

نایب رئیس شورای اسلامی شهر تهران ظهور اولیه جوان گرایی را از سازمان تبلیغات اسلامی می‌داند

سازمان تبلیغات اسلامی نخ تسبیح هم‌افزایی ملی در عرصه فرهنگ باشد

● معصومه ماه‌پیکر | «پرویز سروری» هم سیاست‌مدار است و هم در حوزه رسانه کار کرده، برای همین خیلی خوب می‌تواند این دورا به هم گره زده و از آن نتیجه بگیرد. او که به عنوان نفر دوم به پارلمان شهری پایتخت راه یافت، اکنون عنوان نایب رئیسی شورای شهر را دارد و در کارنامه فعالیت‌های سیاسی‌اش نمایندگی دوره هفتم و هشتم مجلس شورای اسلامی هم دیده می‌شود. او در دوره ای به عنوان مدیر مسئول پایگاه اطلاع‌رسانی جهان نیوز و مسئول کمیته تبلیغات انتشارات و فرهنگی حزب الله لبنان در ایران هم فعالیت داشته است. فعالیت‌هایش در عرصه سیاست و فرهنگ بهانه‌ای شد تا ساعاتی مهمانش شویم تا از نگاهش درباره سازمان تبلیغات اسلامی و پیشنهاد و انتقاداتش بشنویم.

سازمان تبلیغات اسلامی در گام دوم انقلاب، ساختارهای فرهنگی را در بدنه خود بازپیرایی کرده و در مسیر جوان گرایی و رفتن به سمت و سوی تبلیغات به وسیله هنر پیش رفته است، به نظر شما این اتفاق چقدر اهمیت دارد؟

جوان گرایی از نکات مثبت سازمان تبلیغات اسلامی است که می‌توان گفت قبل از بیانیه گام دوم انقلاب وارد این حوزه شده است. حضور حجت الاسلام والمسلمین قمی در رأس این سازمان نشان می‌دهد که مقام معظم رهبری (مدظله العالی) برنامه مدونی را برای این موضوع دارد و به نوعی می‌توان گفت گام به گام این موضوع آماده شد تا در گام دوم به قله خودش رسید. این نشان می‌دهد زایش جوان گرایی با تفسیر جدیدی که امروزه ما با آن مواجه هستیم، ورود و ظهور اولیه‌اش از سازمان تبلیغات اسلامی شروع شد. این نکته مهمی است که فکر می‌کنم سازمان تبلیغات باید در این رابطه از خود حساسیت نشان دهد، چرا که هر موجود مطلوبی که ناقص متولد شود ممکن است نتواند بازخوردها و برون دادهای متناسب با آن هدف را از خود بروز دهد. جوان گرایی هم همین گونه است.

منظور تان از اینکه نباید جوان گرایی ناقص متولد شود، چیست؟

متأسفانه در جامعه شاهد این هستیم که برخی جوان گرایی را با قدرت گرایی اشتباه گرفته‌اند و نتیجه این می‌شود ما به جای اینکه شاهد خلاقیت، ابتکار، شکوفایی، شجاعت و مطالبه‌گری در جامعه باشیم، نوعی قدرت گرایی و قدرت مداری ترجمه جوان گرایی شده است. حتی در بعضی جاها مطالبه‌گری‌ها هم دارد در راستای قدرت گرایی مطرح می‌شود. باید مشخص شود منظور رهبر معظم انقلاب (مدظله العالی) از جوان گرایی، جوان گرایی دهه ۶۰ است که توانست جنگ را اداره کند و با مدیریت خود آن را به نفع جمهوری اسلامی تغییر

دهد. چرا آن زمان این اتفاق افتاد؟ چون جوانان هرگز به دنبال قدرت نبودند، بلکه به دنبال اشاعه فرهنگ انقلاب اسلامی و مقابله با زور گویی‌ها و زیاده خواهی‌ها بودند. آن نوع جوان گرایی به دنبال این بود که دیده نشود و محصول آن جوان گرایی، انقلاب بود. در این دوره هم رهبر معظم انقلاب (مدظله العالی) ظرفیت‌های جوان گرایی را برای بازتولید فرهنگ انقلاب اسلامی می‌خواهد. یعنی جوانان همان روحیه از خودگذشتگی، ایثارگری و همان روحیه بدهکاری به انقلاب و طلب کاری از قدرت‌مداران و زورمداران را داشته باشند. سازمان تبلیغات اسلامی باید در این رابطه پیشران باشد و پیشتازی کند و این فرهنگ را برای انقلاب اسلامی به درستی ترجمه کند.

فکر می‌کنید سازمان تبلیغات با جوان گرایی چه تغییراتی در جامعه ایجاد کرده است؟

من نکاتی را از سازمان تبلیغات اسلامی دیدم که برایم خیلی لذت بخش بود. به نظرم سازمان تبلیغات به هیچ وجه دنبال آن نیست تا خود را مطرح کند، بلکه به دنبال این است که فرهنگ

انقلاب اسلامی را توسعه دهد. آن برنامه‌ای که در ماه مبارک رمضان از تلویزیون پخش شد و در رابطه با کسانی که از مرز انتقال به آخرت برگشته بودند، شاید خیلی از افراد متوجه نشدند یکی از متولیان این برنامه سازمان تبلیغات بود، اگر چه هیچ اثری از نقش سازمان در تولید این برنامه دیده نمی‌شد اما آثار بسیاری از این برنامه در وجود تماشاگران مشاهده کردیم. به نظرم این گریز از بخشی‌نگری و نگاه فرابخشی به وظایفی است که سازمان بر عهده دارد و از نکاتی است که امروزه ما در رویکردهای سازمان مشاهده می‌کنیم. اما نکته دیگر اینکه آفند فرهنگی امروز یکی از مهم‌ترین موضوعاتی است که فکر می‌کنم سازمان تبلیغات به عنوان متولی اصلی باید برای آن برنامه داشته باشد. این یعنی رشد و شکوفایی جریان انقلاب اسلامی، به نظرم نکته مهمی است که سازمان تبلیغات اسلامی باید این فرهنگ انقلاب اسلامی را به جامعه منتقل کند.

مردمی کردن فعالیت‌های تبلیغاتی در قالب پویش‌هایی مانند (محلهمدل) یا (پویش مردم ماه) از دیگر اقدامات سازمان تبلیغات اسلامی است. این اقدامات چقدر تأثیرگذار است و شما چه نمره‌ای به این اقدامات می‌دهید؟

در رابطه با حضور مردم در عرصه‌های ماموریت سازمان تبلیغات، به نظرم باید به این موضوع توجه داشته باشیم که نظام ما یک نظام مردم پایه است و مردم مهم‌ترین مؤلفه تأثیرگذار در سرنوشت جمهوری اسلامی هستند. ما همه عرصه‌ها را با مردم توانستیم به موفقیت برسانیم. اگر در جنگ پیروز شدیم یا در حوزه امنیت توانستیم به موفقیت‌های بزرگ برسیم به خاطر حضور مردم بود. هر جا که حضور مردم کم‌رنگ بود در آنجا ناموفق بودیم، مثلاً در حوزه اقتصاد این نگاه وجود نداشت، برای همین یک وضعیت ناپایدار و نامناسب در این عرصه به وجود آمد. در عرصه فرهنگ هم هنوز به یک مدل روشن مردم پایه نرسیده‌ایم، به همین دلیل



به نظرم سازمان تبلیغات به هیچ وجه دنبال آن نیست تا خود را مطرح کند، بلکه به دنبال این است که فرهنگ انقلاب اسلامی را توسعه دهد

