

الگوهای گفت و گو با ادیان

|| والسون تمبو

که در مناطقی از آفریقا و آسیا به رغم آنکه مذاکره کنندگان دائم در گفت و گو با یکدیگرند اما خصومت‌های فرقه‌ای روزبه‌روز حادث می‌شود.

گفت و گوی همسایه‌ها

در این الگو وقتی ما وارد عرصه گفت و گو می‌شویم خود را همسایه طرف مقابل فرض می‌کنیم. به تعبیر بهتر، می‌دانیم که نسبت به هم غریبه‌ایم اما به حکم ضرورت و نیاز باید همسایه بشویم. این نوع گفت و گو فقط به کسانی که وقفا همسایه‌اند اختصاص ندارد. غریبه‌ها را هم به گفت و گو می‌گیرند. ما نمی‌خواهیم غریبه را همیشه غریبه نگه‌دارد. جوهر همسایگی عبارتست از «بودن با» اما این «بودن با» مفهومی فیزیکی، ملای یا جغرافیایی ندارد بلکه وضعیتی رفتاری و روحی است. به این اعتبار بوستان زندگی وقتی زیبا و چشم‌نواز می‌شود که تکثر مذهبی پذیرفته شود. در غیر این صورت ادیان چیزی نخواهند بود جز مثنی‌خرد مغیلان. همسایگی البته چیزی دلنی نیست بلکه باید آنرا ساخته، پروراند و محافظت کرد. گفت و گو ابزار کار آمدی برای نیل به این مقصود است.

همسایه در لغت به معنای کسی است که نزدیک ما ساکن است. آنچه اصل است اما کسی را همسایه خود بدانیم. دین او نیست بلکه نزدیک بودن اوست. گفت و گو به عنوان کنشی همسایه‌وار یک هدف روشن دارد. غلبه بر غربت و بیگانگی و نیز از میان برداشتن ناهنجاری‌هایی که این غربت می‌آفریند. ما معمولاً چیز زیادی درباره دین دیگران نمی‌دانیم. سهل است که حتی در باب دین خودمان هم اطلاعاتمان خیلی ناچیز است. ولی با این وصف به خود اجازه می‌دهیم که دین همسایگان خود را سراسر ضلالت و ظلمت خطاب کنیم و به دینداری آنها به چشم سوءظن نظر کنیم. پیشداوری، شناخت تحریف شده‌ای است که محصول مستقیم غربت و بیگانگی است.

عالم همسایگی، عالم کودکان است. در مورد بزرگسالان، شاید شک و شبهه‌ای باشد اما هیچ تردیدی نداریم که کودکان نسبت به همدیگر اصلاً حس غریبی ندارند. شاید همان‌طور که مسیح گفته است: اگر می‌خواهیم گفت و گوهایمان کنشی همسایه‌وار باشد باید به عالم کودکی رجعت کنیم و کودک باشیم. کودکان همیشه برای گفت و گو کردن، آماده و مهیا هستند چرا که رها از اسارت علاقت و پیشداوری‌ها زندگی می‌کنند. کودکان، نماد آشکار همسایگی‌اند. آنچه برای ایشان مهم است نیازهایشان است اما بزرگسالان گاه کودکان را ضایع می‌کنند چون می‌خواهند توجه و تمرکز ایشان را از «نیازها» به «امیال» منحرف کنند. گفت و گو بر مدار نیازها مطلقاً نمی‌تواند عملی صرفاً لفظی و زبانی باشد و لذا حساسیت بر روی نیازها لاجرم ما را به سمتی سوق می‌دهد که از گفت و گوی کلمات عبور کنیم و به گفت و گوی اعمال برسیم.

نکته آخر اینکه، همسایگی عرصه بازی قدرت نیست بلکه صحنه ابراز مهر است. آنچه فضای بین ادیان را تیره و تباہ می‌کند این پیش‌فرض است که این عرصه، ساخت قدرت‌نمایی و زور آزمایی است. اما درست به عکس، گفت و گو فعالیتی از جنس مهرورزی است. مهر و عشق، نوری است که در پرتو آن حقیقت را بهتر می‌توان دید. حق آن است که غریبه، یک همسایه بالقوه است و همسایه نیز به نوبه خود یک دوست بالقوه. در عالم همسایگی است که تفاوت‌ها می‌توانند به نحو هماهنگ و موزون، همزیستی داشته باشند. به این ترتیب، گفت و گوی همسایه‌ها گفت و گویی صادقانه، مبتنی بر مهر، و بدور از قدرت‌نمایی است. بپایه نخواهد بود اگر این الگو از گفت و گو را بایزده‌ترین و موفق‌ترین الگو برای گفت و گو میان ادیان بدانیم.

عمل گفت و گو نوعی ارتباط آمیخته با تعهد به مفهوم «غیریت» است. غیریت نیز به نوبه خود در دو قالب اصلی جلوه می‌کند: غریبه و همسایه. با این همه آن چه مقدم بر گفت و گو است «غیر» یا «دیگری» نیست بلکه گونه‌ای حالت روحی و معنوی است. آنگاه که حالت کین‌ورزی در وجود ما حادث شود، «دیگری» را به یک غریبه بدل می‌کند. در چنین حالتی، غریبه به راحتی و به سرعت به دشمن مبدل می‌شود. متقابلاً آنگاه که حالت مهرورزی در جان‌ها جوانه بزند «دیگری» ابتدا به یک همسایه و سپس به یک برادر یا خوهر تبدیل خواهد شد. حاصل آنکه دو سنخ از گفت و گو می‌توان فرض کرد: گفت و گوی برخاسته از کین‌ورزی، و گفت و گوی ناشی از مهرورزی. نزاع و کشمکش نیز خود نوعی گفت و گو است. منتها گفت و گویی که حاصل نفرت و کینه است. این نوع گفت و گو، همسایه را به غریبه و بلکه به دشمن مبدل می‌کند. بر همین قیاس، حسن ظن نیز نوعی گفت و گوی بدون کلام است که آدمی را از خوی خصومت دور می‌کند و دشمن را به همسایه و حتی به برادر تبدیل می‌نماید. بر حسب این مینا، گمان می‌کنم دو گونه گفت و گو قابل تصور است: گفت و گوی غریبه‌ها و گفت و گوی همسایه‌ها.

گفت و گوی غریبه‌ها

گفت و گوی غریبه‌ها خود بر دو قسم است:

۱. الگوی بازاری گفت و گوی ادیان: تبلیغات، شاخص و شناسه بازار است. در این الگو از گفت و گوی ادیان انگیزه اصلی و اولیه، تبلیغ کالای دینی متعلق به خود است. به طور کلی تبلیغات، جزئی از فرآیند گفت و گو است چرا که تبلیغ مؤثر مستلزم شناخت ذائقه و طبع عمومی مردم است. نوگویی تبلیغات، قاب گرفتن و شکل‌تزیین شده گفت و گو است. لازمه تبلیغات، گفتن و شنفتن است اما گفتن و شنفتنی که جدا از هم‌اند، در حالی که گفت و گوی حقیقی جمع میان این دو است. در بازار، با مشتری سخن گفته می‌شود اما سخن او شنیده نمی‌شود. آن دسته از گفت و گوهای دینی که آنقدر فروتنی ندارند که با ذهن گوشوده و در فرآیندی مستمر و رو به کمال به سخن دیگری گوش بسپارند بی‌گمان از جنس گفت و گوهای مدل بازاری هستند.

۲. الگوی قهوه‌خانه‌ای گفت و گوی ادیان: این الگو، گونه‌ای دیگر از همان گفت و گوی غریبه‌هاست که البته کمابیش دوستانه‌تر و به درجاتی پیشرفته‌تر است. این الگو بیشتر به یک تفنن نخیه‌گرایانه شباهت دارد و معمولاً به تحول در واقعیات حاد و ملموس جهان نمی‌انجامد. حتی وقتی که بنا به شرایط خاص، گفت و گو ضرورت پیدا می‌کند این نوع گفت و گو اساساً انگیزه و میل به تأثیر در واقعیت را ندارد. آنچه در این الگو از گفت و گو اهمیت دارد صرفاً رعایت نزاکت به هنگام ارائه استدلالها و نیز رعایت تشریفات و حفظ وقار و متانت است نه چیزی بیشتر. در چنین چارچوبی، نفس گفت و گوی دینی عین هدف است و از گفت و گو هدفی غیر از خود گفت و گو مراد نمی‌شود. فقط می‌خواهد دیگری را تحت تأثیر قرار دهد نه اینکه وضع موجود را بهبود بخشد یا دست در دست دیگری بگذارد تا به اتفاق به آینده‌ای بهتر برسند.

در هر دو الگوی فوق، طرفین گفت و گو به هنگام آغاز، غریبه‌اند و به هنگام خداحافظی هم همچنان غریبه خواهند ماند. اغلب به غلط تصور می‌شود که گسترده شدن دوستی‌ها گام نخست در تفاهم دینی است. به همین خاطر است



• پدر روحانی والسون تمبو، متاله مسیحی است که اصالتاً هندی است. هم‌اکنون عضو مؤسسه ملی آموزش اقلیت‌ها و نیز مسئول کمیته ملی بازمبانی متون آموزش دینی در هندوستان است. او در دانشگاه‌های مختلف، تجربه تدریس و تحقیق دارد.