

حوزه و رسالت تبلیغ

«در عصر ماهواره‌ها»



● حسین مسعودی

مؤسسه تلویزیونی در ایالات متحده آمریکا وجود دارد که در اختیار سازمانها و اتحادیه‌های مذهبی است و به دست آنان اداره می‌شود. علاوه بر آن که تقریباً تمامی فرستنده‌های تلویزیونی، برنامه‌های مذهبی از این یا آن نوع نیز عرضه می‌دارند.

برنامه این شبکه‌ها، آمیزه‌ای از آموزشهای مستقیم و غیرمستقیم مذهبی به همراه چاشنی تفریح و سرگرمی است. منبرهای آنچنانی تلویزیونی! شوهای مذهبی! مسابقه، موسیقی، سریال، تأثر و خلاصه هرچه که بتوان از راه آن، پیامی به ذهن بیننده

کرد. برنامه‌های این شبکه تلویزیونی ... در چندین استودیو مختلف تهیه خواهد شد. یکی از استودیوهای یادشده در جزیره رودوس در دریای اژه تأسیس خواهد شد. این گزارش حاکی است برنامه‌های «کراس. تی. وی» شامل تبلیغات ارتدوکس و برنامه‌های تفریحی و آموزشی خواهد بود.

اخبار مشابهی نیز در مورد کلیسای کاتولیک و شیوه‌های جدید تبلیغی واتیکان، آمده بود.

یا:
«در حال حاضر، ۲۵ ایستگاه و

برای بسیاری دین و تبلیغ دو واژه همزاد به‌شمار می‌آیند، به طوری که کاربرد یکی از آنها بی‌درنگ دیگری را نیز تداعی می‌کند.

متولیان دین نیز همواره به عنصر تبلیغ به‌عنوان یکی از لوازم لاینفک دینداری نگریسته‌اند. لیکن همیشه با این دشواری مواجه بوده‌اند که چگونه در عرصه مواج و پرتلاطم حوادث تاریخی و انسان، این رسالت را به‌خوبی به انجام رسانند. سیر پریچ‌وخم مسائل و رویدادها و شتاب پایان‌ناپذیر تحولات بشری همواره پرسشها و ابهاماتی را در این راستا در برابر آنان قرار داده است و در عرصه عمل آنان را وادار به انجام اموری نموده است که در نوع خود قابل توجه و تأمل بسیار است، به‌عنوان نمونه، در خبرها آمده بود: «کلیسای ارتدوکس شهر استانبول، به‌منظور بخش برنامه‌های تلویزیونی، اقدام به تأسیس یک شبکه تلویزیونی می‌کند ... (نام این شبکه، «کراس. تی. وی» است) که با استفاده از ماهواره ... در ۵ قاره جهان با ۱۶ زبان، برنامه پخش خواهد

سال جامع علوم انسانی





افکند و یا دستکم بیننده‌ای برای دیدن برنامه‌ها جذب کرد. اکنون، در درستی یا نادرستی عملکرد این گروه‌های مذهبی قضاوتی نمی‌کنیم. کما اینکه بسیاری از صاحب‌نظران و اهل نقد، در زمان حاضر، بر کل جریان پیام‌سازی و پیام‌رسانی به شیوه‌های معمول نقد‌های جدی وارد ساخته‌اند. لذا در به‌کارگیری این شیوه‌ها در تبلیغات و پیام‌رسانی مذهبی، باید دقت و بررسی بیشتری شود.

اکنون این پرسش مطرح است که اگر قرار بود در زمان ما، پیامبری از طرف خداوند به رسالت و ابلاغ پیام الهی برانگیخته شود، وی وظیفه خویش را با توجه به مقتضیات و شرایط پیچیده عصر ما چگونه به‌انجام می‌رسانید؟

به‌راستی یک پیام‌آور الهی در عصر پیام و ارتباطات با چه وضعیتی روبرو خواهد بود؟ آیا با شرایط مساعدتری برای پیام‌رسانی روبرو می‌گردد یا همین امکانات را حجابی عظیم و ضخیم در راه تبلیغ رسالت خویش می‌یابد؟ اگر او در چنین عصری ظهور می‌کرد، از چه امکاناتی در راه هدایت الهی سود می‌جست؟

بله، پرسش را دور برده‌ایم به گونه‌ای که خواننده هیچ الزامی برای خود در پاسخ به آن نمی‌یابد. اما مگر حوزه و حوزویان مدعی نیستند که در طول تاریخ، آنان بوده‌اند که پرچم رسالت انبیا را همواره برافراشته داشته و حرکت عظیم آن پیام‌آوران راستین را تداوم و استمرار بخشیده‌اند؟ پس این

● اکنون پس از دگرگونی عظیمی که در ارتباطات و پیام‌رسانی پدید آمده، باید به ارزیابی دوباره امور پرداخت. از آن جمله نگاهی دوباره به مقوله پیام و پیام‌رسانی داشت: دگرگونی که در ساختار این موضوع صورت گرفته، تأثیری که پیشرفت تکنولوژی بر این امر نهاده و نقشها و موقعیتهای جدیدی که در این عرصه پدید آمده است.

با بررسی این موارد، می‌توان به ارزیابی دوباره از نسبت و ارتباط حوزه با پیام‌رسانی پرداخت و نقشهای جدیدی را که برای حوزویان در این قلمرو پدید آمده، مورد کندوکاو جدی قرار داد.

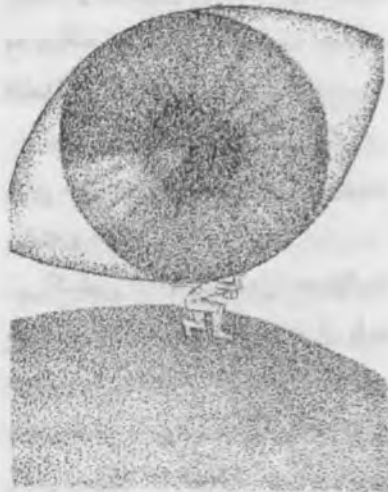
پرسش و پرسشهای دیگری از این دست، به‌روشنی به آنان بازمی‌گردد. برای این که اهمیت پرسشهایی از این دست، روشن‌تر گردد، نکته‌ای را یادآور می‌شویم:

زمانی دراز، خبرهای مربوط به ویدئو تیترو روزنامه‌ها و مطبوعات کشور بود. دلسوزان بسیاری در این باره به طرح سخن و راه‌حل پرداختند. در نهایت پس از گفت‌وگوهای بسیار، و گذشت ایام به‌نظر می‌رسد که این بحران، فروکش کرد. بگذاریم از این که دست‌آخر، معلوم نشد که آیا ما تکلیف ویدئو را روشن کردیم، یا این که تکلیف ویدئو روشن شد؟!

چندی پس از آن، خبرهای مربوط به ماهواره جایگزین اخبار پیشین گردید و ما در عمل، خود را رودرروی با رویدادی جدید، به‌نام «بحران ماهواره» یافتیم و به‌نظر می‌رسد که روزبه‌روز نیز بر وخامت بحران اخیر افزوده می‌گردد. شک نیست که این دو قضیه، بیانهای گوناگون از یک صورت مسأله بسیار جدی و درخور درنگ‌اند. مسأله‌ای که از بستر زندگی عصر نو برمی‌خیزد، عصر

ارتباطات و پیام‌رسانی، همانا شنیدن این واژه «عصر ارتباطات و...» برای بسیاری، همچون شنیدن واژگان متداول دیگر است. همچون شنیدن واژه کتاب، اتومبیل، صندلی و غیره که حساسیت چندانی را بر نمی‌انگیزد. اما همین اصطلاح برای بسیاری دیگر، دربردارنده معنایی بس عمیق و درخور موشکافی است. همه کسانی که به‌نوعی با پیام و پیام‌رسانی ارتباط دارند در این موضوع و معنی، با دیده باریک‌تری نظر می‌افکنند. انقلاب در امر ارتباطات برای آنان به معنای واردشدن در یک دنیا و تمدن جدید است، دنیایی با مفاهیم و مبانی تازه که فرهنگ و دائرةالمعارف مخصوص به خود را دارد.

بنابراین، باید مستقل به دیدار آن شتافت و نگاه ژرف را در زوایای گوناگون آن به نظاره درآورد. درهرحال، همه کسانی که تاکنون نسبت و ارتباطی با پیام و پیام‌رسانی داشته‌اند، امروز، درحال تجدید دیدگاه و ترجمه مجدد از نسبت خویش با این مقوله‌اند. شرایط جدید، وضعیت و نسبت‌های جدیدی را نیز، در ذهن پدید می‌آورد. کسانی که می‌خواهند در دست حوادث جدید زمین



آمده، مورد کندوکاو جدی قرار داد.

حوزه و رسالت‌های جدید

حوزه در دوران حیات یک‌هزارهٔ خویش، هیچگاه با چنین آزمون و تجربهٔ دشواری روبرو نبوده است. زندگی در عصر اطلاعات، عصر کامپیوتر و عصر تمدن فراصنعتی، به‌واقع، زندگی پیچیده‌ای است. انسان این دوره نیز، موجود پررمزورازتری است. پیش از این، حوزویان با پاره‌ای امور ساده که بیشتر به فقه و اعتقادات و تبیین احکام و اخلاق فردی مکلفان محدود می‌شد، سروکار داشتند. اما امروز، این نهاد می‌خواهد که در همهٔ امور مربوط به انسان و جامعه دخالت ورزد، آن هم در دوره‌ای که با پیچیدگی و شتاب حوادث، روبرویم.

آری حوزه، مسؤولیت و رسالت خویش را در عصری چنین، بسیار گسترده‌تر از گذشته معنی کرده است، به‌طوری که تردیدهای بسیار برای

تشخیص نداده است.

امروز، هنگامی که از انجام کار فرهنگی در نظام اسلامی سخن به‌میان می‌آید، متولیان گوناگونی در انجام این امور، روبروی خود می‌یابیم که برخی در جایگاه سیاستگذاری و برنامه‌ریزی قرار گرفته‌اند و پاره‌ای دیگر دست‌اندرکار امور اجرایی و انجام آن برنامه‌ها هستند. اما در این میان، حوزه به‌عنوان یک نهاد، همچنان هویتی ناپیدا و نامحسوس دارد و به‌نظر می‌رسد حوزویان خود نیز، باور به گستردگی قلمرو و مسؤولیت‌های خویش ندارند و نظامنامهٔ این نهاد، هنوز که هنوز است، تدوین و انشای رسمی نیافته است. تندباد حوادث، در شتاب است و ما همچنان در رخوتیم و غفلت. باری، باید به هوش بود و دشواریها و پیچیدگیهای فرهنگی نو را با نگاهی جدی‌تر و عمیق‌تر مورد‌ارزیابی و تدبیر قرار داد.

اکنون پس از دگرگونی عظیمی که در ارتباطات و پیام‌رسانی پدید آمده، باید به ارزیابی دوبارهٔ امور پرداخت. از آن‌جمله نگاهی دوباره به مقولهٔ پیام و پیام‌رسانی داشت: دگرگونی که در ساختار این موضوع صورت گرفته، تأثیری که پیشرفت تکنولوژی بر این امر نهاده و نقشها و موقعیت‌های جدیدی که در این عرصه پدید آمده است.

با بررسی این موارد، می‌توان به ارزیابی دوباره از نسبت و ارتباط حوزه با پیام‌رسانی پرداخت و نقش‌های جدیدی را که برای حوزویان در این قلمرو پدید

نخورند، باید جامه و مرکبی مناسب و برابر با شرایط جدید به‌استخدام درآورند و در این میان، حوزه و حوزویان از این قاعده جدا نیستند. سؤال روشنی که در برابر همهٔ ما خودنمایی می‌کند عبارت است از:

ما چه نسبت و ارتباطی با امر پیام و پیام‌رسانی داشته و داریم؟

آیا در دگرگونیهای اخیر، حوزویان نیز باید در اندیشهٔ تجدید و بازسازی رابطهٔ خویش با این مقوله باشند؟

آیا می‌توان در عصر ماهواره، همچنان با حفظ ماده و صورت شیوه‌های گذشته، به امر پیام‌رسانی و رسالت دینی همت گمارد؟

همان‌طور که پیداست، محور سخن مسألهٔ حوزه و رسالت پیام‌رسانی است، آن هم با توجه به مسألهٔ تهاجم فرهنگی که از مهم‌ترین دشواریهای فرهنگی است که در جامعهٔ ما جریان دارد. پیش از این، بارها شنیده‌ایم که در جامعهٔ ما، فرهنگ به‌گونهٔ بایسته مورد‌ارزیابی و بررسی قرار نگرفته است و ما در این زمینه به ارزیابی و سیاست‌گذاری شایسته دست نیافته‌ایم. این امر، به‌نوبهٔ خود، باعث هرج‌ومرج اجتماعی و سردرگمی در عرصهٔ برنامه‌ریزی و اصلاحات اجتماعی گردیده است.

متأسفانه نظام حوزه که بنا بر رسالت تاریخی خویش می‌بایست مشارکت‌فالتری در این‌گونه مسائل می‌داشت، حضور شایسته‌ای نداشته و همچنان جایگاه و موقعیت خویش را در بستر مسؤولیت‌های فرهنگی - اجتماعی جامعه



اندیشه و نگاههای بیرون از حوزه نسبت به جایگاه این نهاد در تمامیت جامعه، نقشها و وظیفه‌های آن پدید آورده است. تردیدهایی که پیش از این، حتی در میان خود حوزویان نیز سابقه دیرینه داشته و دارد.

اکنون در این مورد، هیچ‌گونه قضاوتی نمی‌کنیم و بازنگری در آن را به مجال دیگر که خود بحث بلند و مفصلی را می‌طلبید، وامی‌گذاریم. اما در هر حال، گمان نمی‌رود که هیچ‌کس در یک بخش از مسؤولیت‌های حوزه تردیدی روا دارد و آن هم مربوط به رسالت فرهنگی حوزه است. تردیدی نیست که کمترین مسؤولیت حوزه در جامعه اسلامی، دخالت و حضور گسترده در قلمرو مسائل فرهنگی است.

به‌راستی آیا می‌توان در نظام اسلامی، تصمیمی درباره مسائل فرهنگی گرفت که حوزه در آنجا حضور نداشته باشد؟ مسلماً خیر.

فرهنگ جامعه، یعنی روح، احساس اندیشه و روان آن، آیا می‌شود حوزه نسبت به سلامت و صحت، و تندرستی و نشاط این روح هیچ وظیفه و تعهدی نداشته باشد؟ جواب پرسش نیز روشن است.

می‌بینیم که پیشاپیش، این مسؤولیت را بر ما نوشته و در کارنامه و شرح وظایف ما ثبت کرده‌اند. در این صورت چگونه می‌توانیم نسبت به روشن‌ترین و مهم‌ترین دشواری‌های فرهنگی این سرزمین بی‌تفاوت باشیم و یا اینکه مسؤولیت مستقیم این‌گونه

قضایا را متوجه دیگران بدانیم؟

امواج ماهواره می‌آیند و ما را به یک هم‌وردی بزرگ فرهنگی فرا می‌خوانند. در این رودرروی، آنان که آن سوی امواج قرار گرفته‌اند، بر حجم عظیم ابزار و تکنولوژی ارتباطات تکیه زده‌اند و با تولید انبوه پیام، به کمک تجربه یک قرن پیام‌سازی و پیام‌رسانی به یاری جذابیت و سحر تکنیک‌های رسانه‌های تصویری و غیرتصویری، در سطح گسترده ما را آماج ارزشها و باورهای خویش قرار داده‌اند. در این سو، ما هستیم و امکانات مادی و انسانی اندک، تجربه‌های نابالغ و نارس که مخاطب پیام غریبیم.

همانا یک دنیا حرف برای گفتن داریم، اما ترجمه آن حرفها به زبان تصویر و پیام و راه دلنشین کردن آنها را کمتر فرا گرفته‌ایم.

تنها زبانی که برای رساندن مفاهیم عمیق فرهنگ خود می‌ساختیم زبان گفتار بود، اما امروز نیازمند فراگرفتن

زبانهای دیگر و شیوه‌های افزودن در امر پیام‌رسانی هستیم. شک نیست که این امر به‌آسانی و در زمانی کوتاه انجام‌پذیر نخواهد بود و در این راستا، ما نیاز به بسیج کامل فرهنگی داریم. یک

حرکت و همایش عظیم از ناحیه همه نیروهای فرهنگی این مرز و بوم، باید تمام امکانات و توان فرهنگی خویش را به کار گیریم تا بتوانیم با تسلط بر زبانهای گوناگون پیام‌رسانی، به سطحی از تولید و عرضه کالاهای فرهنگی دست یابیم که دست‌کم در مرزهای فکری درون،

توان برخورد با فرآورده‌های فرهنگی غرب را داشته باشیم.

این امر به‌نوبه خود متکی بر تدابیر و تمهید مقدمات ویژه‌ای است که در این جا، به پاره‌ای از این موارد اشاره می‌کنیم و جایگاه و نقش حوزه را در خصوص هر کدام، به بوبه نقد و بررسی می‌نهمیم:

۱. حوزه و سیاست‌گذاری فرهنگی
تمامی نکته‌بینان در امور فرهنگی این سرزمین، بویژه درباره مسائلی چون مسأله ویدئو یا ماهواره بر این باورند که ما در عرصه مسائل فرهنگی هیچ‌گونه سیاست‌گذاری روشنی نداریم. یعنی در سرتاسر این مملکت، هیچ نهاد و یا مجموعه‌ای نیست که با توجه به آرمانها و اهداف انقلاب و ساختار و بافت جامعه به سیاست‌گذاری علمی و عینی و برنامه‌ریزی کلان در مسائل فرهنگی بپردازد، تا آن برنامه‌ها و سیاستها در سطح کل جامعه با هماهنگی بخشهای

● باید تمام امکانات و توان فرهنگی خویش را به کار گیریم تا بتوانیم با تسلط بر زبانهای گوناگون پیام‌رسانی، به سطحی از تولید و عرضه کالاهای فرهنگی دست یابیم که دست‌کم در مرزهای فکری درون، توان برخورد با فرآورده‌های فرهنگی غرب را داشته باشیم.



گوناگون فرهنگی به اجرا درآیند. نتیجه این امر، سرگردانی نیروها، ناهماهنگی حرکت‌های فرهنگی، زیاده‌روی و کوتاهی، هرج و مرج فکری و رفتاری، سوءاستفاده بدخواهان و به نتیجه نرسیدن طرح‌ها و ... است که نمونه آن را تاکنون به فراوانی دیده‌ایم. حال فکر می‌کنید که حوزه با آن میراث عظیم فرهنگی و با توجه به نقشی که در نظام داشته است، بویژه با توجه به رسالت عظیم و جدی که در زمینه مسائل فکری و فرهنگی دارد، تا چه اندازه می‌تواند در این سیاست‌گذاری‌های کلان نقش داشته باشد. آیا زمان آن نرسیده است که حوزه جایگاه خود را به‌عنوان یک «تهاد» و «تشکیلات» و نه به‌عنوان فرد یا افراد، در هرم سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری در مسائل فرهنگی جامعه اسلامی مشخص‌تر سازد.



۲. حوزه و تولید و عرضه پیام شک نیست که اشکال و شیوه‌های پیام‌رسانی بسیار دگرگون گردیده است و این دگرگونی‌ها، بویژه در یک قرن اخیر، آثار بسیاری را در عرصه مسائل انسانی در پی داشته است. امکانات جدید تولید و عرضه پیام و گنجایش‌های مهم در قلمرو پیام‌رسانی را فراهم آورده‌اند، به‌طوری که میزان کاربرد و تأثیر شیوه‌های گذشته را تا اندازه بسیاری تحت‌الشعاع قرار داده‌اند. البته این بدان معنی نیست که شیوه‌های گذشته به‌کلی کهنه شده و دیگر هیچ‌گونه کاربردی ندارند. چنین توهمی، بیشتر برای کسانی دست می‌دهد که شتابزده به میدان داوری قدم گذارده و بدون ارزیابی دقیق و صبورانه، دستخوش احساسات و گویته‌نظری گردیده‌اند. حقیقت این است که شیوه‌های گوناگون پیام‌رسانی، هر یک دارای ویژگی خاص خود هستند و هیچ‌یک به‌طور کامل نمی‌تواند جایگزین دیگری شود. گفت‌وگوی رودررو، نوشتار، کتاب، رمان، نقاشی، شعر، موسیقی، فیلم و غیره، همگی امکاناتی هستند که در جدول مربوط به پیام‌رسانی جایگاه ویژه خویش را دارند. نسبت و ارتباط این امکانات با یکدیگر برخلاف پندار برخی، نسبت رقابت و جایگزینی نیست، بلکه بالعکس، نسبت همزیستی و تکمیلی است. بویژه ابزار و امکانات جدید پیام‌رسانی نسبت به روش‌های پیشین، نقش کامل‌کننده را برعهده دارند. همانا با ورود تکنیک‌های جدید ارتباطی تا

حدودی شعاع کاربرد امکانات پیشین محدود می‌گردد، ولی این به معنای بیرون رفتن کامل آنها از صحنه پیام‌رسانی نیست. پیش از این در میان صاحب‌نظران ارتباطات بحث‌های بسیار گسترده‌ای درباره رقابت میان رسانه‌های گوناگون پیام‌رسانی در جریان بود. از جمله می‌توان به رقابت میان رسانه‌های تصویری و غیرتصویری تلویزیون و سینما، سینما و ویدئو، گفتار و نوشتار و ... اشاره کرد. با گذشت زمان، به اینجا انجامید که امروزه همه صاحب‌نظران این فن، بر این عقیده‌اند که ابزار مختلف پیام‌رسانی، اگر چه ممکن است در وهله نخست پیدایش، حالت رقابت نسبت به یکدیگر نشان دهند؛ اما این حالت، وضعیت ناپایدار است و سرانجام به همزیستی پایدار خواهد انجامید، چراکه هر یک از این ابزارها دارای خصلت و توانایی، محدودیت‌های ویژه در امر ارتباط و پیام‌رسانی‌اند. هر یک از آنها در شرایطی به‌کار می‌آیند و تأثیر دارند و در شرایطی دیگر هیچ‌گونه کاربرد و استفاده سازنده‌ای ندارند. به تعبیر یکی از جامعه‌شناسان:

«وسایل ارتباطی ... به علت وظایف مشترکی که در بخش اخبار و تربیت و ارشاد افراد و تفریح و سرگرمی آنان به‌عهده دارند، در مقابل هم قرار گرفته‌اند. اما نباید فراموش کرد که وسایل مذکور با وجود اشتراک ظاهری وظایف، هر کدام نقش خاصی ایفا می‌کنند و با آنکه در زمینه‌های متعدّد به



هم شباهت دارند، هرگز نمی‌توانند یکدیگر را از میدان بیرون کنند و جای هم را بگیرند.»

بنابراین، بسیار ساده‌اندیشی خواهد بود اگر بپنداریم که مثلاً یک قطعه موسیقی یا شعر، می‌تواند جای یک گفت‌وگوی رودررو و تأثیر آن را بگیرد و یا برعکس، یا بپنداریم که روزی آموزشهای تصویری و تلویزیونی به‌طور کامل، جایگزین آموزشهای نوشتاری و مطبوعات خواهد شد و یا از گسترش رسانه‌های تصویری و تأثیر عظیم فیلم و نمایش بر روح و روان افراد در این گمان افتیم که دیگر، شیوه‌های پیام‌دهی گذشته چون موعظه و منبر از میدان تأثیر و تأثر خارج شده و این‌گونه شیوه‌ها دیگر هیچ‌گونه کاربرد و بازدهی ندارند. بویژه در حال حاضر، صاحب‌نظران رشته روان‌شناسی اجتماعی بر این نکته تأکید می‌کنند که در شیوه‌های پیام‌رسانی و ارتباطات، کمترین شیوه‌ای همچون برخورد چهره‌به‌چهره و ارتباط گفتاری، بویژه اگر این ارتباط دوسویه باشد، می‌تواند در روح آدمی تأثیر عمیق و ماندگار بگذارد. بنا بر پژوهشهای آنان، گفت‌وگوهای از این دست پیام‌های بسیار دارد. اثر مهمی بر روی رفتار و تصمیم‌گیری افراد می‌گذارد.

بنابراین با تأکید دوباره بر این نکته، یعنی با حفظ مقام و جایگاه انواع شیوه‌های پیام‌رسانی که از گذشته تا حال پدید آمده است، به طرح یک سؤال ساده می‌پردازیم:

با گسترش شیوه‌های پیام‌رسانی و

● حقیقت این است که شیوه‌های گوناگون پیام‌رسانی، هر یک دارای ویژگی خاص خود هستند و هیچ‌یک به‌طور کامل نمی‌توانند جایگزین دیگری شود.

گفت‌وگوی رودررو، نوشتار، کتاب، رمان، نقاشی، شعر، موسیقی، فیلم و غیره، همگی امکاناتی هستند که در جدول مربوط به پیام‌رسانی

جایگاه ویژه خویش را دارند. نسبت و ارتباط این امکانات

با یکدیگر برخلاف پندار برخی، نسبت رقابت

و جایگزینی نیست، بلکه بالعکس، نسبت

همزیستی و تکمیلی است.

۳. حوزه و احیای فرهنگ

بر تمامی روشن‌اندیشان پیداست که یک فرهنگ عمیق و ریشه‌دار، که دارای گنجایی قوی و گسترده‌ای است، هرگز نباید از دادوستد فرهنگی در هراس متفکران و مصلحان اسلامی نیز گوشزد کرده‌اند، بایستی در رویارویی فرهنگ با غرب، به هویت و فرهنگ خویش بازگردیم و به بازنگری، بازیابی و احیای میراث فرهنگی خویش بپردازیم. فرهنگی که آمیزه‌ای از پیشینه‌های مذهبی و ملی ماست و می‌تواند مبنایی قویم و مستحکم در حرکت و خیزشهای فرهنگی ما به حساب آید. اگر این‌گونه به مسأله نگرینیم، خواه‌ناخواه، برای ما این پرسش به‌وجود می‌آید:

حوزه در احیا و بازسازی فرهنگ ملی - مذهبی این سرزمین چه نقشی می‌تواند داشته باشد؟

خواننده محترم، توجه دارد که فرهنگ یک جامعه اضلاع بسیار دارد که از شؤون گوناگون زندگی آنان فراهم

پدید آمدن راه‌های جدید در این جهت، آیا ما به‌عنوان پیام‌آوران دینی نمی‌توانیم از شیوه‌های جدید پیام‌رسانی، افزون بر شیوه‌های گذشته، در رساندن و افکندن پیام دینی خویش بهره‌بریم؟ آیا بر ما لازم نیست که چنین کنیم؟

برای پاسخ درست به این پرسش، حوزه باید با ارزیابی دوباره مقوله ارتباطات و پیام‌رسانی، نسبت و رابطه خویش را با این مقوله تعریف و ترجمه کند و امکانات خود را در استفاده از ابزار جدید پیام‌رسانی و راه‌های عملی تولید و عرضه پیام دینی از این راه را، یک‌بار دیگر مورد مذاقه و بازنگری قرار دهد.

روحانیان با دگرگونی شیوه‌های پیام‌رسانی، تا چه اندازه می‌توانند و می‌باید در امر فرهنگی و عرضه آنها نقش و دخالت داشته باشند؟ تأمل و بازنگری در این موضوع، چه بسا ما را با بخش گسترده‌تری از وظیفه‌ها و نقشها که تاکنون، حتی تصور آنها را نیز نمی‌کردیم، آشنا سازد!



آمده است. در جامعه ما، مذهب در تشکّل و قوام بافت فرهنگی جامعه نقش عمده‌ای داشته است، اما نباید فراموش کرد که عناصر قومی و ملی دیگری نیز در شکل‌گیری این فرهنگ نقش و دخالت داشته‌اند. اگر این موضوع به‌عنوان یک واقعیت عینی قبول افتد، دیگر پاسخ سؤال اخیر، به‌آسانی امکان‌پذیر نخواهد بود، بویژه با تردیدها و حتی انکارهایی که از سوی گروهی از حوزویان نسبت به فرهنگ ملی صورت گرفته و یا می‌گیرد.

درواقع، این سؤال به اینجا می‌انجامد که حوزه به‌عنوان یک نهاد دینی و به‌عنوان متولی ابلاغ یک پیام بدون مرز، چگونه می‌تواند مرزهای ملی یک سرزمین را به رسمیت بشناسد، با آنها به تفاهم برسد، به تحکیم متصفانه آنها پردازد و در نهایت در ترویج پیام خویش از آن ویژگیها به‌خوبی بهره برد، مسلماً ناشدنی نیست. اما با دوگانگی‌ای که میان نهادهای دینی و ملی این سرزمین وجود داشته، کار دشوار و پیچیده‌ای است. باید دید در زمان حاضر، یعنی در برهه‌ای از زمان که ما رودررو با هجوم فرهنگی هستیم و نیاز به هماهنگی فرهنگی داریم، چگونه می‌توانیم در میان نیروهای فرهنگی خویش به یک هماهنگی و تفاهم فرهنگی دست یابیم و نقش حوزه در یافتن نقاط مشترک، چه خواهد بود.

۴. حوزه و تبیین مبانی فلسفی و انسانی پیام‌رسانی

شک نیست که هنر و مقوله زیبایی، در حال حاضر نقش و موقعیت بسیار بالایی در پیام‌رسانی یافته است، به گونه‌ای که جدایی این دو مقوله از یکدیگر، تقریباً محال می‌نماید. از سوی می‌دانیم، هنر از آن دست مسائل بسیار پیچیده‌ای است که ما تاکنون، به گونه دقیق، تکلیف خود را با آن روشن نکرده‌ایم و این موضوع، بیشتر به دلیل معلوم‌نبودن نسبت دینداری و مقوله هنر است. اگر ما بتوانیم به این نسبت دست یابیم و تردیدها را کنار بگذاریم، مواضع آشکارتری در بهره‌برداری از این مقوله اتخاذ کنیم، می‌توان امید داشت که در آینده پیام‌رسانی، ما هم حرفی برای گفتن داشته باشیم. در غیر این صورت، باید قبول کرد که گفتار ما، همچنان ترجمه‌نشده خواهد ماند و کسی نخواهد بود که گوش فرا دهد.

از این روی، حوزه باید هرچه زودتر، دیدگاههای خویش را در تبیین ماهیت این مقوله و تعیین قلمروهای کاربردی آن روشن کند. **سؤال دوم انسانی**
مسئله انسان و اوقات فراغت، به تعبیر دیگر، مسئله انسان و تفریح و سرگرمی نیز مسئله مشابه دیگری است که تاکنون کمتر از آن به‌عنوان یک مسئله جدی و درخور طرح سخن به‌میان آمده است. حال آن که می‌دانیم در کشورهای غربی و در مباحث پیام‌رسانی، این مسئله در صدر توجه

علمی و عملی آنان قرار دارد. می‌دانیم که در رسانه‌های غربی، مسئله تفریح و سرگرمی یک اصل فراگیر است که بر همه پیامها و برنامه‌های تهیه‌شده و حتی پیامهای مذهبی پوشش داشته و تأثیر می‌گذارد. همین امر پاره‌ای از صاحب‌نظران و اهل نقد را بدان واداشته است که به شکل عمیق به تحلیل و بررسی این موضوع بپردازند و سخنان مهمی در مبانی انسانی این مقوله ایراد کنند، ازجمله:

«... اثر تخریبی تلویزیون (و دیگر رسانه‌های تصویری) در این نیست که ما را با مقوله‌های تفریحی سرگرم می‌کنند، بلکه مشکل زمانی بروز می‌کند که تلویزیون تمامی مقولات علم، فلسفه، اخلاق، دین، سیاست، تاریخ، فرهنگ و حتی خبر را در قالب سرگرمی و تفریح عرضه می‌کند...».





خوشبختانه در رسانه‌ها و مراکز گوناگون پیام‌رسانی کشور ما، هنوز مسأله تفریح و سرگرمی به‌عنوان یک اصل عام و مسلط بر سایر شوون پیام‌رسانی، سیطره نیافته است، اما با این وجود، مشخص است که مبانی انسانی و فلسفی آن نیز به‌صورت امری مشخص که ماهیت، ابعاد و قلمرو آن روشن گردیده باشد، هنوز در جریان سیاست‌گذاری‌های این رسانه‌ها تبیین نگردیده است و نابسامانی‌هایی که گهگاه در این رسانه‌ها می‌یابیم، نشان از این کاستیها دارد.

دره‌رحال، مسائلی از این دست که در قلمرو پیام‌رسانی به‌شدت دخالت و نقش دارند، چون: مقوله هنر، مقوله فراغت، مسأله تفریح و سرگرمی از جمله مقوله‌هایی هستند که نیاز به بررسی‌های فلسفی و انسان‌شناسانه دارند و در این مسیر، حوزه باید براساس رسالت دینی و فرهنگی خویش، باز هم مشارکت هرچه بیشتری داشته باشد.

۵. حوزه و تفکر علمی در پیام‌رسانی

به علت اهمیت ارتباطات در جهان امروز، در همه مراکز دانشگاهی معتبر دنیا، رشته‌ای با همین عنوان در گرایش‌های گوناگون تأسیس گردیده که هر ساله افراد بسیاری در آن تحصیل کنند تا بتوانند نیازهای جامعه را که مربوط به این مقوله است، از دیدگاه و جایگاهی علمی برآورده سازند. شدت توجه محافل دانشگاهی،

● روحانیان با دگرگونی شیوه‌های پیام‌رسانی، تا چه اندازه می‌توانند و می‌باید در امر فرهنگی و عرضه آنها نقش و دخالت داشته باشند؟ تأمل و بازنگری در این موضوع، چه بسا ما را با بخش گسترده‌تری از وظیفه‌ها و نقش‌ها که تاکنون، حتی تصور آنها را نیز نمی‌کردیم، آشنا سازد!

بویژه در غرب، به این مقوله بیانگر شدت نیازی است که به آن در جامعه احساس می‌شود.

در حوزه با این مقوله، به‌عنوان یک رشته و فن، برخورد چندان علمی و متخصصانه‌ای انجام نگرفته است. اگر هم پاره‌ای از روحانیان به امر تبلیغ و خطابه و پیام‌رسانی، آن هم در اشکال ساده آن، اهتمام حرفه‌ای داشته‌اند، نه به دلیل تفکر علمی حوزه و یا خود ایشان در این رابطه بوده است، بلکه این گرایش، بیشتر دلایل شخصی دیگری داشته است.

پس به‌طور کلی ما در حوزه تفکر علمی در این مقوله نداریم. اما با پیشرفت مقوله پیام‌رسانی و پیچیده‌تر شدن زوایای گونه‌گون آن به‌نظر می‌رسد که حوزه نیز ناچار است دیدگاه و ارتباط خود با این موضوع را بیش از پیش علمی‌تر و تخصصی‌تر سازد. از این روی، تأسیس گرایش و شاخه‌ای در همین راستا، و در کنار سایر گرایش‌های حوزه و تربیت کاردانان که بتوانند در هر دوره به فهم و تبیین نسبت دینداری و پیام‌رسانی و درنهایت

گسترش و آسان‌کردن شیوه‌های عملی پیام‌رسانی دینی مدد رسانند، امری لازم و اجتناب‌ناپذیر به‌نظر می‌رسد. این امر، به ما کمک خواهد کرد که در عصر اطلاعات و پیام‌رسانی، هم‌منوش دیگران گام برداریم و در تندباد حوادث گرفتار شتابزدگی و سردرگمی نگردیم. امید آنکه مسؤولان حوزه بتوانند با برطرف کردن دشواریها، که هنوز نظام آموزشی حوزه را تهدید می‌کند، شتاب‌بخشیدن به سیر تخصصی‌شدن حوزه، گام‌های استواری در راستای این مهم بردارند و سازمان تبلیغی حوزه را با نیازهای جدید جامعه و جهان همساز نمایند.

