[پگاه حوزه](http://www.hawzah.net/fa/magazine/numberlist/6436)  [9 بهمن 1387 - شماره 57](http://www.hawzah.net/fa/magazine/magart/6436/6925/0)

**روحانیت: هنر و رسانه دینی**

**در گفتگو با حجج اسلام محمد علی زم، مظفر سالاری، هادی صادقی و علی نهاوندی**

|  |
| --- |
| **حضور روحانیت را در چه حیطه ای از «هنر و رسانه» ضروری می دانید؟**  حجت الاسلام و المسلمین محمد علی زم: برای ارائه پاسخ صحیح نیازمند آن هستیم که در ابتدا معنای این دو واژه را بشناسیم و فهم خود را نسبت به آنها مشخص کنیم.  1. کلمه «هنر» در زبان فارسی، مرکب از دو جزء (هونر) است که همیشه با HVاوستائی و U پارسی باستان و SUهندی باستان یکی بوده و مفهوم آن، نیک، خیر، خوبی، سلامت، مقدس، خوب و در واقع کل نیکی هاست و «نر» در کلمه «هنر» به نظر از ریشه هندی و اروپایی nerو anerبه معنای نیروی حیاتی، جادوئی و سحر انگیز و نیز به مفهوم مطلق انسان؛ اعم از زن و مرد است. کلمه nunara در زبان اوستایی، هم ریشه با کلمه هنر در زبان فارسی و sunara در زبان هندی باستان است. برخی در وجه اوستایی هنر قائل به مفهوم نیروی اعجازانگیز و حیرت آور هستند و برخی دیگر آن را به مفهوم توانایی، هنر، مهارت هنری و قابلیت می دانند.  سعدی در گلستان می گوید: «آورده اند که ظرافت بسیار کردن هنر ندیمان است و عیب حکیمان»  کلمه هنر در زبان فارسی مرتبط با مفاهیم نیک مردی، نیک مردمی، فتوّت و جوانمردی است، اما در دوره جدید به لفظ هنر، مفهوم art حمل شده، در حالی که کلمه هنر، ترکیبی است و کلمات ترکیبی در تاریخ زبان، الفاظ متأخر هستند و حال آنکه کلماتی نظیر art چون ترکیبی نیستند، قدیمی تر از کلمه مرکب هنراند. از این رو قابلیت انطباق این دو با یکدیگر از نظر زمانی مخدوش می نماید. بدین قرار« هنر» از ریشه «هونره» با tar از ریشه «ar» در زبان های شاخه هندو اروپایی به یک معنا نیستند و مطلقاً نسبتی در هم ریشگی ندارند. بنابراین هم مفهوم شدن این دو واژه با یکدیگر (هونر art) در دوره معاصرِ فرهنگِ ما، تنها یکی از کمترین نشانه های تغییرات اساسی در زبان فارسی است. علی ایّ حال، واژه هنر در معنای فارسی آن سه دوره مهم را پشت سرگذاشته که عبارتند از:  1. دوره ای که معنا و املای حقیقی آن به معنای «نیک مردی» بوده است. در این دوره «هونر» نه به مثابه تولید، خلق یا ابداع است؛ به معنای صفتی که برای آدمی بکار می رفته  و مرد را در دو نسبت خیر و شر یا خوبی و بدی نشان می داده است.  2. دوره دوم، دوره ای است که واژه هنر به مفهوم فضیلت اختصاص دارد و به تبع آن در اموری چون راستگویی، دلاوری، فتوّت، دانش و مهارت در کار، بکار رفته است، لذا هنر به واژه ای فراگیر برای مردان قابل ستایش اطلاق شده است.  3. دوره ای که مفهوم از هنر مترادف با artدانسته شده است. این برابری در دوره معاصر، نشان از استحاله معنای «هونره» و نیز نشان از غلبه واقعیت غالب و بر آمده از او ما نیم عصر جدید بر پیکره فرهنگ ها و ادبیاتی؛ چون فرهنگ ماست که توانسته است باطن و ظاهر واژگان ما را از یکدیگر جدا کند و آنها را در برابر واژگان رو در روی بیگانه قرار دهد.  معنای هنر در دوره جدید تحت تأثیر فرهنگ رایج ترجمه و هجوم رعد آسای ادبیات غرب بر ما و نیز به علت خشک شدن چشمه جوشان فرهنگ، زبان و اقتصاد ما در تکیه به باز جست های اصیل، مفهومی گسترده و مهم را به رغم بی نسبتی اش با آن art یدک می کشد و لذا اصلی ترین آسیبی که در این دوره به هنر وارد می آمده، قربانی شدن معنای حضوری وابسته به شیوه های تولید ایرانی و آسیایی است که در گستره مفاهیمی که واژه هنر می باید معرف آنها باشد، وجود داشته است و لذا مبدل شدن آن به مفاهیم حصولی، وابسته به شیوه های تولید معاصر امریکا و اروپا می شود. از این رو جامعه فرهنگی و هنرمندان ما در ذیل واژه و معنایی از آن زندگی می کنند که شیوه تولید، زیست و اقامت در آن را، به نا گزیر جهت فرهنگ و ادبیات آمریکایی تعیین می کند. در دوره معاصر، ما فقط صاحبِ لفظِ «هنریم» و حاق و ذات آن، از آنِ فرهنگ و نحو تولید غرب است. اینکه هنر دایماً نقد منفی می شود و در برخی باورها ورود هر آدم پاکی به عرصه هنر قرین خطر «خود باختگی» و «خود زدگی» قلمداد می شود، از این روست که دانشگاهیان، روشنفکران، علما و حوزه های علمیه در برابر این تفکیک صورت و باطن هنر خاموش بوده اند و باطن و ذات هنر را هم چون ظاهر آن، از خود ندانسته و برای تصرف حقیقت آن تلاشی از خود بروز نداده اند. بنابراین آنچه که امروز قواعد، قوانین، کارکردها و توانمندی های هنر را در زمین ما و آسیا تعیین می کند، ناشی از لفظ هنر نیست، بلکه ناشی از باطن آن است که بنیاد و فرمانش در اختیار غربی هاست. از این رو آنها که قائلند وادی هنر در دوره معاصر، وادی از خدا بی خبری و بی تعهدی انسان در برابر حقایق هستی است، حرف بی راهی نیست و این که گفته می شود، وادی هنر، عرصه بی مبالاتی، آلودگی و نفسانیت گرایی است، برای آن است که حقیقت باطنی هنر برابر با art دانسته شده و آن هم تماماً در سیطره فرهنگ او ما نیم غرب است.  به نظر بنده آغاز رسالت حوزه ها و طلبه ها در نسبت با هنر، نهفته در فهم همین نقطه خطرناک است؛ نقطه برابری «هونر» با art که نقطه سرگیجگی و بیگانگی هنر از معارف الهی و فرهنگ پارسی، ایرانی و شرقی است. حوزه های ما می بایست قبل از آن که به فکر عمل گرایی و یا توسل به صورت هنر باشند و بخواهند در این عرصه آموزش هایی ببینند و یا بدهند و به اصطلاح نیرویی تربیت کنند، می بایست تلاش محققانه و محِقانه خود را متوجه عدول هنر از art نمایند و باطن از دست رفته هنر را به ظاهر در دست مانده آن برگردانند. در واقع حوزه های ما می بایست با یک تلاش فرهنگی، کاربری دوره چهارمی را برای هنر متولد کنند؛ دوره ای که هنر معنای سطوت، مروت و نیکی خود را بیابد و مردان و زنان نیک اندیش و نیک گفتار، صاحب و تولید سطوت و مروت شوند و قالب های هنری، سینما، نمایش، نقاشی و... تماماً با داشتن محتوای حقیقی ظهور پیدا کنند. در واقع ما محتاج دوره چهارمی در کارکرد مفهوم هنر هستیم؛ دوره ای که:  1. یک وجه آن؛ یعنی صاحب هنر واجد نیکی و خیر باشد، و هر اندیشه و رفتار شروری از او دور باشد و هنرمند به مثابه صاحب خیر و نیکی تلقی شود؛  2. وجه دیگر هنر، تولید مروت، سخاوت، سعادت و بزرگ منشی و لازمه آن اهل خیر بودن در عرصه هنرمندی، تولید چنین کارکردها و تراوش هایی باشد.  3. وجه سوم هنر، نگاه به خویش که مبدأ نگاه به آینده است که تا معاد در پیش داریم، باشد. این وجوه سه گانه در مغز افزار انطباق لفظ هنر با حقیقت آن سبب عدول و فاصله گیری آن از artغربی خواهد شد و این فاصله گیری مبدع خلق نرم افزارها (قالب ها، شیوه ها و...) و اختراع سخت افزارهای متنوع و متفاوت این یگانگی لفظ و معنا در هنر می گردد.  4. واژه رسانه، در فرهنگ دهخدا به اندوه و غم و حسرت اطلاق شده و در اشعار ناصر خسرو، کاربری این واژه چنین بوده است.  تو پنجاه سال از پس مرگ ایشان فسانه شنیدی و خوردی رسانه  این رس بجز از بهر تو نکرداین خانه رنگین پر رسانه  در فرهنگ معین هم، حسرت، افسوس و تأسف، معنای «رسانه» دانسته شده است. اما ناظم الاطباء در کنار معنای ناله و زاری، واژه رسانه، آن را به «وسیله رساندن»، «رسانه های گروهی»، «وسایل ارتباط جمعی»؛ مانند رادیو، تلویزیون و مطبوعات معنی کرده است. این واژه نیز همانند «هنر» نیازمند تبارشناسی است که فرصت این کار در این گفتگو برای من مهیا نیست لیکن آنچه به حسب ظاهر نیازمند فهم دقیق است، ارتباط این دو معنا (ناله و زاری / وسیله رساندن) در نزد ناظم الاطباء است ؛ آیا این واژه رسانه در دو معنای بی ارتباط با یکدیگر بکار رفته است؟ یا این دو معنا بر هم انطباق دارند؟ چنین فهمیده می شود که شاید این دو معنا(ناله و زاری) مظروف و (وسیله رساندن) ظرف به خاطر شدت وضوح و کثرت کاربری لفظ در معنای مظروفی اش، از معنای ظرفی خود دور گشته و قرین معنای مظروفی اش استعمال و ظاهر شده است.  بی شک خاستگاه ادبی و فرهنگی کسانی؛ چون ناظم الاطباء ایران، فرهنگ ایرانی، فرهنگ اسلامی مستتر در فرهنگ ایرانی جامعه کلان پارسی زبان است و طبعاً معناشناسی واژگان در نزد ایشان به نوعی از تبارشناسی واژگان در نزد ایرانیان و حوزه وسیع فارسی زبانان حکایت می کند. مصداق های «ناله و زاری»، «حسرت» و «افسوس» و «تأسف» که معنای رسانه دانسته شده، در گذشته تاریخ ایرانی اسلامی ما از چه چیزی جز روایت راویان، حدیث محدثان، وعظ واعظان، نصیحت ناصحان، محتوای منبرها و مضمون کار چاوش خوانان و مداحان، حکایت می کند؟ چاوش خوانی، منبری، راوی و... در واقع ظروفی بوده اند که شأن و منزلت و کارکرد تاریخی آنها را مضمون سخن، روایت و شعرشان تعیین می کرده است. در واقع بازگشت قداست این ظروف به تقدیس مظروف شان است وبا توجه به اصالت جایگاه «تداعی» در ادبیات کهن ما وقتی سخن وعظ گونه از غیر واعظی استماع شود، شنونده بیاد کار و رسالت واعظان می افتد، آن چنان که وقتی واعظی دیده می شود از دیدن او وعظ بر ذهن، غالب و تداعی می شود.  با این توضیح می خواهم عرض کنم که نه تنها این تلقی ظاهری از دوگانگی معنای «رسانه» صحیح نیست، بلکه این دو معنای متفاوت، بیش از تفاوت ظرف و مظروف در نسبت با این واژه نیست. مؤید این معنا، آیه قرآن است که می فرماید: «الذین یبلّغون رسالات الله...؛ کسانی که تبلیغ می کنند رسالات الهی را». در واقع تبلیغ که ظرف است آمیخته در مضمون و محتوایی، چون «رسالات الله» است و ادامه آیه که نفی خشیت مبلغان غیر الله است، حکایت از باطن رسالت الهی که آمیخته با دلهره گی، اندوه و غم مبلغ دارد می کند، آن چنان که سرور و شادی بر آمده از اجرای این تکلیف تبلیغی که در آخرت نوید داده شده است (این آخرت صرفاً زمان دنیایی نیست! می تواند آخرت زمان تکلیفی باشد ؛ یعنی چنانچه این عمل «انذاری» (یبلغون رسالات الله) درست صورت پذیرد، نتیجه اش ظهور شرایط «تبشیر»ی برای مبلغ خواهد بود) به هر حال حاصل این نگاه به آیه؛ یعنی استثار معنای مظروفی «انذار و تبشیر» در ظرف قالبی «تبلیغ» است.  اگر به این مقدار تبارشناسی ایرانی واژه «رسانه» بسنده کنیم می توانیم عدول و تداعی این واژه را به معنای غربی آن بهتر بشناسیم. اطلاق واژه رسانه در دنیای جدید به مظاهر نوین معنایی و مصداقی آن در دنیای معاصر، نظیر رادیو، تلویزیون، مطبوعات و... (و از نظر برخی حتی هنر و سینما) سبب کوچیدن واژه رسانه از اقلیم فرهنگی ما ایرانیان شده است و دیگر هیچ ایرانی فارسی تباری نیست که منبر، روایت، چاوشی، مداحی... را رسانه بپندارد و هیچ فلسفه و تأویل و حکمت شرقی در تبیین معنای رسانه پذیرفتنی نیست. روشنفکر امروزی می گوید: چون رسانه به رادیو، تلویزیون و... اطلاق می شود و هم این ها زائیده غرب است، پس باید رسانه را وابسته به فلسفه و حکمت غرب دانست !  این دو نگاه غربی و یا ایرانی به واژه «رسانه» همه اختلاف نیست، بله از آن جا که هر گیاهی در خاک و سرزمین خود خوب می روید و شکوفا می شود وقتی ما رسانه و مصادیق و مظاهر آن را غربی پنداشتیم، به ناگزیر همه اجزاء کارکرد، مغز افزارها و نرم افزارهای بر آمده از آن و یا حاکم بر آن را نیز می بایست از طریق فرمول های توضیحیِ وارداتیِ غربی همراه رسانه، دریافت کنیم و اگر رسانه را از تبار فرهنگ خویش دانستیم می توان ابزارها و مصداق های سخت افزاری رسانه که محصول صنعت غرب هستند را بگیریم و آن ها را در ذیل و سیطره اعتقادی و فرهنگی ناشی از مفهوم ایرانی رسانه قرار دهیم. در واقع در این نگاه ما نه تنها مرعوب سخت افزار رسانه وارداتی غربی نخواهیم شد و این رعب نه تنها ما را از نظر فلسفی و فرهنگی تسلیم مغزافزار و نرم افزارهای رسانه های غربی نخواهد کرد، بلکه ما در برابر رسانه غربی جایگاه رسانه ایرانی را در حدّ «سطوت مداری» ارتقاء خواهیم داد و این جایگاه، ما را به چگونگی مسلّط شدن، بهره مندی همه جانبه و در نهایت مصادره کردن «صورت رسانه غربی» به نفع «سیرت رسانه ایرانی» راهنمایی خواهد کرد. در این زمینه مجال وسیع تری نیازمند است که در آن، این موضوع کالبد شکافی بیشتری شود. شما را ارجاع می دهم به فصل دوازدهم کتاب «کلیات مهندسی جمهوری جهانی شیعه» تحت عنوان «اسباب لواگی فرهنگ و اماره گی رسانه»، شاید اندیشه ای که من در دهه دوم فعالیت حوزه توانستم در حوزه هنری تا حدودی جبهه کاری آن را نمایان کنم، همین بود که آن چه در غرب، هنر و رسانه نامیده می شود را صورت هایی بدانیم که می بایست تحت سلطه سیرت فرهنگ ایرانی قرار بگیرند، کاری که «آوینی» کلید آن را در روایت فتح زده بود و در واحد تلویزیونی حوزه این عملیات تداوم یافت و در «دفتر مطالعات دینی هنر» مباحث نظری آن کشف و شهود می شد و در مجله سوره، اندیشه آن تبیین و به تضارب نقد گذاشته می شد و دبیر خانه «هم اندیشی دینی از چشم سینما» این رسالت را از حوزه هنری به درون حوزه علمیه قم و مشهد کشاند، ما برای آشنایی فضلا، محققان و علاقمندان به هنر و سینما در حوزه علمیه با همین اسم، اساس نگاه و فلسفه دیدمان نسبت به سینما را به ایشان، انتقال داده بودیم که سینما جز یک چشم نیست، آن چه که این چشم چیز دیگری می بیند و یا سبب بینایی این چشم می شود، ناشی از مغز و اندیشه ای است که در آن فرمانروایی می کند.  اگر با این مقدمه نسبتا طولانی بخواهم پاسخ سؤال شما را بدهم، پاسخ این است که حضور روحانیت در هر دو عرصه هنر و رسانه ضروری است، منتها بیش از آن که به ابعاد و اشکال این دو فعالیت بپردازند، می بایست کار عمیق و گسترده ای برای کوچ دادن این دو واژه از فرهنگ غرب به اقلیم خودی انجام نمایند. این رسالت فقط مسئولیت روحانیت و حوزه های علمیه ماست تا زمانی که حاکمیت «هنر» و «رسانه» در سرزمین ما غربی دانسته شده و نگاه حاکمان نسبت به آنها کنش پذیر باشند و برنامه های تدوین شده نظام نسبت به هنر و رسانه منفعل باشد و اندیشه و افکار روشنفکران ما درباره هنر و رسانه، متاخر از فرهنگ غالب غربی باشد، نقاشی کردن، آهنگ سازی کردن و فیلمبرداری کردن یک طلبه در منظر اجتماعی یک فرزون طلبی صنفی و پا را از گلیم خود فرا نهادن قلمداد خواهد شد و رفتار هنری یک طلبه چیزی شبیه یک کار کمدی تلقی خواهد شد و لذا کار ارزشمند این طلبه در نزد عامه و عوام در سطح هزل و لغو تنزل یافته می نمایاند.  حجت الاسلام و المسلمین مظفر سالاری: ضروری می دانم ابتدا سه واژه موجود در این پرسش را از دیدگاه خودم معنا کنم تا در جایگاهی که برایش در نظر گرفته ام بگنجد. این سه واژه عبارت اند از: روحانیت ، هنر، و رسانه.  مراد از «روحانی» در اینجا کسانی هستند که علاوه بر تحصیلات مطلوب و مفید حوزوی و داشتن سیر و سلوک معنوی ،با دنیایی که در این عصر در آن زندگی می کنیم آشنا هستند و از مهارت برقراری ارتباط متقابل و کار آمد بین دین و زمان برخوردارند. از ویژگی های این روحانی عالم و عامل آن است که حضور امثال خود را در حیطه نظری و عملی هنر و رسانه، برای در اختیار گرفتن زبانی تأثیرگذار احساس برانگیز، جهان شمول، پر مخاطب و ماندگار ضروری می داند؛ چرا که از نظر او روحانی فرزند برومند زمان خویشتن است .  «هنر» به فرموده امام و اسوه روحانیت در عصر ما «عبارت است از دمیدن روح تعهد در انسانها». هر چند امام راحل در اینجا به لازمه و هدف هنر اشاره کرده و به چیستی و ماهیت آن پرداخته اند، اما همین یک جمله مانند یک شاه کلید، برای ما راه گشاست. هنر در تعریف غربی اش مثل خیلی از نعمت های دیگر، سمت و سوی الهی اش را از دست داده و خود محور و انسان مدار شده است.  از نظر من هنر از مهم ترین ویژگی های پیامبران است. شایستگی دریافت وحی، انجام معجزه، گذر از ملک و رسیدن به ملکوت، شناخت هستی آن گونه که هست، برخورداری از بیانی که از قدرت، شمول و زیبایی دریافت نمی کاهد، شناخت انسان، امیدواری و امید آفرینی، محبت کردن و محبوب بودن، هدایت یافتگی و هدایت کردن، جز زیبایی ندیدن و نیافتن و... به این ویژگی بر می گردد.  هنرمندان دردی کشان این اکواب و اباریق هستند و رشحاتی از اقیانوس نبوی این باده، آنها را چنین مدهوش کرده است.  مرا کیفیت چشم تو کافی است ریاضت کش به بادامی بسازد  دهخدا در جایی از «امثال و حکم» بالمناسبه روایتی نبوی آورده است که: «هرگاه به پیامبری وحی می شد، ارواح شعرا برای استماع وحی جمع می شدند». مضمون روایت همین است. متن آن را جایی یادداشت کرده ام. قدر مشترک و سنخیت میان پیامبر و هنرمند در همین نعمت خداداد و جوهره هنری نهفته است.  کار اساسی پیامبران آن است که مردم را به دیدگاه ویژه ای که از هستی و هستی بخش دارند نزدیک کنند. یعنی مردم را چنان تربیت کنند که آنها هم هستی را از همان منظری که علم الیقین، عین الیقین و حق الیقین است ببینند. کار هنرمند هم همین است. هنرمند چنان پارسا و فرزانه است که سزاوار الهام می شود و بعد رسالت و تعهد او در این است که دریافت های خود را به شکل و بیانی لطیف و نسیم آسا در اختیار مخاطبان بگذارد. این همان هدایت به سوی حق و حقیقت است و میوه آن، دمیده شدن روح تعهد و خدا محوری در انسان هاست. نشانه چنین هدایت و پذیرش چنین تعهدی (الم اعهدا الیکم یابنی آدم...) سپری عاشقانه و پر سوز و گداز در صراط مستقیم است. (یا ایها الانسان انّک کادح الی ربّک کدحا فملاقیه)  و اما «رسانه»: به نظر می رسد که رشد و پویایی هر جامعه و تمدنی نسبت مستقیم دارد یاد شده شکوفایی آن جامعه در برخورداری هر چه بهتر و گسترده تر از ارتباط و رسانایی ساز اولین ملاک های سنجش پیشرفت و توسعه، توفیق در ارتباطی هر چه بهتر با خود، خدا و مردم است. جامعه ای که در ارتباط و رسانایی مشکل داشته باشد مورد هجوم قرار می گیرد. آیه های 83 و 98 سوره کهف از این جهت قابل تأمل است: ذوالقرنین در ادامه سفرهایش به سرزمینی می رسد که مردمش از نظر تمدن و فرهنگ در سطح پایینی بودند و برای سخن گفتن از اشاره و زبانی نا مفهوم و ابتدایی استفاده می کردند. آنها در حصار کوه ها روزگار می گذراندند، اما تنها وجود شکافی در بین کوهی کافی بود که از همان نقطه، مغول ها و یا به تعبیر قرآن «یأجوج و مأجوج» بر آنها هجوم آورند برای این قوم در کوتاه مدت هیچ کاری نمی شد کرد جز این که آن شکاف را برایشان بپوشانند. جامعه ای که در ارتباط با خودش هم مشکل دارد، سرنوشت محتومش آن است که در پیله اش بماند و چون پروانه ای نتواند از حصار پیله بیرون آید و به سوی افق های تازه بال بگشاید. چنین جامعه ای بدوی اگر هنرمندی هم پدید آورد، گنگ خواب دیده است. از آن سو ،کار ارتباط به جایی می رسد که علی «جان» محمد می شود و وقتی پیامبر(ص) به معراج می رود، در آنجا نیز خدا با صدای علی با پیامبر سخن می گوید.  غایت ارتباط از کثرت به وحدت رسیدن و یکی شدن است در آغاز مردمان چنین بودند. «و کان الناس امة واحده» و سرانجام در جامعه آرمانی نیز باید به چنین یگانگی دست یابند.  ارتباط هنر با رسانه در این جاست که هنرمند باید دریافت خود را بیان کند و این همان تجسم و تجسد و رسانا کردن هنر است که به شکل مدیوم و زبانی ویژه در می آید که دیگران هم آن را می فهمند و ارتباط برقرار می کنند. یعنی زبان و بیان، بُعدی اجتماعی دارد و هنرمند با بیان خود کخه در آن ذائقه و آستانه فهم و درک مخاطب را در نظر گرفته است، دیدگاه توحیدی خود را برای او تصویر می کند.  دنیا به ظاهر در هم ریخته و آکنده از زشتی و زیبایی و خیر و شر است. هنرمند پرگاری است که پای متحرکش را آشکار می کند و در این جنگلی که متن جهنم است پرسه می زند؛ اما اندک اندک به میان ماهیگیری که تورش را جمع می کند، مخاطب را به پای ثابت پرگار که همان بهشت درونمایه و جهان بینی توحیدی است نزدیک می سازد. هنرمند با استفاده از رسانه هنری، نگاه سطحی نگر ما را به باطن و ملکوت اشیاء می کشاند و سنت های جاری و ساری الهی را نشانمان می دهد و در جانمان حک می کند و از باب «ایصال الی المطلوب» به همان راه می کشاند.  پس از این مقدمه به نظر می رسد پرسش هایی که در این اقتراح مطرح شده اند، خود به خود به سوی جواب، رخ چرخانده باشند. به نظرم در بُعد نظری ضرورت دارد که در آغاز به طور جدی و تخصصی به فلسفه هنر و زیبایی شناسی و تکنولوژی رسانه و تبلیغ پرداخته شود. اگر حوزه در این زمینه بتواند نظریه پردازان بزرگی را تربیت کند، آن گاه هنرمندان حوزوی برای تولید و مدیریت هنر و رسانه، تعریف و هدف مشخصی خواهند داشت. طلبه های نخبه ای که تجربه هنری و ذوق فلسفی دارند باید در این رشته ها تحصیل کنند و در کنار آن با دیدی انتقادی به نقد آراء فلسفی و تجربی دیگران و نیز نقد آثار هنری بپردازند. از جمله ضرورت دارد تکلیف موسیقی و غناء به روشنی مشخص شود و سره از ناسره جدا گردد.  اما در میان شاخه های متعدد هنر، پرداختن به داستان را از همه مهم تر و ضروری تر می دانم. اگر داستان به معنای فنی و هنری آن در سطح مطلوبی تولید شود، فیلمنامه و نمایشنامه هم بر اساس آن به نگارش در خواهد آمد و فیلم و نمایش دلخواه، رونق خواهد گرفت و حوزه به طور غیر مستقیم به بهبود سینما، تئاتر و تلویزیون کمک خواهد کرد.  در گام بعدی نوبت به تولید فیلم و سریال می رسد. تلویزیون، سینما و سایر رسانه هایی که به نمایش فیلم مربوط اند از نظر وسعت مخاطب و تأثیرگذاری بسیار مهم اند و این واقعیت چاره ای باقی نمی گذارد که حوزه سرانجام روزی باید آستین همت را بالا بزند و هنر و رسانه های مرتبط با فیلم را در اختیار بگیرد و برای اهداف تبلیغی اش به صورت شایسته مورد استفاده قرار دهد.  توفیق حوزه در این مرحله مشروط به آن است که قبل توانسته باشد انبوهی از آثار داستانی را به شکل رمان و داستان کوتاه تولید کند وگرنه بدون داشتن محتوا و خوراک برای فیلم، در اختیار گرفتن رسانه های مرتبط معنایی ندارد.  حجت الاسلام و المسلمین هادی صادقی: درباره حضور روحانیت در عرصه هنر و رسانه، دیدگاه های افراطی و تفریطی زیادی وجود دارد. برخی معتقدند: روحانیت باید در همه عرصه های رسانه حضور پیدا کند؛ زیرا رسانه ابزار تبلیغ است و می تواند در خدمت تبلیغ دین باشد، از این رو باید همه عرصه ها را در دست بگیرد. در مقابل این دیدگاه افراطی، دیدگاه تفریطی دیگری وجود دارد که معتقد است: روحانیت نباید هیچ عرصه ای از رسانه را به دست بگیرد، چون اینها کارهای تخصصی است که باید دیگران آن را انجام دهند. بنابراین روحانیت باید اصول کلی معارف را عرضه کند و رسانه هم وظیفه دارد آنها را به برنامه های خود تبدیل کند و لذا نباید وارد این عرصه ها بشود. البته در این میان تعداد زیادی هستند که دیدگاه میانه ای دارند و معتقدند: روحانیت می تواند در عرصه های مهم تر و تأثیر گذارتر رسانه، مثل زمینه های نظری حضور پیدا کند و لزومی ندارد که در همه عرصه ها حضور داشته باشد؛ زیرا رسانه احتیاج به نظریه دارد؛ چه نظریه های بالادستی رسانه، مثل نظریه های ارتباطات، خود فلسفه رسانه و چه نظریه رسانه، یعنی نظریه پردازی راجع به رسانه در نظام دینی و همین طور مباحث نظری پیرامون هنر؛ مثل فلسفه هنر، هنر اسلامی و علم هنر اسلامی که وقتی در زمینه های رسانه ای مطرح شود، هنرهای رسانه ای را در بر می گیرد. بنابراین باید پیرامون مسائل فقه تحقیقاتی صورت گیرد که متناسب با معارف دینی باشد، مثلا شیوه های دینی معرفی مفاهیم قدسی چه چیزهایی است؟ شیوه های هنری که مورد رضای دین بوده و تأثیر دینی بگذارند، کدام اند؟ و چه کسی باید تحقیق کند؟ به نظر می رسد کسانی که از معارف دینی بیگانه اند نتوانند تحقیق درستی در این زمینه انجام دهند و لذا این مهم وظیفه ذاتی حوزه ها است که در این زمینه ها تحقیق کند.  همچنین مسائلی که در ارتباط با معارف دینی و رسانه مطرح می شود؛ مثل فقه رسانه، اخلاق رسانه، طرح معارف در رسانه، چگونگی استفاده از رسانه در تربیت دینی جامعه، لذا اگر ما نظر امام (ره) را بپذیریم که رسانه ها، دانشگاه های عمومی هستند، معنای این سخن این خواهد بود که اینها در تربیت عمومی نقش جدی و مؤثری دارند و برای این تربیت باید از شیوه های اسلامی استفاده کرد. پس هم بحث تعلیم و تربیت مطرح است، هم بحث اخلاق، هم فقه و هم اعتقادات که باید نسبت اینها با رسانه سنجیده شده و ذیل عنوان کلی مباحثات دین و رسانه به آنها پرداخته شود.  همچنین در رابطه با حضور روحانیت در رسانه که چگونه باید باشد، نیاز به مباحثات و مطالعات است. البته چگونگی بهره برداری روحانیت از رسانه های مدرن محل بحث است و اینها یک دسته مطالعات نظری است که همه روحانیت باید بدان بپردازند. اما در حوزه عمل که آیا روحانیت باید مشاغل عملی رسانه مثل بازیگری تلویزیون، سینما، رادیو یا کارگردانی، تصویرپردازی و مشاغل دیگری که در عرصه رسانه است را در دست گرفته و وارد این عرصه هم بشوند یا خیر؟ در اینجا نیز این دو دیدگاه افراطی و تفریطی خودش را نشان می دهد، ولی در این گونه موارد، دیدگاه میانه این است که بعضی از مشاغل کلیدی نیازمند فکر اندیشه دست اخلاقی و ارزشی هستند. مثلا اگر ما بخواهیم فیلمنامه های خوبی داشته باشیم نیازمند این هستیم که این فیلمنامه ها که از ذهن و جانمان تراوش می کند، ارتباط وثیق و محکمی با معارف دینی پیدا کند و فیلمنامه نویس نیز دین شناس و آشنای به این فن بوده و زوایای مختلف اخلاقی، تربیتی، زندگی اجتماعی و زندگی فردی را بشناسد و وقتی داستانی را در فضای دینی عرضه می کند، این داستان با مبانی دینی سازگار باشد، لذا نیاز به اطلاعات وسیعی است که جا دارد روحانیون اهل ذوق و با معرفت وار این عرصه شده و متن و محتوای مورد نیاز رسانه، از جمله فیلمنامه را تولید بکنند. پس در عرصه فیلمنامه جا دارد که روحانیت وارد این عرصه شوند و فلیمنامه های طراز بالای دینی را تولید کنند که هم در طراز بالای معرفتی باشد و هم در طراز بالای دینی. البته در حال حاضر مشکلی که داریم این است که بسیاری از فیلمنامه ها هستند که طراز بالای دینی را دارند، ولی هنرمندانه نوشته نشده اند. بالعکس، فیلمنامه های زیادی داریم که طراز بالای هنری دارند، ولی غنای لازم دینی را ندارند که همه اینها به دلیل این است که هر کدام یک طرف مسئله را ندارند و باید هر دو طرف را داشته باشند.  از دیگر عرصه هایی که روحانیت می تواند در عرصه عمل بدان وارد شود، تهیه کنندگی است. تهیه کنندگی، کلید برنامه سازی رسانه ای است و به نوعی برنامه را فکر و جهت می دهد و در واقع مغز متفکر برنامه می شود که جا دارد روحانیت وارد این عرصه نیز بشوند، ولی در سایر عرصه ها، مثل کارگردان هنری، بازیگری، نورپردازی صدابرداری، لزومی ندارد و اینها می توانند زیر نظر افراد متعهد کار کنند.  حجت الاسلام و المسلمین علی نهاوندی: دین منظومه ای از احکام، عقاید و اخلاقیات است و بنای آن تبلیغ و اجرایی نمودن اراده تشریعی خداوند برای کمال و سعادت بشریت است و رسانه هایی مانند رادیو، تلویزیون و سینما اگر چه خواستگاهشان تمدن غرب است، اما به عنوان یکی از تکنولوژی های نوین با بسیاری از نقاط قوت، ضعف و نواقص مانند تکنولوژی های دیگر ابزار برقراری ارتباطات وسیع با ویژگی های هنری می باشد.  اگر حوزه های علمیه و علماء دینی گاهی انتقاد و تذکری دارند بیشتر در بستر محتوا و مفاهیم به دلیل گستردگی فرهنگسازی این تکنولوژی است .  از این رو حضرت امام خمینی (ره) که برخواسته از حوزه های علمیه بود و ولی امر مسلمین هیچگاه نفی این ابزار را نکرد، بلکه از رویکرد شیطانی رسانه ها انتقاد می فرمود: «ما با سینما مخالف نیستیم، ما با رادیو مخالف نیستیم، ما با تلویزیون مخالف نیستیم. ما با مرکز فحشا مخالفیم، با آن چیزی که در خدمت اجانب برای عقب نگهداشتن جوانان و از دست دادن نیروی انسانی است مخالفیم، سینما یکی از مظاهر تمدن است که باید در خدمت این مهم باشد».(12/11/1357)  پس اگر حاکمیت رسانه، دینی و با هدف ارتقاء سطح فرهنگ دینی و آموزه های اخلاقی و در خدمت انسان متعالی باشد هیچ تضادی میان دین و تکنولوژی رسانه ای نیست.  به نظر بنده تا زمانی که نتوانیم تکنولوژی جدیدی را با مختصات کاملاً دینی در عالم ارتباطات ایجاد کنیم باید با بومی کردن تکنولوژی رسانه های مدرن آنها را به خدمت دین و محتوای مذهب خود در آوریم.  **اشاره کردید رسانه محصول فرهنگ اومانیستی غرب است چگونه می تواند در خدمت فرهنگ دینی باشد؟**  رسانه ها هویت ابزاری دارند و می تواند در خدمت اندیشه ها و افکار مختلفی قرار گیرد. اگر در اختیار متدینان و مؤمنان باشد ارگان دین و مروج خدا باوری می شود و نقش تربیتی و معنوی را به اندازه ظرفیت رسانه ای خود بروز و ظهور پیدا می کند. باز از مرحوم امام نقل شده است که فرمودند: «رسانه ها مربی ملتند. باید تربیت کنند کشور را افراد یک کشور را و باید خدمت کنند به ملت».(25/2/1358)  یا در جایی که فرمودند: «اهمیت تلویزیون بیشتر از همه است. این دستگاه های تربیتی باید تمام اقشار ملت با این دستگاه ها تربیت بشوند، یک دانشگاه عمومی است. باید این دستگاه دستگاهی باشد که بعد از چند سال تمام قشر ملت را روشن کند. تمام را منفکر بار بیاورد. تمام مردم را مستقل بار بیاورد. آزاد منش بار بیاورد، از غربزدگی بیرون کند. استقلال به مردم بدهد. (29/12/57)  به نظر بنده خود امام تفسیر دقیقی با توجه به کارکردهای رسانه ای از آن ارائه داده اند چرا که ایشان که رهبری فکری و مدیریت پیام برای آحاد ملت اعم از گروهای سنی یا سطوح مختلف اجتماعی و فرهنگی را با چنین دستگاهی می دانند.  ایشان فرمودند: «در آن چیزی که در همه کشور هست و نیاز به سواد هم ندارد، ولی چشم و گوش دارد، از تلویزیون استفاده می کند. هم استفاده سمعی و هم استفاده بصری. بنابراین رادیو و تلویزیون از تمام رسانه هایی که هست حساس تر است و رادیو و تلویزیون می تواند یک مملکت را اصلاح کند و می تواند به فساد بکشد. چنان چه رادیو و تلویزیون خدای نخواسته یک انحرافی داشته باشد همه جمعیت را منحرف می کند. تبلیغات تلویزیون می تواند مردم را با تربیت کند یا اینکه منهدم کند انسانیت آدم را».(28/4/1358) ایشان در این رابطه فرمودند: الآن وضع طوری است که در همه دهات کشور رادیو و تلویزیون هست. اگر این دستگاه صحیح باشد می تواند یک خدمت بسیار بزرگی بالاتر از همه خدمت ها به مملکت بکند، هیچ واعظی نمی تواند حرف خودش را جز در آن چار دیواری که او هست برساند. اما این دستگاهی است که حرف ها را تا همه جا می رساند».(29/7/1358)  اساساً شما به متون دینی هم که نگاه کنید، می بینید دین بر استفاده از زبان روز جهت تبلیغ اهداف متعالی خود تاکید دارد و امروزه هنر و رسانه ظرفیت های خوبی برای انتقال مفاهیم دینی دارند. اما باز تأکید می کنم برای چنین مضامین بلندی محدودیت های خاص خود را نیز دارند که باید این محدودیت ها را نیز به رسمیت بشناسیم.  سازمان روحانیت نسبت به حیطه های پژوهشی و تحقیقی هنر و رسانه باید پاسخگو باشد و عرصه ها را برای جامعه توحیدی ترسیم نماید. اکنون هنر و رسانه یکی از ابزارهای تربیتی و آموزشی جامعه است. در نظر سنجی مرکز تحقیقات سازمان صدا و سیما پاییز سال 1387 از جوانان تهران در خصوص فضائل اخلاقی و نهادهای مؤثر تربیتی سؤال شده است که به تربیب خانواده و مدرسه، دانشگاه و سپس صدا و سیما و با فاصله معنا داری روحانیت مناشی و منابع تربیت فضائل اخلاقی در جامعه شمرده شده است.  بر این اساس وظیفه حوزه و روحانیت است که تربیت اخلاقی و اسلامی را به عرصه های خانواده، مدرسه و رسانه نفوذ دهد و نقش اصلی که تربیت جامعه است را ایفا نماییم.  بنابراین بنده حضور هدایت گر و رهبری روحانیت را در تمام حیطه های هنری و رسانه ای ضروری می دانم.  سلف صالح ما نیز بی توجه به این ابزارها نبوده اند. شعرا و ادبای بزرگ از حوزه های علمیه، شعر را و رسانه انتقال معارف و مبارزه با طاغوت کردند، در هنر خط و خطاطی بزرگان بنامی از حوزه درخشیدند، حتی در زمان رژیم ستم شاهی رضا خانی و پهلوی، بزرگانی همچون آیت الله حاج غلامحسین تبریزی با آن زهد و مرتبه تقوی مجله ای را که رسانه مکتوب است در شمارگان زیادی نشر دادند.  \*\*\*  **به نظر حضرت عالی چه بخش هایی از فعالیت های هنری رسانه ای با وظایف و مأموریت روحانیت همخوان نیست؟ آیا اصولا چنین بخشهایی وجود دارد ؟**  حجت الاسلام و المسلمین محمد علی زم: در شرایط کنونی و حاکمیت تعریف بیگانه بر «هنر و رسانه» کارهای نظری و مطالعاتی، فعالیت نوشتاری، کار نقد (در دو حیطه نوشتاری و گفتاری و آموزش)، از جمله کارهایی است که اگر از بنیاد شناخت و معرفت دینی هنری رسانه ای طلاب و نظام درسی حوزه های علمیه برآمده باشد، کارهای مفیدی خواهد بود، آنچنان که مفیدتر از همه این ها تلاش برای کوچاندن دو واژه «هنر و رسانه» و فلسفه و حکمت و تبعات برآمده از آن به اقلیم خودی است و این امر محقق نخواهد شد، مگر این که از دو منظر فلسفی و علمی غربی و ایرانی «هنر و رسانه» رصد شود و پیرامون آنها تحقیق شود، غیر از این امور ممکن است حضور هنری طلاب، از نظر ساختار درسی و ظاهر زیست حوزوی اشکال نداشته باشد. لیکن به لحاظ اجتماعی و عرفی پذیرفتن این عرف نیست این عرف، برای روحانیت همواره محترم بوده است، در حدی که حتّی فهم و درک فقهی خود را متکی به عرف (زمان و مکان) دانسته است. البته یک نگاه زورمندانه به فرهنگ، نگاه صاحبان قدرت است، صاحبان قدرت همواره قائل به «فرهنگ سازی»اند، در حالی که «فرهنگ سازی» امری است که ما را به آرایش ظاهری می رساند، حال آن که باطن چنین فرهنگ سازی «فرهنگ سوزی» خواهد بود. نگاه از بالا به فرهنگ، نگاه آبشاری است، حال آن که ذات و باطن فرهنگ، جوششی و جوشیدنی است و نه کوششی و کوشیدنی. نگاه صاحبان قدرت که متأسفانه تا حدودی حوزه های علمیه امروز ما را متأثر از ادبیات قدرتمندانه کرده، این است که می توان در همه امور هنری و رسانه ای روحانیت را درگیر مسئله کرد، اما از آن جا که روحانیت تحت ذره بین های عرفی جامعه هستند، باید این خواست را فرآیندشناسی کنند، این از مواردی نیست که ما بگوییم چون مأمور به تکلیف هستیم، به نتیجه کار نداریم. تکلیفی که براساس معرفت الهی ابعادش روشن باشد ما را بی نیاز فرآیندشناسی می کند، لیکن این تکلیفی که ما می خواهیم برای (دنیا یا آخرت!) خود بسازیم و یا ایجاد کنیم ،باید خروجی ها و نتایجش کاملا واضح و روشن باشد و این کارما مصداق آن دسته از فرمایشات معصومین است که می فرمایند: «باید قبل از ورود به کاری، آن را عاقبت شناسی کرد».  حجت الاسلام و المسلمین مظفر سالاری:اگر ورود حوزه به عرصه هنر و رسانه براساس بستر سازی های کاملی استوار باشد، هیچ بخشی ازفعالیت های هنری و رسانه ای با وظایف و مأموریت روحانیت، غیر همخوانی نخواهد بود. البته برای خالی نبودن عریضه می توان رقص، اپرا، مجسمه سازی و موسیقی عامه پسند و محرک را از نوع فعالیت های غیر همخوان و پرداختن به جنبه هایی از کارهای مرتبط به فیلم سازی و صدا و سینما را که در روند کیفی و هنری تولید نقش ندارد، از نوع فعالیت های غیر ضروری برشمرد.  حجت الاسلام و المسلمین هادی صادقی: همخوان نبودن یک بحث است و اینکه ضرورتی به ورود روحانیت نباشد، یک بحث دیگر و لذا مشاغلی را که مطرح کردم، گفته که لزومی ندارد که روحانیت به کار اصلی خودشان بپردازند. بنابراین تولید فکر و اندیشه و تولید متن مورد نیاز است، ولی در جاهایی که نیاز به حضور روحانیت نیست، ضرورتی ندارد که وارد شوند؛ مانند مثال هایی که زدیم. اما اینکه آیا جایی هست که منافاتی با شئون روحانیت داشته باشد؟ بعضی از جاها در شأن روحانیت نیست، مثل بازیگری که اصلا در شأن یک روحانی نیست و این کار ضربه می زند. بنابراین نه تنها ضرورت ندارد، بلکه شایسته هم نیست. البته نه اینکه تحریم کنیم، ولی شایسته نیست، چون بازیگران قوی و شایسته ای هستند که می تواند در نقش های لازم بازی کنند.  حجت الاسلام و المسلمین نهاوندی: منشأ و سبب دین وحیانی است و برای متدین شدن و پیدایش ایمان عوامل بیرونی و درونی زیادی قابل تصور است و از طرفی بسیار از حقایق دیدنی و شنیدنی نیست، بلکه یافتنی است و اساساً به دست آوردن آن نیاز به سیر و سلوک و حرکت دارد. رسانه تنها و به دلیل فراگیری اش امکان تبلیغ و اطلاع رسانی را آن هم در محدوده محسومات و موهومات دارد.  بیشترین توقع از رسانه باید آن باشد که پل ارتباطی میان دینداران باشد. تجربه های دینی آنان را منتقل کند. آگاهی ایشان را افزایش دهد. تمثیلات دینی را تصویر سازی کند. شبهات دینی و پاسخ های آنان را متناسب با فهم عموم مردم تبیین کند و خلاصه پیام های دینی را که جنسش فطری است به مخاطبان انتقال دهد. اما بسیاری از حقایق است که تصویر و سمع ظرف ادراک آن نیست و اساساً قابل فهم عموم نمی باشد و باید منزل هایی طی شود که به آن وادی برسیم. بسیاری از معقولات را نمی توان محسوس کرد مانند ایمان به غیب.  **به نظر شما در چه زمینه هایی حوزه های علمیه می توانند به رسانه کمک کنند؟**  رسانه آنگاه از نظر پیام غنی می شود و با فطرت مخاطب ارتباط برقرار می کند که حضور دین در برنامه های رسانه ای مشهود باشد.  به نظر بنده باید در رهبری رسانه، مدیریت پیام پیوند محکمی را میان حوزه و رسانه برقرار کرد که سرنوشت رسانه در جامعه دینی به آن بستگی دارد. پیام های دین می تواند جامعه را به وحدت برساند چون که تنها کلمه توحید است که انسانها را به توحید کلمه متوجه می کند. ادعای ما آن است که حرف های دین به ویژه اسلام به عنوان دین خاتم برای تمامی اعصار و قرون است پس فرازمانی و فرامکانی است. به همین دلیل در یک دوره پیام شفاهی از طریق وعظ و خطابه که ماهیت رسانه ای داشته است به دل امت نشسته و امروزه تبدیل به ابزار رسانه ای شده است، اما پیام و هدف همان پیام است و باید باشد.  \*\*\*  **برخی در مورد حضور روحانیت در عرصه هنر و رسانه دغدغه هایی دارند؟ این دغدغه ها چیست و درارتباط با رفع آن چه نکاتی را مطرح می فرمائید؟**  حجت الاسلام و المسلمین محمد علی زم: این دغدغه ها «صورتی» است و عمدتا ناشی از دو نگاه مسلطی است که در باطن و ظاهر حوزه حاکم است، یک دسته از اعتراض ها، ناشی ازنگاه روحانیتی است که علی رغم گذشت سی سال از پیروزی انقلاب و آن همه شهید دادن ها و این همه خون دل خوردن های زیاد امام و شکنجه ها و ترورهای یاران امام همچنان در حوزه ها، زنده است و همواره هم تا آن جا که بتواند حضور دین در قلمروهای اجتماعی و فرهنگی و سیاسی را از پیش محکوم می کرد و می گوید: مسلمان کسی است که باید خود را پاک نگهدارد و عبادت فردی الهی انجام دهد و در انتظار ظهور موعود، دعا بخواند و برای حفظ و سلامتی امام موعود صدقه بدهد. از منظر این نگاه هر نوع کارکردی برای روحانیت جز اعمال ذکر شده مطرود است و متأسفانه این خط همچنان بنیادهای جهشی حوزه های ما را متأثر کرده است...  یک بخش ازاین دغدغه ها، مربوط به نگاه بخشی از روحانیت همراه امام و ملتزم به رونق اصول اجتماعی اسلام است. این دسته از روحانیت انقلابی، نگران حضور روحانیت در امور هنری و رسانه ای هستند، از قضا این نگاه هم ناشی از عوارض و شرایط بیرونی حاکم بر هنر و رسانه است و کمتر به اصل و اهمیت هنر و رسانه توجه دارند. طبعا این مخالفت هم در جنبه صورت مسئله است، اینان چون هنر امروز رایج بر جامعه ایران را منحرف و از دست رفته می دانند و برای حاکمیت جمهوری اسلامی شأن مقتدرانه فرهنگی قائل نیستند و یا به عبارت دیگر معتقدند چون جمهوری اسلامی نه تنها از هنر خیری ندیده، بلکه از آن رکب هم خورده است، پس نباید اجازه داد روحانیت وارد این عرصه ها بشوند.  اینان قائلند که چون قالب های هنری نوعا تأثیر گذارند، این تأثیرات منش و مرام طلبگی را به سلطه خود می کشاند و بیش از آن که هنر دینی شود، دین هنری می شود. این نگاه از سر «کنش پذیری» است؛ نگاهی است که در حوزه مفاهیم دینی تقوا را «ستیزه» نمی داند، «پرهیز» می پندارد و به نظرم بخش عمده ای از آسیب های فرهنگی،هنری و فکری و حتی آسیب های اجتماعی و اقتصادی و برخی کاستی های سیاسی امروز درون جامعه اسلامی ما، برآمده از این نگاه کنش پذیرانه است.  صاحبان این بینش به خط اقتدار مردمی بی اعتماد شده اند و از آن عبور کرده اند و در چنبره قدرت قانونی فرود آمده اند که چنین می انگارند که با ترکتازی در عرصه قانون می توان بر همه ابعاد جامعه سلطه پیدا کرد و منویات حزبی، گروهی و قشری خود را فرهنگ سازی کرد.  حجت الاسلام و المسلمین مظفر سالاری: در حال حاضر که فعالیت های نظری و عملی هنر و به استخدام درآوردن رسانه های نو در حوزه و بستر سازی و بومی سازی نشده است، این ذهنیت وجود دارد که طلاب هنرمند و نو اندیش به کاری غیر مرتبط با شأن طلبگی خود مشغول شده اند. البته این واهمه جدی است که وجه هنرمندانه برخی بر وجهه طلبگی شان بچربد و منجر به پیوستن آنها به خیل هنرمندان بی ریشه ای شود که نسبتی با دین و حوزه و روحانیت و مردم ندارند. اگر حوزه براساس آنچه در پاسخ به پرسش نخست گفته شد، تکلیف خودش را با هنرهای پر مخاطب و جذاب و رسانه های امروزی روشن کند، روحانیت هنرمند بر بستری استوار گام خواهد زد و دغدغه ها و واهمه هایی از این دست به حداقل ممکن کاهش خواهد یافت وگرنه شاهد ماجرای پرگارهایی خواهیم بود که در هر کجا آبادی پرسه می زنند چون پای ثابتی ندارند.  حجت الاسلام و المسلمین هادی صادقی:این نکته که حضور روحانیت در عرصه رسانه موجب کاهش قداست و تعالی روحانیت شده و وجهه روحانیت را خدشه دار می کند به اطلاقش سخن درستی نیست؛ زیرا مشاغل متفاوت است و لذا بعضی از آنها همین طور است که اینها می گویند، مثل بازیگری که واقعا در شأن روحانیت نیست، ولی مشاغل دیگر که با فکر و اندیشه سر و کار دارد و بر مسند هدایت برنامه قرار می گیرد، این نه تنها منافاتی ندارد، بلکه از شئون روحانیت است، زیرا اگر روحانیت نخواهند که در عرصه تبلیغ از ابزار کار خودشان استفاده کنند، پس چه کاری می خواهند انجام دهند؟ و چگونه می توانند پیام بلند دین را به گوش مخاطبان برسانند و چه کسی باید این کار را انجام دهد؟ همه نمی توانند این کار را انجام دهند، چون از عهده همه افراد خارج است و افرادی که سواد دینی نداشته باشند نمی توانند تبلیغ دین را به درستی انجام دهند. پس باید کسی باشد که سواد دینی داشته باشد و آن کسی نمی تواند باشد، مگر روحانی که در زمینه دینی به صورت تخصصی کار می کند. بله، اگر کسانی پیدا شدند که این اطلاعات و معارف را داشتند، اگر چه در کسوت روحانیت هم نبودند، اشکالی ندارد، زیرا مهم معرفت دینی و تعهد آنهاست و اینکه متخصص در این فن هم باشند و لذا اگر این ترکیب درست شد، چه در سلک روحانیت باشند و چه نباشند اشکال ندارد، بلکه ممدوح و مطلوب هم هست که وارد شوند و هیچ خدشه ای هم وارد نمی کند، چون عرصه، عرصه ای نیست که خدشه دار باشد. بله، اگر روحانیت وارد عرصه بازیگری شوند، این کارها افت و خیز دارد و در شأن روحانیت نیست.  شاید دغدغه دیگر این باشد که این عرصه، عرصه ای است که سابقه نامطلوبی که دارد و سابقه فسادی که در رسانه بوده و الآن نیز در دنیا هست، این موجب می شود که روحانیت بد نام شوند. این نگاه یک نگاه طاغوتی است و نگاه اسلامی نیست. نگاه طاغوتی، یعنی نگاهی که در زمان طاغوت به رسانه ها داشتند و لذا برخی افراد به رسانه مثل رسانه های دوران طاغوت می نگرند و متأسفانه هنوز هم گمان می کنند که این رسانه متعلق به طاغوت است و موضع گیری آنها این گونه است و فکر نمی کنند که این رسانه مربوط به جمهوری اسلامی است، که با نظر ولایی مرحوم امام(ره) تطهیر شده است. وقتی این نظریه ولایی آمد دیگر معنا ندارد که کسی بیاید و اینگونه برخورد کند. مگر سایر قسمت های این کشور و سایر دستگاه ها، خاستگاه طاغوتی نداشته اند؟ مگر صنایع ایران، دستگاه دیپلماسی ایران، دانشگاه ها و مدارس، خاستگاه طاغوتی نداشته اند؟ چطور ما مجازیم به اینجاها برویم و حضور پیدا کنیم و لازم می دانیم تحول ایجاد کنیم، ولی در این دستگاه نباید این اتفاق بیفتد و لذا این تفکر، تفکر متحجرانه ای است که کسی بخواهد این گونه بیندیشد و گمان کند که این دستگاه چون اینگونه است و در زمان طاغوت درست شده فاسد بوده است، لذا الآن هم همین گونه است. فساد در همه دستگاه های طاغوت گسترش داشت و این دلیل بر این نیست که ما الآن هم با این دستگاه ها با همان شیوه برخورد کنیم. رسانه جمهوری اسلامی با نظر ولایت و حکم ایشان تطهیر می شود، اما معنای این سخن این نیست که هر چه در آن انجام می شود درست باشد. چنانچه در سایر دستگاه ها هم همین گونه است. مگر الآن هر چه در دانشگاه ها می گذرد درست است؟ خیر، هیچ کسی به این اعتقاد ندارد، ولی هیچ کس هم نمی گوید که به این مکان ها نروید، چون خرابی هایی در آن وجود دارد.  در رسانه جمهوری اسلامی هم وضع به همین گونه است و نباید کسی بگوید که وارد آن نشوید، چون خرابی هایی در آن وجود دارد. بنابراین اگر روحانیت پا در این مکان ها نگذارند و افراد متدین و مؤمن هم به تبع روحانیت به آنجاها نروند، پس چه کسانی باید جهت اصلاح به آنجا بروند، این تفکر، یعنی اصلاح را متوقف کردن. برخی مخالف رفتن روحانیت به عرصه های فکری هستند. در قسمت های عملی روشن است و گفتیم که در شأن روحانیت نیست که وارد این گونه عرصه ها شود، اما در قسمت های فکری، الآن در همین مرکز پژوهش های صدا و سیما دست نیاز به سوی فضلای حوزه دراز می کنیم، از مراجع گرفته تا به پایین، بارها از آنها درخواست کرده ایم که موسیقی نیازمند پژوهش های جدید است، بیایید و به صورت تخصصی وارد این عرصه شوید و ما هم حمایت می کنیم و زمینه را فراهم می کنیم، ولی نمی آیند، چون که می گویند ما را وارد این عرصه ها نکنید و اگر کسانی هم وارد این عرصه ها می شدند وقتی نوآوری هایی نیز داشتند مورد هجمه و عتاب و خطاب بعضی ها قرار می گرفتند که چرا شما به این بحث ها پرداخته اید. چرا نمی آیند عده ای در فقه موسیقی کار کنند و یا در فقه نمایش کار کنند، در فقه بازیگری و فقه کارگردانی کار کنند. همه این عرصه ها، عرصه هایی است که رسانه به آن نیاز دارد و تنها حوزه های علمیه هستند که می توانند پاسخ گو باشند و تنها استدلالی که برای عدم حضور می کنند این است که اینجا جای خیلی تمیزی نیست و ممکن است دامان ما را آلوده کند که همه اینها در روز قیامت باید پاسخ گو باشند. امروزه مخاطب رسانه میلیونی است. کمترین و ضعیف ترین برنامه، چهار میلیون نفر بیننده دارد و گاه برنامه های دیگر، مثل برنامه های نمایشی نزدیک به پنجاه تا شصت میلیون نفر بیننده پیدا می کند. عرصه 60 میلیونی مصرف صدا و سیما را رها می کنید و می گویید ما به این عرصه نمی پردازیم، پاسخ شصت میلیون نفر را باید بدهید. من یک مثال بزنم، سالانه 000/120 تا 000/200 ساعت موسیقی از صدا و سیما پخش می شود، که اگر این ضرب شود در میزان مصرفی که دارند، یعنی شنونده هایی که دارند، قطعا رقم ساعات مصرف، چند میلیارد ساعت در سال خواهد شد. حال کدام فقیهی است که پاسخ گوی این چند میلیارد ساعت مصرف موسیقی باشد. تازه تعداد این ساعات ساعاتی است که از رادیو و تلویزیون گوش می کنند و بخش های دیگر مثل سینما، سی دی ها، کاست ها را کار نداریم. من به بعضی از بزرگان نامه نوشتم و گفتم که مسئله این گونه است، و باید پاسخ داده شود، جواب دادند که اینها تکلیف شان مشخص و روشن است. ببینید پاسخ اجمالی دادن کاری ندارد. اینکه بگوییم هر آنچه که مطرب است حرام و آنچه که مطرب نیست حلال است. اینها را هم می دانند و سعی و تلاش کردند که مطرب نباشد، ولی همین که سعی کردند تا مطرب نباشد، محل شک است.  اینجا سؤالاتی پیاپی و فراوانی به وجود می آید که خواهید دید آن فقیهی هم که فتوا داده در خیلی از جاها نمی تواند ملاک و مصداق حرام بودن و حلال بودن را مشخص کند. او که نتواند تشخیص دهد آیا اهل رساله می توانند تشخیص دهند؟ پس معلوم می شود که کار را درست نکرده ایم؛ یعنی هنوز در موسیقی پاسخ کافی نداده ایم. باید ملاک ها را به نحو عینی تعیین کنیم که قابل تشخیص عینی باشد. هنوز راه درازی در بخش موسیقی داریم که باید انجام پذیرد در بقیه موارد هم همین طور است. مثلا گفته می شود که فتوای کلان و کلی این است که زن و مرد در بخش نمایش به هم دست نزنند و نگاه حرام نداشته باشند، حد پوشش هم تعیین شده است. خوب اینها درست، ولی آیا کافی است؟ حد متوسط و میانگین چیست؟ آیا ما به تشخیص خود افراد واگذار کنیم؟ که هر کس هر جور تشخیص داد؛ سازنده یک جور، نویسنده یک جور، تهیه کننده یک جور، مدیر یک جور و مخاطب به گونه ای دیگر که در این صورت بین این مجموعه دعوا خواهد بود؛ زیرا یک عده می گویند: آقا اینجا سروگردن را نشان داد این تحریک آمیز است، دیگری خواهد گفت که نیست و همیشه نزاع است. این نزاع ها کی باید تعیین تکلیف شود؟ باید ملاک عینی به دست آورد و با صرف کلی گویی نمی توان مشکل را حل کرد. البته یک دلیل عمده این است که فقه ما تخصصی نشده است؛ لذا فقیه ما وقت ندارد به همه اینها به تفصیل بپردازد، فقیه باید پاسخ گوی مسائل طهارت و نجاسات تا آخر دیات و قصاص باشد. در این وسط نیاز هست که به بحث رسانه هم بپردازد، البته معلوم است که نمی تواند؛ زیرا اوّل باید موسیقی را شناخت و تا موسیقی را نشناسد نمی تواند فتوی دهد ما باید فقیه رسانه ای داشته باشیم که به صورت تخصصی به این مباحث بپردازد و وارد این عرصه ها شود. البته بیشتر اینها در عرصه های نظری و پژوهش هایی است که حوزه باید پاسخ گو باشد.  حجت الاسلام و المسلمین علی نهاوندی: این دغدغه ها درست است. چون در گذشته هنرهایی مانند تئاتر، سینما بر پایه های غیر ارزشی و اسلامی بنا گذاشته شده است و گسترش آن در کشورهای اسلامی توسط بیگانگان غرب زده و نو اندیشان بی دین و معاند انجام شد. به همین دلیل تصور آن است که بخشی از این هنرها ذاتاً غیر مذهبی و ضد دینی و اسلامی دانست، اما نمی توان از این واقعیت چشم پوشید که تئاتر، سینما، رسانه های دیداری و شنیداری و هنر به طور کل می تواند روایت گر بلیغی از حقایق و اندیشه های ناب توحیدی باشد؟ بنده قسمت هایی از نظرات و سخنان مقام معظم رهبری را به عنوان سکان دار جامعه اسلامی که نقش هنر و رسانه را خوب احساس می کنند انتخاب کردم که بسیار شنیدنی است. ایشان در پیامی به نخستین کنگره دانشجویی شعر و ادب می فرمایند: «در شعر و هنر، زیباترین قالب برای همه پیام های نوین و مایه گسترش و نفوذ این پیام ها تا هر سوی خطه وسیع دل ها و جان های انسانی و شاعران و سخن سرایان آگاه و همیشه توانسته اند والاترین معارف انسانی را در کتیبه روزگار با نقش جاودانه به نسل های بعد از خود بنمایانند»(27/9/1363)  هم چنین در نشستی با کارگردانان فرموده اند: «هنر سینما بلا شک یک هنر برتر است، یک روایت گر کاملاً مسلط که هیچ روایت گری تاکنون در بین این شیوه های هنری روایت یک واقعیت و یک حقیقت، تا امروز به این کار آمدی نیامده و یک هنر ییچیده و پیشرفته و متعالی».  یا در قسمتی دیگر می گویند: «شما بیننده تأثر یک فیلم هنری کارمد در مقایسه با یک منبر چقدرفاصله دارد؟»(23/3/58 نشست با کارگردانان) در عرصه هنر تئاتر گویند، تئاتر، هنرچندین زبانه، و زبان رسا و بلیغ در نمایاندن ظریف ترین اندیشه ها و عواطف بشری در میان ما قدری ناشناخته مانده» و در خور توانایی آن به خدمت آرمان های والا و زیبایی های انقلاب گرفته نشده است. (19/11/1366)  ایشان در بخش هنر قصه سرائی و رمان نویسی می فرمایند: «هیچ بیانی نمی تواند تاریخ را مثل داستان و قصه بیان کند».(31/2/1357)  در دیدار با وزیر و مسئولان وزارت فرهنگ وارشاد اسلامی همچنین سخنرانی تاریخی خود در جمع فضلا و نخبگان حوزه های علمیه قم فرمودند: «من از آن آدم هایی نیستم که هر چیزی مطرح می شود آن را با بیگانه ها مقایسه کنم و به خودی ها سرکوفت بزنم، این را بدانید من معتز به حقایقی هستم که در جامعه خود ما وجود دارد... اما چیزهایی هست که انسان می بیند در دنیا چگونه عمل می کنند... کلیسا داری علم به صورت مدون و عمیق و استدلالی نیست ،ولی در عین حال از لحاظ تبلیغی جلو هستند. آنها بسیاری از فیلم ها را ساخته اند که ظاهرش نشان نمی دهد، اما تبلیغ مسیحیت است. حتی دوستان خود ما در تلویزیون ایام ژانویه و کریسمس که می شود به مناسبت این که عده ای از هم میهنان ما مسیحی هستند. از روی ملاطفت و یا مثلاً مجامله ای با آنها، چند فیلم مسیحی و کلیسایی را پخش می کنند. من نگاه کردم، دیدم اغلب اینها تبلیغ کلیساست... کسی که این فیلم را می بیند، متاثر می شود. کشیشی را در یک چهره نورانی نشان می دهد که فلان کار را می کند».  در عین حال وقتی دین بخواهد در رسانه مطرح شود، نگرانی هایی وجود دارد؛ یکی آن که نباید به گونه ای عمل کرد که رسانه مرجعیت پیدا می کند، به این معنا که مردم به آن استناد دینی کنند و برای آن حجت قائل می شوند. مثلاً در مسئله موسیقی همین مسئله اتفاق افتاد که از امام و مقام معظم رهبری هم استفتاء کردند موسیقی که در رادیو و تلویزیون جمهوری اسلامی پخش می شود آیا مشکل ندارد؟ که پاسخ دادند اگر غنا باشدحرام است و لو از صدا و سیمای جمهوری اسلامی پخش شود. منشأ این سؤال در راستای تلقی عموم از ارگان رسمی جمهوری اسلامی ایران یعنی صدا و سیما است. اینکه مردم استناد کنند که چون در صدا و سیما چنین حکمی یا مسئله ای مطرح شده و از مراکز اصلی و مراجع واقعی دین فاصله گرفتن یک آسیب و خطر جدی است.  نکته دیگر باید مراقب بود که با مطرح شدن دین در رسانه همه دین در مناسک ها و مناسبت ها که جلوه های بصری و تصویری دارد خلاصه نشود. ظاهر بر باطن غلبه نکند و احساس بر تعقل وخردورزی حاکم نگردد. چرا که جاذبه های ظاهری و پر زرق و برق کشش زیادی ایجاد می کند.  مسئله بعدی عادی سازی و سطحی کردن موضوعات عمیق و متعالی دین است. حرکت به سمت تخیلی کردن دین و جلوگیری نمودن از تجربه های مذهبی و دینی مانند حضور در مراکز رسمی، مذهبی و دینی. نکته دیگر آن که شناخت هر یک از این دو نهاد از یکدیگر کامل نیست. رسانه با توان دقیق و تخصصی حوزه ها، نیروهای متخصص انسانی و سازمان های پژوهشی، تبلیغی و آموزشی آن آشنا نیست. همچنین حوزه نیز با توان مندی های داخلی و خارجی رسانه به صورت نزدیک و در قالب کار گروه های علمی آموزشی آشنایی ندارد. این موانع باید رفع گردد تا ارتباط صحیح در سطح مطلوب بین این دو نهاد بزرگ اتفاق افتد و ثمرات گسترده ای به وجود آورد. اما تأکید می کنم که رادیو، تلویزیون و سینما امکان بی بدیلی را در اختیار محتوا و مضامین دینی قرار می دهد که قابل انکار نیست. به طور نمونه عرض کنم هنرهای نمایشی، تله فیلم، فیلم داستانی، انیمیشن، سریال به شما این امکان را می دهد که بتوانیدبه گذشته یا آینده سفر کنید و وقایع دینی و سیره و سنت را مرور نمایید. داستان ها و قصص قرآنی را ترجمه تصویری نمایید. حتی شکستن محدودیت های مکانی و سفربه ماوراء طبیعت را به نمایش در آورید و آن را باورپذیر کنید. استفاده از زبان هنر به ویژه با ابزارهای ارتباطی دیداری و شنیداری قدرت تغییر نگرش ها و گرایشات را به سمت اخلاق و قوانین الهی به شما می دهد. رسانه می تواند نقش آموزش فراگیر دین را به عهده بگیرد و الگو سازی نماید.  رسانه ملی می تواند جریان آفرینی دینی و تعمق تفکر را با ایجاد طوفان مغزی و فکری فراهم آورد و دین را در بستر جامعه جاری نماید.  بله آنچه در این مسیر لازم است رعایت حدود و ضوابط شرعی، حفظ قداست امور قدسی، پرداختن به اصول بنیادین دین و استفاده بهینه ازمراکز تخصصی دینی و مذهبی است که بتواند مخاطب را به مرجع اصلی این دانش عمیق ارجاع دهد.  \*\*\*  **حضور روحانیت در عرصه «هنر و رسانه» را چگونه ارزیابی می کنید؟ چه پیشرفت هایی وجود داشته است؟**  حجت الاسلام و المسلمین محمد علی زم: عرض کردم در شرایط فعلی حضور کنش مندانه در همان چهار، پنج بخشی است که گفتم و من از ابتدایی که به کار هنری واردشدم، بخشی از هنرهای آماتور خود را که از نوجوانی دنبال می کردم و حتی در دوران طلبگی در حوزه علمیه قم در جمع های مدرسه ای و طلبگی به اجرا در می آوردم، را تعطیل کردم. با این که از فرصت، شرایط و امکاناتی که ساخته بودم، بیش از هر هنر جویی سزاوار بهره گیری از آن بودم، اما خداوند با رحمت و فضلش این فهم را در من به وجود آورد که اگر بخواهم هنرمند باشم دیگر نخواهم توانست عرصه وبن بست های بر سر راه هنرمند شدن دیگران را باز کنم و بشکافم، از این رو از نظر خودم من در آن دوران دست به یک جهاد الهی زدم، در واقع با فراموشی و عبور از خودم توانستم به «یاد» دیگران باشم. به اغلب طلبه هایی هم که از من انتظار پارتی بازی! داشتند و حتی بعضا انتظار مساوات گرایانه داشتند (می گفتند تو معمم ومکلا را دراین وادی یکی بدان) توصیه برادرانه و مشفقانه می کردم که به عرصه های اجرایی هنر، جز قالب هایی که ذکر کردم، وارد نشوید، لذا بعضی ها گوش جان می سپرند و از این وادی دور می شدند و برخی هم به توصیه من عمل می کردند و سراغ کارهای ذکر شده می رفتند. امروز می توانم از چندین مقاله و کتاب خوب در همین عرصه های نظری و نوشتنی و نقد هنری و سینمایی یاد کنم که توسط توصیه پذیران نگارش یافته و خلق شده است، حال آن که آنها که اصرار برماندن در عرصه های اجرایی هنر را داشتند، بدور از اعمال رفتار و اندیشه کنش گرانه در عرصه کوچاندن واژه هنر به اقلیم خودی نه تنها علیرغم صرف وقت، هزینه و از دست دادن فرصت های انحصاری که می توانست برای دیگران سبب ساز شود، حتی به قیمت از دست دادن ماهیت طلبگی خود چیزی در عرصه هنر جز زبانی اندک که در نقد می لولد بدست نیاوردند. در واقع اینان مشمول حکایتی شده اند که من اقتباس کرده ام «از ده رانده و به شهر نرسیده اند».  حجت الاسلام و المسلمین مظفر سالاری: این حضور نوعا شخصی، تفنّنی، غیر متمرکز و در کل غیر قابل توجه است، ولی همین تلاش های پراکنده و معمولاً غیرتخصصی، اندک اندک نظر حوزه را به نقش بی دلیل و غیر قابل تردید هنر و رسانه در کارکرد تبلیغی اش جلب کرده است. درباره پیشرفت هایی که به دست آمده است تنها از باب نمونه به دستاوردهای معاونت فرهنگی هنری دفتر تبلیغات اشاره کنم که توانست با راه اندازی چند مجله کودک و نوجوان، صدها طلبه شاعر، داستان نویس، منتقد، تصویرگر، ویراستار و... را تربیت کند و عناوین بی مانندی به دست آورد و قم را پس از تهران، پایتخت دوم ادبیات کودک و نوجوان کشور قرار دهد. برنامه های آموزشی مدیریت ادبی،تجسمی و تصویری این معاونت به همراه نمایش آثار تجسمی در نمایشگاه دائمی اشراق، سهمی غیر قابل انکار در تربیت طلاب هنرمندی داشته است که اینک مصدر امور فرهنگی و هنری در سراسر کشورند. تنها ذکر یک نمونه می تواند به اهمیت خدمات این معاونت در طول بیست و پنج سال در عرصه فرهنگ و هنر مهر تأیید بزند و آن این که در یکی از دوره های کتاب سال جمهوری اسلامی در چند سال قبل، نفر اول و دوم و یکی از نامزدها در زمینه داستان کودک و نوجوان به طلاب آموزش دیده در این معاونت اختصاص پیدا کرد. همان سال در کتاب سال ولایت هم نظیر این مسئله اتفاق افتاد.  در ساختار جدید دفتر، معاونت فرهنگی هنری با این امید حذف گردیده است که در تشکلی کار آمد به هنر و رسانه، عمیق تر و پویاتر میدان داده شود و معاونت های آموزش، پژوهش و فرهنگ و تبلیغ، مشارکت بیشتری در بسترسازی هایی که اشاره شد داشته باشند. امید که چنین شود و مسئولین محترم دفتر، نقد را به نسیه نداده باشند که اگر چنین باشد نامی جز پیشرفت معکوس به آن نمی توان نهاد.  حجت الاسلام و المسلمین هادی صادقی: وقتی ما شرایط فعلی را مثلا با 20 سال قبل می سنجیم، انصافا پیشرفت های فوق العاده ای در این زمینه صورت گرفته و روحانیت حضور بسیار مؤثری داشته اند، که یکی از آنها مرکز پژوهش های اسلامی است دیگری دانشکده صدا و سیمای قم. لذا وقتی در مورد تأثیر این دو تحقیق کنیم، خواهیم دید که گام های بلندی برداشته ایم و رسانه واقعا جهش کرده است، یعنی ما الآن به لحاظ پوشش در رسانه انصافا کم ایرادترین رسانه ها را داریم؛ یعنی تمام ضوابط شرعی پوشش، به طور نسبی رعایت می شود. البته ممکن است به لحاظ آرایش، مقداری به عنوان های گریم رعایت نشود و گاها مصداق آرایش پیدا کند، اما بالاخره ما باید تعیین تکلیف کرده و مرزها را روشن کنیم، که هنوز نکرده ایم. به لحاظ محتوایی انصافا غنی سازی فوق العاده ای صورت گرفته، کاری که این پژوهشگاه از حدود 13 سال پیش شروع کرده این است که غنای محتوایی به مجموعه برنامه ها بدهد. همان طور که می دانید رسانه در مناسبت های مختلف و در موضوعات مختلف و در مورد شخصیت های مختلف در این سه بخش همیشه باید مطلب عرضه کند، در صورتی که اینها همیشه دستشان خالی بوده و هر نویسنده ای بنابر توان و ذوق و سلیقه خودش مطالبی را عرضه می کرد. مثلا در مناسبت های خاصی به منابعی مراجعه می کردند و مطالبی را عرضه می کردند. کار مهمی که این مرکز با کمک گرفتن از حوزه انجام داد این بود که توانست خوراک سالمی را برای همه این مناسبت ها، موضوعات مبتلا به و شخصیت های طراز اول اسلام تولید کند، که این کار همه ساله با نوآوری هایی در حال انجام است، مثلا ما برای موضوعات درجه اول و حتی درجه دوم مطلب تهیه کرده ایم که در مجموع تا کنون بیش از هفتصد عنوان پژوهش انجام و در اختیار مجموعه رسانه قرار گرفته است. حال باید از این مجموعه سؤال شود که آیا از این مطالب استفاده شده است یا نه؟ آماری که مرکز تحقیقات و سنجش برنامه های صدا و سیما آن را انجام داده، این است که بیش از 53 درصد این آثار مورد بهره برداری قرار گرفته، که آمار فوق العاده بالا و بی نظیری است که من در هیچ جای دیگر سراغ ندارم که محصولاتشان اینقدر استفاده شود و این به رغم آن است که بعضی از مطالب اصلا برای استفاده در برنامه ها نبوده، بلکه اندیشه ای و برای تغذیه فکری مدیران است که اگر آنها را هم کسر کنیم، بالای 70 درصد است و این یک آمار فوق العاده است و نشان دهنده تأثیر روحانیت در صدا و سیما به لحاظ محتوایی است. البته ما هنوز راه طولانی در پیش داریم و باید در زمینه های دیگر نیز کار کنیم که تأثیر گذار باشد. مثلا در عرصه نمایش هنوز تأثیر گذاری کافی انجام نشده و باید اتفاق بیفتد؛ یعنی در سریال ها و فیلم هایی که تولید می شود، هنوز جا دارد که روحانیت حضور بیشتری پیدا کنند؛ چه در عرصه فیلمنامه، چه در عرصه مشاوره های مذهبی در هنگام ساخت و چه در عرصه های دیگر.  حجت الاسلام و المسلمین علی نهاوندی:به طور کلی فعالیت های فرهنگی به دو بخش تقسیم می شود: 1. پشتیبان فرهنگ؛ 2. عملیات فرهنگ. فعالیت پشتیبان به راهبردی فرهنگ، تامین منابع انسانی فرهنگ، تامین محتوا و ارزیابی فرهنگ می پردازد و عملیات فرهنگ، به فرآوری، توزیع و ترویج فرهنگ اهتمام دارد.  ابتدا باید ببینیم سطح ارتباط میان حوزه های علمیه و رسانه ملی در چه سطح و مقطعی تعریف می شود؟ در تمام دنیا این گونه است که رسانه ها (رادیو، تلویزیون) حتی جراید و مطبوعات و هرگونه وسیله تبلیغی و ارتباطی مثل اینترنت، نهادهای خبر رسانی، سازمان های اطلاع رسانی مانند خبرگزاری ها و حتی صنعت سینما از یک عقبه فکری تغذیه می شوند. در نظام امپریالیستی با ساختار لیبرال دموکرات مراکز فکری و فرهنگی جامعه به عنوان عقبه فکری به مراکز و سازمان های رسانه ای خوراک فکری و فرهنگی می دهند و هدایت و حمایت محتوایی را به عهده دارند.  مراکز آکادمیک دنیا، موسسات گسترده پژوهشی فعالیت ها و پژوهشهایی انجام می دهند که منجر به تولید رسانه ای (صوتی و تصویری) می گردد. در این زمان هنرمندان به عنوان حلقه واسط توسط ابزارهای اطلاع رسانی پیام آنان را به شکل هنرمندانه منتقل می کنند.  رسانه های عمومی دنیا هیچ گاه خودشان تولید کننده مستقیم نیستند بلکه تبدیل کننده و مصرف کننده می باشند. یعنی عملیات فرهنگ را به عهده دارندو از مرکز دیگر پشتیبانی می شوند.  در نظام ما که نظام حاکمیت دینی است عقبه فکری پیام و انتقال اندیشه های دینی، حوزه های علمیه هستند که مبانی و اصول دینی را در اخیتار دارندو البته نظارت و کنترل نیز در نهاد روحانیت تعریف می شود. بر همین اساس می توان گفت سطح ارتباط میان رسانه ملی و حوزه های علمیه در یک سطح استراتژیک تعریف می شود و باید تولید جامعه سازی و نظام سازی با حمایت رسانه ملی و عقبه فکری حوزه های علمیه صورت گیرد. متأسفانه در حال حاضر این ارتباط سازمان دهی شده و کامل نیست. مفاهمه نامه ای در این سطح میان حوزه و رسانه وجود ندارد.  به نظر بنده حوزه های علمیه به عنوان پشتیبانان فرهنگ دینی در تمام ابعاد اجتماعی و حکومتی می باشند و رسانه ما وظیفه عملیات فرهنگ را به عهده دارند .  در این وضعیت، حوزه ها و شخصیت های حوزه خودشان را در سطح بیان ایرادات و انحرافات احتمالی محدود کرده اند و هیچ گونه هدایت فکری و تغذیه نظری از طرف حوزه برای رسانه ملی اتفاق نمی افتد. هر چند حضور روحانیت به عنوان کارشناسان و مشاورین در بدنه رسانه ملی ثابت شده است و تأثیرات مثبتی نیز داشته که باید تقویت گردیده و سازماندهی شود. لذا تعامل تا رسیدن به سطح مطلوب و تعریف شده فاصله دارد.  نکته قابل توجه آن است که یکی از مأموریت های مهم رسانه که امروز پس از گذشت 30 سال از انقلاب بسیار جدی است انتقال مفاهیم و ارزش های انقلاب به نسل بعد انقلاب است. احمد بن بلا که از رهبران انقلاب الجزایر بود و اکنون در سن 96 سالگی به سر می برد. علت شکست انقلاب الجزایر را ناتوانی در انتقال مفاهیم به نسل جدید ذکر می کند.  امروزه شرایط به گونه ای است که ادبیات مفاهمه با مخاطب به ویژه مخاطب جوان از کانال هنر و در انحاء مختلف صورت می پذیرد. به ویژه پیام غیر مستقیم که این در حوزه مأموریت های صدا و سیماست و از آن طرف جهان نیاز مبرمی به یک ایدئولوژی توحیدی دارد که انقلاب اسلامی ایران مبدع آن بوده است و ما توقع تبیین این مسئله را از حوزه های علمیه داریم.  به طور مثال رسانه جدی به تبیین برخی مسائل دارد که حوزه بایدتکلیف رسانه را در آن مشخص نماید. حوزه باید رشته ای با عنوان «فقه رسانه» داشته باشد و تکلیف رسانه را در حیطه های نمایشی، موسیقی و... روشن نماید.  حوزه باید محتوای فکری و فرهنگی جامعه را و همچنین تربیت نسل ها را با ابزار رسانه تأمین نماید.  صدا و سیما براساس نیازهای روز آمد ظرفیت را برای حضور افراد فراهم می سازد. اما باز برقراری این ارتباط در این یک لایه و سطح پایین تر است. به عنوان مثال یک تهیه کننده برای برنامه ای نیاز به کارشناس مذهبی دارد. وی گزینش و دعوت کارشناس را محدود به شناخت شخصی خود می کند و به سراغ روحانیونی می رود که با آنها ارتباطی داشته یا شناخت اجمالی دارد. یا در مناسبت های مختلف مذهبی ملی نیاز به سخنران دارد که سخنرانی علما را ضبط نموده و پخش می کند. در اینجا کار تا حدی سلیقه ای پیش می رود که موافق این امر نیستیم.  \*\*\*  **5. چه پیشنهادهایی عملی را برای ارتقاء و تعمیق رابطه با عرصه هنر و رسانه ارائه می کنید؟**  حجت الاسلام و المسلمین محمد علی زم: نخست جدی شدن مضمون همین سئوال شما برای مدیریت کلان فرهنگی نظام، اندیشمندان و عالمان آگاه به زمان حاکم بر حوزه های علمیه است.  دوم این که از جایی محکم، استوار و بی تذبذب بایستی امکانات لازم برای استقرار یک مدرسه عالی فکری تحقیقاتی دراین دو عرصه هنر و رسانه در حوزه علمیه فراهم شود.  سوم این که یک مدیریت آگاه و خبیر در دو بعد ذکر شده مطالعات فلسفی و پژوهشی برای کوچاندن این دو واژه به اقلیم خودی انجام دهد که طبعا این، کاری بلند خواهد بود. چهارم این که در شرایط کنونی، محدوده های فعالیتی ذکر شده در پاسخ به سئوال دوم را نظام سازی و طراحی اجرایی کنند و دراین عرصه نیروهای مستعد و خلاق را شناسایی و شرایط باروری ایشان را فراهم نمایند این کار در کوتاه و میان مدت پاسخ می دهد و یک اهرم و معیار جدی برای تحقق کار کرد نخست این مدرسه محسوب می شود.  حجت الاسلام و المسلمین مظفر سالاری: در مرحله نخست باید فعالیت های پراکنده ای که در زمینه های شعر، داستان، نمایشنامه نویسی، فیلمنامه نویسی، تصویر سازی، خط، ادبیات کودک و نوجوان و رسانه های مصطلح وجود دارد، سازماندهی شود و با ساز و کاری شایسته، تولید کیفی مورد حمایت قرار گیرد. باید ترتیبی اندیشیده شود که هر کس در زمینه های فوق فعالیت قابل توجهی دارد شناسنامه حوزوی بگیرد و از آموزش های تکمیلی برخوردار شود. حوزه باید بانک هایی برای ثبت آثار هنری و ادبی حوزویان تدارک ببیند. باید ویراستارانی تکوینی در اختیار هنرمندان حوزه قرار گیرند که سیر خلاقه اثر هنری را از نطفه تا زایش کامل، مانند استاد راهنما زیر نظر بگیرند و مشاوره دهند. بدین ترتیب می توان به زیبایی و کارکرد آثار افزود و درونمایه ها و دستمایه های دارای اولویت را به اجرا درآورد و مدیریت کرد.  می توان کتابخانه ها و سایت های تخصصی هنر و ادبیات را در حوزه رونق بیشتری بخشید. سزاوار است آثار هنری مکتوب با شکلی زیبا و چشم نواز به صورت کتاب، لوح فشرده و مجله، تولید و به خوبی توزیع شود. مسائل اقتصادی آن باید به گونه ای مدیریت شود که با درآمد زایی و بهبود وضعیت معیشتی هنرمندان، اندک اندک بار یارانه ای آن از دوش حوزه برداشته شود.  جشنواره های هنری و ادبی حوزه باید با احساس تکلیف و نه برای رفع تکلیف حمایت شود. دبیرخانه چنین جشنواره هایی باید در طول سال کامل فعال باشند و هنرمندان را به خلق اثربا درونمایه ها و دستمایه های دارای اولویت گرایش دهند. برای برگزیدگان باید جوایز و امتیازات قابل توجهی در نظر گرفته شود. در چند روزی که جشنواره برگزار می شود باید نشست های توجیهی و آموزشی و میزگردهای نقد آثار گنجانده شود.  در شاخه های نظری و عملی هنر و رسانه باید به تربیت مدرس پرداخت. باید انجمن های فعال و دارای استانداردهای لازم را به ثبت رساند و حمایت و هدایت کرد. لازم است با اندیشمندان و هنرمندان غیر حوزوی تعامل سازنده بر رفت و آمد تعریف شده داشت.  مجموعه آنچه در این مرحله به تحقق می رسد می تواند بستری بی مانند برای تحولی عمیق و خیزشمای پر دامنه در حوزه باشد. قدم اول در مرحله اول آن است که مدیریت حوزه باید جایگاهی به عنوان معاونت هنر و رسانه داشته باشدکه آنچه گفته شد و سایر طرح ها و ایده ها و ارزیابی ،انتخاب و عملیاتی کند و با برنامه ای دقیق به اجرا در آورد. مهم ترین دغدغه این معاونت باید تکنولوژی تبلیغ هنری در عصر رسانه ها باشد.  حجت الاسلام و المسلمین هادی صادقی: کار اصلی حوزه تخصصی کردن رشته ها است. حوزه و روحانیت باید سریعا خودشان را تخصصی کنند و تمام نیروهایشان را تقسیم کنند؛ نه اینکه همه یک کاسه فقیه شوند و تا وقتی که این کار صورت نگیرد کار اصلی انجام نخواهد شد. وقتی که تخصصی شد آن وقت عرصه های رسانه ای هم پاسخ خود شان را خواهند گرفت. همچنین در عرصه تبلیغ باید به رسانه های نوین توجه شود و نحوه بهره بری از آنها آموخته شود، لذا پیشنهاد من این است که رشته های خاصی در حوزه ایجاد شود که دانشکده صدا و سیمای قم یک نمونه از آن است، لذا این گونه رشته ها باید در حوزه ایجاد شود و در دستور کار اصلی حوزه قرار بگیرد. حوزه باید درهایش را به سوی این گونه کارها باز کند. البته ما با مدیریت حوزه جلساتی داشته ایم و انصافا آنها هم استقبال کرده اند، ولی در زمینه های دیگر جو عمومی باید آماده تر و اصلاح شود و خیلی ها در این فضا بیایند و باید ارزش گذاری مثبتی برای اینها انجام شود و بدانند که آمدن در این فضا یک نوع جهاد است، جهاد تبلیغی. امروزه جهاد تبلیغی در رسانه ها باید بیشتر صورت بگیرد.  حجت الاسلام و المسلمین علی نهاوندی: 1. کمیسیون های ایده پردازی و سوژه یابی در حوزه ها تشکیل شود که برای برنامه سازی هایی با محتوای غنی ارائه طریق نمایند. باید مرکز کنترل مفاهیم و مضامین دینی در حوزه ها شکل بگیرد. پاسخگویی به شبهات روز در سطح بین المللی از طریق حوزه ها با شیوه مناظره، گفتگو، فیلم، سریال و... صورت گیرد. حتی نماد سازی مذهبی و دینی متناسب با عصر کنونی توسط حوزه باید انجام پذیرد.  2. آنچه از حوزه انتظار می رود این است که مدیریت و ارائه یک شبکه مستقل ماهواره ای توسط حوزه انجام شود. واتیکان، کانون مسیحیت دارای چنین ابزارها و وسایلی است. ما باید با دنیای خود ارتباط مؤثر داشته باشیم لذا نیازمند ابزار و وسایل هستیم که یکی از مهم ترین ابزارها در این عرصه، رسانه است.  3. حوزه در عرصه علمی نباید در محدوده علوم اسلامی محدود شود، بلکه باید وارد عرصه های علوم انسانی نیز بشود و تئوری پردازی کند. خوشبختانه ما در حوزه نظریات نابی داریم که باید برای محیط های علمی دنیا تبیین شود، ولی متأسفانه در دنیای امروز، جهان، اسلام را از طریق اهل سنت، تفکر وهابی ها و نظام حکومتی طالبانیسم می شناسد. هنوز در بسیاری از نقاط جهان نتوانسته ایم اسلام را از ریشه و سرچشمه زلال اهل بیت (ع) معرفی کنیم. این یک بحث کاملاً جدی است. لذا باید بهره گیری از رسانه های عمومی فراگیر و گسترده در دستور کارحوزه قرار گیرد و در مقابل رسانه ها باید بداند تبیین معارف و چشم انداز دقیق را بدون حمایت و هدایت حوزه نمی تواند به سرانجام برساند.  4. آسیب شناسی و نقد عملکرد رسانه بین نخبگان حوزه و دانشگاه اتفاق می افتد که خود، مقدمه ای است برای گذار از وضعیت موجود برای رسیدن به وضعیت مطلوب که البته این کار به صورت طبیعی پیش می رود .حضور مراجع محترم تقلید در برنامه های صدا و سیما نوید این مسئله را می دهد که سطح تعاملات رو به بهبود و تعمیق است. مرجع تقلید بالاترین منصب و کرسی علمی حوزه است که حضور آنان و ورودشان به عرصه رسانه امیدهایی را به بار می آورد و تأثیرات چشمگیری نیز بر رسانه دارد، اما صرفاً نقد کفایت نمی کند، ظرفیت در سازمان صدا و سیما به چشم می خورد و خوشبختانه رسانه جمهوری اسلامی ایران از نظر فنی و تکنولوژی در وضعیت خوبی قرار دارد چه از نظر داخلی و چه از نظر خارجی شبکه های العالم، الکوثر، سحر و... نیز ظرفیت های بین المللی ماست که در دنیا بی نظیر است. اینها همه فرصت هایی است برای انجام مأموریت های بزرگ که نظام دنبال می کند و آن چیزی نیست مگر توحید کلمه و کلمه توحید که هم حوزه ها رسانه و هم این هدف مشترک را دارند و فقط باید دوستی و آشنایی این دو نهاد تعمیق شود.  5. در طراحی مدل ارتباط بین این دو نهاد بزرگ (حوزه و رسانه) فضلای جوان حوزه می توانند نقش اساسی را ایفا نمایند و همان گونه که مقام معظم رهبری در بحث تحول حوزه مطرح فرمودند حوزویان می توانند در بحث تبلیغ و تبلیغات دینی با برقراری ارتباط با رسانه و ارائه طرح های ارتباطی مدون، بخشی از منویات ایشان را اجرا و عمل نمایند.  6. به نظر بنده در بخش آموزشی دوره تخصصی تبلیغ باید به رشته فرهنگ و ارتباطات اسلامی ارتقاء پیدا کند و گرایش های ادب و هنر، مدیریت فرهنگی، رسانه های دیجیتالی، دیداری و شنیداری را در خود جای دهد و دانش و مهارت های لازم را به دانش پژوهان حوزوی ارائه دهد و بخشی گرایش های فقهی، فلسفی و کلامی را در مؤسسات علمی به مبانی هنر و آموزش آن را اختصاص دهند.  7. در بخش پژوهش در رشته های فلسفی به فلسفه های مضاف توجه نموده تحقیقاتی در زمینه فلسفه هنر فلسفه موسیقی و فلسفه های دیگر را مطالعه و پژوهش نمایند. باید در عرصه پژوهش های فقهی احکامی چون فقه رسانه، فقه نقاشی، فقه موسیقی نیز مورد غفلت قرار نگیرد. نباید جامعه را با وجود اجتهاد غنی، عمیق و پویایی موجود معطل گذاشت.  8. همانگونه که قبلاً اشاره کردم، حوزه های علمیه باید رسانه هایی را به عنوان منبرهای مقدسی جهت ترویج افکار توحیدی در اختیار داشته باشند و بخشی از تربیت و هدایت جامعه را با استفاده از این ابزارها به عهده بگیرند.  محمد علی زم: ریاست سابق حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی  \* مظفر سالاری: معاون سابق فرهنگی - هنری دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم  هادی صادقی: رئیس مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیم  علی نهاوندی: مشاور ریاست دفتر تبلیغات اسلامی شعبه خراسان رضوی |