

راهبر که رفقه ایم، راهبر که می رویم

گفت‌گو با حجت الاسلام سید حمید میر خندان
به کوشش سید حمیدرضا قادری

اشاره

همایش رسانه تلویزیون و سکولاریسم درست یکسال پس از ستف نخستین خود، اردیبهشتماه برگزار خواهد شد. گذر از تجربه پیشین و رسیدن به همایشی جدید - در سالی که نوآوری و شکوفایی نام گرفته است - بی حرف و سخن نمی تواند باشد. به هر حال از تجربه نخستین می توان نکته هایی بیرون کشید برای تجربه پیش رو؛ در آستانه برگزاری همایش دوم در گفت و گویی با دبیر علمی همایش، حجت الاسلام سیدحمید میرخندان از پژوهشگران حوزه سینما و رسانه مرکز پژوهش های اسلامی صلواتوسلما و عضو هیئت تحریریه ماهنامه *روای هنر و اندیشه* خواستیم ساعتی، ما را شریک تجارب پیشین و دغدغه های پستین خود کند. همچنین در دو گفت و شنود دیگر با دو استاد حوزه ارتباطات آقایان دکتر ناصر باهنر و دکتر علی اصغر فهیمی فر برخی از پرسش های شایع درباره کارکرد دین در رسانه را پرسیدیم. گرچه پرسش ها بسیار بودند و پاسخها ناکافی؛

و اما بعد...

هر رهگذر اهل دقتی با دهنن پوسته های همایش دوم رسانه تلویزیون و سکولاریسم، این موضوع به ذهنش می رسد که وقتی پدیده ای چون یک همایش اسیر تکرار می شود و برای آن، دنباله های دوم، سوم و... برگزار می شود، گویی در تجربه نخستین، حرف های زنده ای بوده یا ناکامی هایی وجود داشته که اکنون، وقت بیان آن حرف های ناکفته یا جبران ناکامی پیشین است. از شما، دبیر علمی همایش، به نیابت از مخاطبان این پوستر، می پرسیم که برگزاری همایش دوم رسانه تلویزیون و سکولاریسم به چه علت است؟ آیا همایش در نخستین تجربه خویش، ناکام بوده که لازم شده همایش دوم برگزار شود یا نتایج همایش نخست لازم آورده است که همایش دوم برگزار گردد؟

واقعیت این است که بررسی مناسبات و ارتباط سکولاریسم با حوزه مطالعات رسانه ای - که

حوزه‌های بسیار گسترده است - فراتر از یک همایش است؛ زیرا حیطه مطالعات رسانه‌ای بسیار متنوع و گسترده است؛ از روش‌های پژوهش در رسانه گرفته تا جنبه‌های گوناگونی که رسانه دارد. رسانه پدیده‌ای چندوجهی است؛ یعنی پدیده‌ای تکنولوژیک است که در همان حال، یک اثر هنری نیز به شمار می‌آید. همچنین رسانه دارای جنبه ارتباطی است که در آن‌جا، مباحث زیادی قابل تحقق است و سرانجام، به دلیل این که یک سازمان است، مباحث سازمانی هم دارد.

هر یک از این زیرمجموعه‌ها زیرعنوان‌هایی دارند که آن زیرعنوان‌ها نیز بر اساس گرایش‌های فکری و علمی هر پژوهشگر، می‌تواند گسترش یابند. بنابراین، بررسی مطالعات رسانه‌ای یا به بیان دقیق‌تر، رسانه و سکولاریسم، نیازمند پژوهشی چند جانبه است. این یکی از دلایلی است که موجب شد مرکز پژوهش‌های اسلامی صداوسیما این همایش را ادامه دهد؛ زیرا ظرفیت موضوع این همایش بالا و گسترده است.

همچنین مرور مطالب همایش نخست، ما را به این نتیجه رساند که باید همایش دوم نیز برپا شود. در همایش نخست، بسیاری از مباحث پکر و دست‌نخورده باقی ماندند. حتی بر اساس تأملاتی که پس از پایان همایش نخست صورت پذیرفت، به این نتیجه رسیدیم که در موضوعات کار شده نیز می‌توان از منظری تازه، کار را ادامه داد. از سویی، همان گونه که در همایش نخست یادآوری شد، همایش رسانه تلویزیون و سکولاریسم سلسله همایش‌هایی است که در پایان، به همایش دین و رسانه ختم خواهد شد و این همایش‌ها مقدمه‌چینی برای آن همایش هستند.

پس از برآوردهایی که از همایش نخست انجام شد، به این نتیجه رسیدیم که موضوعاتی تازه وجود دارند که می‌توان آن‌ها را محور پژوهش تلقی نمود و لازم است آن‌ها را در قالب همایشی تازه مطرح کنیم. بر پایه اطلاعاتی که داریم و رایزنی‌هایی که کردیم، در این همایش، نسبت به همایش‌های پیشین، شاهد تنوع موضوعی بیشتری خواهیم بود. می‌توان گفت همایش دوم در راستای تکمیل همایش اول است.

در فراخوان همایش دوم رسانه تلویزیون و سکولاریسم آمده است که به دلیل تعدد مقالات رسیده در زمینه فناوری رسانه، این موضوع از اولویت‌های پژوهشی همایش خارج است. از این بند فراخوان می‌توان دو برداشت کرد؛ نخست این که برای گردانندگان همایش، اولویت‌هایی برای پژوهش تعریف شده است. دوم این که برخی از موضوعات در دستور کار همایش نیستند. آیا در دستور نبودن یا اشباع شدن بدین معناست که همه حرف‌ها در این حوزه زده شده و به نتایج لازم رسیده‌ایم یا این که دیگر حرف تازه‌ای وجود ندارد و نیازی نیست این موضوع را یکی از محورهای همایش تلقی کنیم؟

همان گونه که اشاره کردید، بحث تکنولوژی را در همایش دوم قرار ندادیم، به این دلیل که درباره این موضوع، از جنبه‌های گوناگون و از دیدگاه‌های مختلف بحث شده است. از منظر آنان که تکنولوژی رسانه را ابزار صرف می‌دانستند، این موضوع کاویده شد یا از دیدگاه آنان که به چیر تکنولوژی معتقد بودند، به بررسی این موضوع پرداختیم و در نهایت، دیدگاه سومی که نظریه

بینابین نام دارد - که نه ابزار بودن صرف و منفعل تکنولوژی‌ای چون رسانه را می‌پذیرد و نه انسان را مقهور آن می‌داند - نیز بیان شد. افزون بر این، وجود چند پژوهش در این محورها، به معنای کفایت پژوهش نیست؛ زیرا هم‌چنان می‌توان از دیدگاه‌ها و زوایای گوناگون به این موضوع پرداخت. نمی‌توان چون در همایش پیشین، موضوع چند مقاله در این محور بوده است، دیگر این موضوع را در اولویت قرار ندهیم ولی با توجه به این که هنوز درباره موضوعات دیگر بحثی نشده، گفتیم توان فکری پژوهشگران را بر موضوعات دیگر متمرکز سازیم.

از سویی، درباره برداشت شما درباره اولویت‌بندی گردانندگان همایش میان موضوعات همایش، باید گفت موضوعات همایش، به دلیل ظرفیت‌های بالای پژوهشی و بکر بودن بسیاری از آن‌ها، همگی دارای ارزش برابر هستند. در نتیجه، در زمینه این محورها، اولویت‌بندی قرار نداده‌ایم. البته در برخی زمینه‌ها که امکان استقبال کمتری بود، مانند بُعد هنری رسانه، به دنبال استادان و پژوهشگرانی رفیع‌تر تا در این زمینه، پژوهش و تحقیقی متقن و مناسب داشته باشیم؛ یعنی در برخی جاها تلاش بیشتری کردیم تا پژوهشگران را به کار در این حوزه ترغیب کنیم.



در میان گفتارها و نوشتارهای کسانی که در همایش نخست حضور داشتند، نقطه مشترک این بود که همگی در ابتدای آثار خویش، به ارائه تعریفی از مفهوم سکولاریسم پرداخته بودند و به همان اندازه که در بسیاری موارد، تعاریف مشابه بود، تفاوت‌هایی نیز وجود داشت که همین موجب تفاوت دیدگاه‌ها درباره سکولاریسم و رویکرد رسانه به آن شده بود. آیا پس از همایش نخست، گردانندگان همایش به یک تعریف حداقلی، ولی مشترک از مفهوم سکولاریسم رسیده‌اند یا در همایش بعدی نیز باید بخشی از وقت همایش صرف شنیدن دیدگاه‌های افراد درباره این مفهوم شود؟

البته هدف همایش نخست این نبود که درباره سکولاریسم به یک توضیح و دیدگاه مشترک برسد. همایش، فرض گرفته بود که هر کس بخواهد در این حوزه پژوهش کند، باید درباره مفهوم سکولاریسم مطالعاتی انجام دهد و برداشت او از سکولاریسم روشن باشد؛ زیرا برخی واژه‌ها هستند که به لحاظ لفظی، درباره آن‌ها اشتراک داریم؛ درحالی‌که به لحاظ معنا، به اشتراک نرسیده‌ایم. البته ممکن است درباره مفهوم سکولاریسم، مؤلفه‌ها، شاخص‌ها و تفاوت‌هایی در دیدگاه باشد. در مقالات همایش، مشترکات بسیار بود و برخی تفاوت‌های جزئی. اگر در هر مقاله، این مقدار باشد، کفایت می‌کند که بدانیم وقتی یک پژوهشگر از سکولاریسم سخن می‌گوید، از چه چیزی سخن می‌گوید.

پیش از همایش دوم، نشست‌هایی برگزار شدند و پژوهشگران ارشد این حوزه را که به طور ویژه، در زمینه سکولاریسم تحقیق کرده‌اند، فراخواندیم تا درباره مفهوم سکولاریسم، نمودها و حوزه‌های آن مباحثی ارائه کنند. این جلسات به صورت نرم‌افزار، برای پژوهشگران همایش دوم فرستاده شد. این کار به ژرف‌تر شدن دیدگاه‌ها و نزدیک کردن ذهن‌ها در مفهوم‌یابی سکولاریسم کمک می‌کند.

پس می‌توانیم نتیجه بگیریم که در مطالعه و بررسی مقالات، دقت می‌شود تا نویسندگان و پژوهشگران، موضع خودشان را درباره سکولاریسم مشخص کنند.

بله! روال پژوهشی - چه در مقالات همایش نخست و چه در همایش دوم - به‌طور معمول این‌گونه است که برای بحث درباره سکولاریسم، باید در قالب درآمد یا بخش نخست، دیدگاه نویسنده درباره مفهوم سکولاریسم روشن شود تا خواننده بداند آن نوشتار در بررسی رابطه سکولاریسم و رسانه‌ای چون تلویزیون، بر اساس کدام باور و تعریف از سکولاریسم شکل گرفته است.

می‌رسیم به یک پرسش تکراری، ولی مهم! آیا از دستاوردهای همایش نخست - با توجه به ایده‌آلی که در ذهنتان داشتید - خوشنود هستید یا احساس می‌کنید در نقاطی، برخی کمبودها بوده است؟

پاسخ این پرسش برمی‌گردد به این‌که در برآورد اولیه، تا چه حد واقع‌بین و آرمان‌گرا بوده‌ایم. البته واقع‌بینی با آرمان‌گرایی منافاتی ندارد و به تناسب هدف همایش با واقعیت‌ها و شرایط موجود علمی و پژوهشی کشور بستگی دارد. به دلیل این‌که موضوع همایش نخست جدید بود، طبیعتاً در آغاز یک پژوهش تازه، کار دشوارتر، کندتر و ملتهب‌تر خواهد شد.

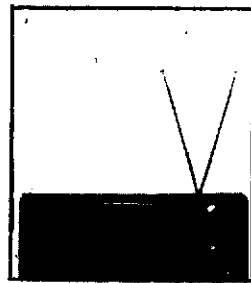
پیش از همایش نخست، گمان می‌کردم دستاورد کمتری از آن‌چه حاصل شد، به‌دست آید؛ یعنی به لحاظ کیفی و در بُعد علمی، مقالاتی که پذیرفته شدند بسیار خوب بودند و به لحاظ کمی نیز مقالات بسیاری از پژوهشگران به دست ما رسید. برآورد اولیه من از همایش نخست، خوب بوده است؛ آن هم با توجه به انتظاراتی که داشتیم؛ ولی با توجه به آن چیزی که باید باشد، خیر!

به ویژه آن که برخی از محورهای پیش‌بینی شده، بکر و دست‌نخورده باقی ماندند. شاید بخشی از کمبود و نقصان به ضعف ارتباطی میان دبیرخانه همایش و مراکز علمی و پژوهشی کشور، در همایش نخست بازگردد؛ یعنی ما، گردانندگان همایش می‌بایست با مراکز پژوهشی بیشتری ارتباط برقرار می‌کردیم تا مقالات و پژوهش‌های بیشتر و متنوع‌تری را در حوزه‌های کار نشده دریافت می‌کردیم.

این نکته نیز قابل توجه است که در حوزه پژوهش، بر خلاف بسیاری از حوزه‌ها، همه مسائل زمان‌بر هستند. اگر هدف ما شعاری کار کردن نباشد، کار علمی و پژوهشی، برای پیش رفتن و به جایی رسیدن، زمان درازی می‌طلبد. در حوزه پژوهش، یک دهه به منزله یک چشم بر هم زدن است. با این دیدگاه، اگر همایش نخست را در همین اندازه برگزار شده بپذیریم تا عنوان پژوهشی سکولاریسم و رسانه را جا بیندازد و آن را به دغدغه پژوهشگران رسانه بدل سازد، به توفیق دست یافته‌ایم. در همایش‌های بعدی، می‌توان این توقع را داشت که در سطحی بالاتر، به این عنوان پژوهشی پرداخته شود گویی همایش نخست، پیش‌درآمدی بر همایش‌های بعدی بوده است و اینک، رسیده‌ایم به متن کارا و متن کار چیزی نیست مگر بررسی سیر رسانه در غرب، سنجش نسبت سکولاریسم با رسانه، بررسی وضعیت این همراهی سکولاریستی در رسانه‌های ایران و بررسی علمی و دقیق همه این‌ها نیازمند زمان زیادی است تا برسیم به نقطه‌ای که بتوان در این زمینه، نظریه‌پردازی کرد. ادعای نظریه‌پردازی در حوزه سکولاریسم و رسانه نمی‌کنیم. این همایش بیشتر حالت تحلیلی و تبیینی دارد؛ ولی هدف غایی همایش‌هایی از این دست، باید رسیدن به دستاوردهای مهم علمی باشد که بتوان نظریه‌ای خاص درباره رسانه ارائه داد.

در مقالات پذیرفته شده و مردود این دو همایش، کدام آسیب یا ابهام - چه آسیب در روش‌های پژوهشی یا آسیب در پرداختن به موضوع - در آثار پژوهشگران، بیشتر مشهود بوده است؟ این پرسش بیشتر می‌تواند ناظر بر آثار پذیرفته شده، به منزله نتیجه بررسی‌ها و خلاصه‌ای از توان پژوهشگران باشد؛ ولی منظور من همه مقالات است.

مقالاتی که پذیرفته می‌شوند، از نظر ما، مقالات مقبولی هستند و شرایط مورد نظر ما را داشته‌اند. البته در برخی ساحات، مشکلاتی وجود دارد و بیشتر این مشکلات به نظام آموزشی ما

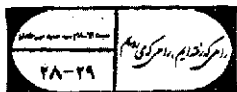
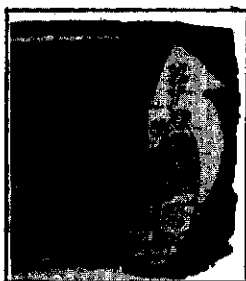


برمی‌گردد. برای نمونه، اکنون کسانی به بحث رسانه و تلویزیون می‌پردازند که جامعه‌شناسی و ارتباطات خوانده‌اند. به همین دلیل، بحث هنری رسانه کم‌رنگ می‌شود، به حاشیه می‌رود و مهجور می‌ماند؛ درحالی‌که هنر در رسانه، مقوله‌ای بسیار تأثیرگذار است. این معضل به این همایش یا آن همایش اختصاص ندارد، بلکه این مشکل در کلیت نظام آموزشی رسانه‌های ما وجود دارد. شاید در وجه هنری رسانه، باید سراغ کسانی رفت که در زمینه سینما، مطالعات و تجربیاتی دارند و با تلویزیون هم بیگانه نیستند؛ زیرا این دسته از متخصصان، به دلیل ماهیت هنری و زیبایی‌شناختی سینما که حتی پیشینه بیشتری از رسانه‌های چون تلویزیون دارد، تجارب، مطالعات و یافته‌هایی دارند که در ساحت رسانه تلویزیون، می‌توان از آن‌ها بهره برد.

یک آسیب مشترک دیگر در حوزه رسانه، کمبود مطالعات موردی یا همان Case Study است. در این زمینه، چند آسیب وجود دارد؛ یکی این که در پژوهش‌های رسانه‌ای، به شدت دچار فقر مطالعات موردی هستیم. از سویی، آن دسته از پژوهشگران ما که اهمیت این نوع مطالعات را دریافته‌اند، به ناچار، به گردآوری مطالعات موردی دیگران روی می‌آورند. اینان مطالعات موردی غربیان را ترجمه می‌کنند و در قالب پژوهش‌های خودشان ارائه می‌دهند که این مسئله آسیب‌هایی را - در کنار مزایای مثبت خود - وارد حوزه پژوهش رسانه‌ای می‌کند.

از سویی، این گونه مطالعات موردی نیازمند آشنایی با زبان تصویر است؛ زیرا اگر بخواهید پس از بحث نظری، برای اثبات مدعای خویش، به سراغ مطالعات موردی بروید، باید در تحلیل موردها، توان فهم تصویر و تحلیل آن را داشته باشید. البته وجود این توان در پژوهشگران ما، جای بحث دارد. گمان می‌کنم در مطالعات رسانه‌ای، این کاستی مسئله‌ساز خواهد شد؛ زیرا بحث نظری صرف، بدون نظر داشتن به Case Study غلط است. وقتی پای این نوع مطالعات به میان می‌آید، می‌بینیم که بسیاری از پژوهش‌های ما فاقد توان تحلیل و تفسیر مناسب هستند و این به همان ضعف ریشه‌ای نبود نگاه هنری و تصویری به رسانه برمی‌گردد؛ زیرا در رسانه، حرف اول و آخر با زبان تصویر بیان می‌شود و مطالعات باید در این زمینه صورت گیرد.

در میان مقالات این دو همایش آیا ایده، موضوع یا نظر خاصی وجود داشته که شما را سر شوق آورده باشد که با خود بگویید: ای گاش نویسنده این موضوع را بیشتر گسترش



داده بود یا حتی در پارهای موارد، خودتان برای پژوهش در آن زمینه، وسوسه شده باشید؟

بله! برخی از محورهایی که در همایش دوم برگزیده شدند، از ایده‌هایی که در میان نوشتارها یا گفتارهای همایش نخست بیان شده بودند، الهام گرفته بودند. برای نمونه، در همایش دوم، بُعد هنری را به طور مستقل مطرح کردیم.

حقیقت مطلب آن است که بیشتر پژوهش‌های انجام شده، برای خود من جالب بودند؛ زیرا کنکاش دربارهٔ این که آیا بنیان‌های سکولاریسم و مبانی این نظریه در رسانه تأثیر گذاشته یا خیر، قابل توجه است.

پس از مطالعهٔ مقالات همایش نخست، به این نتیجه رسیدم که باید به جنبهٔ هنری رسانه، بیشتر بپردازیم. البته یکی از استادان بر بُعد سازمانی رسانه تأکید داشت و نظر وی نیز در جای خودش درست است؛ زیرا اگر یک سازمان رسانه‌ای خوب نداشته باشیم، نمی‌توانیم مباحث نظری و تئوریک را درست به کار بگیریم؛ به‌ویژه آن که هدف اصلی چنین همایش‌هایی تقویت جایگاه دین در رسانه است و نمی‌توان همه چیز را در قالب انتزاعی و نظری صرف پیش برد. این نکته نشانگر اهمیت بحث سازمان است؛ زیرا در نهایت، این نگاه‌ها و فکرها باید رنگ عمل به خود بگیرند و عملیاتی شدن در قالب یک سازمان خواهد بود. از همین‌جا، سازمان‌دهی مناسب رسانه و بحث دربارهٔ آن، شکل و اهمیت می‌یابد. این ایده که از سوی یکی از استادان مطرح شد، بسیار جالب بود.

یکی از موضوعات پیشنهادی که می‌توانست با توجه به محل برگزاری همایش و تخصص دست‌اندرکاران برگزارکنندهٔ همایش، بسیار مورد توجه باشد، بحث فقه رسانه بود. باید تکلیف‌بایدها و نیایدهای فقهی رسانه، در قالب مقالاتی مشخصی شود که مسئله‌ای بسیار مبتلابه در رسانه است. عملیاتی شدن یافته‌های همایش دربارهٔ نسبت فقه و رسانه در برنامه‌سازی تلویزیون، سبزی در برابر گزاره‌های فیردینی یا همان سکولاریستی ایجاد می‌کند که بسیاری از آسیب‌های مورد ابتلای رسانه را برطرف خواهد ساخت. آیا در این همایش یا همایش‌های آینده، بحث فقه رسانه گنجانده خواهد شد؟

نخست این که بحث فقه رسانه در حوزهٔ دین و رسانه قابل بحث است؛ آن هم دینی که فقه

دارد. این بحث، در نهایت به گزاره اسلام و رسانه خواهد رسید. البته بحث‌های حوزه رسانه و سکولاریسم را می‌توان در مباحث دین و رسانه نیز مطرح کرد؛ ولی در همایش رسانه تلویزیون و سکولاریسم این موضوع مورد نظر نیست.

نکته دوم این که ما باید چقدر نگاه شریعت‌مدارانه صرف به تعامل دین و رسانه داشته باشیم. این که در حوزه مطالعات و پژوهش‌های رسانه‌ای، فکر کنیم باید تکلیف‌بایدها و نبایدها، حرمت‌ها و وجوب‌ها، کراهت‌ها و اباحه‌ها و... را مشخص کنیم و در حوزه اجرا و عمل نیز روشن شود که در رسانه، شرع رعایت شده یا نه، تک‌خوانی زن صورت گرفته یا نه، حجابش چگونه است، روابط شرعی رعایت شده یا نه و... این نگاه، نگاه کاملی نیست.

این نکته را بگوییم که ما به فقه، ارزش بسیار می‌نهیم و معتقدیم هر کسی دیندار باشد، تدین بر فعل و رفتار او تأثیر می‌گذارد. فقه آن ضوابط و حدود شرعی را مشخص می‌کند؛ این که من چطور بپوشم، چگونه نگاه کنم، چطور با محرم و نامحرم ارتباط برقرار کنم، در تعاملات با اجتماع چگونه رفتار کنم و بحث‌هایی از این دست. بنابراین، فقه اهمیت خودش را دارد؛ ولی برخی مراکز پژوهشی که در حوزه هنر کار می‌کنند و مراکز بزرگی هم هستند، این نگاه را دارند که مراکز پژوهشی حوزوی، مانند مرکز پژوهش‌های اسلامی صداوسیما، باید به منزله مراجع دینی در حوزه مطالعات رسانه‌ای، به همان مباحث فقهی رسانه بپردازند. این نگاه بسیار سطحی است؛ زیرا تا فرد به آن جا برسد که بخواهد یا بتواند به آداب و احکام پایبند شود، باید مراحل را طی کند. فقه رتبه متأخر آن مراحل است و پیش از آن، چیزهای دیگری مطرح است تا فرد معرفت و شناختی به دست آورد که در پناه آن، ایمان و گرایشی در قلب او ایجاد شود که دیگر هر کاری را انجام ندهد. در این حالت است که او به سراغ فقه خواهد آمد تا دستورات زندگی‌اش را بگیرد. این تقسیم‌بندی در حوزه تفکرات دینی ما وجود دارد. فقه، میوه درخت دین است و باید پیش از میوه‌چینی به فکر کاشت نهال دین و غرس و هرس آن باشیم تا تناور شود و چنین میوه‌ای دهد.

در حوزه مطالعات رسانه‌ای، نمی‌توان با فقه، مشکل دینداری را در رسانه حل کرد. من از بیان باید و نبایدهای فقهی هراسی ندارم؛ ولی نباید مانند افرادی شویم که بالای سر کسی می‌ایستند و می‌گویند این کار را بکن یا آن کار را نکن؛ بی‌آن که زمینه قبلی آن را فراهم کرده باشند. مسائل

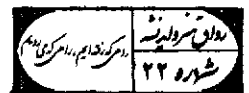
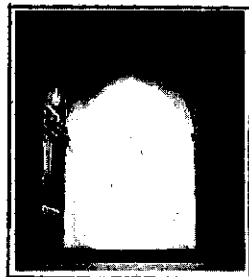
مهم‌تری وجود دارند که بسیار حساس و تأثیرگذار هستند که اگر حل نشوند، نمی‌توان فقه را بر رسانه حاکم کرد. اگر هم اعمال شود، ظاهری است و باطنی ندارد.
رسانه، سازمانی است با نیروی انسانی و تولیدات متنوع. تولیدات رسانه تولید یک فرد نیست، بلکه گروهی است. این‌جا با انسان‌ها سروکار داریم و بحث‌هایی که درمی‌گیرند، باید با توجه به این نیروی انسانی و تربیت او باشند. بنابراین، در حوزه مطالعات دین و رسانه، باید همه جنبه‌ها در نظر گرفته شوند، نه فقط فقه در رسانه را.

در روند برگزاری همایش نخست، به روشنی، شاهد التهاباتی ناشی از در کنار هم قرار گرفتن دو نام رسانه تلویزیون و سکولاریسم بودیم؛ ولی با این همه، همایش برگزار شد. اینک در آستانه همایش دوم، این پرسش پیش می‌آید که آیا انتظارات شما از مراکز پژوهشی سازمان صداوسیما - که تعدادشان هم کم نیست - برای بهتر برگزار شدن این همایش، برآورده شده است. آیا در برگزاری همایش اول و دوم، تعامل مراکز پژوهشی درون و بیرون سازمان مناسب بوده است؟

ابتدا باید درباره نام همایش که قدری حساسیت‌برانگیز بود، توضیحی داده شود. سکولاریسم، وجه دیگر مدرنیته است؛ یعنی وقتی اندیشه دوره مدرنیته را بررسی می‌کنید، می‌بینید که آنان دین را در حوزه‌های گوناگونی چون اخلاق، تعلیم و تربیت، سیاست و اقتصاد کنار می‌گذارند و دارای نگاهی سکولاریستی به دین و زندگی هستند. پس سکولاریسم و مدرنیته، به لحاظ ماهیت یکی هستند و به لحاظ اعتبار و حیث، باهم فرق می‌کنند؛ یعنی سکولاریسم همان مدرنیته است. در واقع، در مدرنیته نظریه‌هایی هست که این نظریه‌ها می‌کوشند مباحث خودشان را در هر حوزه‌ای که مطالعه می‌کنند - مانند سیاست - بر پایه مبانی غیردینی قرار دهند. همان‌گونه که مدرنیته دارای مبانی و بنیان‌هایی است، سکولاریسم نیز همان بنیان‌ها و مبانی نظری را دارد. اختلاف این‌ها به حیث است و به لحاظ ماهیت، هیچ تفاوتی باهم ندارند. پس همان‌طور که بررسی مدرنیته در حوزه مباحث نظری، بدون اشکال و التهاب است، بررسی یکی از وجوه آن، یعنی سکولاریسم نیز باید این گونه باشد.

نکته دیگر این است که چرا باید از طرح این موضوع بپراسیم؟

آیا دانش‌هایی که در حوزه‌های مختلف بشری شکل گرفته‌اند، نسبتی با دوران مدرن دارند یا خیر؟ با مطالعه تاریخ تفکر در فلسفه غرب، روشن می‌شود که این‌ها نسبت برقرار کرده‌اند. دوران مدرن این گونه شکل گرفته که در حوزه‌های مختلف، دانشمندان نظریه می‌دهند و در این نظریه‌ها، خود را مقید نمی‌دانند که چقدر با گزاره‌های دینی توافق دارند و چقدر ندارند. این اتفاقی است که در غرب رخ داده و مطالعات رسانه‌ای که بیشتر غربی بوده و در آن فضای مدرن و غیردینی شکل گرفته نیز از این ویژگی برخوردار هستند. ما واضع نظریات رسانه‌ای یا خالق رسانه‌هایی چون تلویزیون و رادیو نبوده‌ایم. این‌ها همه سوغات دوران مدرن غرب هستند که با



همان ویژگی‌های مدرنیسم غربی، وارد فضای فکری و زندگی ما شده‌اند. ما در این حوزه و حوزه‌های دیگر، باید اقتباس کنیم، نه تقلید و نه ترجمه صرف. برای رسیدن به این اقتباس، وظیفه ما این است که دست‌کم یک پژوهش داشته باشیم. چرا باید از طرح این مباحث سر باز زنیم؟ اینجا بحث رسانه و دین نیز مطرح نیست. اندیشمندانی که در ایران زندگی می‌کنند و آنان که به فرهنگ ایرانی معتقدند - با آن‌ها که به فرهنگ جهانی باور دارند، کاری ندارم - آیا معتقد به اقتباس هستند یا معتقدند که باید کاملاً تقلید کرد؟ به یقین، آنان معتقد به تقلید صرف نیستند، بلکه معتقد به اقتباس هستند. این اقتباس به معنای تغییر و دگرگونی است. ایجاد این تغییرات مبتنی بر دانش پدیده است. دانش پدیده رسانه مهم است. اگر شما نسبت آن پدیده را با فرهنگ غرب بدانید و بکوشید از پس این نسبت‌سنجی‌ها و شناخت پدیده‌ها، پدیده‌هایی مدرن چون تلویزیون را بر فرهنگ خودی منطبق سازید، نگاه شما ژرف‌تر و دقیق‌تر خواهد شد. آیا این مطالعه تطبیقی مورد نیاز نیست؟

برخی از استادان و مسئولان تأکید داشتند که به همان مسئله دین و رسانه بپردازیم. استدلالشان این بود که تولیدات رسانه‌ای که همه افراد آن مسلمان هستند، نمی‌توانند غیردینی باشند. برخی می‌گفتند بحث سکولاریسم و رسانه مقبولیت ندارد؛ گویی این قابل ردیابی و پژوهش نیست. برخی از سر خیرخواهی و مصلحت‌اندیشی، می‌گفتند بررسی نسبت این دو با یکدیگر به صلاح نیست؛ زیرا به نظر آنان، این موضوع در جامعه علمی یا در جامعه مدیران ما حساسیت ایجاد می‌کند. اینان می‌گفتند باید در زمینه دین و رسانه به پژوهش پرداخت. چرا می‌روید سراغ مباحثی که حساسیت ایجاد می‌کنند؟! درحالی‌که حتی در آن حوزه نیز، وقتی می‌خواهید درباره دین و رسانه بحث کنید، باید بدانید که عمده مطالعات درباره دین و رسانه، از غرب آمده است. باید مبنای آن‌ها را بررسی کرد و دید آیا می‌توان آن مبنای را پذیرفت یا خیر. برخی از مبنای آن‌ها یا مبنای دینی ما غیر قابل تلفیق است و باید تغییراتی اعمال شود تا بومی و مطابق فرهنگ ما بشود. این بحث‌های تطبیقی که قرار است در حوزه سکولاریسم و تلویزیون شکل بگیرند، در حوزه دین و رسانه نیز مطرح می‌شوند؛ یعنی سرشت پژوهشی هر دو یکی است. به همین دلیل بود که همایش رسانه تلویزیون و سکولاریسم پیش‌درآمد همایش دین و رسانه بوده است. در نتیجه، گریختن از طرح چنین مباحث پایه‌ای و مهمی، بی‌دلیل است.

آیا همایش رسانه تلویزیون و سکولاریسم، دبیرخانه دائمی خواهد داشت تا در طول سال، از پژوهشگران علاقه‌مند حمایت کند؟

موضوع پژوهشی رسانه تلویزیون و سکولاریسم، با این همایش به پایان می‌رسد و در سال ۱۳۸۷، سلسله همایش‌های دین و رسانه برگزار می‌شود و دبیرخانه همایش رسانه تلویزیون و سکولاریسم، به دبیرخانه آن همایش بزرگ بدل خواهد شد.

