

## کارکردهای فرهنگی شعائر و مراسم دینی

سخنران: دکتر حسن بنیانیان

تاریخ برگزاری: ۲۹ تیر ۱۳۸۹



## ظرفیت‌ها و آسیب‌های نظام اصیل تبلیغات دینی

در بررسی نظام اصیل تبلیغات دینی که تاریخچه‌ای ۱۴۰۰ ساله دارد و طی این سال‌ها به تکامل رسیده می‌خواهیم به این مسئله بپردازیم که چگونه می‌توانیم از ظرفیت آن برای مسائل حال و آینده استفاده کنیم و این کار مستلزم کل‌نگری و نگرش سیستمی و اشراف بر مسائلی است که الان با آن روبه‌رو هستیم و یا خواهیم بود. طبیعتاً مخاطب این مباحث، نیروهای متدین انقلاب و اسلام هستند که لازم نیست ضرورت اشاعه تفکر اسلامی و ناب را برایشان اثبات کنیم. بحث بر سر این مسئله که چگونه این اسلام را به نسل‌های جدید منتقل کنیم و چگونه در مقابل تهاجم‌های غربی از اسلام دفاع نماییم؟ چگونه می‌توانیم از ظرفیت‌های نظام تبلیغاتی که از گذشته به ما ارث رسیده و یکی از نظام‌های موفق تبلیغاتی دنیاست، استفاده نماییم؟

دلیل موفقیت این نظام این است که این مکتب فکری از ۱۴۰۰ سال پیش، آمده و از همه آسیب‌های تاریخ عبور کرده، تکامل یافته و توسعه پیدا کرده، به ترتیبی که از درونش انقلاب عظیم اجتماعی به نام انقلاب اسلامی درآمده است. البته ممکن است برخی مدعی شوند که انقلاب، بسیج توده‌هاست؛ برای تخریب برخی بنیادها می‌شود از احساسات دینی‌شان بهره گرفت و نظام کهنی را تخریب کرد.

در جواب می‌گوییم علاوه بر اینکه آن نظام کهن، یکی از ظرفیت‌های اسلامی انتقال یافته در تاریخ است؛ اینکه بتواند یک نظام اجتماعی از درون آن خلق شود، دوام بیاورد و رشد کند، نشان می‌دهد نظامی که این تفکر و اندیشه را منتقل کرده نظام موفق بوده است. اگر این پیش فرض را نپذیریم که نظام تبلیغات اسلامی در درون خودش موفق بوده، این سؤال مطرح می‌شود که آیا ما نباید دلایل و رازهای این موفقیت را با مطالعه‌های علمی - پژوهشی کشف کنیم و در بازسازی نظام‌های تبلیغاتی و به‌روز کردن این نظام از آن بهره بگیریم؟ به نظر پاسخ مثبت است، اما نکته اینجاست که آن قدر از خودبیگانگی در فرهنگ ما ریشه‌دار و عمیق است که حتی خواص نیز در برابر کالاهایی که از غرب می‌آید نوعی برتری می‌بینند، چه رسد به عوام. آنها که دم از بومی‌گرایی



می‌زنند در برابر مقاله‌ای که از غرب آمده و ترجمه شده، فرضیه را بر این می‌گذارند که این مقاله علمی‌تر از مقاله‌ای است که دانشمندی ایرانی به زبان فارسی نوشته است. این قضیه در فرهنگ و در ناخودآگاه ماست. البته چون توسعه علمی داشته‌ایم در برخی موارد به آنچه در گذشته داشته‌ایم روی آورده‌ایم، مثل علم پزشکی؛ در حالی که نزدیک به یک قرن علم پزشکی سنتی مان را کاملاً کنار گذاشتیم و به پزشکی مدرن رو کردیم و حالا چون در پزشکی توسعه علمی پیدا کرده‌ایم، دوباره به آن روی آورده‌ایم و می‌خواهیم هر دو، یعنی پزشکی سنتی و مدرن را با هم تلفیق کنیم.

به این صورت که ۳۰ پزشک عمومی را انتخاب می‌کنند و حکیم‌های قدیم را که علم پزشکی مدرن نخوانده‌اند به عنوان استاد برمی‌گزینند تا تجربه‌هایشان را به پزشک‌های درس‌خوانده امروزی منتقل کنند و آنها با روش‌های علمی، اطلاعات گذشتگان را نظم داده، از آن بهره‌گیرند. به این ترتیب حکیمی که به آن استاد می‌گویند - نه آقای دکتر - می‌نشیند و یک مریض می‌آید. از آن طرف ۱۰ خانم دکتر و آقای دکتر هم نشسته‌اند، این حکیم و مریض صحبت می‌کنند و آنها یادداشت برمی‌دارند. نحوه معاینه، سؤال، پاسخ و دارویی را که استاد می‌نویسد، آنها ثبت و ضبط می‌کنند و... خوشبختانه این پزشک‌های عمومی که مطب هم دارند، در گیاه‌درمانی نیز دستی برآتش دارند و سرشان شلوغ است.

به نظر می‌رسد که این اتفاق میمون باید درباره نظام اصیل تبلیغات دینمان نیز بیفتد، یعنی با رویکردی علمی، ظرفیت نظام کهن تبلیغاتمان را شناسایی کنیم، نه با تعصب و اینکه از کودکی معتقد بوده‌ایم که لباس روحانیت از پیغمبر بوده، البته ما برای این مسائل احترام قائلیم و آنها در جای خود ارزشمند است. اما باید همچون محقق بی‌طرف، نظام تبلیغات گذشته‌مان را بررسی کنیم و ظرفیت‌های مثبت آن را بشناسیم تا بتوانیم آن را ارتقا دهیم.



در شرایط موجود کشور درباره نگرش سیستمی، حرف‌های بسیاری گفته شده، می‌دانید که نگرش سیستمی که برخی از آنها علم جدید و بسیار گسترده‌ای است که با ورود به آن متوجه نکته‌های بسیاری می‌شوید، اشاره خواهیم کرد.

یک پدر و مادر با سه فرزند، ۱۰ تا رابطه دارند؛ اگر متغیری، برای مثال اعتیاد، یکی از فرزندان را تحت تأثیر قرار دهد، در مرحله اول پدر و مادر ناراحت می‌شوند، فرزند دوم و سوم نیز متأثر می‌شوند. در مرحله دوم وقتی این رابطه‌ها بهم بخورد، دور باطلی پیش می‌آید و کل رابطه‌ها درگیر می‌شوند. یعنی وقتی پدر متأثر از فرزند اول، اعصابش خرد باشد سر فرزند دوم و سوم هم داد می‌کشد. مادر به پدر محل نمی‌گذارد در نتیجه پدر عصبی می‌شود و عقده‌اش را بر سر فرزند سوم خالی می‌کند و این دور باطل ادامه می‌یابد، اما کم‌کم مستهلک می‌شود.

با توجه به مثال فرضی، اگر این یک سیستم باشد و چهار عنصر داشته باشد که اینها با هم دادوستد داشته باشند، اگر پدیده مثبتی در یکی از این عناصر ظاهر شود طبیعی است که در لایه‌های بعدی نیز منتقل شود. از این روست که می‌گویند اگر یک نفر را احیا کنید عالمی را احیا کرده‌اید.

برای انتقال فرهنگ دینی باید این پیش‌فرض را داشته باشیم که فرهنگ لایه‌بندی است و این لایه‌ها با هم تعامل دارند.

وقتی از درون این عقاید بنیادی، بایدها و نبایدها درمی‌آید و بعد تبدیل به رفتار می‌شود و رفتار هم وقتی پذیرفته شد، به هنجار تبدیل می‌شود و نمادهای جامعه از داخل آن استخراج می‌شود؛ حال مردمی که فرهنگی را دارند، وقتی سراغ استفاده از اشیاء مختلف می‌روند و وسایل یا اشیائی را می‌سازند، فرهنگشان در آن مستتر است.



اگر بتوانیم رابطه اعتقاد و ارزش و این فناوری‌ها را پیدا کنیم کم‌کم به هر جا نگاه کنیم می‌توانیم ردپای فرهنگ را پیدا کنیم. مثلاً در ژاپن صندلی به این بلندی نیست یا درها به طرز خاصی باز و بسته می‌شود که متأثر از کوچک بودن خانه‌هایشان است. البته باید ذهن حساسی داشته باشید تا ردپای فرهنگ را دریابید.

بحث ما این است که از درون عقاید، سازمان‌دهی اجتماعی درمی‌آید و ما از درون اعتقاداتمان یک سازمان‌دهی اجتماعی برای تبلیغاتمان داشته‌ایم. نکته دیگر اینکه از اعتقاد، به سازمان‌دهی اجتماعی یا از اعتقاد و ارزش، به بهره‌گیری از کالا می‌رسیم؛ البته عکس این قضیه هم صحت دارد. اگر شما از سازمان‌دهی غربی استفاده کنید باید منتظر باشید که روی عقایدتان اثر مثبت یا منفی بگذارد. به این ترتیب اگر هر سازمان‌دهی یا کالایی را از غرب می‌گیرید و استفاده می‌کنید، باید منتظر پیامدهایش هم باشید. با این تفاوت که این آثار آرام‌آرام اتفاق می‌افتد و شاید افراد معمولی متوجه آن نشوند یا بعد از اینکه تأثیر گذاشت و تمام شد آثار منفی‌اش را دریابند. برای مثال گاهی مسجد تبدیل به مرکزی فرهنگی می‌شود و جایگاهی را برای روحانیت در نظر می‌گیرد و چون این روحانی به معنای واقعی کار فرهنگی می‌کند در نظر مردم محل، انسان دوست‌داشتنی‌ای می‌شود و این دوست داشتن روی کلیت دین هم سایه می‌اندازد، در نتیجه دین هم دوست‌داشتنی می‌شود. گاهی جوان‌ها با روحانیت ارتباط برقرار نمی‌کنند و شما با توجه به نوعی سازمان‌دهی در فرانسه فرهنگ‌سرا تأسیس می‌کنید و یک هنرمند را مسئول آنجا می‌کنید و محبوبیت را به او منتقل می‌کنید. در عوض روحانی را به دادگاه می‌برید و به عنوان قاضی معرفی می‌کنید. به راستی چه اتفاقی افتاده است. در جامعه‌ای که رأس هرم ولی‌فقیه است با لباس روحانیت و مردم باید ایشان را در مقام رهبر دوست داشته باشند نه حاکم. آن وقت شما آن شاخه زیرمجموعه رهبری را که سبب دوست داشتن مردم می‌شود آرام‌آرام با سازمان‌دهی خودتان می‌چینید و حواستان هم نیست، زیرا یک سازمان‌دهی را از بیرون جامعه آورده و مستقر کرده‌اید. در حالی که شما باید از فرهنگ خود نظریه‌های فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و مدیریتی را استخراج



کنید و بر اساس آن سازمان درست کنید تا این سازمان‌ها بومی باشد. جالب اینکه ما سازمان‌های بومی کارآمد گذشته خودمان را نیز نابود می‌کنیم.

حال به معرفی نظام فرهنگ‌سازی و عناصر آن می‌پردازیم که عبارت‌اند از: حوزه‌های علمیه، روحانیت، مساجد، ایام مذهبی، ظرفیت‌های درونی، عبادات و احکام شرعی، قبور ائمه و امامزاده‌ها و وجوه شرعی. بحثی که ظاهراً باید تازگی داشته باشد نگرش سیستمی به نظام فرهنگ‌سازی و عوامل آن است.

ما قبلاً دربارهٔ مسجد، روحانیت و وقف صحبت‌هایی کرده‌ایم، اما دربارهٔ آثار متقابل و دوره‌های تشدیدکنندهٔ آن و اینکه این نظام طی ۱۴۰۰ سال موفق بوده بحثی نکرده‌ایم. می‌دانیم این نظام موفق بوده، ولی دلیلش را نمی‌دانیم. البته با تحلیل هر کدام از این موارد نمی‌توانید به چرایی کاملش برسید. اما با نگرش سیستمی می‌شود به دلیل موفقیت این نظام دست پیدا کرد. ابتدا سرفصل‌هایی را که می‌توانیم در پروژه کلان تعریف کنیم مطرح می‌کنیم و سپس به جزئیات آن می‌پردازیم.

هر کدام از این عوامل فرهنگ‌ساز، در درون خود نوعی تقویت دینی برای مخاطبان دارند. مثلاً تصور کنید که این امامزاده در روستا در ایجاد گرایش دینی در بین روستاییان چقدر تأثیر دارد؟ این‌گونه نیست که مردم روستا تا دلشان درد بگیرد یا بخواهند ازدواج کنند یا دختر روستایی عاشق شود، برود امامزاده تا به این واسطه به خواسته‌اش برسد؛ وقتی فردی می‌خواهد به امامزادهٔ روستا متوسل شود باید اتفاق‌های زیادی در ذهنش بیفتد تا قدم بردارد.

مثلاً آن پسر روستایی که خواستگار دختر فلان کدخداست باید اتفاق‌هایی در ذهنش بیفتد تا برای خواسته‌اش گام بردارد. این پسر روستایی باید کلاس‌های عقیدتی خیلی پیچیده‌ای را گذرانده باشد، در فطرتش خدا و پیغمبر(ص) و امام‌ها را قبول کرده تا به این امامزاده رسیده باشد. به این دلیل برای این امامزاده شأنی قابل است که او را پسر امام می‌داند، یعنی همهٔ اصول دین را با کمک فطرت و آموزه‌های پراکنده‌ای که از معمم



روستا و از منابع دیگر شنیده در ذهنش سبک و سنگین کرده و همه اینها تبدیل به اعتقاد به آن امامزاده شده است. برای همین با این امامزاده درددل می‌کند.

اما ما در شناسایی همین رابطه نیز خیلی عقب هستیم. هنوز وقتی از کنار این امامزاده‌ها می‌گذریم نمی‌دانیم فلسفه اینکه فرزندان ائمه به ایران آمده‌اند و در سرزمین شیعه پخش شده‌اند و یا اینکه شما در هر روستایی امامزاده می‌بینید، چیست؟ در حالی که با تحقیق و مطالعه به این نتیجه می‌رسیم که حضور این امامزاده‌ها در کشور ما در نظام خلقت بی‌دلیل نبوده است.

نکته دیگر دادوستدهایی است که وجود دارد و اینکه این سیستم چطور یک حُسن را منتقل می‌کند. برای مثال رابطه روحانی و مسجد را در نظر بگیرید که رابطه‌ای خطی است ولی وقتی می‌خواهید درباره این رابطه مطالعه و تحقیق کنید و پاسخ این سؤال را بدهید ممکن است روحانی داشته باشیم مسجد نداشته باشیم؛ حالا این روحانی در کجا خودش را به مردم برساند؟ و یا تفاوت اینکه مسجد باشد و روحانی در مسجد تبلیغ کند با اینکه مسجد نباشد و روحانی در خانه‌های مردم تبلیغ کند، چیست؟

وقتی روحانی به مسجد می‌رود طرفش خداست، منابع این روحانی را توده مردم تأمین می‌کنند؛ بنابراین روحانی می‌شود، روحانی آزاده. دیگر تذکر خدا را به همه می‌دهد، چون در مسجد خداست. اگر لازم است به حاکمیت تذکر بدهد می‌دهد، چون از حاکمیت پول نمی‌گیرد.

مسجد با نذر، وقف و وجوه شرعی که مردم می‌پردازند نیز رابطه دارد، رابطه مسجد، روحانیت، نذر و وقف سیستمی سازمان‌دهی شده است.

حال اگر حلقه‌ای از این سیستم را حذف کنیم؛ مثلاً مسجد را حذف کنیم روحانی می‌رود به خانه مردم؛ بنابراین از اول تا آخر ناچار است از صاحب‌خانه تعریف کند. اگر صاحب‌خانه آدم پول‌پرست و نزول‌خوری است مجبور است کاری به نزول نداشته باشد، چون او بدش می‌آید و دعوتش نمی‌کند و به او پول نمی‌دهد. کاملاً ناچار است اسلام را به شکل دیگری عرضه کند؛ چون خودش را برای این صاحب‌خانه و افرادی که به



این خانه می‌آیند تنظیم می‌کند. فقط کافی است شما حلقه مسجد را بیرون بکشید، می‌بینید که چه اتفاق‌هایی رخ می‌دهد.

حال رابطه مثلث روحانیت، ظرفیت درونی عبادات و مسجد را بررسی می‌کنیم. با این بررسی شما تازه متوجه می‌شوید که چرا نماز در مسجد و به جماعت این قدر ثواب دارد. شاید الان تعبدی اینها را بپذیرید، ولی در نگرش سیستمی متوجه می‌شوید که وقتی به مسجد می‌روی، امام جماعت می‌آید و نماز جماعت برقرار می‌شود، روحانی که به منبر می‌رود اسلام دیگری عرضه می‌شود که نجات‌بخش است. از این روست که می‌گویند: «اگر همسایه مسجد باشی ولی مسجد نروی، روز قیامت مسجد شکایت می‌کند.»

حال اگر مثلث روحانیت، ایام مذهبی و مسجد را بررسی کنیم متوجه می‌شویم که خدا خودش تعادلی ایجاد کرده که برخی ایام خاص، بهار مسجد است و به این ترتیب نمی‌گذارد مسجد عادل شود، زیرا اگر نگاه به مسجد همیشه عادی باشد آرام‌آرام مسجد خسته‌کننده می‌شود. در ماه مبارک رمضان، حس درونی شما می‌گوید که در مسجد نماز بخوانید، یعنی خدا برای دین خودش بهار درست کرده است یا در ایام تاسوعا و عاشورا بهار دین به پا می‌شود که بخش حماسی دین و مبارزه با ظلم است. همه این موارد نشان‌دهنده این است که چه ظرفیت‌هایی در درون دین نهفته است.

اولین پایه‌گذار مسجد، پیغمبر (ص) است. شما می‌توانید داخل خانه تان نماز بخوانید، اما خدا به پیامبرش می‌گوید برو و مکانی را بسازد. اولین پایه‌گذار گریه و روضه، حضرت زینب (س) و امام سجاده (ع) هستند، بعد امام جعفر صادق (ع) این امر را توسعه می‌دهند و حدیث‌هایی که می‌گویند «گریه کردن نمایشی هم ثواب دارد» که به راحتی نمی‌توان آن را توجیه کرد. همه اینها سیستمی است که خدا برای حفظ دینش پایه‌گذاری کرده و بعد در طول تاریخ چون نگاه علمی وجود نداشته آسیب‌دیده، اما به دلیل قدرتمندی‌اش نابود نشده تا اینکه الان به دست ما رسیده و ما باید امروز دریابیم که چطور می‌توانیم آن را بازسازی و متناسب با شرایط زمانه کاربردی‌اش کنیم.





دین، مسجد و روحانی که در بازار تعامل دارد آن فضا را به طور طبیعی ایجاد می‌کند. اثر محیطی این سیستم تبلیغات دینی، این است که هر جا حضور پیدا می‌کند آن محیط مکانی برای تبلیغ غیرمستقیم دین می‌شود. مثلاً تصور کنید مدیر مدرسه‌ای روحانی دوست‌داشتنی باشد که کار آموزشی می‌کند، ولی چون این لباس را پوشیده و دوست‌داشتنی هم هست، بچه‌ها مذهبی بار می‌آیند. لازم نیست مدام سر صف صحبت کند، همین که این لباس را پوشیده و دوست‌داشتنی هم هست گرایش دینی بچه‌ها ارتقا پیدا می‌کند و خودشان می‌روند کتاب دینی می‌خوانند، برخی می‌خواهند طلبه شوند، یعنی می‌خواهند همانندسازی کنند مثل مدیرشان در زندگی دوست‌داشتنی شوند، حس می‌کنند چه نفوذ کلامی دارد، خوب است ما هم برویم طلبه شویم.

وقتی از بسیاری از بچه‌های حوزه می‌پرسیم چه انگیزه‌ای برای آمدن به اینجا دارید؟ می‌گویند آخوندی در روستایمان بود که خیلی دوستش داشتیم. هر روز دلمان می‌خواست به او سلام کنیم. ما هم فکر کردیم بیایم طلبه شویم، یعنی او از اول با نگاه پیچیده عرفانی - فلسفی نیامده طلبه شود، بلکه از نظر احساسی این تصمیم را گرفته و بعد که آمده معارف الهی او را ساخته است.

مزیت نظام تبلیغ دین این است که تبلیغ مستقیم و غیرمستقیم کاملاً درهم عجین شده است، یعنی اگر روحانی وارسته‌ای به شما بگوید با خدا باش، این با خدا بودن در همه رفتار و کردار و زندگی شما تجلی می‌یابد. حس می‌کنید با صحبت‌هایش شما را تحقیر نمی‌کند. چون مدام می‌گوید: «متأسفانه من نتوانستم آن‌طور که شایسته است باشم، ولی شما جوان‌ها می‌توانید.» این روحانی شما را نصیحت می‌کند، ولی ادبیاتش به گونه‌ای است که خودش را تحقیر و شما را بزرگ می‌کند. در حالی که متأسفانه بعضی از استادان امروزی می‌گویند: «من که بی‌خودی استاد نشده‌ام. کلی تلاش کرده‌ام، یک چیزی یاد بگیریدا!» تفاوت این دو را ببینید، یعنی نوع صحبت کردن استاد دانشگاه غربی با یک دانشجو و صحبت کردن استاد روحانی وارسته که: «من درست نتوانسته‌ام درس بخوانم، اما شما بیشتر می‌توانید.» این دو را کنار همدیگر بگذارید و ببینید تفاوت‌هایش چیست، چرا آن ماندگار شده؟ چرا امروز یک طلبه می‌گوید من در محضر فلان استاد درس خوانده‌ام. وقتی در



نظام طلبگی جست‌وجو می‌کنیم متوجه می‌شویم که مسجدی بوده و این شخص گوشه‌ای می‌نشسته و آن استاد هم می‌آمده درسی می‌داده و می‌رفته. اما چرا این طلبه اصرار دارد به عنوان یک ارزش در زندگی‌اش از آن یاد کند؟ می‌گوید: «من رفته‌ام با استاد ملاقات کرده‌ام؛ نشسته‌ام پای درسش؛ خودم مستقیم حرفش را گوش داده‌ام.» اما چند استاد در دانشگاه می‌شناسید که کسی بگوید من پای درس استاد فلانی بوده‌ام. شما برای اینکه لیسانس بگیرید چند استاد داشته‌اید؟ شاید نزدیک ۴۰ نفر بوده‌اند اما به کدام یک از آنها افتخار می‌کنی؟ ممکن است یکی دو نفر. وقتی دقیق می‌شوید متوجه می‌شوید که آنها هم دانش داشته‌اند و هم سجایای اخلاقی و انسانی. بقیه هر چقدر هم که باسواد بوده‌اند، چون سجایای اخلاقی در او ندیده‌اید یادتان رفته یا اگر هم یادتان باشد حس خوبی ندارید.

اگر می‌خواهید اعتقادی را در کسی تغییر دهید آگاهی‌هایی را که انتخاب می‌کنید باید متناسب با شخصیت مخاطب باشد تا شخص بتواند تمایل و احساس درونی‌اش را پشتوانه رفتاری قرار دهد که از او انتظار دارید. مثلاً اگر می‌خواهید کسی را نمازخوان کنید و یا می‌خواهید دختری را با حجاب کنید باید بدانید که با چه ادبیاتی درباره حجاب با این دختر حرف بزنید و چگونه این موضوع را تبیین کنید که به حجاب‌گرایش پیدا کند.

گاهی شما فقط می‌خواهید دانشی را انتقال دهید، در این صورت در قالب جزوه، محاسن حجاب و مضمونیت آن را توضیح می‌دهید و بچه‌ها هم آن را می‌نویسند و بعد بیرون می‌آیند و بی حجاب در خیابان راه می‌روند، یعنی همان کاری که ما الان می‌کنیم. مگر کم در رسانه‌ها از مذمت بدحجابی مطلب بیان کرده‌ایم؟ اما کسی را نداریم که این فرایند را فرهنگ‌سازی کند.

وقتی شما شخص را دعوت به نمازخواندن می‌کنید سؤالی در ذهن او به‌وجود می‌آید و آن اینکه، حالا من

نماز بخوانم محیط چه عکس‌العملی در برابر من دارد؟



گاهی در دبیرستان درباره نمازخواندن صحبت می‌کنید؛ دانش‌آموز هم می‌پذیرد که باید نماز بخواند، ولی می‌داند که اگر به نمازخانه مدرسه برود، تیمی که در قالب رفیق حلقه می‌زند مسخره‌اش می‌کنند که: «حالا می‌خواهی نماز بخوانی توی خانه بخوان، چرا می‌خواهی بروی با اینها نماز بخوانی!» برای همین وقتی معلم و مربی‌اش با او حرف می‌زند می‌گوید: «آقا حالا چرا این قدر شما نماز را بزرگ می‌کنی! نمی‌شود آدم همین‌طور دلش با خدا در تماس باشد؟» و شما پشت سر هم استدلال می‌آورید، در حالی که حواستان نیست این شخص از جای دیگری مشکل دارد؛ اگر بخواهد نماز بخواند رفقاییش مسخره‌اش می‌کنند.

در مرحله بعد، به فرض اینکه این شخص تمایل به نماز خواندن پیدا کند، اگر قبل از این رفتار، تمایلش را به رفقاییش بگوید باز هم مسخره‌اش می‌کنند. بنابراین در کار فرهنگ‌سازی، مربی باید هم شخصیت و هم دانش فرد را در نظر بگیرد و اینکه این فرد در چه خانواده‌ای زندگی می‌کند؛ در چه محله‌ای است؛ اگر خواسته من را قبول کرد و انجام داد در کوچه و بازار با او چه می‌کنند؛ به او احترام می‌گذارند یا او را تحت فشار روانی قرار می‌دهند؟

برای پاسخ به این سؤال‌ها بهتر است به زمان پیامبر(ص) برگردیم. در آن زمان وقتی مسلمان‌ها می‌خواستند صحبت کنند باید به آنها می‌فهماندند که اگر از در بیرون بروند ممکن است کشته یا شهید شوند. ایشان با چه ادبیاتی حرف می‌زدند؟ پیغمبر چگونه از این لایه‌ها عبور کرد و چه تمهیداتی اندیشید؟ علاوه بر این، اگر گوینده‌ای بخواهد فرهنگ‌سازی کند، مخاطب وی باید گوینده را دوست داشته باشد و احساس کند که این گوینده خودش این حرف‌ها را باور دارد. اگر به این رابطه دست پیدا کنیم متوجه خواهیم شد که در نظام روحانیت ما چه ظرفیت‌هایی نهفته است که ناشناخته مانده؛ چون روحانی به صورت تجربی با این مسائل درگیر است و از مزایایش استفاده می‌کند، مطالعه‌ای درباره آن نمی‌کند، مثل اینکه شما می‌دانید اگر گل گاوزبان را بخورید به شما آرامش می‌دهد، به دیگران هم توصیه می‌کنید، اما اگر از شما بپرسند که چرا آرامش می‌دهد دلیل آن را نمی‌دانید و نمی‌توانید بگویید که در بدن چه فرایندی را طی می‌کند که شما به آرامش برسید. الان



روحانیون ما همه را توصیه می‌کنند که زی‌طلبگی داشته باشند تا مقبول واقع شوند، ولی نمی‌توانند توضیح دهند که چطور زی‌طلبگی داشتن مساوی می‌شود با دوست داشتن؛ چون نمی‌تواند توضیح بدهد از زی‌طلبگی خارج می‌شود و نمی‌تواند چیزی را جایگزین کند. این مشکلی است که ما الان با آن روبه‌رو هستیم.

این فرهنگ‌سازی آگاهانه است، اما درصد بسیار ناچیزی از تغییرات فرهنگی با کار مستقیم شکل می‌گیرد. درصد اصلی تحولات فرهنگی جامعه نیز با مدل دوم است، یعنی جامعه (پسر و دختر) شخصیت و رفتاری را که از بیرون مرزها یا از الگوهای بیرونی می‌آید می‌پسندد و دوست دارد به آن عمل کند، چون پاداش می‌گیرد. مثلاً فوتبالبستی که قهرمان تیم ملی است الگوی پسر جوانی می‌شود، بنابراین او هم می‌خواهد موهایش را مثل موهای آن فوتبالبست آرایش کند، اما حس می‌کند پدر و مادرش مخالف‌اند. برای همین یکی دو بار دور از چشم آنها موهایش را مدل او کوتاه می‌کند و با دوستانش بیرون می‌رود و می‌بیند تحویلش می‌گیرند یا دخترهای محله نگاه معنی‌داری به او می‌کنند. این تمایل در او شکل می‌گیرد، ولی می‌داند اگر برود خانه، پدرش به او اعتراض می‌کند، بنابراین شروع به استدلال می‌کند.

خیلی از جوانان برای رفتارهایشان استدلال دارند، اما برای ما مذهبی‌ها نمی‌گویند، چون با خودشان می‌گویند: «اینها زیربنای ما را قبول ندارند، چه برسد که بخواهیم منطقمان را برایشان توضیح بدهیم.» ولی در جمع خودشان که می‌نشینند برای این رفتارشان استدلال‌هایی را جور می‌کنند.

برای مثال اگر شما به معتادی بگویید که بدتان نمی‌آید معتاد شوید و او را متقاعد کنید که هیچ کلکی نمی‌خواهید به او بزنید، حرف‌هایی می‌زند که اگر حواستان نباشد شما هم آرام‌آرام وسوسه می‌شوید که یک دفعه تجربه کنید. این افراد با همین استدلال‌ها رفقایشان را آماده می‌کنند؛ استدلال‌هایی که در دنیای خودشان پذیرفته شده، برای اینکه فرد را بتوانند قانع کنند.

به دلیل توسعه ارتباطات جهانی بسیاری از تغییرات فرهنگی جامعه ما نیز به این شیوه شکل می‌گیرد. دانشمندان با جمع‌بندی همه این اطلاعات می‌گویند که رفتار فرد عمدتاً تحت تأثیر محیط فرهنگی است و البته



برخی که افراط می‌کنند نقش اراده فرد را نادیده می‌گیرند که ما این نظریه را قبول نداریم و دانشمندان غرب نیز حرف‌های افراطی‌شان را پس گرفته‌اند. انسان‌ها به میزانی که تحت تأثیر محیط قرار می‌گیرند نسبی‌اند؛ بعضی‌ها زودتر، بعضی‌ها دیرتر، بعضی‌ها مقاوم‌اند؛ یعنی شما طلبه‌ای را می‌بینید که می‌آید دانشگاه فوق‌لیسانس بگیرد، اما بعد از یکی دو سال لباسش را هم درمی‌آورد. نه اینکه دینش را از دست بدهد، بلکه بهانه‌هایی می‌آورد که بدون لباس، هم بهتر می‌شود کار کرد و هم نفوذ کلام بیشتر می‌شود، ولی در واقع این عکس‌العملی است که از محیط به او دست می‌دهد. کسی هم مثل آقای مطهری می‌آید و به دلیل دانش، قدرت رهبری و استدلالش نه تنها لباسش را در نمی‌آورد، بلکه محیط دانشگاه را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد. به آنجا می‌رسد که می‌گوید: «بروید کمونیست باسواد بیاورد درس بدهد.» مدیر قدرتمند، نقد را می‌پذیرد. می‌گوید چرا دعوا، بیا استدلال کن بینیم حرف حساب می‌زنی یا نه. اما مدیر که ضعیف باشد می‌گوید این را چه کسی راه داده؟ این کیست؟

ما در شرایطی هستیم که تهاجم فرهنگی و تأثیرات فرهنگی غرب در همه‌لایه‌ها، یعنی فرد، خانواده، مدرسه

و... تأثیر دارد، اما نظام روحانیت چه ویژگی‌های مثبتی داخل خود دارد؟

اولین ویژگی مثبت روحانیت این است که ارتباطی مستقیم با مردم و همه‌طیف‌های اجتماعی دارد در نتیجه باید جامعیت دین را تبیین کند، در حالی که یکی از مشکلات امروز ما این است که وقتی شما فقط با مذهبی‌ها تعامل داشته باشید دیگر نیازی نیست خیلی از بخش‌های دین را معرفی کنید، اما وقتی با همه‌مردم سروکار دارید مجبورید از پایه و اساس دین را تشریح کنید، زیرا همه‌مردم یکدست نیستند؛ برخی ممکن است اصلاً با خدا و پیغمبر بیگانه باشند و یا برخی مسائل را قبول نداشته باشند، بنابراین دین را باید کامل و جامع معرفی کرد.

این ویژگی در روحانیت از گذشته دور بوده که انحصاری و متعلق به قشر خاصی نبوده است، اما متأسفانه

امروزه کاستی‌های بسیاری در این زمینه داریم. مثلاً قشری که در فرهنگ‌سراها فعالیت دارند قشر خاصی است

و اگر شما بخواهید دین را آنجا معرفی کنید دین ناقص و بدترکیبی از آب درمی‌آید.



دومین ویژگی مثبت روحانیت اعتمادی است که مردم به آنها دارند. مثلاً کسی مجبور نیست که حتماً به مسجد برود، بلکه شخص با پای خودش به مسجد محل و یا جلسه روضه‌خوانی می‌رود. از طرفی اجباری ندارد که حتماً به مسجد مشخص و پای صحبت‌های روحانی مشخص برود، می‌تواند به مسجدی برود که روحانی آن را قبول دارد. این اعتماد متقابل و انتخابی بودن آن در کار فرهنگ‌سازی بسیار مهم است.

از طرف دیگر، روحانی احساس خوبی به این آدم‌ها دارد. احساس می‌کند آمده‌اند بهره‌ای از دین بگیرند. آنها را کافر قلمداد نمی‌کند، اما امروز در دانشگاه کاملاً برعکس است دانشجوی و استاد انتخابی نیستند.

محدوده جغرافیایی نیز در فرهنگ‌سازی مؤثر است. در محدوده جغرافیایی آشنا، شما می‌دانید که این قشر در چه طیفی از وضعیت مالی و مذهبی قرار دارند؛ گرفتاری ذهنی‌شان را می‌دانید، اما در مسجد شمال شهر در شب بیست‌ویکم رمضان می‌دانید که عده‌ای از آنها که به این مسجد می‌آیند ماهواره می‌بینند و... بنابراین شما متناسب با این اشخاص باید موضوع را انتخاب کنید.

روحانی که در مسجد تجریش به منبر می‌رود با روحانی که در جوادیه است متفاوت است. اگر هر کدام از این روحانی‌ها بخواهند در تلویزیون صحبت کنند مشکل به وجود می‌آید، زیرا بازخورد مردم طبقات مختلف، متفاوت است. برخی برداشت مثبت می‌کنند و برخی منفی. مثلاً این روحانی درباره حضرت امام سجاده (ع) می‌گوید: فلان کنیز گفت ما روز برای ایشان غذا می‌بردیم می‌دیدیم ایشان روزه است و شب برای ایشان غذا می‌بردیم ایشان در حال نماز بودند. اگر این صحبت از رادیو سراسری پخش شود فکر می‌کنید امام سجاده (ع) را بزرگ می‌کنید یا مقامشان را تنزل می‌دهید؟ چه برداشتی از دینداری برای بعضی از مخاطبان ایجاد می‌شود؟ اما اگر همین بحث را در مسجد محل با مقدمه‌چینی خوبی ارائه دهید و بگویید امام سجاده (ع) فرمودند: «من در زمانی زندگی می‌کنم که کمتر از بیست نفر مرا دوست دارند» و تبلیغات دشمن آن‌قدر ایشان را محاصره کرده بود که ایشان جز با خدا نمی‌توانستند حرف بزنند و چاره‌ای جز دعا نداشتند و بعد بخشی از دعا را بخوانید، این فضا فرق می‌کند.



زن‌های امروز، حتی مذهبی‌هایشان، تا اسم کنیز می‌آید آن لحظه کمی حالشان بد می‌شود. آن کنیز در مقطعی از تاریخ در شرایط اجتماعی خاصی بوده و شما اگر فهم و درک فرهنگی داشته باشید یا حتی نداشته باشید، امروز این کلمه را راحت به زبان نمی‌آورید.

در نظام روحانیت سلسله مراتب حفظ می‌شده و اکنون نیز به چشم می‌خورد، یعنی اگر کسی اشکالی به دین می‌گرفت و روحانی پاسخی به او می‌داد این جواب را با استادش در میان می‌گذاشت تا مطمئن شود اشتباهی نکرده است و این کار نوعی جلوگیری از انحراف در دین بوده است.

**عوامل ارتباط:** نماز جماعت، وعظ و خطابه، هم‌فکری. خیلی مهم است که نقطه اتصال شما در کار فرهنگی چه باشد. برای مثال امروزه بسیاری از بچه‌ها به مدرسه می‌روند تا در کنکور قبول شوند، یعنی هدفشان قبولی در کنکور است و برای آن برنامه‌ریزی می‌کنند، اما به ندرت اتفاق می‌افتد که بگویند در مدرسه‌ای یک مربی تربیتی خوش صحبت و خوب آمده. والدین با بچه‌هایشان صحبت کنند تا با او در ارتباط باشند و از او استفاده کنند و از طرفی از این مربی بخواهند در تابستان بچه‌هایشان را تربیت کند و با آنها ارتباط بگیرد. این نقطه اتصال اولیه، در موفقیت کار فرهنگی این مربی بسیار مهم و تعیین‌کننده است.

بهره‌گیری همزمان از وحی، عقل، فطرت و احساسات مخاطب نکته مهمی است. دین نیز بر همین عوامل تکیه دارد که اگر هر کدام از این موارد را حذف کنیم دیگر آن تأثیرگذاری را نخواهد داشت. مثلاً اگر روحانی فقط عقلی حرف بزند و روضه‌خوانی نکند بازدهی‌اش پایین می‌آید. از طرفی اگر فقط احساساتی حرف بزند و از همان ابتدا با روضه‌خوانی شروع کند باز تأثیر نخواهد داشت. برخی از افراد که از عقل و احساسات استفاده می‌کنند، اما از قرآن و وحی بهره نمی‌گیرند نیز اثربخشی چندانی ندارند.

این خاصیت نظام تبلیغ دین است که عقل، احساس، قرآن و وحی با همدیگر تأثیر می‌گذارند. ما در فطرتمان همه خدا و وحی را قبول داریم. حالا اگر آدمی بتواند از علم، عقل و احساس استفاده کند حتماً موفق خواهد بود. این موضوع آگاهانه یا ناآگاهانه در منبرهای گذشته ما خیلی رعایت می‌شده مثلاً آقای مطهری



موفق‌ترین آدم در منبرهایش بوده که همه مطالب آن تبدیل به کتاب شده و بعد از ۴۰ سال هنوز از آن استفاده و به آن استناد می‌شود.

نکته دیگر شکل‌گیری هویت دینی است. وقتی بیست جوان با روحانی مسجد محلشان درباره مسائل صحبت می‌کنند، آن حرف‌ها ضمانت اجرایی پیدا می‌کند؛ هم برای روحانی و هم برای این جوانان؛ بنابراین اگر فردا در کوچه و بازار همدیگر را ببینید می‌گویید: «یادت است دیشب آقا چی گفت؟» از هم خجالت می‌کشند که خلاف آن عمل کنند؛ چه باور کرده باشند، چه نکرده باشند. آن روحانی هم از جوان‌های محل خجالت می‌کشد که خلاف گفته‌هایش عمل کند. بنابراین مشاهده می‌کنید که این جلسه‌های مذهبی چگونه معنا پیدا می‌کند و هویت دینی می‌سازد. این هویت، زمانی ما در فرهنگمان به شدت تحت تأثیر محیط هستیم و اگر محیط هویت دینی برای ما فراهم شود این هویت ما را از تحت تأثیر محیط قرار گرفتن، محافظت می‌کند. به همین دلیل است که بچه مذهبی ما در شرایط امروز هم مذهبی مانده است. زیرا از خودش خجالت می‌کشد که هر لباسی را بپوشد یا هر جور که دوست دارد حرف بزند. در حالی که اگر مسجد را تعطیل کنید و مطالب دینی را در تلویزیون مطرح کنید، این پیام منتقل می‌شود، ولی استمرار ندارد، در نتیجه می‌بینید دختر جوان نماز می‌خواند اما حجاب ندارد، چون بخش مهمی از حفظ حجاب در آن هویت شکل می‌گیرد، نه در منطق حجاب.

### عینیت پیدا کردن توصیه‌های کلی دین به اصلاح اخلاق و روش تعامل

در تلویزیون و رسانه‌های دیگر می‌توان حرف‌های خوب کلی زد، اما آن حرف کلی را با مثالی که در زندگی مردم است عین می‌کند و از تولید به مصرف می‌سازد. وقتی حرف از تقوا می‌زند کاسب محل در مسجد نشسته؛ بنابراین وقتی می‌خواهد مثالی برای تقوا بزند می‌گوید: «مثلاً همین حاج احمد خودمان! خدا خیرش بدهد؛ بقال مهربانی است. اگر شیر تاریخ گذشته به مردم بدهد تقوا را مراعات نکرده.» وقتی این را می‌گوید مشتری‌ها و کاسب محله هر دو حضور دارند، بنابراین دیگر فردا نمی‌تواند شیر مانده بفروشد. با این روش مردم





لذت دین را می‌چشند و دین دوست‌داشتنی می‌شود، چون آن تقوا برایشان مصداق پیدا می‌کند. از طرفی وقتی مردم می‌بینند که بقال محل مسجدی است، خیالشان راحت می‌شود که دیگر شیر مانده به آنها نمی‌فروشد، به این ترتیب مشتری‌های او هم بیشتر می‌شود و روابط مردم با بستری از اعتقادات دینی تنظیم می‌شود.

یا مثلاً شما می‌خواهید خانه بخرید، با خودتان می‌گویید: «این بنگاهی که هر روز می‌دیدمش مسجدی است!» فردا که می‌خواهید بروید دنبال خانه بگردید یا اجاره کنید سراغ او می‌روید، چون خیالتان راحت است که به شما کلک نمی‌زند. بعد هم که خانه خریدید می‌بینید که واقعاً هم کلک نزنده است. دوباره لذت دین را می‌چشید. در حالی که امروز خیلی از جوان‌هایمان لذت دین را نمی‌چشند. حرف‌های کلی زیبایی در تلویزیون زده می‌شود، اما در رفتار مذهبی‌ها آن را نمی‌بینیم و به ضدخودش تبدیل می‌شود.

### **حفظ روحیه مردم‌داری، ساده‌زیستی، مراعات شئون عالم دینی از نظر ظاهر و در نتیجه ماندگاری و**

#### **نفوذ کلام**

این روحانی احساس می‌کند که اگر بخواهد روحانی بماند، مرید داشته باشد، باید با مردم زندگی کند و چون مشتری او مستضعفین محل‌اند؛ نمی‌تواند خانه‌ای چهارطبقه و لوکس داشته باشد، زیرا مردم محل همه خانه کوچک دارند و هفت هشت نفر در یک اتاق زندگی می‌کنند و ... اگر این روحانی این‌طور زندگی کند درد این مردم را می‌فهمد.

### **حفاظت از آزاداندیشی نخبگان جامعه برای انجام رسالت خویش در مقابل دولت و مردم**

روحانیت نباید دولتی و حکومتی باشد، اما معنی‌اش این نیست که همیشه با حکومت مخالف باشد، بلکه باید حامی حکومت دینی باشد، همچون حمایتی که پدری به فرزندش دارد. گاهی بچه‌اش را گوش‌مالی هم



می دهد، اما او می داند که همه اینها از دلسوزی پدر است، شاید به پدرش اعتراض کند اما به او این حق را می دهد.

نظام روحانیت ما باید منتقد حکومت باشد و از مردم بخواهد که دولت را حمایت و از آن انتقاد کند. به این ترتیب دولت مردمی می ماند.

وقتی شما می پذیرید که بخشی از تغییرات فرهنگی متأثر از رفتار آدم‌هاست، هیچ فردی در تغییرات فرهنگی جامعه بی طرف نیست. یعنی دختر بدحجاب یا پسر بدلباس همین طور که در خیابان راه می رود فرهنگ‌سازی می کند. از طرفی هیچ سازمانی هم بی طرف نیست؛ در نتیجه امر به معروف و نهی از منکر معنا پیدا می کند، یعنی قرار نیست همه کار تبلیغ دین را به روحانیت واگذار کنیم. روحانیت جایگاهی در تبلیغ دین دارد؛ تک تک مردم هم جایگاهی دارند. شما یادتان نمی آید، در گذشته وقتی می رفتیم بقالی چیزی بخریم، موقع کشیدن جنس می پرسید: «فلانی چند ساعت است؟ می گفتم ۱۲ سال. می گفت: نمازت را که بلدی؟ می گفتیم: بله. می گفت: بخوان ببینم! بعد می خواندی. بعد شکلاتی می داد و می گفت: این برای اینکه حمد و سورهات را بلدی!» او از روحانی محل یاد گرفته بود که همه وظیفه امر به معروف و نهی از منکر دارند؛ هر کس در هر موقعیتی هر کاری می تواند باید برای احیای دین بکند.

در همین گفتگوها دین خدا منتقل می شد. اما حالا ما آمده ایم تقسیم کار غربی را پذیرفته ایم، می گوییم: «تو پزشکی کارت را بکن! تو هم مهندسی کارت را بکن! تو هم بقال سر محل هستی دخالت نکن؛ شیر بده مشتری برو!» همه چیز را به روحانی متمرکز کرده ایم. فکر کرده ایم فقط رابطه مستقیم تذکر روحانی قرار است مسئله حجاب را در جامعه حل کند. در حالی که تنها این امر به معروف نیست؛ امر به منکر است.



## شکل‌گیری شبکه اجتماعی حافظ وحدت و انسجام اجتماعی حول محور اصول و مبانی دین ضمن

### حفظ خصوصیات قومی - محلی

اگر قوم ترک، لر، بلوچ و بقیه اقوام ۱۴۰۰ سال است که در ایران حفظ شده‌اند به این دلیل است که روحانیت ضمن اینکه حرف دین را زده با فرهنگ آنها نیز مخالفت نکرده و خودش را با زندگی آنها تطبیق داده است.

### سازمان بسیج‌کننده نیروهای مردمی در هنگام بحران

وقتی انقلاب پیروز و رژیم شاه متلاشی شد، هر کشور دیگری بود شش ماه غارت صورت می‌گرفت، چون قانون و دادگاه و پاسبانی در کار نبود، اما بلافاصله امام به علمای بزرگ پیام داد که کمیته درست کنند؛ نه بخش‌نامه بود و نه دستورالعمل، پیام ساده‌ای بود که امام جماعت هر محل در مسجد کمیته راه بیاندازد. این بازخورد حضور روحانیت در جامعه است.

### جلوگیری از شکل‌گیری نگاهی خاص به دین الهی به واسطه آزادی اجتهاد

هر انسانی غیر از معصومان، شاکله و شخصیتی دارد. به همین دلیل وقتی سراغ دین می‌رود بخشی از آن خیلی به دلش می‌نشیند و بخشی را از کنارش رد می‌شود. مثلاً اگر آدم پرتحرک و جنگی باشد از آیات و احادیث جهاد خوشش می‌آید. اگر اهل عبادت و عرفان باشد، به احادیثی از این دست علاقه‌مند می‌شود، آن را حفظ می‌کند؛ تکرار می‌کند. اگر آدم مردمی باشد، خیلی دوست دارد با مردم بگوید، بخندد؛ بنشیند؛ بلند شود و... از احادیث اجتماعی خوشش می‌آید. اگر کسی درون‌گرا باشد شخصیتی به نام ولی فقیه در او محوریت پیدا می‌کند، ولی این به معنای نفی بقیه نیست. آنها هم برداشت‌های خودشان را از دین دارند و در تعالی طبیعی، دین جامعه شکل می‌گیرد. امروزه بسیاری از مکاتب به این دلیل ادامه پیدا نمی‌کنند که تمرکزی شکل می‌گیرند؛



ساختار خودش را می‌خواهد و از طریق تلویزیون نمی‌توان آن را منتقل کرد. تلویزیون می‌تواند در خدمت تقویت این نظام باشد. در تلویزیون حداکثر دو سه روحانی می‌آید، در نتیجه دینی که مطرح می‌شود دینی است که القا می‌کنند، زیرا آنها هم معصوم نیستند. به علاوه همان معصوم هم در آن مقطع زمانی وجهی از دین را ناچار بوده بزرگ کند که قبلاً کوچک کرده بودند و به همین دلیل شما امروز وقتی می‌خواهید اجتهاد کنید، به احادیث همه‌اثره در طول تاریخ مراجعه می‌کنید، چون بعضی از این احادیث را طبقه‌بندی کرده‌اند و گفته‌اند که این حدیث مربوط به شرایط خاص است و نمی‌شود به زمان‌های دیگر تعمیم داد.

### ایجاد نهادی تعادل‌بخش برای حفظ معنوی ولی فقیه برای انتقال واقعیت‌های جامعه

روحانیت وقتی در بین مردم محبوبیت دارد، ولی فقیه هم براساس آن محبوب می‌شود. بعد از انقلاب کارکرد فرهنگی روحانیت به شدت تضعیف شد و جنبه حقوقی و قضایی آن در روابط جامعه تقویت شد. وقتی می‌خواهید در سازمانی سبک مدیریت را به رهبری منتقل کنید باید تعامل دوطرفه باشد؛ نمی‌توان با دستورالعمل و بخش‌نامه آن را انجام داد. مشکلی که ما بعد از انقلاب پیدا کردیم این است که چون در سازندگی جامعه عجله داریم این تعامل صورت نمی‌گیرد. کنترل غیررسمی جامعه از رهگذر توسعه فرهنگی بخشی در جامعه‌شناسی است که براساس آن رفتارهای مردم را باید با کار فرهنگی کنترل کرد. رویکرد بعضی از جوامع به صورت افراطی به سمت قانون و سازمان‌های غیررسمی است و کاری ندارند که در ذهن مردمشان چه می‌گذرد!

جوامع هرچقدر بیشتر بتوانند از ابزارهای فرهنگی استفاده کنند کمترین تنش بین مردم و حاکمیت ایجاد می‌شود و چون با کنترل درونی آن را انجام نمی‌دهند موفق‌ترند. البته این اتفاق یک‌شبه نمی‌افتد؛ شما باید توسعه فرهنگی را پایه‌گذاری کنید تا موفق باشید. در حال حاضر ۵۰ درصد جامعه می‌خواهند ماهواره داشته باشند، بنابراین شما نمی‌توانید با قانون از پس آن برآید، اگر هم قانون وضع کنید آبروی قانون را می‌برید و



ابهت حاکمیت را می‌شکنید. شما باید فعالیت فرهنگی چند ساله انجام دهید تا این آمار را به زیر پنج درصد برسانید بعد قانون وضع کنید.

اگر ۵۰ درصد دخترها می‌خواهند بدحجاب باشند و شما با قانون بخواهید جلوی آنها را بگیرید از دین متنفر می‌شوند. اما اگر به جای پلیس، قانون و زندان، تشویق‌های مالی و اقتصادی بگذاریم فرهنگ‌سازی کرده‌ایم و قطعاً موفق‌تر خواهیم بود. اگر ما بازگشت منطقی به احیای نذر، وقف و وجوه شرعی داشته باشیم، مصرف آن متناسب با نیاز زمان پیش می‌رود، در حالی که ما سیستم‌های غربی را آورده‌ایم؛ مالیات گذاشته‌ایم و با زور و دعوا مالیات می‌گیریم. بنابراین دزدی و بزهکاری رواج می‌یابد و در جریان این دزدی، به مردم بیشتر فشار می‌آید که مالیات پردازند. در نتیجه رابطه مردم با حاکمیت خراب می‌شود.

در نظام گذشته روحانی در مسجد پول جمع می‌کرده، پل می‌ساخته و فساد هم نبوده؛ آن کسی هم که پول می‌داده وقتی از روی این پل عبور می‌کرده احساس رضایت داشته و می‌گفته: «خدایا قبول کن!» و این حس موجب می‌شده که دوباره پول بدهد برای پل‌سازی، چون هر روز نتیجه کار خیرش را می‌دیده است. اما الان نظام اسلامی کنار رفته و نظام مالیات غربی جایگزین شده است. اقتصاد، سیاست و مسائل اجتماعی ما باید ذیل فرهنگ اسلامی بازسازی شود. برای این امر باید فرهیخته‌ای دینی بر حکومت و سیاست‌مداران منحرف، نظارت داشته باشد و با کمک مردم قبل از اینکه انحراف پیدا کنند آنها را راهنمایی کند. همیشه نباید انحراف اتفاق بیفتد تا اقدام کنیم، بلکه باید سیستمی داشته باشیم که جرأت انحراف وجود نداشته باشد. باید فضایی در جامعه باشد که کسی جرئت دزدی پیدا نکند. روحانیت بیدار مرتبط با مردم می‌تواند همه سلسله مراتب حاکمیت را کنترل کند، یعنی با وجود یک روحانی در روستا، دهدار جرئت نمی‌کند انحراف پیدا کند و به همین ترتیب در نمونه‌های بزرگ‌تر. روحانیت ما فقط کارکرد تبلیغ دین ندارد، بلکه از طریق امر به معروف در بین مردم فضا به گونه‌ای است که فرماندار جز خدمت کاری نمی‌تواند بکند، چون مردمی آگاه و بیدار به آنها نظارت دارند.



## آسیب‌شناسی نظام تبلیغات اسلامی اصیل

۱. عقب‌نشینی و انفعال در مقابل نظام تبلیغاتی وارداتی؛

۲. هماهنگ‌شدن با نیاز زمان؛

۳. پذیرش جدایی علوم انسانی دانشگاه با نظام حوزوی؛

۴. پیدانکردن بینش جامع برای زمانی که حکومت دینی شکل گرفته در بخش مهمی از بدنه روحانیت و

حوزه‌های علمیه؛

۵. اتکای بیش از حد به رسانه‌های جدید برای تبلیغات اسلامی، در نتیجه نشناختن ظرفیت‌های نظام بومی و

بازسازی نکردن آن.

## راه‌حلهایی برای رفع آسیب از نظام تبلیغات اسلامی اصیل

بازسازی نظری نظام تبلیغات اصیل در قالب الگوی پیشرفت اسلامی - ایرانی و انجام اقدامات اصلاحی در

چارچوب طرحی جامع و جلوگیری از اقدامات متفرقه مخرب موجود.

کلیت الگوی توسعه اسلامی این است که همه نظام‌هایمان به واسطه دادوستدهایی که با همدیگر دارند باید

یک نظام تبلیغاتی اسلامی را مجدد سامان‌دهی کنیم و روحانیت و مسجد جدیدی را برای آن تعریف کنیم.

با توجه به این رویکرد مسجدی را طراحی می‌کنیم که به فرض این مسجد جایگاه‌های مختلفی دارد:

عبادتگاه مرکزی دارد که دانش دینی می‌دهد؛ شعائر دینی را زنده نگه می‌دارد؛ نماز جماعت دارد که

وحدت‌بخشی می‌کند. در لایه بعد مشاوره شغلی، تحصیلی، ازدواج و اعتقادی دارد. در لایه سوم مهارت‌آموزی

دارد؛ خدمات انسانی و اجتماعی می‌دهد، یعنی مدرسه وابسته به مسجد محل دارید که همان کارایی مسجد را

دارد، ولی بچه‌ها مدرسه‌شان را دوست دارند و می‌دانند که زیر نظر مسجد محل است. حالا آن مسجد چقدر



باید دوست‌داشتنی و قدرتمند باشد و چقدر آن روحانی با کمک هیئت‌امنای محل توانمند باشد که مثلاً مدرسه وابسته داشته باشد.

باید فعالیت‌های هنری وابسته به مساجد داشته باشیم تا بچه‌ها تلخ و شیرین دین را درک کنند؛ اگر برای فاتحه به مسجد می‌روند، یک روز هم در مسجد تئاتر خوب یا فیلم خنده‌دار ببینند. نه اینکه هر موقع اسم مسجد می‌آید به یاد ختم و روضه‌خوانی و عزاداری بیفتند. به همین دلیل است که امروز بچه‌ها می‌گویند اول بگذارید جوانی‌مان را بکنیم بعد به طرف دین می‌رویم، چون فکر می‌کنند دین برای جوانی نیست و برای دوره پیری است.

برای جوامع ساده‌ای مثل زمان پیامبر(ص) مردم با قرض‌الحسنه کارشان راه می‌افتاده، ولی در جامعه‌ای که ۷۰ میلیون جمعیت دارد و با جامعه جهانی هفت میلیاردی و این مبادله‌های سنگین و پیچیده، این نهادها دیگر جواب نمی‌دهد. باید نهادهای پیچیده‌تر و امروزی‌تری تأسیس شود. ولی درست نیست که نهاد ساده و پیچیده‌شده قرن هفتم اروپا را بگیریم، زیرا متناسب با شرایط خودشان لایه‌لایه پیچیده شده، مثل فرانسه بلکه باید نهاد ساده ۵۰۰ ساله خودمان را بشناسیم و اصول و مبانی آن را با علوم امروزی تلفیق کنیم و از آن بهره بگیریم.

جامعه ما بی‌اعتقاد نیست، بلکه در انتقال و تبدیل آن به ارزش و رفتار نارسایی دارد. یکی از نارسایی‌هایش سبک آن است. مثلاً خیلی از این دخترهای بدحجاب که ما از آنها ایراد می‌گیریم، تصور کنید یکی از آنها مادرش داخل اتاق عمل است و دکترها می‌گویند امیدی نیست، بروید دعا کنید. این دختر دنبال چادر می‌گردد، برود مسجد نماز بخواند که بلد هم نیست، رابطه‌ای با خدا برقرار کند. این نشان می‌دهد که به خدا اعتقاد دارد، از خدا هم کمک می‌خواهد، اما سازوکارهایی که ما برای او ایجاد کرده‌ایم، درست نیست. الان هم مدام او را محکوم و سرزنش می‌کنیم؛ به جای اینکه آسیب‌شناسی سازوکار فرهنگی خودمان را آسیب‌شناسی می‌کنیم.



از جمله مسائلی که با آن روبه‌رو هستیم این است که این سیستم باید اقتصاد منهدم‌شده‌اش را تأمین و اصلاح کند، زیرا بدون سیستم اقتصادی، تبلیغات درست نمی‌شود.

نکته دیگر اینکه نباید در حوزه تبلیغ دینی نتیجه‌گرا باشیم، در این صورت ممکن است به اصل این تبلیغ نیز آسیب بزنیم. مثلاً بعد از ۱۲۴ هزار پیغمبر وضعیت انسان این‌گونه است، یعنی پیامبران همه شکست خورده‌اند یا در اینجا مفهوم پیروزی و شکست متفاوت می‌شود. از این‌رو، نتیجه‌گرا بودن چندان کمکی به پیشرفت تبلیغ دینی نخواهد کرد.

نقطه شروعی که وجود دارد همان حرف زیبایی است که حضرت آقا زدند: «مهندسی فرهنگی، پیوست فرهنگی». مهندسی فرهنگی یعنی الگویی کامل.

در تفکر دینی هر کسی تکلیف دارد در حوزه خودش بهترین‌ها را عمل کند. گاهی نیز با سؤالی مواجه می‌شوید که درباره کلیت است و باید به آن جواب بدهید. متأسفانه ما هنوز از پس سؤال‌هایمان برنیامده‌ایم. چون به مردم القا می‌کنیم که منتظر بمانند تا مهندسی فرهنگی بیاید تکلیف را روشن کند. اگر این حرکت را شروع کنیم خود سیستم، خودش را تعمیر می‌کند. اتفاقی که در جنگ افتاد بسیار زیبا بود. یک بسیجی می‌ماند و جمع‌بندی‌اش، این نبود که باید فرار کند. می‌گفت: «من الان چه کار می‌توانم بکنم؟» تنها بود و اسلحه هم نداشت، اما می‌ماند، چون اراده‌اش بر این بود که تکلیف من این است که آماده‌ام دفاع کنم. در فرهنگ نیز باید این را با همه وجود القا کنیم که اگر همه کافر بودند یک نفر باید وظیفه‌اش را انجام دهد. وظیفه‌گرایی یعنی تو اراده انتقال پیام خدا را داشته باش، خدا کمکت می‌کند. شاید از وظیفه‌گرایی، هدف‌گرایی استخراج شود یا هدف‌گرایی با منطق اسلامی، وسیله‌گرایی را به وجود آورد. مثلاً زیبایی امر به معروف این است که شما واقعاً در دلتان از آن کار نفرت داشته باشید، یعنی حتی اگر نمی‌توانید تذکر دهید و شرایط آن آماده نیست در درونتان از آن فکر تنفر داشته باشید. حداقل خاصیت این نفرت این است که دیگر امکان ندارد شما به آن فکر گرفتار





شوید. پس امر به معروف همیشه این طور نیست که آن بدی را درست کنید؛ وظیفه امر به معروف این است که ابتدا شما را درست می کند.

مدیریت در حوزه فرهنگ مسئولیت پیچیده‌ای است که باید حساب شده فرد را انتخاب کنید و چون کار فرهنگی پیچیده‌تر از مغز یک نفر است باید یک گروه برایش درست کنید و آن مدیر با آن گروه دائم با نظام اطلاعاتی خاصی در حال آموزش باشد.

