

تبلیغ و اطلاع‌رسانی دینی در جامعه اسلامی ما موضوعی مهم و با اهمیت است که نهادها و سازمان‌های مختلفی با آن همراه بوده یا به آن توجه می‌کنند.

اختصاص روزی با این عنوان فرصت مغتنمی است تا با بررسی موضوع تبلیغ و اطلاع‌رسانی دینی در سطح کلان، مختصات و شرایط آن در حوزه‌های مختلف سنجیده و درباره آن گفتگو شود.

درباره روز تبلیغ و اطلاع‌رسانی دینی

مهمترین نیاز بشر امروز

سعید غفاری

رشد سریع و شتابان ساختار ارتباطی در چند دهه اخیر و پیشرفت حیرت‌انگیز فناوری وضعیتی را به وجود آورده است که بنا به اعتقاد بسیاری جهان در دوره تاریخی جدیدی واقع شده که از آن به عصر ارتباطات تعبیر کرده‌اند. در این میان تحولات تکنولوژیک نه از آن حیث که تحول در بخش فرهنگ مادی جوامع است بلکه از آن نظر که منتج به تحولاتی شگرف در نهادهای اجتماعی چون خانواده، اقتصاد، سیاست، دین و آموزش و... است، ذهن بسیاری از متفکران را به خود مشغول کرده و پایه‌های تئوریک آراء و عقاید آنان را سامان بخشیده است. این پیشرفت‌ها از یک سو امکان تجهیز و توسعه هر چه بیشتر امکانات برنامه‌سازی و انتشار دوربردتر امواج رسانه‌ای را فراهم آورده و شعاع پوشش فرستنده‌ها را به میزان قابل توجهی افزایش داده و از سوی دیگر با به میدان آوردن رسانه‌های مدرن میدان رقابت تنگ‌تر شده است. تمامی این نکات حاکی از تحولات سریع و گسترده در تمامی شئونات زندگی اجتماعی به موازات تحولات رسانه‌ای است. انقلاب اطلاعات، البته آثار دیگری را نیز به همراه دارد و

پیامدهای انقلاب اطلاعاتی

شاید حیاتی‌ترین بخش مباحث فناوری‌های جدید ارتباط به این فرضیه مربوط باشد که می‌گوید: «اما در آستانه ورود به جهان جدیدی هستیم؛ دهکده‌ای جهانی که در آن زمان و فاصله مفاهیمی مهجور هستند. در جوامع صنعتی دوره دوره آغاز یک جامعه اطلاعاتی است. درمورد کشورهای در حال توسعه زمان مسابقه‌ای دیوالنوار شروع شده است.» در این بحث داغ، پرسش مهم این است: «انقلاب اطلاعات کجاست؟ و اصولاً انقلاب اطلاعات چیست؟»

این پرسش از آن نظر حیاتی و بسیار پراهمیت است که در هر کشور در حال توسعه‌ای، اولین جزء توسعه عبارت است از نشر اطلاعات. فرآیند آموزش اساسا با فرآیند نشر اطلاعات ارتباط دارد و رسانه‌های جمعی اجزای اصلی نظام انتقال اطلاعات محسوب می‌شوند. تلویزیون و ماهواره شاید مهم‌ترین عنصر تأثیرگذار در این بحث باشند. در حال حاضر انواع موضوعات، مفاهیم و معانی از طریق ماهواره قابلیت تصویری یافته‌اند و با حذف زمان و مکان می‌توانند در لحظات هر خانواده‌ای به عنوان یک نیاز خود را مطرح کنند و عضوی تأثیرگذار به حساب آیند.

آن معماری ارزشها و باورهای جدید و ایجاد مرز برای باورهای سنتی و ارزشهای جدید جامعه اطلاعاتی است. در واقع با انقلاب اطلاعات، فرهنگ، اندیشه باورها و حتی رویکرد به تاریخ واجد صفت سنتی یا جدید خواهند شد.

به خودی خود این فرآیند نه تنها مذبوم نیست، بلکه می‌تواند مطلوب هم باشد؛ اما آن گاه که با جهتی هدفدار این پدیده رخ دهد می‌تواند انسجام اجتماعی و همبستگی فرهنگی را مورد تهدید قرار دهد.

این موضوع، حتی در کشورهای توسعه یافته به عنوان یک آسیب بحثی دامنه‌دار و ادامه‌دار است و غرب برای جامعه خود معمولا دچار چالشهای جدی است.

یکی از این مقوله‌ها، موضوع مذهب است. پس از پایان قرون وسطی و معارضه جدی رنسانس با مذهب و تفوق علم محوری، هم‌اکنون غرب رجعتی دیگر باره به مذهب کرده است؛ البته مذهبی که در بسترانقلاب اطلاعات و بر مبنای نیازهای اساسی جامعه مدرن تولد یافته، مذهبی رسانه‌ای که برای حفظ ارزشها و باورهای جامعه اطلاعاتی مناسب است.

تبلیغ و اطلاع‌رسانی دینی

در چنین اوضاع و شرایط جهانی است که ما در تقویم شمسی‌مان روزی را به نام روز تبلیغ و اطلاع‌رسانی دینی نامگذاری کرده‌ایم؛ روزی که به فرمان حضرت امام (ره) سازمان تبلیغات اسلامی تاسیس شده است. تبلیغ و اطلاع‌رسانی دینی در فرهنگ و جامعه ما موضوعی بدیهی و رایج است. مناسبت‌های تقویمی و دینی ما مانند محرم، ماه مبارک رمضان، نماز جمعه و... فرصتهایی هستند که به صورت جدی تبلیغ و اطلاع‌رسانی دینی را به پدیده‌ای فراگیر در جامعه تبدیل کرده است. رسانه‌های مکتوب، بصری، سمعی و حتی شفاهی نیز به عنوان ابزارهای اصلی این بحث همواره از جایگاه ویژه‌ای برخوردار بوده‌اند. اما منظور از تبلیغ و اطلاع‌رسانی دینی در جامعه اسلامی ایران چیست؟

آن سوی تبلیغ

طی یک سال اخیر فردی به نام سیدالحسنی که خود را نایب امام زمان (عج) و مرتبط با وی می‌دانست در عراق فعالیت خود را آغاز کرده و با جمع کردن پیروان چندی، شعاع تبلیغ دینی! خود را به ایران و حتی نماز جمعه چند شهر نیز رسانیده است.

الحسنی همان فردی است که چندی پیش شبکه الکوثر با ارائه گزارشی از دروغین بودن ادعای وی و نیز توهم مرجعیتی که به خود نسبت داده است، پیروانش کنسولگری ایران در بصره را مورد تهاجم قرار دادند. در چند ماه گذشته کتابی با عنوان «فرقان...» بخصوص در مناطق غربی کشور توزیع شده بود که با تحریف آیات قرآن کریم مطالب جدیدی را که عمدتا با اصول اسلامی و دینی مغایر بود، لباس دینی پوشانیده بود. در همین زمان و طی یکی دو سال اخیر، مکاتب عرفانی! جدیدی تولد یافته‌اند که با تلفیق فصلهایی از شریعت اسلامی و نگرشهای بودا و تائوئیسم برای درمان دردهای جامعه نسخه می‌دهند و پیروانی را به دور خود گرد آورده‌اند. پیروان این مکاتب عمدتا قشر دانشجو یا افراد تحصیلکرده هستند.

تقریبا ۳ هفته پیش دومین .یا شاید هم سومین شبکه تبلیغ مسیحیت به زبان فارسی فعالیت خود را آغاز کرد. تفاوت برنامه‌های این شبکه تمرکز بر مسائل جوانان و تنوع در برنامه‌های آن است. ...رویدادهای دیگری که از ذکر همه آنها در این فصل می‌گذرم.

. شبکه تبلیغ مسیحیت به زبان فارسی فعالیت خود را آغاز کرد. تفاوت برنامه‌های این شبکه تمرکز بر مسائل جوانان و تنوع در برنامه‌های آن است.

و... رویدادهای دیگری که از ذکر همه آنها در این فصل می‌گذرم.

از دیگر سو رشد خرافات و عوام‌نگری به مسائل دینی در کشور موضوعی نیست که آن را نادیده بگیریم؛ چراکه عده‌ای با طرح مباحث و مسائل مختلفی که در شان شیعه، امام حسین (ع) و امام زمان (عج) نیست به سطحی‌نگری و رشد آن بخصوص در میان جوانان کمک کرده‌اند و با فعالیت در مباحث حاشیه‌ای دین، اصول مسلم اسلامی و دینی را ضعیف کرده‌اند.

در حال حاضر نشریه دینی جذاب و موثری که توانسته باشد در میان افکار عمومی جایگاهی ویژه بیابد نمی‌توانیم نام ببریم. به عبارت مشخص اگر کمکهای دولتی و سوبسیدها نباشند، این نشریات نمی‌توانند به حیات خود ادامه دهند؛ البته گفتنی است که نشریات دینی ارزشمندی نیز منتشر شده‌اند، اما تبلیغ مناسبی برای آنها صورت نگرفته است. برنامه‌های دینی در سیما عمدتا مناسبتی است و ناخواسته پیام در سیما تفکیک و هویتی دینی و غیردینی یافته است، در حالی که به تعبیر امام راحل باید دانشگاه باشد و به عنوان یک رسانه دینی فعالیت کند.

یعنی همه آنچه پخش می‌شود باید رنگ و بویی اعتقادی و دینی داشته باشد. در مدارس و دانشگاه‌ها ما دچار تفکیک هویتی درباره جوانان شده‌ایم. در واقع ما با بچه‌های مذهبی و غیرمذهبی روبه‌رویم. این موضوع حتی در سطح جامعه و در برخوردها نیز نمود دارد. معیار اصلی نیز ظواهر و محدود کردن دایره نشانه‌های دینی است. ارزشهای فاخر دینی در حاشیه جامعه دینی! ما جای گرفته‌اند، در حالی که کلیت جامعه حتی افراد غیرمذهبی! خود را نیازمند به آن می‌دانند.

از طرح معضلات اخلاقی و ناپهنجاری‌های رفتاری و رواج الگوهای سطحی و تهی در میان جوانان و جامعه می‌گذرم و به همین اکتفا می‌کنم

که بازار سی‌دی‌های غیراخلاقی و رونق بازار اکستازی نگرانی جدی برای خانواده‌هاست و صدالبته یکی از دلایل این مساله ضعف بنیان‌های اخلاقی و دینی است.

اطلاع‌رسانی دینی

دین اگر چه نیازی مهم برای بشر امروز محسوب می‌شود، اما چنانچه لباسی فاخر در بر نداشته باشد در بازار امروز دنیا و در بازار پیامها رنگ می‌بازد و به چشم نمی‌آید.

با این تعبیر اطلاع‌رسانی دینی، حوزه‌ای تخصصی از دانش ارتباطات است که دقایق و ظرایف بسیاری را طلب می‌کند.

بحث و مناظره و مجاهده برای پاسخ دادن به پرسشهای دینی یک سوی ماجراست و سوی دیگر ظرافت و هنرمندی در بسته‌بندی پیام، شناخت مخاطب و دقت در انتقال آنهاست.

به عبارت مشخص اگر دین و دینداری رمز سعادت انسان در دنیای معاصر است، این رمز سعادت باید معنا، هویت و ترجمه‌ای رسانه‌ای بیابد و به افکار عمومی ارائه شود. این موضوع باید درباره راهنما و هادی بودن دین نیز رخ دهد تا در عصر ارتباطات در دل و ذهن مخاطب هویتی منحصر به فرد و شایسته یافته و کشف و شهودی عمیق از دین باوری به وجود آورد.

به یقین آنچه در دنیای معاصر به صورت مصنوعی و با بهره‌گیری از مفاهیم دین ساخته و به افراد ارائه می‌شود توفیقشان مشروط به بهره‌مندی از اصول تأثیرگذاری و مدیریت پیامهای رسانه‌ای است، ضمن این که تکه‌هایی از حقیقت را با خود حمل می‌کنند؛ اما دین به عنوان حقیقتی محض و ممتاز چون از این مکانیسم و روش‌شناسی بهره اندکی دارد و از آنجا که متولیان امر حساسیت موضوع را آنچنان نمی‌بینند، به همان روشهای سنتی، اکتفا می‌کنند. اختصاص روزنامه به نام تبلیغ و اطلاع‌رسانی دینی فرصتی است برای تأمل و اندیشه بر روشها و یافتن و کشف راهها؛ راههایی که در دنیای معاصر می‌توان آنها را بازشناخت و از آن مسیر، طریق سعادت را دنبال کرد.