

گفت و گو

از رسانه سکولار تا رسانه دینی

حجت‌الاسلام دکتر سید حمید میرخندان

یکی از مقوله‌هایی که در بحث رسانه تلویزیون مطرح است، مفهوم سکولاریسم است؛ لطفاً بفرمایید پیشینه این اصطلاح از چه زمانی پدید آمد و رویکرد این تفکر چیست؟

درباره تبارشناسی واژه سکولار، باید گفت کاربردش به این معنا که ما متوجه آن می‌شویم، برمی‌گردد به قرن شانزده و هفده، که یکسری کشیش‌ها روی زمین زراعت می‌کردند، برای آنها این یک کار دنیایی به حساب می‌آمد، می‌گفتند «سکولار» و به امر زمینی و این جهانی پرداختن.

رفته‌رفته این کاربردش گسترده‌تر شد و شیوع پیدا کرد. در واقع به خاطر اینکه برداشت‌های متفاوت از این واژه می‌شود، یک تعریف واحد دادن از این مقوله قدری دشوار است؛ و در کتاب‌هایی که در این زمینه تألیف شده‌اند، تعاریف متعددی از این واژه شده است. همین‌طور معادل‌هایی که در ترجمه فارسی از آن تعبیر شده، معادل‌های متنوعی برایش گذاشته شده است. شاید بیش از هشت معادل برای این واژه گذاشته شده است. از عرفی‌گرایی تا این جهانی‌گرایی و معانی مختلفی که در کتاب‌ها موجود است.

من خودم به شخصه فکر می‌کنم که یک چیزی وجود دارد که قدر مشترک این‌گرایش است، گرایشی به نام سکولاریسم.

در گرایش به سکولاریسم یک قدر مشترک است و در آن روند سکولاریزاسیون که یک روند اجتماعی است و سکولار شدن یا سکولار ساختن در این رویکرد و پدیده اجتماعی یک چیزی است که به نظرم مشترک است و می‌شود گفت که به یک معنا ماهیت این سکولاریسم و سکولاریزاسیون را تشکیل می‌دهد، و آن کنار گذاشتن مرجعیت دین در عرصه‌های مختلف است.

بنابراین ما می‌توانیم به عنوان یکی از ویژگی‌های ماهوی سکولاریسم، بگوییم سکولاریسم رویکرد یا گرایشی است که در آن دین در عرصه‌های مختلف به حاشیه رانده می‌شود و به یک معنا حضورش در آن عرصه‌ها اگر پررنگ است کم‌رنگ می‌شود یا اساساً حذف می‌شود.

با این تعبیر، سکولاریسم امر ضددینی نیست؛ بلکه لزوماً یک گرایش و امر دینی نیست و می‌توان گفت یک گرایش غیردینی است که گاهی ضددین را هم در خودش دارد؛ مثل مکاتبی که در قرن هجده و نوزده به وجود آمدند؛ مثل مارکسیسم که اساساً در ضدیت کامل با دین وجود داشت. البته باید در نظر داشته باشیم که می‌توان گفت در خود ادیان، یعنی دین مسیحیت و حتی اسلام، سکولاریسم می‌تواند مفهوم داشته باشد؛ یعنی عرصه‌هایی که این ادیان داعیه حضورش را دارند، تقلیل داده شوند و برخی عرصه‌ها کنار گذاشته شوند و در واقع دین در آن عرصه‌ها مرجع نباشد. حالا مرجعیتش هم بحث‌های مفصلی دارد.

لطف کنید ارتباط سکولاریسم با رسانه تلویزیون را یک مقداری توضیح دهید؟ و اینکه نگاه سکولاریست‌ها نسبت به مقوله تلویزیون چیست؟

یک تلقی از رابطه سکولاریسم با تلویزیون این است که تلویزیون گزاره‌ها و آموزه‌هایی را منعکس کند، یا به تعبیر دیگر محتواهایی را اشاعه کند و پخش کند که آن محتوا سکولار است.

یک تلقی دیگر این است که محتوا و پیام‌های سکولار را در برنامه‌هایی با فرمت‌های سکولار منعکس کند و اشاعه بدهد. علاوه بر اینکه اینکار را انجام می‌دهد، خود تلویزیون به لحاظ قالب، حتی به لحاظ مدیریت (بحث سازمان) و به لحاظ فرمت (بحث‌های شکلی) قابلیت نسبت‌سازی با امر سکولار را دارد؛ به عبارت دیگر باید این‌طور گفت که بررسی نسبت تلویزیون با سکولاریسم نه صرفاً در محتوا و پیام است، بلکه درباره مدیریت (سازمان رسانه‌ای) نیز ممکن است؛ یعنی ما می‌توانیم آنجا هم بحث از سکولاریسم بکنیم و بگوییم ممکن است تلویزیونی وجود داشته باشد که مدیریت آن سکولار باشد.

ممکن است کسی بگوید به دلیل ارتباط تنگاتنگ قالب با محتوا و پیام، ممکن است بحث قالب و شکل همزمان از این جهات قابل بررسی باشند و ما می‌توانیم از این بحث کنیم که قالب‌ها، یعنی فرمت‌های برنامه‌ای (عناصر

زیبایی‌شناختی تلویزیون، عناصر تصویری، عناصر صوتی، مدیریت سازمان)، همه از این جهت قابل بررسی‌اند که چقدر با سکولاریسم نسبت دارند، چقدر ندارند و چقدر با دین نسبت دارند، چقدر ندارند.

اینکه می‌فرمایید فرم و محتوا و مدیریت می‌تواند سکولار باشد، به چه معناست؟ لطفاً بیشتر توضیح دهید.

در دو همایشی که ما در مرکز پژوهش‌های صدا و سیما داشتیم، و بنده دبیر علمی آن بودم، براساس همین ایده برگزار شد که ما بیاییم مؤلفه‌ها و ابعاد رسانه را که نسبتی که با سکولاریسم دارد، بررسی کنیم. یک بحث این بود که رسانه تلویزیون چون امری تکنولوژیک است، ذاتاً چیز سکولاریست، بالاخره بحث‌هایی اینجا وجود دارد؛ به عنوان مثال بحث‌های هایدگر.

برای اینکه بحث نسبت بین فرم و محتوای سکولار بهتر روشن شود، مثالی می‌زنم: یک برنامه مسابقه‌ای تلویزیونی بود که سه زوج جوان را برای شرکت در مسابقه دعوت می‌کردند. اینها در واقع با هم مسابقه می‌دادند و معریان این برنامه یک خانم بود و یک آقا. این برنامه یک کپی بود از شبکه‌های ماهواره‌ای غیرایرانی. این یک قالب است؛ مسابقه خودش یک قالب است؛ ما این قالب را در برنامه‌های تلویزیونی می‌آوریم و می‌خواهیم آن را اجرا کنیم؛ و البته سعی می‌کنیم در این مسابقه، مسائل اسلامی رعایت شود؛ مثلاً مشروب سرو نشود، و یا بخش مسابقه رقص نداشته باشد، یا فرض بفرمایید که گوشت خوک اینجا پخته نشود، خانم‌ها حتماً حجاب داشته باشند، و بحث‌هایی از این دست که به یک معنا بحث‌های محتوایی است؛ ولی خود این قالب چه جور است؟

در این قالب آقای مجری و خانم مجری نسبت همسری نداشتند، اصطلاحاً نامحرم بودند. شما وقتی می‌خواهید قالب مسابقه برگزار کنید، باید دارای یک سری مؤلفه‌ها از قبیل هیجان و جذابیت باشد، آن وقت مجری خانم و آقای که اینجا با هم نامحرم هستند، این خانم خیلی راحت و ریلکس برخورد می‌کند، نوع مناسباتش به گونه‌ای بود که گاهی آدم احساس می‌کرد مجری مرد اذیت شده، و از نوع تعامل این خانم انگار که خودش را عقب بکشد. این خانم برای چه این کار را می‌کرد؟ برای اینکه مسابقه گرم باشد، جذاب باشد، شاید در آن نمونه قبلی اش ایرادی هم نداشت، در مناسبات فرهنگ غرب این جور تعاملات بدون ایراد است، به لحاظ فقهی هم عرض نمی‌کنم، شما بگویید ملاحظات فرهنگی.

وقتی آن قالب را اینجا می‌آورید، خود این قالب به یک معنا به واسطه فرهنگ ما، به ما اجازه نمی‌دهد و این قالب را پس می‌زند. اینها اقتضائات قالب است. شما می‌خواهید بالاخره مسابقه جذاب باشد، مجری خانم با مجری آقا شوخی کند، بگو مگو کند و با مسابقه‌دهنده‌ها همینطور تعامل کند، و طبیعتاً این قالب در تلویزیون ما جواب نمی‌دهد. این رابطه قالب و محتوا که عرض کردم، این‌جاست. در این شرایط است که باید در قالب تجدید نظر کنید؛ یعنی شما اینجا نمی‌توانید بگویید این یک سرگرمی است، مسابقه است، اینجا لطفاً دین را کنار بگذارید و تو پرانتز بگذارید، ما الآن آمدیم اینجا یک مسابقه اجرا کنیم؛ ممکن است دین مسیحیت اینگونه باشد، ولی دین اسلام بنابر شمولیتی که دارد این اجازه را به ما نمی‌دهد. مگر اینکه دین را ندیده بگیرید؛ اما اگر نخواهید دین را در پرانتز بگذارید، آن وقت دین روی قالب تأثیر می‌گذارد. حالا باید نسبت این قالب را با دین بسنجید؛ همچنانکه به این شکلی که در غرب است بخواهید عمل کنید، چقدر از دین فاصله گرفته‌اید؛ ما به این می‌گوییم روند سکولارسازی.

همانطور که مستحضرید نظریه پردازان رسانه، تلویزیون را از سه بُعد بازشناسی کرده‌اند؛ برخی از اندیشمندان غرب و فیلسوفان اگزیستانسیالیست به این پدیده به عنوان مقوله‌ای وجودی و هستی‌شناسانه می‌نگرند؛ برخی به بُعد تکنولوژیک و ابزاری آن قائل‌اند؛ و گروهی نیز تلویزیون را یک رسانه به معنای خاص با کارکردهای ویژه پذیرفته‌اند. نظر شما چیست؟

بحث‌هایی که درباره تکنولوژی رسانه وجود دارد، که به یک معنا شاید بتوان گفت در عرصه رسانه و ارتباطات، سردمدار این دیدگاه مک لوهان است، که جمله معروف «رسانه پیام است» از اوست. از نظر مک لوهان، مهم نیست که شما چه محتوایی را می‌خواهید با رسانه منتقل کنید، اصلاً محتوا مهم نیست، خود رسانه مهم است به عنوان چیزی که قرار است حامل پیام باشد. جمله «رسانه پیام است» همین را می‌خواهد بگوید؛ می‌خواهد بگوید رسانه ظرفی نیست که شما پیام را در آن بریزید، بلکه رسانه نه ظرف، بلکه خودش پیام است.

بر این اساس، در تحلیلی که مک لوهان درباره رسانه چاپی دارد، هرچند که اولین کتاب‌هایی که چاپ شد انجیل بود با صنعت چاپ گوتنبرگ؛ اما در تحلیل مک لوهان، رسانه چاپ باعث ظهور مدرن، امر مدرن و فردگرایی و انسان‌گرایی و ملی‌گرایی شد. اینها همه مبانی تفکر دوران مدرن است که اگر بخواهیم تمامی این گزاره‌ها را سرجمع کنیم، یک وجه مهمش سکولاریسم است. مثلاً در رابطه با ملی‌گرایی، از زندگی مؤمنانه دست برمی‌دارید، nation & nation (ملت، ملت) نگاه می‌کنید؛ نگاه مؤمنانه اینطور مرزبندی نمی‌کند، مرزبندی‌های

جدیدی که در اروپا شکل گرفت براساس ملیت، حالا عرضم این است که نگاه مک لوهان به رسانه‌ها که امر تکنولوژیک هستند، یک نگاه این شکلی است که رسانه‌ها پیامدهای اینچینی دارند.

ما در برابر این جبر تکنولوژیک چه می‌توانیم بگوییم؟ بگوییم که این رسانه در غرب به وجود آمد و شما هرچه می‌خواهید چاپ کنید؟! خود این ذات رسانه اقتضائاتی دارد؛ البته این را تحلیل می‌کند که چگونه این فردگرایی و ملی‌گرایی است، و اومانسیم اینها را چطور به وجود آورده است. او می‌گوید این را خود آن ذات رسانه به وجود آورده؛ اگر این‌گونه نگاه کنید، متوجه می‌شوید که رسانه این‌طور نیست که رسانه را از یک فرهنگ دیگری، از یک جایی دیگر برداریم بیاوریم در یک جای دیگر و مظلوف و پیامی را که می‌خواهیم درون آن ظرف بریزیم. همه حرف مک لوهان این است که رسانه‌ها ذاتاً اقتضائاتی دارند.

چیزی که در این بحث برای ما مهم است، همین است که این رسانه‌ها خاستگاه‌شان اولاً غرب است، ما این رسانه‌ها را اختراع نکردیم؛ ثانیاً اینها یک اقتضائات ذاتی دارند، که در نگاه مک لوهان، محتوا و پیام به طور کلی نادیده گرفته می‌شود؛ خود ذات رسانه مهم است.

البته نگاه مک لوهان هم یک نگاه کلان تمدنی است، نه مثلاً بررسی موردی درباره یک شبکه خاص؛ بلکه نگاه در تمدن و فرهنگ غربی در دو، سه سده‌ای که در دوران مدرن مطرح است، تأمل کرده و این بحث را مطرح نموده است.

در کنار این نظریه، که رسانه اقتضائاتی دارد، یک نگاه دیگری هم وجود دارد که نگاه ابزارانگار صرف است (که فکر می‌کند رسانه صرفاً ابزار است) که این یک ابزاری است دست یک آدم مست، و وقتی آمد دست یک آدم مؤمن، از این ابزار درست استفاده می‌کند. این ابزارانگاری صرف هم نادرست است؛ چون ابزار خودش یک توانایی‌ها و پتانسیل‌ها و اقتضائاتی دارد.

یک دیدگاه بینابینی هم وجود دارد که معتقد است رسانه دارای یک‌سری اقتضائات است، که این اقتضائات در ارائه پیام تأثیر دارد، ولی این اقتضائات اصطلاحاً علت تامه نیستند. شما وقتی می‌خواهید پیام‌تان را توسط این رسانه ارائه دهید، اقتضائاتی دارد؛ مثلاً رسانه منبر (اگر منبر را رسانه در نظر بگیریم) با رسانه تلویزیون تفاوت‌هایی می‌کند؛ در رسانه منبر ارتباط چهره به چهره است، رودررو است؛ آنجا شما می‌توانید گاهی تا یک ساعت سخنرانی پشت

سرهم داشته باشید، بدون اینکه تغییری در بین مخاطب و سخنران صورت بگیرد؛ ولی در تلویزیون شما نمی‌توانید به این شکل سخنرانی داشته باشید، به دلیل تفاوت رسانه‌ها و اقتضائاتی که رسانه تلویزیون دارد. ممکن است شما سخنرانی را در تلویزیون کوتاه کنید و از چند دوربین استفاده کنید، و در واقع از منظرهای مختلف آن را نشان بدهید، در میزان سن ملاحظاتی داشته باشید و...؛ اینها اقتضائاتی است که رسانه تلویزیون دارد و تأثیر می‌گذارد در شکل ارائه.

اجمالاً این نظریه یک نظریه میانه است. پس این‌گونه نیست که ما معتقد باشیم رسانه ذاتش صلب صلب است.

البته نظریه مک لوهان در جای خود واقعاً قابل نقد است؛ در واقع عامل ظهور تفکر مدرن و شکل گرفتن آن، صنعت چاپ بوده فقط؟ اگر تمام علت چاپ نباشد، آن وقت می‌شود در آن بحث هم مناقشه کرد که آنجا عوامل متعددی دست‌اندرکار بوده است؛ چاپ هم توانسته به این معنا کمک کند به این مسئله. بنابراین چاپ علت تامه نیست؛ همین می‌تواند در جای دیگر در عرصه تمدنی فرهنگی دیگری غیر از غرب مسئله تفاوت کند.

این بحث تأثیر تفکر مدرن در جوامع غربی، که در رابطه با صنعت چاپ فرمودید، در تلویزیون هم به همین شکل مطرح است؟

بله دقیقاً رسانه تلویزیون هم به همین شکل است. ما وقتی با تلویزیون مواجه هستیم، البته (تلویزیونی که ما فعلاً با آن سرو کار داریم، نه تلویزیون‌های تعاملی که در آینده خواهد آمد) تلویزیون یک امر رسانه جمعی است، امکان ارتباط چهره به چهره و رودررو را نمی‌دهد، طبیعتاً اقتضائاتی دارد، پیام‌هایش به سرعت پخش می‌شود؛ شما تلویزیون نگاه می‌کنید این‌طور نیست که شش دانگ حواستان به تلویزیون باشد.

عرفی سازی دین و فرهنگ فرایندی است که رسانه را تهدید می‌کند؛ نقش رسانه در مواجهه با این تهدید چیست؟

با توضیحی که قبلاً عرض کردم، که نسبت بین امر سکولار و تلویزیون چیست، اگر اطلاع از شیوه‌های تأثیرگذاری رسانه و اصطلاحاً سواد رسانه‌ای در ما ایجاد شود، آن وقت سطح برخورد مقابله‌مان با این مسئله فقط در حد پیام و محتوا محدود نمی‌شود؛ یعنی روی عرصه‌های دیگر تلویزیون هم فکر می‌کنیم و سعی می‌کنم آنجا هم

این مسئله را ردیابی کنیم. در بحث کارکردهای رسانه اطلاع‌رسانی، آیا ما هنجارهایی در عرصه رسانه داریم؟ آیا آن چیزهایی که برای دیگران ارزش خبری می‌آورد، برای ما می‌آورد؟

اینها بحث‌هایی است که در عرصه مطالعات رسانه‌ای و ارتباطی مطرح و قابل بحث است؛ به عنوان نمونه، اساساً دیدگاه اسلام در رابطه با تفریح و سرگرمی چیست؟ یکی از کارکردهای مهم تلویزیون، کارکرد تفریح و سرگرمی است. تفریح چه ویژگی‌هایی باید داشته باشد؟ اینها چیزهایی است که چون در غرب اتفاق افتاده، باید به طور عاقلانه و منطقی اگر به بحث نگاه کنیم، این است که چون این پدیده و برنامه‌هایی که در رسانه تولید می‌شود، در غرب به وجود آمده و جریان غالب در رسانه‌های غربی، جریان سکولار است، ما هم وقتی می‌خواهیم در رسانه‌های خودمان بازتولید کنیم، باید واقعاً بازخوانی کنیم در شیوه‌ها و نظریه‌ها، و تمرکزمان را از روی محتوا به قالب‌ها هم منعطف کنیم؛ عقل به ما حکم می‌کند بیایم بررسی و نسبت‌سنجی کنیم. من عرضم این نیست که اگر نسبت‌سنجی کنیم، همه اینها را دور می‌ریزیم، این نیست که اینها با تمامی دین در تعارض و تناقض‌اند، غیردینی هستند، نه این نیست؛ ولی باید بررسی شود.

رسانه دینی باید چه ویژگی‌هایی را دارا باشد؟ آیا برنامه‌سازان ما متناسب با وجود ضرورت بومی‌سازی رسانه، استعدادها و نوآوری‌های خود را بروز داده‌اند؟

اولین نکته این است که روی این بحث کنیم که ما وقتی می‌خواهیم یک رسانه‌ای را ایجاد کنیم یا اداره کنیم، این رسانه باید چطور باشد که مرضی و مطلوب اسلام باشد؟ مطلوبیتش به این نیست که در همه برنامه‌هایش اذکار و اوراد باشد؛ ما الآن در زندگی عادی‌مان غذا می‌خوریم، ورزش می‌کنیم، تفریح می‌کنیم، با توجه به تعبیر روایات، لذت حلال داریم؛ این در حیات مؤمنانه‌مان جا دارد؛ در رسانه هم همین است، رسانه حالا به تناسب برنامه‌هایی که دارد یا حتی شبکه‌های مختلف.

وقتی می‌گوییم رسانه مرضی اسلام باشد، یعنی این؛ من اگر می‌روم بخوابم یا ورزش کنم، این فعالیت‌های من در بیرون نباید به گونه‌ای باشد که اسلام من را از آن نهی کند، بگوید تو چرا ضرر به بدن خودت زدی؟ این چه ورزشی است که انجام می‌دهی؟ چرا این لباس را پوشیدی؟ چرا آن لباس را پوشیدی؟ این در عالم خارج.

در رسانه هم همین است؛ فرض کنید رسانه‌ای داریم مثل شبکه ورزش؛ این بحث در یک شبکه ورزشی هم قابل طرح است. شبکه فیلم سینمایی داریم، شبکه سریال داریم، شبکه خبر داریم، شبکه عمومی داریم، همه باید به گونه‌ای باشد (حتی المقدور که البته این هم مراتب دارد)؛ مثل ایمان که در رابطه با افراد مختلف سطوح دارد. در رسانه هم همینطور است؛ رسانه مراتب دارد؛ نمی‌توانیم بگوییم این دیگر تمام شد و این برنامه مرضی اسلام است؛ نه! یک‌جایش ممکن است باشد، یک‌جایش ممکن است نباشد؛ اما هرچه بیشتر به گونه‌ای باشد که از نظر اسلام مطلوب و امر نامطلوب نداشته باشد؛ ولو اینکه الآن طنز پخش می‌کند، شما می‌خندید، خبر گوش می‌کنید، برنامه علمی می‌بینید، یا سریال نگاه می‌کنید، مثلاً راجع برزخ نگاه می‌کنید، آموزه‌هایش مورد تأیید اسلام باشد.

مثلاً فرض کنید یک فیلم یا برنامه‌ای راجع با امام زمان (عج) و مهدویت ساخته شده؛ باید جوری باشد که با آموزه‌های اسلام درباره مهدویت تطابق داشته باشد؛ آن وقت می‌شود گفت رسانه از این نظر مرضی اسلام است، و مطلوب است. این البته دارای مراتب مختلفی است، و نقطه پایانی ندارد.

برای اینکه این اتفاق بیفتد، یک‌سری الزاماتی دارد؛ بعضی‌ها این را جزء رسانه می‌آورند. رسانه مطلوب دین اسلام، یعنی اینکه شما به عنوان مخاطب وقتی به برون‌داد رسانه نگاه می‌کنید و تحلیلش می‌کنید، می‌بینید اینها منبع خلاف اسلام ندارد. برای اینکه این اتفاق بیفتد، قاعدتاً باید الزاماتی داشته باشد. آیا می‌شود افرادی که خودشان مقید به اسلام نیستند، اعتقاد و التزام عملی به اسلام ندارند، نه فقط اعتقاد قلبی، بلکه التزام عملی ندارند، می‌توانند یک چنین برنامه‌ای تولید کنند. بسیار بسیار بعید است.

برای اینکه یک رسانه خوب عمل کند، باید مدیریتش خوب باشد؛ این یعنی باید رسانه نیروی انسانی خوب داشته باشد. برای اینکه نیروی انسانی خوب داشته باشی، باید مدیریت هم خوب باشد.

نکته دیگر این است که وقتی می‌گوییم باید مرضی اسلام باشد، فقط این نیست که شما برنامه را صرفاً نگاه کنید بگویید اینجایش با دین، آنجایش با دین تطبیق ندارد و نهایتاً می‌بینید در مخاطب تأثیر بدی می‌گذارد؛ بالاخره مطلوب در امور دینی این است که همان‌طور که دوست انسان باید انسان را یاد خدا بیندازد، رسانه هم همین‌گونه است؛ نه یاد شیطان. اگر رفیق است، رفیق شفیق باشد؛ نه رفیق خائن. اگر قرار است ما با تلویزیون زندگی کنیم، روزی چند ساعت با آن دم‌خور باشیم، این باید برای من که هم‌دم و قرین آن هستم، آن تأثیر را داشته باشد.

پاسخ بخش دوم سؤال بنده را ندادید که آیا ما توانسته‌ایم رسانه تلویزیون را بومی‌سازی کنیم؟

دو تا بحث است؛ یکی اینکه کجا ایستادیم؟ یکی اینکه کجا باید باشیم؟ اینکه کجا ایستادیم، یک بخشش به این برمی‌گردد که قبلاً کجا بودیم که حالا اینجا ایستادیم؟ به تعبیر دیگر ما باید واقعیت‌های رسانه‌ای خودمان را بشناسیم؛ نه فقط رسانه خودمان، بلکه واقعیت‌های رسانه در جهان را. اصلاً واقعیت رسانه را به مثابه یک رسانه جمعی که سازمان دارد، بشناسیم؛ بعد ببینیم حالا ما کجا ایستاده‌ایم.

مثالی عرض می‌کنم: وقتی انقلاب شد و رسانه را تحویل گرفتیم، وضعیت رسانه ما چه بود؟ ما به لحاظ نیروی انسانی در چه وضعیتی بودیم؟ به لحاظ تعداد شبکه‌ها چطور؟ برویم بیرون از ایران سراغ رسانه‌هایی که در کشورهای اطراف هستند و در کشورهای اسلامی فعالیت می‌کنند. خارج از این حوزه را ببینیم چه خبر است؟ چون رسانه ما قبل از انقلاب چیزی مثل آنها بود. وقتی ما مقایسه می‌کنیم، آن وقت می‌بینیم که ما چقدر حرکت روبه جلو داشته‌ایم. به نظر من بی‌انصافی است اگر ما این حرکت را نبینیم؛ یعنی کفران نعمت است. شما کافی است دسترسی به شبکه‌های ماهواره‌ای داشته باشید؛ یک گردش در این شبکه‌ها داشته باشید؛ بعد بنشینید پای تلویزیون خودمان. البته ما می‌دانیم برای این تفاوت‌ها، زحماتی کشیده شده و کار شده، همینطور به دست نیامده، و فراموش نکنیم تلویزیون ما قبل از انقلاب آن وضعیت را داشت که داشت.

اینکه گفتیم ذات رسانه، اما تلویزیون یک امر سازمانی است. رسانه‌های مدرن اساساً این گونه‌اند؛ سازمان دارند. در سازمان تولید پیام، مدیریت پیام ساده نیست؛ پیچیده است؛ عوامل متعددی در آن دخالت می‌کنند. این نیست که شما به عنوان مدیر بنشینید و فکر کنید؛ مثلاً برای چاپ یک کتاب، شما می‌نویسید و می‌برید انتشارات؛ اگر ارشاد خیلی سخت‌گیری نکند و مدیر انتشارات بپسندد، کتاب شما را چاپ می‌کند؛ تمام، ولی در تلویزیون این گونه نیست؛ تا یک برنامه بیاید پخش بشود، عوامل متعددی با آن سرو کار دارند.

رسانه یک سازمان فرهنگی است، و فرهنگ یک امر ذهنی است، مادی نیست، مدیریت کردن در آن سخت است. پس این درباره ذات رسانه. اینها واقعیت‌هایی است که کار را در رسانه تلویزیون سخت کرده است.

اما اینکه رسانه ما باید چگونه باشد؛ بله، خیلی عقب هستیم. از این جهت به ما انتقادات بسیاری وارد است و این چیزی است که نمی‌توانیم نادیده بگیریم. ما در عرصه‌های مختلف دچار کاستی هستیم؛ از آن چیزی که باید باشیم فاصله داریم. البته عرض کردم این یک امر دارای مراتب مختلف است. در یک عرصه‌هایی ما کار کرده‌ایم، پیشرفت‌هایی داشتیم؛ ولی اینکه بگوییم ما به وضعیت مطلوب رسیدیم؟ نه. بنابراین ما به واقعیت موجودمان نگاه کنیم؛ آن چیزی که قبلاً بودیم و الآن شدیم، می‌شود گفت که موفقیت‌های بزرگی نصیبمان شده؛ و به آن چیزی که باید باشیم، باید‌هایی که مطلوب هستند، بله، فاصله داریم و باید سعی کنیم که این فاصله‌ها را طی کنیم.

در هر صورت شما قائل به این هستید که می‌شود این رسانه‌ای که خاستگاه آن در غرب و با مضامین سکولار به وجود آمده، حالا بیاییم و در تقابل این راهکارهایی را بیندیشیم که نهایت منجر به این شود که در ساختار دینی خودمان از آن استفاده کنیم؟

این تعبیر بومی، تعبیر خاص ما نیست و در خیلی از فرهنگ‌ها می‌تواند این بحث باشد. لزومی ندارد آن گونه‌ای که در غرب، آمریکا و اروپا از آن استفاده می‌شود ما هم همان‌طور استفاده کنیم؛ کارکردهایش، قالب‌هایش، محتواهایش.

آن چیزی که من عرض می‌کنم، فراتر از بومی کردن است. شما رسانه را کاملاً با فرهنگ دینی یا به تعبیر دیگر، فرهنگ اسلامی ایرانی خودتان منطبق کنید؛ هر چقدر بیشتر بهتر. بالاخره ما در جامعه‌ای زندگی می‌کنیم که یک‌سری مختصات فرهنگی دارد؛ اما این مختصات فرهنگی ما طبیعتاً نباید با فرهنگ ایرانی ما تنافی داشته باشد. جمع بین این دو تاست، و رسانه ما باید سعی کند که هرچه بیشتر به این فرهنگ اسلامی نزدیک شود. به این مفهوم باید خودی شود و مال خودمان شود.

به نظر شما چه کسی غیر از کارشناسان دینی می‌توانند این کار را انجام دهند؟

این عرصه با آن چیزی که قبلاً عرض کردم، عرصه، عرصه گسترده و پیچیده‌ای است؛ باید در حوزه‌های مختلف کار کرد. منتها به نظر من در سه حوزه باید کار کرد:

یک حوزه، حوزه نظریه و نظر است، که بدون دانش نظری ما در این عرصه داریم آب در هاون می‌کوبیم، فایده

ندارد؛

یک حوزه حوزه‌ای است که باید دانش‌های نظری را به حوزه دانش‌های کاربردی نزدیک کنیم. ما از این نظر خیلی خلأ داریم و در حوزه نظر کار نکردیم (آنهايي را هم که کار کردیم) به گونه‌ای نشده که بیايم به حوزه کاربرد نزدیکش کنیم؛

یک حوزه هم در حوزه رسانه تولید و خلق است، که یک بخشی از ماجرای اینکه رسانه ما هرچه با فرهنگ دینی مؤانست و هماهنگی پیدا کند، خیلی از این بحث‌های شکلی و قالبی عرصه تولید، باید تست و آزمایش شود.

البته رفت و برگشت بین عمل، یعنی خلق برنامه، ساختن و نظر (نظریه‌پردازی) باید رفت و آمد بشود؛ ولی بالاخره این عرصه عمل باید باشد والا شما در اتاق در بسته هرچقدر بنشینید طراحی کنید، فایده‌ای ندارد.

پس یک حوزه هم این است که ما اول جرأت کنیم و بعد هم این دیدگاه در ما باشد که شکل‌های جدید را متناسب با فرهنگ خودمان، باید خودمان تست کنیم، آزمایش کنیم؛ بعد برنامه‌سازهای ما تولید کنند، و البته بعداً نگاه دانشی و نظری هم به اینها داشته باشند؛ در واقع رفت و برگشت بین دانش و تولید.

تلویزیون به دلیل ماهیت تکنولوژی‌اش، حامل نوعی حس مادی‌گرایانه است؛ و در واقع تصویری کردن آن بخش از امور دینی که بیشتر امور عرشی و آسمانی هستند، نوعی فرشی‌سازی آنها شمرده می‌شود، و این قضیه منجر به تقدس‌زدایی از سوی رسانه می‌گردد.
نظر شما چیست؟

البته این قابل بحث است که چقدر درست است این حرف و نگاه؛ من خیلی با این موافق نیستم. من فکر می‌کنم پیامبر(ص) هم بلاخره وقتی دین را تبلیغ می‌کرد، روی همین زمین و با همین آدم‌ها و با شیوه همین آدم‌ها تعامل می‌کرد و آموزه‌های دینی را تبلیغ می‌کرد. البته حقیقت دین وقتی می‌خواهد به یک رسانه‌ای تبدیل شود، به تعبیر قرآن، نزول در آن رخ می‌دهد. مفهوم نزول یعنی اینکه سطحش پایین می‌آید. قرآن می‌فرماید: «وَنَزَّلُ مِنَ الْقُرْآنِ مَا هُوَ شِفَاءٌ وَرَحْمَةٌ لِّلْمُؤْمِنِينَ»^۱.

۱. سوره الاسراء، آیه ۸۲

خلاصه تا قرآن بیاید به دست انسان برسد، باید تنزل و نزول کند؛ والا ما ادراکش نمی‌کنیم. ما می‌دانیم (کلام) یک رسانه است؛ بنابراین نفس اینکه حقایق، سطحش پایین بیاید، این اتفاق می‌افتد. اختصاص به تلویزیون هم ندارد؛ پیامبر(ص) هم با همین مسئله مواجه بوده، ما در رسانه تلویزیون هم همین کار را می‌کنیم. مگر در همین رسانه تلویزیون کلام نداریم؟ تصویر نشان می‌دهیم. پیامبر(ص) آن موقع مگر عینیت نداشت؛ تصویر عینیت دارد، پیامبر(ص) هم عینیت دارد. بله، برخی مقولات دینی را نمی‌شود تصویری کرد؛ این درست است، که این به نحو سالبه جزئی است؛ مثلاً همین بحثی که درباره نشان دادن چهره معصوم هست، یا قرآن که یک رسانه مکتوب است، ماجرای که زلیخا یوسف(ع) را می‌خواهد و بعد درها را از پشت به روی او می‌بندد، که این ماجرا در قرآن آمده؛ شما بخواهید این را به یک واقعه در تلویزیون تصویر کنید، می‌توانید؟ اجازه دارید؟ مسلماً برخلاف آن چیزی که آقای سلحشور نشان داده، زلیخا آنجا مانتو و مقنعه بلند و لباس گشاد پوشیده بود؛ آن‌طور هم حرف نمی‌زد. قرآن به نحو کنایی می‌گوید.

بالاخره شما محدودیت دارید، نمی‌توانید اینها را به تصویر بکشید؛ اما حالا یک کسی بیاید داستان بنویسد، کما اینکه داستان‌نویسانی این کار را کرده‌اند. در داستان اشکالی ندارد؛ در داستان چه‌بسا بگویند این به لحاظ اخلاقی و فقهی ایرادی ندارد؛ ولی وقتی بخواهد این فیلم بشود، تصویر بشود، عینیت پیدا کند، اشکال دارد. شما برای نشان دادن صحنه‌ای که زنان نشسته‌اند و منتظر حضور یوسف(ع) هستند، اگر بخواهید در فیلم نشان بدهید چطور می‌توانید؟ بالاخره زن‌های مؤمنه و باتقوا که نشسته‌اند آنجا؛ نمی‌توانید؛ محذوریت دارید.

در آخر با توجه به قابلیت‌های رسانه تلویزیون، راهکارهای خود را درباره زمینه‌سازی این رسانه برای جامعه مورد نظر حضرت مهدی موعود(عج)، که بشر امروز تشنه درک آن عصر و آرمان‌هاست، بیان کنید؟

ما اساساً زندگی این دنیا را بدون وحی، به سامان نمی‌بینیم، و زندگی این دنیا را بدون ولایت حق نمی‌بینیم. این ولایت حق امامت، ادامه ولایت حق است؛ ادامه توحید است که «كَلِمَةُ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ حِصْنِي، فَمَنْ دَخَلَ حِصْنِي أَمِنَ مِنْ عَذَابِي بَشْرُطِهَا وَشُرُوطِهَا وَأَنَا مِنْ شُرُوطِهَا».

وقتی ما به بحث ولایت این‌طور نگاه کردیم، طالب معصوم و ولایت آنها می‌شویم، و طالب حکومت آنها هستیم. اگر هم الآن نیست، مشکل از ماست؛ والا مطلوب این است که آن باشد. رسانه ما هم همین است و باید با این دیدگاه پیش برود؛ یعنی رسانه ما باید اضطرار به وحی و اضطرار به ولیّ خدا را در مخاطب خودش زنده کند. رسانه‌ای که این کار را انجام دهد، در واقع در مسیر زمینه‌سازی جامعه مورد نظر مهدوی حرکت می‌کند.

این که عرض کردم، نه‌تنها مختص مخاطب شیعه است؛ این نگاه می‌تواند حتی مخاطب اهل تسنن، بلکه فراتر از اهل سنت، مخاطب ادیان دیگر را و حتی انسان‌ها را مخاطب قرار بدهد، که دین یک ضرورت است و ما اضطرار داریم به وحی و اگر ما وحی را پذیرفتیم، حالا بحث ولایت هم به دنبالش است. اگر ما خدایی را پذیرفتیم، حقی را در این دنیا پذیرفتیم، ولایت حق است و این ولایت حق برای ما ضرورت وحی را پیش می‌آورد که روابط ما را در این عالم تنظیم کرده، نگذاشته رها به حال خودمان؛ و بعد از ضرورت وحی، بحث ضرورت ولیّ خداست که پیامبر(ص) خودش یکی از اولیاءالله است، و ادامه ماجرا با ائمه(ع) است تا حالا به این شکل که در اختیار ماست، ولایت فقیه است تا عصر ظهور حضرت.