

تبلیغات دینی و تحولات رسانه ای

<?xml encoding="UTF-8">

به نظر حضرتعالی ضرورت های عرصه تبلیغ دینی در خارج از کشور چیست و چه غفلت هایی در آن وجود دارد؟ به نظر بنده، حوزه علمیه یک مشکل اساسی دارد و آن را به رسانه های مدرن کشور تحمیل کرده است. یعنی وقتی که انقلاب پیروز شد، حوزه منبر را به رادیو داد، رادیو را به تلویزیون داد و تلویزیون را از آنان گرفت. یک چنین پدیده ای که در ایران اتفاق افتاد نتیجه اش این شد که در اواخر دهه 1980 یک کتابی در حوزه علوم و ارتباطات و در باب جهان ویدئو منتشر شد. در این کتاب نوشته بود: «شمال خلیج فارس پرمصرف ترین نقطه ویدئو در کره زمین است»، یعنی کشور ما در اواخر جنگ، در اواخر دهه 1360 ه. ش پرمصرف ترین این کالا بود. در واقع یک مملکتی که در حال جنگ بود، دلارش به سمت قاچاق انواع دستگاه ویدئو رفت زیرا ما کارمان را درست انجام ندادیم.

حالا اتفاقاتی در سطح جهان دارد می افتد که این عقب ماندگی این دفعه یقه خود حوزه را دارد می گیرد، یعنی چه؟ یعنی اینکه دیگر موعظه کردن از بالای منبر کارآیی خود را از دست داده است. در حال حاضر گونه هایی که در حوزه ادیان دیگر عمل می شود بسیار بسیار متفاوت با موعظه کردن و خطبه خواندن است. بنابراین من تصور می کنم که به دلیل اینکه حوزه هنوز نتوانسته شرایط جدید ارتباطات را در جهان درک کرد، احساس می کنم که حتی در داخل کشور دارد پایگاه های رسانه ای بومی اش را از دست می دهد. اگر مصاحبه مرا که در روزنامه «ایران» در باب منبر چاپ شده، بخوانید جواب این سؤال را به طور دقیق در آنجا داده ام.

چه حرکت هایی برای خنثی سازی تبلیغات دینی انجام می شود و چه سیاست هایی باید برای مقابله با آن اتخاذ شود. بایسته و کاستی های موجود در این خصوص را ذکر فرمایید.

بزرگ ترین تحولی که الآن اتفاق می افتد دو جنبه متفاوت و اساسی دارد که در عمل در خنثی سازی تبلیغات حوزه علمیه مؤثر است. یکی اینکه به شدت قدرت را به دست مخاطب می دهد و این به معنای گزینش کردن پیام رسان از سوی مخاطب است. در واقع مخاطب گزینش گری می کند و در این گزینش گری اوست که اراده مطلق است.

اما یک حوزوی عادت کرده که رسانه اش رسانه ای باشد، او کنترل می کند، او شروع می کند، او ختم می کند، او صلوات طلب می کند، او ختم ماجرا می کند، همه چیز دست خودش است، در حالی که گزینش گری و مخاطب مداری در عمل به شیوه ارتباطی حوزه که مبتنی بر رسانه نگاری و رسانه مداری است، پشت می کند. به عنوان مثال از طریق کنترل از راه دور در تلویزیون و ماهواره و اینترنت و... آقا را از روی منبر پایین می آورید و در همان لحظه یکی دیگر را بالای منبر می فرستید در حالی که اصلاً به چنین چیزی عادت نکرده ایم اما این اتفاق دارد می افتد.

نکته دوم اینکه، حوزه براساس یک سنت سه، چهار قرنه به تفکری که من اسم آن را تفکر «اندرونی، بیرونی» می گذارم، خو گرفته است؛ یعنی حوزه علمیه وقتی با خودش است، در را به روی دیگران بسته، و ممکن است وارد وادی هایی بشود که در دید عوام کفر است. یعنی از عوام ترس دارد که آن را بیان کند اما دائم این نصیحت را به

یکدیگر می کنند که آقا عوام ظرفیت ندارد که اینها را بفهمد، ما در حوزه علوم ارتباطات اسم آن را «دروازه بانی پیام» گذاشته ایم.

یونسکو در سال 1979 م یعنی در همان سالی که ما انقلاب کردیم کنفرانس ویژه ای در باب «دروازه بانی» تشکیل داد. دروازه بانی خبر، سانسور نیست. سانسور چیز دیگری است، دروازه بانی یعنی مصلحت اندیشی. حوزه سالهاست که عادت کرده این گونه به مباحث نگاه کند؛ یعنی اکثر مردم یک باره متوجه می شوند که بین شخصیت حوزه ای الف و ب اختلافاتی بروز کرده، در حالی که این دعوایها بوده، دعوای فلسفی بوده، دعوای اندیشه ای بوده اما به رو نمی آمده است. این در واقع همان اندرونی بیرونی بوده که سالهاست در این حوزه مطرح بوده است.

این یک پدیده دیگری است که دارد اتفاق می افتد. یعنی به طور کلی دروازه بانی پیام از حوزه رسانه های جهانی برداشته می شود و دیگر شما نمی توانید کنترل کنید که پیامی را من بگیرم یا نگیرم. ما پیش بینی می کنیم مثلا 15 سال دیگر بدون هیچ گونه افراد واسطی شما بتوانید به تمام منابع ارتباطی دست پیدا کنید.

ارزیابی شما از عمده ترین چالش های تبلیغ دینی ما در عرصه خارجی چیست؟ در یکی از این کنفرانسهای وحدت عرض کردم، که یکی از چالشهای سنگینی که در آینده به وجود خواهد آمد، چالش در میان مذاهب است. این چالش در میان ادیان نخواهد بود بلکه بین مذاهب پروتستان و کاتولیک شیعه و سنی است. منتهی پروتستان و کاتولیک الآن در یک فاصله مثلا صد سال از ما اختلافش را طی می کند. ما صد سال از نوع اختلاف های آنها عقب هستیم. هیچ کس الآن در مذهب پروتستان مثلا جشن فلان کسان درست نمی کند. آنها این دوره را طی کرده اند وقتی دروازه بانی پیام تمام بشود، با از بین رفتن دیوارها، چالش های سنگینی به وجود خواهد آمد آنجا دیگر نمی ایستند ببینند که حوزه در این وسط نظرش چیست.

میزان کارایی رسانه های بین المللی از قبیل اینترنت و ماهواره در تبلیغ دینی چیست و برای بهره گیری از آن چه توصیه هایی دارید؟

آنچه جنابعالی می فرمایید بحث دسترسی به سخت افزار است. به نظر من ما در این عرصه مشکل نداریم. یعنی من و شما می توانیم به راحتی یک فرستنده تلویزیونی یا ماهواره ای تاسیس کنیم. یک رقابت با شبکه های NBS، CNN و «الجزیره» به راه اندازیم. من به شما عرض می کنم که به راحتی هم این طلبه های هوشمند حوزه طرز کار با این دستگاه را یاد می گیرند اما مشکل این نیست؛ مشکل دسترسی به اینترنت نیست. در فرنگ هم شما الآن می بینید که پروفیسورهای ارتباطی، دیگر خیلی بلد نیستند با اینترنت کار بکنند. این مشکل ما نیست. مشکل ما چیز دیگری است.

پیشنهاد کاربردی من حقیقتش اگر بخواهم دلسوزانه مصاحبه ام را با شما ادامه بدهم، این است که قبل از هر چیز، حوزه علمیه باید نوع نگاه و نگرش خود را اصلاح کند.

به نظر شما بهترین راه نیازسنجی مخاطبین ما در عرصه بین الملل در میان پیروان ادیان و مذاهب مختلف

چیست؟

بحث نیاز سنجی را باور نکنید، این بحث مربوط دهه 1960 م است. من هر بار که به مسافرت خارج از کشور می روم تلاش می کنم به مسجد آن شهر بروم. کوشش می کنم به کلیسای بزرگ آن شهر بروم. کنیسه ای هم اگر مربوط به شینتو و بودا باشد می روم کسی هم دنبالم نفرستاده، خودم می روم، میل دارم بدانم در چشمان آدمی که مشغول عبادت است، چه می گذرد. دوست دارم در یک معبد شینتو، آدمی که حال می کند را ببینم.

در یک سفر حج رفته بودم یک جایی ایستاده بودم. همه مردم داشتند کعبه را نگاه می کردند، من ایستاده بودم آدمی که وارد می شد و چشمش به کعبه می افتاد را تماشا می کردم. این انقلاب عظیمی که در او اتفاق می افتاد نگاه می کردم. (ما یک حوزه ای داریم بنام ارتباطات غیر کلامی. شما ساکتید ولی دارید با من حرف می زنید) در آن هنگام سیر می کردم در حوزه ارتباطات غیر کلامی کسی که وارد مسجدالحرام می شد. کسی که سالها منتظر رسیدن به این لحظه بوده، حالا رسیده به این لحظه، چه حالی پیدا می کند، می خواستم کشف کنم که تماشای این فرد چه حالی دارد. اینجا کسی نیامده نیاز سنجی من را بکند.

الآن بسیاری از انسانها هستند که مایلند بدانند که شما شیعیان چه می گوئید. مراسم روز عاشورا در عراق امسال، بزرگترین تبلیغات منفی علیه شیعه بود، دوربین های فیلمبرداری خبری، صحنه هایی را فیلمبرداری کردند که در چشم غربی ها اوج دویت بود. البته ما هم چیزهایی از آنها می بینیم که اوج بدویت می دانیم در حالی که آنها آزادی می دانند. همانگونه ما حاضر نیستیم به همراه دخترمان در مادرید یا بارسلون در خیابانی عبور کنیم که خیابان معمولی آنهاست. خیابان خاص هم نیست. من با توجه به فرهنگم آن را بد می دانم. مهم این است که بدانید چگونه صادقانه عمل کنید. مخاطب شما خود بخود پیدا می شود. جهان دارد به سمتی می رود که تمام مذاهب، هر کدام در آینده ممکن است ماهواره و فرستنده تلویزیونی داشته باشد، فرستنده رادیویی داشته باشند و مطبوعاتشان هر صبح در اینترنت باشد.

شما در قرون متمادی می رفتید مرتفع ترین برج یک شهر را انتخاب می کردید بالای آن می رفتید و اذان می گفتید. همیشه بزرگترین فرستنده های جهان به ما شیعیان تعلق داشته است. می خواستیم مسجد بسازیم، مسجد شاه اصفهان را می ساختیم که 506 متر مربع مساحت کف بود و به اندازه یک ساختمان 16 طبقه ارتفاع گنبد آن بود. روزگاری بزرگ ترین فرستنده جهان را می خواستیم داشته باشیم اما یادمان رفته که در حال حاضر عقب هستیم. منتهی اشکال ندارد، پول نفت داریم، می رویم ابزار لازم را می خریم. اما هنوز به همان شیوه گنبد مسجد شاه، نرم افزار اندیشه ای و فرهنگ رسانه ای مان می چرخد.

شما ببینید جمعیت ما 66 میلیون نفر است، جهان اسلام یک میلیارد و دویست و پنجاه میلیون نفر. ما چند درصد هستیم؟ 1 درصد. داستان ما مانند مورچه ای است که فکر می کند جهان را آب برد. وقتی این گونه فکر کنیم، روزی که کاملاً جهانی شدن اتفاق بیافتد همه مان گیج خواهیم شد و آسیب خواهیم دید، نمی دانیم چطور باید جمع کنیم، همه مان ضربه می بینیم. ما نتوانستیم به یک روزنامه نگارمان یاد بدهیم چگونه انتقاد کند، نه رادیو تلویزیونی ما یاد گرفته، نه حوزوی مان. بنابراین باید یک تحول اساسی و بنیادی در این اندیشه ها اتفاق بیافتد و گرنه دیر می شود تا بتوانیم خودمان را در مقابل تحولاتی که در پیش است نجات دهیم. باید اصلاحات را در مغزمان و نگاهمان ایجاد کنیم.

به نظر شما، شیوه های نوین تبلیغ که از سوی ادیان و مذاهب مختلف در سراسر جهان مورد استفاده واقع می شود، چگونه است؟ و آیا ما می توانیم از این شیوه ها الگوبرداری کنیم؟ ضمناً اگر تجربه تلخ و شیرینی از

سفرهای علمی و فرهنگی خود دارید بیان بفرمایید.

من بجای پاسخ به سؤال اول شما یک تجربه خودم را خدمتتان عرض می کنم. یک روز برای کنفرانسی به «سیدنی» در استرالیا رفته بودم. یک ایرانی مرا دعوت کرد، رفتم به منزلشان (ایشان از اساتید صنعتی دانشگاه های ایران بود که آنجا رفته بود). ایشان یک کتابی که حدود 600 صفحه بود آورد به من نشان داد او گفت: ببینید کتاب جالبی است. من نگاه کردم دیدم یک دکتر این کتاب را به زبان فارسی درباره پیامبر بزرگوار اسلام نوشته است. گفتم این را از کجا گرفته ای؟ گفت: این از طریق پست از امریکا به آدرس من فرستاده شده و من متعجبم که آنها آدرس ما را چگونه به دست آورده اند. او گفت: یک پیغام هم خطاب به من به پیوست کتاب بود که اگر مایل بودید قیمت کتاب را به فلان شماره حساب در امریکا واریز کنید.

اینجانب محسنیان راد سالهاست که فوق لیسانس و دکترا درس می دهم و کنجکاوی های خاصی در این حوزه ها دارم. قبلا هم کتاب سلمان رشدی را دیده بودم، وقتی این کتاب را دیدم متوجه شدم از کتاب سلمان رشدی به مراتب بدتر و شدیدالحن تر نوشته شده است.

فردای آن روز فرصت داشتم رفتم در کتابخانه محله ای که در نزدیکی هتل من بود و کتابهای انگلیسی را که در حوزه دین اسلام بود مطالعه کردم. (در آنجا کتابخانه های محلی از کتابخانه های عمومی ما غنی تر است) و کتاب، فیلم و میکرو فیلم و نوار امانت می دهند. کار برجسته ای می کنند. به هر حال کتابهای موجود را تماشا کردم و کتابهایی که در حوزه تبلیغات نفی اسلام بود مشاهده کردم. آمدم بیرون به طرف هتل بروم. یک خانم جوان با لباس خیلی باز به طرف من آمد، سلام کرد و از من پرسید شما توریست هستید؟ گفتم: بله. گفت: آیا فرصت دارید چند دقیقه با هم صحبت کنیم؟ گفتم: اشکال ندارد. وقتی نشستیم صحبت که کرد، متوجه شدم او یک مبلغ مسیحی است که مرا به دین مسیح دعوت می کند! در واقع فرستاده واتیکان است. نحوه لباس پوشیدن او هم به این خاطر است که راحت تر بتواند ارتباط برقرار کند. (لباس راهبه ها را پوشیده بود که مشخص شود نماینده کلیسا است).

امروزه بحث متد بسیار پیچیده است، متدهای تبلیغ هر کدام برای خودشان دوره های دانشگاهی دارند که به نظر من حوزویان از این روش کم نمی آورند، خیلی از این متدها را به طور تجربی آموخته اند. من یادم هست اوایل انقلاب خطبه های آقای رفسنجانی را می شنیدم می دیدم ایشان بدون اینکه قواعد تخصصی تبلیغ را بدانند دارد عمل می کند. مشکل ما همان است که گفتم. تا حل نشود نه روش هایی که می دانیم به درد می خورد و نه ابزارهایی که داریم.

کامپیوترهایی که امروز در حوزه بکار گرفته شده در حقیقت بانک اطلاعاتی است و یک ذره جلوتر نمی رود. شما هر وقت توانستید با این کامپیوترها تحقیق کنید که بالاخره حقانیت با کدام مذهب است، آنوقت مؤثر است. و الا اینکه شما بیابید قرآن را روی C D منتقل کنید یا بانک اطلاعاتی درست کنید اینها کار کامپیوتری نیست. کار با کامپیوتر کار اساسی علمی است. من دو سخنرانی در دین پژوهان داشتم. حتما نوارها و سوابق آن موجود است. حرفهایی که الآن می زنم آنجا موجود است، می توانید از آن استفاده کنید.

یک تجربه دیگر هم برایتان بگویم. در زمان جنگ، سازمان ملل یک اجلاسی در بلغارستان بنام «مسابقه جهانی انتخاب مخترع جوان» برگزار می کرد. (تعریف سازمان ملل از واژه جوان یعنی افراد زیر 40 سال). کشورهای مختلف جهان آنجا غرفه زده بودند، در این میان داوران هم حضور داشتند، روز آخر هم غرفه های برگزیده را معرفی کردند و جوایزی دادند. چون ایران درگیر جنگ بود، سازمان ملل هزینه انتقال غرفه ایران را قبول کرده

(یازده اختراع) و گفته بود نیروی انسانی مورد نیاز غرفه را هم تامین می کنیم. قرار شد دولت ایران هزینه اعزام یک نفر را به عنوان مسئول غرفه بدهد. از روی تصادف برای این کار بنده را انتخاب و اعزام کردند. وقتی من رفتم عملاً همه کاره بودم. البته کشورهای دیگر هم اختراعات را آورده بودند و هم مخترعین را، ولی ما چون پول نداشتیم مخترعان را نبرده بودیم. روزی هم که غرفه ما یک مدال طلا جایزه گرفت بنده به نیابت از مخترع جوان ایرانی رفتم و جایزه را گرفتم.

شب اول افتتاح نمایشگاه که مسئولین و کارکنان غرفه های کشورها از سوی سفارت شوروی سابق برای صرف شام دعوت بودند، من نیز در آنجا شرکت کرده بودم که (غرفه عراق در نزدیکی غرفه ما بود) متوجه شدم چند نفر دارند به من نگاه می کنند و می خندند. من خیلی ناراحت شدم. افراد کشورهای عربی مانند سوریه و مراکش هم متوجه شدند که اینها دارند مرا دست می اندازند ابتدا فکر کردم که دیگر آنطرف ها ظاهر نشوم، اما با خود گفتم اگر این کار را بکنم، این یک شکست است. کسی هم نمی دانست من چکاره ام یا اینکه به دانش ارتباطات آشنایی دارم. فکر کردم که باید کاری بکنم. شب بعد که در سفارت یونان دعوت بودیم تمام قواعد تبلیغات را در مغزم سیر می کردم. من فردای آن روز کاری کردم که رئیس هیات عراقی ها آمد مرا دعوت کرد به غرفه عراق و به عنوان پروفیسور به دوستانش معرفی کرد. این موفقیت برای من دلپذیر بود. فردای آن روز مجدداً آمدند مرا به غرفه شان دعوت کردند و پذیرایی مفصلی از من نمودند و با عزت برگشتم به غرفه ایران. روزی هم که ما مدال طلا گرفتیم اینها به من تلفن کردند و تبریک گفتند.

آقای دکتر توضیح بفرمایید چکار کردید که واکنش عراقی ها تغییر کرد؟
ببینید راز و رمزهای تبلیغات بسیار پیچیده است. بگذرید که من چکار کردم که این اتفاق افتاد.
در افتتاحیه فکر می کنم مجلس پنجم و یا چهارم بود که گروه ارکستر سمفونیک را برای نواختن دعوت کرده بودند. در همان هنگام پخش این موسیقی ها از صدا و سیما ممنوع بود اما در تالار وحدت برای سرمایه داران اجرا می شد. یک روز خدمت یکی از مقامات روحانی و برجسته کشور بودم، گفتم شما چه توجیهی برای این کارتان دارید که ارکستر سمفونیک را به مجلس می برید برای افتتاح مجلس برنامه اجرا می کنند ولی از نشان دادن تصویر اجرا کنندگان ارکستر که در تالار وحدت برنامه اجرا کرده اند، در تلویزیون ممانعت می کنید؟ اگر بد است نباید در تالار وحدت برنامه اجرا کنند، اگر خوب است چرا فقط پولدارها بروند ببینند. چرا از پخش آن جلوگیری می کنید؟ ایشان شروع به بحث کردن با ما نمودند، من هم کوتاه نیامدم. ایشان برای من مثال آیت الله بروجردی را زد. گفت: ایشان یکبار همچو چیزی بوده مصلحت دیدند منع کنند. گفتم: آقا جان شما چه می فرمایید؟ من زمان آیت الله بروجردی 6 ساله بوده ام، الان زمان عوض شده، اگر دیر بجنبید بجای ارکستر سمفونیک تهران، مایکل جکسون می آید می رود در خانه های تهران!
آقای دکتر از اینکه این فرصت را بما دادید سپاسگزاریم.
من هم متشکرم مصاحبه خوبی بود.

(*) . رئیس دانشکده ارتباطات دانشگاه امام صادق (ع)