

گفت‌وگوی اختصاصی با دکتر «غلامعلی حداد عادل» به مناسبت چهل سالگی سازمان تبلیغات اسلامی جوان‌گرایی، نقطه قوت سازمان است



◆ **عطیه اکبری** | چهلمین سالگرد تأسیس سازمان تبلیغات اسلامی بهترین بهانه بود برای آنکه دکتر «غلامعلی حداد عادل» مهمان ویژه ما در دومین شماره مجله نهضت باشد تا در گفت‌وگویی خودمانی با او، گذشته تا حال سازمان تبلیغات اسلامی را مرور کنیم. پس از چندین بار تماس و هماهنگی، بالاخره در ظهر یکی از روزهای گرم تیرماه، مرد کهنه‌کار سیاست در دفتر کاری که ساده‌تر و بی‌آلایش‌تر از آن بود که تصور می‌کردیم، میزبان ما شد. بررسی چند و چون چهار دهه فعالیت سازمان تبلیغات اسلامی و پیدایش آن و ضرورت تغییر رویکردها مهم‌ترین بخش مصاحبه ما بود. حداد عادل معتقد است این روزها سازمان تبلیغات اسلامی باید از مستقیم‌گویی پرهیز کرده و از ابزارهای جدید و غیرمستقیم برای برقراری ارتباط با نسل امروز استفاده کند. همچنین می‌گوید: «به نظر می‌رسد سازمان تبلیغات اسلامی این ضرورت را درک کرده است و در این سازمان در خصوص اتخاذ ابزارهای تبلیغ نوین اتفاقات خوبی افتاده است». این گفت‌وگو با یک پیشنهاد و خذاقت دکتر حداد عادل به متولیان سازمان تبلیغات اسلامی به پایان رسید.

در این دنیا باید روش‌های تبلیغ عوض شود، ابزارهای جدید، زبان جدید و روش‌های جدیدی به کار گرفته و استعدادها را کشف شود. همه این‌ها ایجاب می‌کرد یک ساماندهی نوینی شکل بگیرد و نقش روحانیت در تبلیغ دین بازتعریف شود. قبل از انقلاب معتقد بودند که روحانیون نباید با حکومت ارتباطی داشته باشند و بعد از انقلاب هم عده‌ای می‌گفتند که روحانیت شیعه و مرجعیت شیعه هیچ‌وقت تابع حکومت‌ها نبوده‌اند، این هم درست است، ولی حالا اگر این مرجعیت شیعه خودش حاکمیت ایجاد کرد، باید رابطه دین با یک چنین حکومتی چطور باشد؟ با این مقدمه باید گفت سازمان تبلیغات اسلامی مفصلی بین حکومت و حوزه‌ها و روحانیونی است که تبلیغ دین را می‌کنند؛ یعنی از یک طرف شناختی از جامعه دارد و بر این اساس که یک نهاد حکومتی است و دستش باز است، می‌تواند برنامه‌ریزی کند. از طرف دیگر هم نمی‌خواهد تبلیغ دینی را از آن شکل آزاد سنتی‌اش به کلی خارج کند و این یکی از نقش‌های راهبردی است که سازمان تبلیغات اسلامی در پیش گرفته است.

به نظر شما آیا سازمان تبلیغات اسلامی توانسته این نقش راهبری را به درستی ایفا کند؟

بنده از فعالیت‌های عمومی سازمان تبلیغات اسلامی، اعم از حضورشان در فضاهای کارگری، فضاهای اجتماعی، خیابان‌ها، میدان شهر، دورادور اطلاع دارم، اما به‌طور کلی در بین بخش‌های مرتبط با سازمان تبلیغات اسلامی اطلاع از سازمان حوزه هنری بیشتر از جاهای دیگر است.

آیا بروز و ظهور نقش سازمان تبلیغات اسلامی در جامعه امروز را در حوزه هنری دیدید؟

بله. حوزه هنری را یکی از شاخه‌های بسیار برومند و پرثمر سازمان تبلیغات اسلامی می‌دانم که توانست فاصله بین هنر و دین را کم کند. قبل از انقلاب، این دو یعنی دین و سینما مقابل هم بودند؛ یعنی ما که جوان بودیم اگر یک وقت در خانواده‌های ما شنیده

تبلیغ دینی بعد از انقلاب بود که سبب شد سازمانی به نام تبلیغات اسلامی به وجود بیاید.

با توجه به پیچیدگی شرایط فرهنگی جامعه، به نظر شما نیاز امروز سازمان تبلیغات اسلامی و ضرورت‌های آن چیست و متولیان این سازمان باید در کدام مسیر گام بردارند؟

اول اینکه با پیروزی انقلاب و گذشت زمان لازم بود شیوه‌های تبلیغ اصلاح و عوض شود. اینکه مثلاً یک خانواده متدینی از یک روحانی دعوت کند که برود برای آن‌ها وعظ و سخنرانی بکند، شیوه قبل از انقلاب بود که حالا تبدیل شده به اینکه شما باید بروید برای عموم مردم صحبت کنید؛ مردمی که سبک زندگی‌شان عوض شده است و با ماهواره و فضای مجازی سر و کار دارند.

دوم اینکه وظیفه سازمان تبلیغات اسلامی و متولیان آن هر روز سخت‌تر از دیروز شده است؛ زیرا تبلیغات علیه دین زیاد شده، چون دین خودش را به عنوان یک قدرت می‌داند؛ دینی که حالا خیلی‌ها اصرار دارند آن را از کارکرد خودش خارج کنند و دشمنان می‌خواهند به آن شبهه وارد کنند. اصلاً دنیای دیگری شده است.



بعد از پیروزی انقلاب اسلامی نهادی لازم بود که انتقال از آن حالت قدیم به اقتضای جدید را مدیریت کند، بشناسد و لوازمش را تهیه کند؛ به عبارتی نیاز به سازمان‌دهی کار تبلیغ دینی بعد از انقلاب بود که سبب شد سازمانی به نام تبلیغات اسلامی به وجود بیاید



امسال سازمان تبلیغات اسلامی چهل ساله شد. عملکرد این سازمان را در چهار دهه‌ای که از عمر آن می‌گذرد، چطور می‌بینید؟

من هیچ‌وقت در سازمان تبلیغات اسلامی مسئولیت نداشتم یا عضو هیئت‌امنائش هم نبودم. اطلاعات من از این سازمان آگاهی‌های فنی داخلی نیست. دورادور از برنامه‌هایشان مطلع هستم، اما نکته مهم این است که صرف‌نظر از جزئیات برنامه‌های سازمان تبلیغات اسلامی، بررسی و تبیین نقش و جایگاه آن است که تکلیف بسیاری از مسائل و اهمیت و ضرورت وجود این سازمان را روشن می‌کند. سازمان تبلیغات اسلامی یکی از قدیمی‌ترین نهادهایی است که بعد از پیروزی انقلاب اسلامی شکل گرفته و حالا در ۴۲ سال عمر انقلاب اسلامی چهل ساله شده است. واقعیت این بود که قبل از پیروزی انقلاب اسلامی، روحانیت که وظیفه تبلیغ دین را بر عهده داشت، منتظر می‌ماند تا اشخاص، تشکلات و هیئت‌های دینی بیایند از آن‌ها بخواهند که برایشان کار دینی انجام بدهند؛ مثلاً مردم در محله‌ای مسجد می‌ساختند و از روحانی دعوت می‌کردند که بیاید امام جماعت مسجد بشود، یا هیئتی دینی از یک روحانی دعوت می‌کرد که بیاید چند شب برای مردم صحبت کند.

آن چیزی که بعد از پیروزی انقلاب اسلامی رخ داد، این بود که حالا روحانیت باید برای جامعه تصمیم می‌گرفت که در هر جایی حضور داشته باشد؛ یعنی پیروزی انقلاب و تشکیل حکومت اسلامی سبب شد روحانیت دینی که در یک حالت انفعال قرار داشت خودش تصمیم‌گیرنده باشد. باید خودش برنامه‌ریزی می‌کرد برای یک جامعه با همه ابعاد متنوعش از سطح خیابان‌ها و مدارس گرفته تا کارخانه‌ها و هیئت‌های دینی سنتی تاروخته‌های سنتی خانگی. در مجموع یک عرصه‌ای در زندگی و جامعه در مقابل روحانیت گسترده شد و آن‌ها را موظف می‌کرد در یک حکومت دینی تبلیغ دین کنند.

اینجا یک نهادی لازم بود که انتقال از آن حالت قدیم به اقتضای جدید را مدیریت کند، بشناسد، تعریف کند و لوازمش را تهیه کند؛ به عبارتی نیاز به سازمان‌دهی کار