

بایسته‌ها...

گفتاری از محمدحسین صوفی،

معاون صدای رسانه ملی درباره بایدهای برنامه‌سازی

دینی در رادیو



در ابتدا باید بگوییم که ما در گفت‌وگو از «اسلام» از دینی سخن می‌گوییم که خود اهمیتی زیاد برای معرفی دقیق و عمیق آموزه‌های دینی قائل است و در همین راستا، در چند جای قرآن بر ضرورت ابلاغ و تبلیغ بی‌پیرایه، صریح و روشن پیام وحی به توده‌های اجتماعی گرفتار ضلالت و گمراهی تأکید شده است و این کار را در زمره اصلی‌ترین وظایف پیامبر اعظم (صلی‌الله علیه و آله و سلم) و زمینه‌ساز موفقیت ایشان در مسیر دعوت انسان‌ها به حریم هدایت الهی قلمداد می‌کند.

با این مقدمه کاملاً روشن است که در بحث از چنین دینی با این همه التفات و سخت‌گیری نسبت به معرفی روشن دین و مذهب و ارزش‌های دینی و مذهبی به جامعه، نمی‌توان به هیچ‌وجه از تسامح و تساهل در ابلاغ و تبلیغ پیام‌های دینی در رسانه سخن به میان آورد و بر ضرورت اعمال دقت همه‌جانبه در این امر مهم تأکید ننهاد.

اولین نکته‌ای که طرح آن را در اینجا ضروری می‌دانم آن است که ما امروزه در عصر تحولات سریع فرهنگی - اجتماعی و علمی - فناوری، عصر جهانی‌شدن و توسعه چشمگیر رسانه‌ها و ارتباطات، خواسته یا ناخواسته با درکی تازه از دین و مذهب و شکل‌گیری تلقی‌های جدید و متفاوتی از دین و مذهب و زندگی دینی و مذهبی و همچنین تأمل فردی و جمعی در باب دین و اندیشه و رفتار دینی مواجهیم که به همراه خود عرصه‌ها و فرصت‌های تازه و همچنین محدودیت‌ها در زمینه معرفی و تبیین مؤثر دین و مذهب از طریق رسانه‌ها در اختیار ما می‌گذارند. بگذارید به یکی از این شواهد تحول اشاره کنم:

اگر ما به صد یا دویست سال پیش از این بازگردیم، می‌بینیم که زندگی دینی در جامعه‌ای مثل جامعه ما با آرامش و ثبات بیشتری توأم بوده و تحول، پرسش و تردیدی مهم در برابر جامعه قرار نداده و

اگر هم گاهی مسئله‌ای جدید و بحث‌انگیز مثلاً یک شبهه دینی مطرح می‌شده، حداقل سرعت ارتباطات و محدودیت در تنوع و تعداد رسانه‌ها، مانع از آن بوده که آن پرسش یا شبهه جدید، به سرعت امروز در جامعه انتشار یابد و ظرف چند دقیقه سر از اینترنت، موبایل و دیگر رسانه‌ها درآورد.

ولی امروزه اگر مثلاً برای یک شهروند آفریقایی مسلمان در مراکش یا حتی شهروندی در بیرون از دنیای اسلام در آفریقای جنوبی یا بولیوی، پرسشی در حوزه دین - چه در کلیت امور دینی و چه درباره اسلام به صورت خاص - مطرح شود، خیلی زود می‌توان انتظار داشت که آن پرسش و شبهه در کشور ما هم مطرح شود و مباحثه و چالشی جدی را در میان اقشار گوناگون جامعه از دینداران تا آنها که التفات کمتری به امور دینی دارند، برانگیزد. به عبارت دیگر، اگر در دنیای دیروز، وجدان مذهبی جامعه و دینداران با سرعت و شدت کمتری تحت تأثیر امواج شبهات و پرسش‌های گوناگون قرار می‌گرفت و به همراه خود تأملات کمتری را نیز در حوزه دین از سوی اصحاب نظر طلب می‌کرد، امروزه با توسعه ارتباطات و گسترش رسانه‌ها، طرح پرسش‌های مختلف درباره دین، هم از حیث کمی و هم از لحاظ کیفی افزایش یافته و بر همین قیاس نقش و مسئولیت رسانه‌ها در تبیین امور دینی سنگین‌تر از همیشه شده است.

ما می‌توانیم این نقش و مسئولیت ویژه را در «رسانه ملی»، به‌ویژه صدای جمهوری اسلامی به نحوی بارز تشخیص دهیم و باید که برای ایفای مؤثر آن آماده‌تر از هر زمان دیگر باشیم.

نکته دوم را باید به ضرورت معرفی پاک و روشن «اسلام»، میراث گرانقدر رسول اکرم حضرت محمد بن عبدالله (صلی‌الله علیه و آله و سلم) در شرایط کنونی جهان اختصاص داد.

ما امروزه با تعاریف مشکوک و تأمل‌برانگیزی از اسلام مواجهیم. بخش

زیادی از این تعاریف از سوی دشمنان اسلام یا دست‌کم مدعیان آن به انجام می‌رسد و البته دوستان خود ما مسلمانان هم در این زمینه کم خطا نمی‌کنند. به عنوان نمونه، ببینید رسانه‌های صهیونیستی سعی می‌کنند که چه تصویری از اسلام ارائه دهند؟ هالیوود، بنگاه‌های فیلمسازی متعدد، مطبوعات و رادیوها و تلویزیون‌ها و اینترنت و بسیاری جریان‌های هنری و شبه‌هنری از یک طرف و جریان‌های مشکوک از اسلام سلفی‌گری تا انواع رویکردهای خرافی به دین از طرف دیگر، هر کدام سهمی در تخریب چهره دین به‌ویژه اسلام در افکار عمومی جهانیان دارند. جریان وهابیت، القاعده و طالبان را که فراموش نکرده‌ایم!

در چنین شرایطی مسئولیت رسانه‌هایی چون صدای جمهوری اسلامی که به یمن تعلق به ساحت ولایت و برخوردار بودن از نیروی انسانی متعهد و متدین و زمان آگاه، از آب‌سخور اندیشه ناب اسلامی سیراب می‌شوند، خیلی سنگین و خطیر است.

حتی باید گفت که ما در معرفی و تبیین چهره واقعی اسلام و تبلیغ و ترویج ثمره مجاهدت‌های ائمه معصومین (علیهم‌السلام) با یک وظیفه تاریخی روبرو هستیم.

ما اگر در معرفی شایسته این امانت الهی کوتاهی کنیم و عرصه را به مخالفان واگذاریم، در برابر تاریخمان و خون مطهر شهدای گرانقدرمان از صدر اسلام تا کربلای ایران مسئول هستیم.

نکته سوم آنکه سهم دین در شکل‌دهی حیات شایسته بشری نه تنها کم‌رنگ نشده، که حتی توسعه هم پذیرفته است. به نظر می‌رسد دنیای امروز همانقدر که دارای رفاه و آسایش بیشتری شده و از دستاوردهای دانش‌ها و فناوری استفاده‌ای بیشتر می‌برد، به همان اندازه هم نیاز بیشتر به مذهب در خویش احساس می‌کند و به دنبال زندگی سالم دینی می‌گردد.

وجود این همه گرایش‌های عرفانی و شبه‌عرفانی، انواع فرقه‌های مذهبی،

جریان‌های دینی و شبه‌دینی متعدد و حتی روند تکثیر اندیشه‌ها و مکاتب ذیل یک مذهب و آیین خاص نشانگر این عطش دینی به‌ویژه در میان نسل‌های جوان‌تر است.

تقاضای اجتماعی از دین و نسبت به دین افزایش می‌یابد و هم‌زمان رسانه‌ها و به‌ویژه رادیو هم موظفند به این تقاضا پاسخ گویند و حضور دین و مذهب را در زندگی و نیز در توسعه اجتماعی مبتنی بر اندیشه، ارزش‌ها و هنجارهای دینی و مذهبی پررنگ‌تر کنند.

به نظر من طرح و معرفی دین در رسانه باید واجد خصوصیات و ویژگی‌هایی باشد که به برخی از آنها در این فرصت اشاره می‌کنم:

الف) معرفی دین در رسانه باید با بیشترین اتکای ممکن به حقایق دینی و مسلمات مکتبی و مذهبی به انجام رسد و از پرداختن به آنچه استناد و اعتبار آن محل مناقشه، و بحث‌انگیز و تردیدآمیز به نظر می‌رسد، پرهیز شود.

رادیو رسانه‌ای است که مردم بسیاری از امور و شئون حیاتی خود را با آن و به کمک آن انتظام می‌بخشند. به‌طور کلی برای رسانه‌ای که در جایگاه دانشگاه عمومی، عنان افکار، آمال و اراده‌های مردم را در دست دارد، درست نیست که به دامن سخنان مجهول و سست پایه بیفتد و از زلال حقیقت به تیرگی خرافه و امور غیرمستند روی آورد. در این راستا لازم است نهضتی قوی و منسجم در میان تمامی برنامه‌سازان رادیو و با هدایت و حمایت جمعی تصمیم‌گیران در ایستگاه‌ها و واحدهای ستادی صدا به‌ویژه اداره کل پژوهش‌های رادیو، به انجام رسد. مهم‌ترین اقداماتی که در این راه باید صورت پذیرند، عبارتند از:

• شناخت و طبقه‌بندی نظام‌مند موضوعات و مقولات مختلف دینی؛

• استخراج و دسته‌بندی مسائل و مباحث

مرتبط با هر مقوله مذهبی؛

• تحلیل و تبیین زمینه‌های پیدایش و

نضج هر یک از موضوعات و مقولات و مباحث تفصیلی مرتبط با آن، و تبیین سیر و روند تطور آرا در آن باره؛

• بازشناسی منابع و مراجع ذی‌مدخل و البته فراهم‌آوری و ایجاد دسترسی مناسب به مفاد آنها با استفاده از ظرفیت سیستم‌های مکانیزه و فناوری اطلاعات؛

• و سرانجام ارزش‌گذاری مستمر مراجع و منابع مرتبط به هر موضوع، مقوله و مبحث در پرتو مذاقه محض پژوهشی و سخت‌گیری علمی و روش‌شناختی.

یکی از راهکارهای مناسب در زمینه استفاده اثربخش از منابع انسانی مطلع و آگاه، ایجاد فهرست‌هایی طبقه‌بندی‌شده درباره شخصیت‌های آگاه مذهبی، صاحب‌نظران و ارباب فضیلت در رشته‌های مختلف علوم دینی است که به‌عنوان راهنمای برنامه‌سازان در مصاحبه‌ها می‌توانند مورد بهره‌گیری قرار گیرند و سطح استناد مطالب و موضوعات را در حد مطلوبی محفوظ دارند.

ب) برنامه‌های دینی رسانه باید بیشترین انطباق را با نیازها، مقتضیات، انتظارات و توقعات مخاطبان هر ایستگاه یا برنامه رادیویی داشته باشند تا بتوانند در معرفی، تبیین و ترویج اندیشه‌ها، ارزش‌ها و مبانی رفتار دینی، دارای اثربخشی مناسب درمیان مخاطبان هدف باشند.

برنامه‌هایی که به مباحث دینی می‌پردازند باید مقاصد محتوایی خود را از ایجاد و تحکیم بنیادهای معرفتی و باور مذهبی در مخاطبان گرفته تا تقویت انگیزه‌ها، احساس شعور مذهبی در آنها، به‌روشنی و در مناسبت و هماهنگی با موقعیت فکری و روحی و دیگر مقتضیات مخاطبان هدف خود و البته با در نظر داشتن خطوط مأموریت ایستگاه و هدف‌های کلان برنامه و همچنین دیگر امکانات رسانه‌ای، معین کرده و بر آن پایه و با ملاحظه کارآمدی ساختارهای رادیویی نسبت به گزینش فرم و قالب مطلوب و اثرگذار، جذاب و برانگیزاننده، و بالاخره ساخت و ارائه برنامه در زمان مناسب اقدام کنند.

برای رسانه‌ای که
در جایگاه دانشگاه
عمومی، عنان افکار، آمال
و اراده‌های مردم را در
دست دارد، درست نیست
که به دامان سخنان
مجهول و سست‌پایه
بیفتد و از زلال حقیقت
به تیرگی خرافه و امور
غیرمستند روی آورد.



پیش شرط دستیابی به اثربخشی در برنامه‌های دینی و مذهبی رادیو، سنجش مستمر اقتضائات اجتماعی از طریق سازوکارهای پژوهشی است و در این زمینه واحدهای پژوهشی سازمان و رادیو نقشی مهم بر عهده دارند. انتخاب بهینه محتوا و فرم نیز در کنار حمایت‌های پژوهشی، در گرو تسلط برنامه‌سازان بر ویژگی‌های کاربردی رسانه رادیوست که در ایجاد این مهارت و تسلط، آموزش بیشترین تأثیر را داراست.

برنامه‌های دینی رادیو باید به صورتی سنجیده و هدفمند به استفاده مؤثر از رویکردهای تبلیغی مستقیم و غیرمستقیم روی آورند. نیازی به تأکید ندارند که آثار درازمدت پیام‌رسانی مستلزم رویکرد غیرمستقیم در تبلیغات دینی است. ما همه به ارزش برجسته این نوع تبلیغ واقفیم و خود نیز آن را تجربه کرده‌ایم، ولی رادیو رسانه همگان، رسانه همه زمان‌های مردم، و در عین حال در بسیاری مواقع بازگویی سخن نظام و تفکر دینی در تمامیت آن است. به این دلیل نمی‌توان در رادیو تنها به استفاده از تبلیغ غیرمستقیم تأکید گذارد، بلکه باید به روی دیگر سکه هم توجه کرد. مسئله اصلی دستیابی به توازن در رویکردهاست. ما در فرصت‌هایی مانند عزاداری معصومین (علیهم‌السلام)، معمولاً به رویکرد تبلیغی مستقیم، احتیاج بیشتری داریم تا مخاطبان را در موقعیت احساسی مناسب و البته مطلوب از نظرگاه اندیشه دینی قرار دهیم. در مقابل، در موقعیت‌های دیگر شاید به تبلیغ غیرمستقیم توجه بیشتری می‌کنیم. به هر صورت می‌توانیم این اصل را همواره در نظر داشته باشیم که تبلیغات مستقیم، اثرات کوتاه‌مدت و تبلیغات غیرمستقیم، اثرات درازمدت در پی دارند.

ما در رادیو به تعریف کاربردی‌تر این مفاهیم و سیاست‌گذاری مستمر در این زمینه در راستای حفظ اثربخشی پیام نیاز داریم و این مهم باید دغدغه همیشگی همه

برنامه‌سازان ما باشد.

رعایت زبان معیار در گفتارهای دینی یک ضرورت حیاتی است. برنامه‌های دینی رادیو برای اثربخشی باید بیشترین پیوند را با اصالت‌های اجتماعی و فرهنگی ما داشته باشند. یکی از اصیل‌ترین داشته‌های هر ملت، زبان و میراث فرهنگی آن است.

زبان فارسی میراث معنوی ایرانیان در طول تاریخ و یکی از بزرگترین پایگاه‌های معنویت و اخلاق و فضیلت در جهان ماست. این زبان به‌عنوان زبان دوم جهان اسلام نقشی مهم در رشد و باروری اندیشه اسلامی دارد و در شکوفایی نهال دین به‌ویژه قرائت شیعی آن که میراث امامان بزرگوار و اهل بیت (علیهم‌السلام) است، بیشترین تأثیرها را در طول تاریخ دارا بوده است.

ما در برنامه‌های دینی رادیو که رسانه شنیداری است و به‌صورت ذاتی پیوندی محکم با زبان در لایه‌های عمیق و فرهنگی‌تر آن دارد، باید به ارزش این زبان و بهره‌گیری مناسب از آن اعتنایی زیاد داشته باشیم. در برنامه‌های دینی در کنار استفاده مناسب از زبان عربی - که زبان آیات و روایات و بسیاری از منابع تحقیقی ماست - باید به فخامت، ارزشمندی و استواری زبان فارسی توجه کرد و این زبان شکوهمند را به‌خوبی برای معرفی و تبلیغ دین به خدمت گرفت.

ج) یکی از راه‌های وصول به اثربخشی در انتشار پیام‌های مذهبی که تا حدی با ارزش‌های ناشی از تبلیغات غیرمستقیم هم منطبق است، توجه و تقید به آداب حرفه‌ای و اخلاقیات ویژه رسانه رادیوست.

برنامه‌سازان ما با تقید به ارزش‌های دینی و احترام به مبانی توصیه‌شده در مکتب و اخلاق دینی، بسی بیشتر از مضامین پیام‌هایشان در جلب توجهات عموم به حیطه ارزش‌های دینی و مذهبی مؤثر خواهند بود. برخی از ارزش‌های اخلاقی که برنامه‌سازان رادیو شایسته است بدان التفات ورزند عبارتند از:

- احترام به مخاطبان و ارج‌گذاری نسبت به شأن آنها در مقام شنونده برنامه ما و رعایت آداب گفت‌وگو در حضور آنها در کنار حفظ صمیمیت. در این زمینه لازم است نویسندگان، گویندگان، گزارشگران و مجریان محترم از پرداختن به مسائل و موضوعاتی که می‌تواند شائبه بی‌احترامی به مخاطب را در پی داشته باشد، اجتناب کنند. استفاده مناسب و احترام‌آمیز از واژگان و اصطلاحات، خودداری از شوخی‌های زننده، خودداری از گفتاری که متضمن به‌مسخره‌گرفتن شنونده است و پوشش‌خواهی در موارد خطا - از سهو لفظی گرفته تا خطا در برداشت و دوری - در این زمره قرار دارند.

- نمایش دادن عملی ارزش‌هایی که رسانه بر آنها اصرار می‌ورزد، در رفتار حرفه‌ای برنامه‌سازان؛ چرا که آنها مستقیم یا غیرمستقیم در معرض دوری مخاطبانند. گویندگان و مجریان و نیز گزارشگران با سرعت بیشتری و گاه در لحظه از سوی شنوندگان مورد قضاوت قرار می‌گیرند و به خوب و بد رفتارشان رسیدگی می‌شود. نویسندگان و تهیه‌کنندگان نیز با تأخیری بیشتر و به‌صورت غیرمستقیم در معرض قضاوتند. آیا چیزی بیش از رفتار عملی ما که مخاطبان آن را حس می‌کنند، می‌تواند در شکل‌دهی به اندیشه و رفتار آنها ایفای نقش کند؟ آیا می‌توان در برنامه‌ای، تندی رفتار گزارشگر برنامه را در یک گفت‌وگوی دوطرفه با یک مصاحبه‌شونده شنید و محتوا و مضمون برنامه را باور داشت؟ اگر در جایی می‌خواهیم درباره رعایت حریم‌های اخلاقی در مناسبات اجتماعی - مثلاً میان زنان و مردان - صحبت کنیم، آیا مجازیم نمایشی خلاف آن را در محاورات همکاران گوینده‌مان به نمایش بگذاریم؟ تقید ما به آنچه دیگران را به آن می‌خوانیم، نقشی مهم در اثربخشی پیام‌های ما دارد.