عمومی رادیو خانواده، نجمه قنبری فعال فرهنگی و رسانه‌ای و مریم عمادی کارشناس ارشد مطالعات زنان و فعال فرهنگی و رسانه‌ای انجام شد. آنچه در پی می‌آید مشروحه‌ای از این مناظره و ایبری است.

محمداصداق افراسیابی: بحث امشب بسیار مهم و حساس است. زمانی که در خصوص نقد و بررسی شیوه‌های تبلیغ دین صحبت می‌کنیم، موضوع از چند منظر قابل بررسی است. یک منظر رویکردی است که شهید مطهری درباره نقد تبلیغات دینی دارد. بیان برخی مطالب خلاف واقع به بهانه اینکه از این ابزار می‌خواهیم مردم را به خدا نزدیک کنیم، نظیر آنچه ایشان در کتاب حماسه حسینی مطرح می‌کنند، از جمله این موارد است در حالی که در اسلام هدف وسیله را توجیه نمی‌کند. شهید مطهری به دستگاه روحانیت و عملکرد برخی روحانیون نگاه نقادانه دارد. او از آزادی و اختیار عمل بی‌حد و حصر برخی روحانیون انتقاد می‌کند و می‌گوید گاه افرادی که نه علم دارند و نه ایمان، برای استفاده از مزایای این لباس به این صورت درمی‌آیند و موجب آبروریزی می‌شوند.

سپیده فهیمی فر: درست است اما به نظرم رسانه‌های مختلف هم نقش تبلیغ دین را دارند. این نوع تبلیغ می‌تواند واقع‌گرایانه یا عوام‌فریبانه باشد. واقع‌گرایی به نظر بنده زمانی وجود خواهد داشت که دین را در وجود مردم نهاده‌ین کنیم و بدانیم دین تنها حجاب ظاهر نیست، حجاب باطنی است که باید بیش از پیش به آن توجه شود که با خود حجاب ظاهری را هم به همراه خواهد داشت. برخی رسانه‌ها شعور مخاطب را به هنگام تبلیغ دین نادیده می‌گیرند و این عمل گاهی نتیجه معکوس خواهد داشت و دین‌گریزی نتیجه ماندگار است.

حسن نجفی سولاری: جدای از این مباحث باید اول به این سؤال پاسخ دهیم که در تبلیغ دین اصل کدام است. دین برای سعادت بشر است پس آنچه سعادت می‌آورد تبلیغ می‌شود یا سعادت وقتی است که دین باشد و در تبلیغ به جای تأکید بر هدف دین، به معرفی دین بپردازیم نه فقط سعادت؟ **فهیمی فر:** نوع رسانه، نحوه انتقال پیام و محتوای پیام و بافت جامعه گیرنده به هنگام تبلیغ دین باید مدنظر قرار گیرد. به نظر من، پاداش بهشتی تنها نباید در تبلیغ بگنجد بلکه سعادت است که در بطن دین است.

نجمه قنبری: همان طور که آقای افراسیابی بحث را شروع کردند، مسأله تبلیغ دین و نقش دستگاه تبلیغ در جامعه و اهمیت در توسعه جوامع به نظرم موضوع مهمی است که نباید از آن غفلت کرد و این موضوع با موضوع سعادت جوامع ارتباط تنگاتنگی دارد.

افراسیابی: درست است. در این خصوص یعنی ارتباط نوع تبلیغ دین با



فهمی‌فر: و به زبان و گویش خاص آن سن مطرح نمی‌شود.
هادی خدای: مبلغین دینی باید عمل را مصداق اندیشه بدانند نه فقط از اندیشه به عمل برسیم. دیگر آنکه به جای تعریف، دنبال تبیین باشیم و در مصداق‌سازی کار کرد دین دنبال خیال نباشیم بلکه نسخه دین در زندگی را ارائه کنیم. دین قادر به ارائه راه‌حل برای بحران‌هاست نه بدهیات. نسخه تبلیغی دین باید از نیاز به تبلیغ برسد.

افراسیابی: اما من حرف دیگری دارم، نقد من، نقدی است که نسبت به عدم ورود حوزه‌های علمی به حوزه توسعه مربوط می‌شود. قبل از انقلاب حوزه‌های علمی به باید بسستر را برای ایجاد تحول و انقلاب فراهم می‌کردند اما بعد از انقلاب تکلیف فرق می‌کند. زمانی که حکومت اسلامی تشکیل می‌شود، روحانیت باید در خدمت توسعه جامعه اسلامی حرکت کند اما حوزه‌های علمی برای به‌روز کردن خود و تطبیق خود با نیازهای جامعه مبتنی بر حکومت اسلامی حرکتی را شروع نکردند. ما نیاز به تولید اخلاق حکومت داشتیم و داریم. اخلاق سازمانی برآمده از اسلام، توسط حوزه‌های علمی تئوریزه شده است یا خیر؟ آیا نسخه‌ای برای کار و تلاش بیشتر مردم در جامعه با هدف توسعه تمدن اسلامی نوشته شده است؟ چه قدر مردم به وجدان کاری، استفاده از وقت برای نیل به پیشرفت و پرهیز از خمودگی و کسالت سفارش می‌شوند؟ حقیقت آن است که ماه محرم به روزه‌های قبل از حکومت‌داری خلاصه می‌شود و به شهادت امام حسین(ع) ختم می‌شود، اما روزه‌ها و نصایح بعد از تشکیل حکومت چیست؟ غیر از این است که باید مردم به حضور جدی در سازمان‌های دولتی و غیردولتی و خدمت به یکدیگر در نظام اسلامی سفارش شوند؟ آیا تا به حال به این موضوع فکر کرده‌ایم که حتی یک دقیقه از وقت ما اگر در خدمت به نظام اسلامی و توسعه‌مندی جامعه باشد این حکم جهاد در رکاب حضرت سیدالشهدا(ع) را دارد؟ پس بار دیگر سؤال می‌کنم که روزه‌ها و نصایح مبلغین بعد از تشکیل حکومت اسلامی در این ایام که نزدیک اربعین حسینی هستیم، چیست؟

قنبری: نسخه‌های غیرمدون! مسأله این است که در این خصوص دین حرف‌های زیادی دارد اما سؤال این است که چرا به قول شما دستگاه حوزه در این خصوص موفق عمل نکرده؟ عدم احساس نیاز یا بی‌توجهی؟

افراسیابی: چون به این مسأله فکر نشده است. دوستانی که کتاب ارتباطات و توسعه من را خوانده باشند، آنجا مقاله‌هایی وجود دارد که نقش کلیسای ارتودکس را در دوره توسعه جوامع اروپایی بیان می‌کند. به نقش فراماسونها کاری ندارم. می‌خواهم سؤال کنم در جهان اسلام و ایران عزیزمان آیا حوزه‌های علمی به صورت سازماندهی شده برای توسعه تمدن اسلامی، کاری انجام داده‌اند؟

قنبری: آیا واقعاً تنها دلیل آن این است که به این مسأله فکر نشده؟ به ظاهر آری.
مریم عمادی: به نظر من نکات دوستان درست است اما شاید شکافی هم الان بین روحانیت و نسل جوان وجود دارد. شاید ایجاد یک فاصله‌ای بین مبلغین و نسل جوان هم باعث چنین مسائلی شده باشد. شاید به همین دلیل است که نسل جوان به روحانیونی چون شهاب مرادی اقبال نشان می‌دهد چون این طور به نظر می‌رسد که این فرد فاصله کمتری با جوانان دارد.

صدیق‌آجودانی: به نظر من حوزه‌های علمی پس از انقلاب و در هشت سال دفاع مقدس همچنان توانستند در پیشبرد اهداف نظام خوش بدرخشند اما در سال‌های سازندگی و بعد از آن حوزه‌ها به چند بخش تقسیم شدند. ۱- حوزه‌های مترقی که در صحنه حاضر و به علوم روز توجه کرده و به

تکنولوژی اقبال داشتند. ۲- حوزه‌های سیاسی که کادر سازی را عهده‌دار شدند و در کنار دانشگاه‌هایی مثل دانشگاه امام صادق(ع) قرار گرفتند. ۳- حوزه‌های غیرسیاسی و دینی که صرفاً به مباحث دینی پرداختند. متأسفانه حوزه‌های علمی جز موارد نادر در مباحث صرف و نحو گرفتار شده و جلوتر نیامدند و گاهی برعکس رسالت خودشان را در رقابت با دانشگاه از یاد برده و دچار استحاله شدند. اگر امروز بستر فرهنگ دینی، در جامعه آنقدر فراهم نیست که رسانه بتواند در بیان مسائل آزادانه‌تر عمل کند، بخشی از مشکل به عملکرد حوزه‌های علمی برمی‌گردد. البته ناگفته نماند که طلبه‌ها و علمای بسیاری در همین سال‌ها اقدامات خوبی در زمینه تبلیغ داشتند. مؤسسه نور، تبیان، ایجاد مراکز پاسخگویی آنلاین به مسائل شرعی و شبهات، اردوهای تبلیغی، حضور فعال در رسانه‌های رسمی و شبکه‌های اجتماعی بخشی از تلاش حوزه برای حفظ هویت و تثبیت کارکرد اصلی خودش بوده اما این نوع حرکت‌ها نسبت به آنچه از حوزه به عنوان مرکز تولید محتوای فرهنگی دینی و استمرار همکاری با رسانه و پژوهشگاه‌های مرتبط انتظار می‌رود بسیار اندک و قطره‌ای از دریای ظرفیت‌های این مرکز بزرگ فرهنگ‌ساز و مبلغ است. یکی از علل این ضعف هم آفت مدرک‌گرایی در حوزه‌های علمی است که این هم از دانشگاه وارد حوزه شده است. با توجه به بحث وحدت حوزه و دانشگاه، باید این امر موجب تقویت این دو مرکز فکری می‌شد اما دانشگاه مباحثه عمقی حوزه را نگرفت و حوزه نظم کنکاشگر دانشگاهی را متوجه نشد و همین امر باعث شد هر دو ضعیف شوند. در حوزه فرهنگ‌سازی، بزرگ‌ترین، اثرگذارترین و پرمخاطب‌ترین و قدیمی‌ترین رسانه یعنی منابر در اختیار حوزویان قرار داشت اما متأسفانه تریبون اصلی حوزه‌ها که در شکل‌گیری انقلاب اسلامی مهم‌ترین نقش را داشتند گاهی تبدیل به رسانه‌ای برای تضعیف عقاید می‌شوند. یکی از دلایل آن هم بی‌توجهی به گزینش سخنران، عدم وجود کاتالیزوری برای طرح مباحث و گاهی اعتماد به نفس کاذب هست. البته بماند که ذائقه مخاطب و میل و نظرش به این رسانه چطور تغییر کرده است؟ در کوچک‌ترین نمونه می‌شود الان عزاداری‌های ماه محرم و صفر را نگاه کنیم. در این نمونه از منابر مثال نمی‌زنم و تنها سراغ رسانه ملی می‌روم. برنامه‌های شبکه یک سیما در طول دهه اول محرم با حضور کارشناس حوزوی فرهنگ عاشورایی را بررسی کرد. جالب است در همین برنامه مجری به عزاداری مردم طعنه زد و کارشناس محترم نشست و لیخند زد که البته امیدوارم با حضور آقای سرافراز و آقای پورمحمدی این ایرادات برطرف شود. همچنین در همان ایام اکثر برنامه‌های شبانه‌های صداوسیما می‌توانست شعورافز باشد در حالی که بیشتر شورانگیز بود.

فهمی‌فر: فرهنگ عزاداری‌های ما درست نیست. به نظر من بیشتر نجوا و گریه است و این ضعف بزرگی است.
آجودانی: یکی از آفت‌ها هم همین است. ترجیح حوزویان به ایجاد شور جای شعور است، آن هم به مقتضای نیاز مخاطب نه اینکه خود حوزه ایجاد نیاز کند. البته ما نباید نقش روحانیت آگاه به زمان را در این بین نادیده بگیریم. مرحوم آیت‌الله مهدوی کنی و بسیاری از شاگردان ایشان در دانشگاه امام صادق(ع) و حوزه علمی مروی، منشأ اتفاقات خیلی خوبی در جامعه بودند که نمی‌شود از آن چشم‌پوشی کرد. در مباحث فرهنگی گاهی چرخش لازم است تا مخاطب را هدایت کرد اما انکار در جامعه ما سردرگمی بین مخاطب و فرهنگ ایجاد شده است. حوزه‌های علمی به هدایت علما می‌توانند جریان ساز باشند، آن هم وقتی ممکن است که در این مراکز تولید شود و از طرف دیگر پذیرش مخاطب هم نسبت به حوزه‌های علمی فراهم است.

