

## راهبرد زبانی منبری‌ها تغییر می‌کند

ذائقه نسل جدید تغییر یافته است، اما چالش به‌روزشدن سخنران‌ها چالشی جدی است. گویا اداره مبلغان برای برطرف کردن این چالش دست به کار شده است. حجت‌الاسلام «محمد جنتی» مسئول اداره مبلغان سازمان تبلیغات می‌گوید: «ما روی دو محور برنامه‌ریزی کردیم. یکی سبک سخنرانی است. راهبرد زبانی منبری‌ها باید تغییر کند و در این حوزه در حال کار تخصصی هستیم. موضوع دیگر بحث محتواست. یکی از کارهایی که امسال انجام دادیم، این بود که یک سال روی سخنرانی ده جلسه‌ای کار کردیم و آن را در کتابی با عنوان «از دحام تنها، اجتماع دل‌ها» در میان مبلغان منتشر کردیم تا در سخنرانی‌های محرم و صفر امسال از آن استفاده کنند. ادبیات این کتاب متناسب با ادبیات جوان‌ها بود و برخی منبری‌های مطرح هم از محتوای این کتاب استفاده کردند. ما قدم به قدم باید به جایی برسیم که محتوای شاخص حرفه‌ای تولید شود و خود این می‌تواند عامل مؤثر در تغییر ادبیات منبری‌ها باشد».



که قرار است در هیئت دعوت شود مداح تعیین می‌کند. اراده حاکمیتی و اراده نهادهای فرهنگی این بود که هیئت‌های ما از سخنران محوری به مداح محوری تبدیل شود. شاید علت این بوده است که فکر می‌کردند جریان فرهنگی در کشور را بهتر می‌توانند با مداحان پیش ببرند و شاید دلایل دیگری هم داشتند. این طور شد که حالا منبری‌ها در هیئت‌ها می‌چرخند و مداح‌ها ثابت هستند. این چرخه در محرم و صفر امسال هم تکرار شد. الان شرایط طوری شده که در بسیاری از هیئت‌ها سخنران‌ها توسط مداحان تعیین می‌شوند.

**آسیب‌های مداح محوری هیئت‌های عزاداری چیست؟ ممکن است مداحان بگویند چه ایرادی دارد که هیئت، مداح محور باشد!**

ایراد اینجاست که وقتی مداح محوری یک‌روند می‌شود، در بعضی هیئت‌ها حاشیه‌هایی به وجود می‌آید؛ برای مثال ممکن است در بعضی هیئت‌ها، مداحی که از نظر اخلاقی، اعتقادی، دینی، عرق کافی و پایبندی به مبانی اعتقادی قوی نداشته باشد، برای مراسم عزاداری به اشتباه تعیین تکلیف کند و مراسم را به سمتی می‌کشاند که نباید پیش برود. این موضوع تبعات فرهنگی دارد؛ مثلاً امسال شاهد بودیم که با وجود تأکید رهبر معظم انقلاب بر رعایت پروتکل‌های بهداشتی چند هیئت به دلیل تعهدناشتن مداح و رعایت نکردن پروتکل‌ها حاشیه‌ساز شدند و تصاویر هیئتشان نقل محافل رسانه‌های معاند شد.

**برای اصلاح این چرخه و روند چه باید کرد؟**  
باید حرکت تند و تیزی که در هیئت‌بخشی رسانه‌ای و سلبریتی کردن مداحان در حال پیشروی است کنترل شود. الان در فضای رسانه‌ای برای برندسازی و هیئت‌بخشی دینی روی مداحان سرمایه‌گذاری می‌شود نه سخنران‌ها. شاید بگویند که جوان‌ها مداح را بیشتر از آخوند می‌پسندند. من این موضوع را رد نمی‌کنم، اما اول و آخر کار، رسانه و قدرت رسانه است. این رسانه است که می‌تواند هویتی را ارتقا دهد. باید هیئت رسانه‌ای و

اجتماعی بعضی از منبری‌ها را پررنگ کنیم؛ مثلاً مداحی کار خیری انجام می‌دهد، همه در بوق و کرنا می‌کنند، اما منبری‌های بسیاری هستند که کارهای خیر بزرگی انجام می‌دهند، اما هیچ جریان رسانه‌ای پشت آن‌ها نیامد تا هویت اجتماعی‌شان را تقویت کند.

**سازمان تبلیغات به‌عنوان متولی این حوزه برای هویت‌بخشی رسانه‌ای به سخنران‌ها اقدامی انجام داده است؟**

یکی از سیاست‌های ما پررنگ کردن هویت رسانه‌ای منبری‌هاست. مادر اداره مبلغان به این موضوع فکر کردیم و جلساتی را هم با مسئولان مرکز رسانه سازمان تبلیغات اسلامی داشتیم تا به کمک دوستان، برند رسانه‌ای برای جریان وعظ و منبری‌ها ایجاد کنیم، شبیه برند رسانه‌ای که برای مداحان و هیئت‌ها وجود دارد. ما حتی برای منبری‌های معروف هم نتوانستیم هویت‌سازی رسانه‌ای کنیم. چقدر توانستیم زندگی زیبایی طلبه و منبری را نشان دهیم؟ چقدر توانستیم منبری‌های معروفمان مثل شیخ حسین انصاریان، حاج آقا صدیقی، حاج آقا عالی و منبری‌های دیگر را به مردم شناسانیم؟ الان آقای فاطمی نیا کجاست؟ ایشان مدت‌هاست به بیماری مبتلا شده و در بستر هستند. هیچ کس سراغشان نرفته است. شاید اگر یک مداح در این سطح بیمار می‌شد از در و دیوار رسانه می‌بارید برای انعکاس حال و احوال مداح، اما آقای فاطمی نیامغفول واقع شده است.

**این ضعف و نقد به اداره مبلغان به‌عنوان متولی حوزه تبلیغ هم وارد است.**

بله. این نقد به ما وارد است که نتوانستیم برش‌های جذابی را از سبک زندگی منبری‌هایمان نشان دهیم. از شهید بهشتی گرفته تا سبک زندگی شیخ حسین انصاریان. شاید ما کم گذاشتیم که الان یک طلبه‌ای بدون سواد حوزوی کامل و بدون فهم عمیق از دین می‌تواند خودش را خوش تیپ کرده و کلیپ‌های زیبا درست کند. می‌تواند میلیون‌ها فالوور جذب کند و مقبول شود و در نهایت به فاصله گرفتن مردم از روحانیت منجر شود. ما برای تغییر این روند طرح مسئله کردیم و در اجرا منتظر ایده‌های مرکز رسانه سازمان تبلیغات اسلامی و دوستان رسانه‌ای مان هستیم.



**یکی از سیاست‌های ما پررنگ کردن هویت رسانه‌ای مبلغان به این موضوع فکر کردیم و جلساتی را هم با مسئولان مرکز رسانه سازمان تبلیغات اسلامی داشتیم تا به کمک دوستان، برند رسانه‌ای برای جریان وعظ و منبری‌ها ایجاد کنیم**

