

رسانه‌ها در جامعه دینی

جستجوی یک الگوی تازه

گفت‌وگوهای وفسور حمید مولا

مصطفی حزری

ابعاد رسانه‌های حضور خاورمیانه‌ای آمریکا در دوره اخیر و آن برنامه خاورمیانه بزرگ در منطقه به چه شکل است. به بیان دیگر رسانه به عنوان ابزاری تعیین کننده در سیاست خارجی آمریکا آیا برای اجرای چنین طرحی هم در فضای کاخ سفید برنامه‌ریزی شده است؟

پس از جنگ دوم بین‌الملل تا امروز سیاست خارجی آمریکا هیچ‌وقت فارغ از استفاده از ابزارهای تبلیغاتی و رسانه‌ای نبوده است. بعضی سیاست خارجی آمریکا را به این شکل می‌توان نگاه کرد بدون این که به نظر برسد که اداره دستگاه تبلیغاتی و یا رسانه‌ای را بر عهده دارد. در موضوع خاورمیانه هم همین‌طور. همواره سیاست‌گذاری خارجی آمریکا همراه است با سیاست‌های روابط عمومی و رسانه‌ای که اتفاقاً آمریکایی‌ها در این امر متبحرند. بدون شک هم در داخل کاخ سفید و هم در داخل آژانس‌های مختلف روی این قضیه مطالعاتی دارند. مسئله‌ای که باید یادآوری شود این است که امروز هشتاد نفر از صد نفری که در یک وزارتخانه یا دایره‌ای در کاخ سفید کار می‌کنند مرتبط با کارهای اطلاعاتی (Information)، تبلیغاتی و رسانه‌ای هستند، اما در

موتورهای مارخی که در خاورمیانه اجرا شده و رئیس‌جمهور آمریکا در مورد آن صحبت کرده است. حاله خاورمیانه است و در آن گفته شده که آمریکا می‌خواهد خاورمیانه را به صورت رژیم‌های دموکراتیک، آمریکا بسازد. انارده کند.

باید گفت طرح این موضوعات یکی از شیوه‌های تبلیغاتی آمریکاست. از قدرتی که سال‌ها خودش در سیاست خارجی از دیکتاتورهای منطقه حمایت کرده این بحث را مطرح می‌کند. اما از آنجا که آمریکا می‌خواهد در منطقه دخالت کند، احتیاج به بهانه‌ای داشت که در نقاب آن بتواند کار خود را انجام دهد و برنامه استحصالی بزرگ خاورمیانه همان نقاب است. یک موضوع دیگر هم می‌خواهد اضافه کند، اینکه چون اغلب کشنده‌سورهای خاورمیانه تحت نفوذ واشنگتن هستند و متأسفانه اغلب این کشورها نماینده مردمشان نیستند و وابستگی این دولت‌ها به واشنگتن خودش یک بحران جدی برای سیاست خارجی واشنگتن ایجاد کرده است و این برنامه بزرگ خاورمیانه‌ای آمریکا را می‌شود در چارچوب تأمین مشروعیت هم طبقه‌بندی کرد.

عین حال سیاست‌های دولت در رسانه‌ها به قدری پیچیده و ظریف طرح می‌شود که بسختی می‌توان ریشه‌های آن را باز شناخت.

از برنامه‌های تبلیغاتی و رسانه‌ای که در این مسیر انجام شده نمونه‌هایی را نام ببرید؟

این‌ها در سطوح مختلف کار می‌کنند، مثلاً در حوزه درون آمریکا افکار نویسندگان و ژورنالیست‌های آمریکا از طریق رسانه‌های مسلط با نخبگان آمریکا همسو می‌شود؛ بطوریکه وقتی سیاست خاصی در سطح نخبگان آمریکایی تعیین می‌شود، رسانه‌های آمریکایی وظیفه تعیین آن را در بین مردم بر عهده می‌گیرند و این کار در اکثر رسانه‌های فراگیر و بزرگ آمریکایی صورت می‌گیرد؛ از لس آنجلس تا میمز گرفته تا واشنگتن پست و از نیویورک تا میمز گرفته با باستون کلاوز و تمام بنگاه‌های رادیو تلویزیونی، جز تعدادی از نشریات و مجلات و روزنامه‌های محدود و کوچک آمریکا که شمارگان شان هم خیلی کم است. در جنبه خارجی هم در چند جهت کار می‌کنند؛ با استفاده از بنگاه‌های سخن‌پراکنی مثل صدای آمریکا، رادیو آزادی و شبکه‌های رادیو تلویزیونی جاهای مختلف که در دست دارند، با استفاده از ماهواره‌ها و با نفوذ و استفاده از مطبوعات محلی کار می‌کنند. سعی می‌کنند در واقع تمام موضوعاتی را که می‌خواهند حلاجی کنند از طریق جریان‌سازی خبری توسط خبرگزاری‌ها منتشر کنند و از طرفی چون بنگاه‌های محلی کشورهای اسلامی جایگاه مستحکمی در جریان‌سازی خبری ندارند که بتوانند به آن تکیه کنند ناچار به جریان‌های خبری که از طریق این بنگاه‌های خبرپراکنی ایجاد می‌شود اعتماد می‌کنند؛ همان موضوعی که جواب سؤال اول شماست که نقشه بزرگ آمریکا در مورد استحاله خاورمیانه چه بوده است. این در گام اول نشانه این است که اینها با استفاده از همان ابزار، موضوع روز را تعیین می‌کنند و اذهان را به آن مشغول می‌کنند؛ در صورتی که ممکن است که اصلاً اینها قصد انجام چنین کاری را نداشته باشند یا توانایی انجام آن را در خود نبینند.

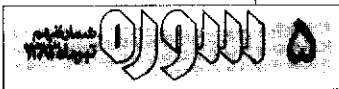
شما به اقناع افکار عمومی در جامعه آمریکا به عنوان یکی از وظایف رسانه‌ها در این کشور اشاره کردید. چنین فضایی آیا برای منطقه خاورمیانه هم ایجاد شده است؟

بله، نمونه خوبی را در جنگ اخیر عراق که هنوز هم ادامه دارد، می‌بینیم. قبل از اینکه اینها این جنگ را شروع کنند مدت چندین ماه مصاحبه‌های مطبوعاتی و تبادل افکار و اظهار نظر بین نخبگان سیاسی و روزنامه‌نگاران جریان داشت این موضوع را شفاف به مردم آمریکا قبولانند که

عراق مرکز تروریسم و در شرف حمله به آمریکاست. یعنی در عراق نه تنها ما یک دیکتاتور داریم بلکه این دیکتاتور تسلیحات کشتار جمعی دارد. وقتی این موضوع را مطبوعات قبول کردند و کنگره آمریکا هم قبول کرد با قطعنامه‌ای که برای حمایت از بوش مطرح کردند، جوی را به وجود آوردند که توانستند به عراق حمله کنند و پشتیبانی‌بخش زیادی از افکار عمومی را هم به دنبال داشت. به عبارتی امروز شما نمی‌توانید جنگی را شروع کنید یا اختلافاتی را طرح کنید قبل از اینکه افکار عمومی داخلی و خارجی را با خودتان همراه کنید؛ این کار نه تنها در سطح مطبوعات به صورت ظریف و اختصاصی شکل می‌گیرد بلکه در سطح اطلاعات و دیپلماسی بسیار به آن توجه می‌شود.

این موضوع در داخل خاورمیانه به چه شکل مورد توجه قرار گرفت؟ به هر حال چنین طرح‌هایی به فضای مناسبی جهت تحقق اهداف آن احتیاج دارد. گذشته از این که ابعاد همین طرح در حوزه‌های فرهنگی، سیاسی و... برای ما روشن نیست.

اولاً سیاست‌گذاران کاخ سفید اصلاً نمی‌خواهند که ابعاد این طرح روشن شود. چون خود این روشن نشدن یکی از روش‌های سیاست خارجی آمریکاست. از آنجا که ممالک اسلامی در خاورمیانه، و به‌طور کلی ممالک دیگر، آمریکا را به صورت یک ابر قدرت می‌بینند، خبرگیری از واشنگتن و توجه به اقداماتی واشنگتن در رابطه با سیاست خارجی اتفاق می‌افتد، بیشتر مورد نظر رسانه‌ها و دولتمردان غیر آمریکایی قرار می‌گیرد. این توجه ایجاد شده خودش امتیاز بزرگی است برای آمریکا. ما در جهان در مورد آمریکا بیشتر فکر و صحبت می‌کنیم تا آمریکایی‌ها در مورد ما. وقتی این طور شد و آمریکایی‌ها درباره موضوعی صحبت کردند - و این صحبت‌ها هم شفاف نیست و نمی‌خواهند هم شفاف باشد - همین صحبت موضوع روز مطبوعات خاورمیانه قرار می‌گیرد. تا می‌آیند بچینند و ببینند که این موضوع چیست، هم وقت گذشته و هم صفحاتی از مطبوعات به این موضوع اختصاص یافته است. یعنی سیستم طوری کار می‌کند که کشورهای دیگر را مجبور می‌کند که آنچه را که مهم نیست مهم استنباط کنند و این یکی از هدف‌های اصلی سیاست‌گذاری آمریکاست. به‌طور مثال یکی از اهداف تبلیغاتی آمریکایی‌ها در جنگ عراق این بود که به ایران پیام بدهند که بترسید که اگر شما بر مواضعتان پافشاری کنید ممکن است ما به شما هم حمله کنیم. یعنی می‌خواستند این رعب و وحشت را نه تنها در عراق که در کشورهای



نمی‌توانید اجازه بدهید که هر شهر داری، هر نماینده‌ای و هر روزی برای خودش روزنامه منتشر کند، و زرا و مدیر کل‌ها عوض می‌شوند، سیاست روزنامه‌ها هم عوض می‌شود؛ چرا باید از بیت‌المال این همه پول خرج کنیم که یک وزیر یا یک شهردار یا یک استاندار و یا یک بخشدار برای خودش روزنامه منتشر کند؟

امروز هشتاد نفر از صد نفری که در یک وزارتخانه یاد ابرهای در کاخ سفید کار می‌کنند مرتباً کارهای اطلاعاتی (information)، تبلیغاتی و رسانه‌ای هستند، مادر عین حال سیاست‌های دولت در رسانه‌ها به قدری پیچیده و ظریف طرح می‌شود که بستختی می‌توان ریشه‌های آن را بازشناخت.



با وضع فعلی و با مطبوعاتی که قریب به یک سوم یا نصف آن وابسته‌اند نمی‌شود به جنگ ابر قدرت [رسانه‌ای] رفت.

با دسر سرمایه گذاری شود که ما بتوانیم مستقلاً خبر بگیریم، مستقلاً دنیا را ببینیم و مستقلاً خبر را توزیع کنیم

هم که آمریکا علاقه دارد رژیم‌هایشان را عوض کند، ایجاد کنند. موفق نشدند چون خیلی از این سیاستگذاری‌ها هیچ ضمانتی برای موفقیت ندارد. مثلاً ایران به عنوان یک کشور خاورمیانه‌ای می‌تواند سیاستی پیش بگیرد که این نوع تبلیغات را خنثی کند و لازم‌هاش این است که ایران یا کشورهای دیگر خاورمیانه هم سیاست‌های اطلاعاتی خبری و سیاسی را در همان سطح و با همان آینده‌نگری آمریکایی‌ها داشته باشند.

شما در کتاب الگوی مطبوعات بحثی را مطرح کردید با عنوان بسیج رسانه‌های جهان اسلام. سؤال اینجاست که آیا این مقابله از طریق این راهکار امکان‌پذیر است. موضوع آن کتاب این است که - امیدوارم این موضوع فراتر از کتاب شدن بدان عمل شود - انقلاب ایران یک ربع قرن پیش شکل گرفت. جامعه ایران هم بیش از هر چیز دیگری یک جامعه اسلامی است تا به حال نظامی به شکل نظام اسلامی موجود در ایران وجود نداشته است. ما انقلاب کردیم، جامعه‌ای اسلامی داریم که باید به سوی تکامل آن حرکت کنیم، یک نظام اسلامی هم داریم. طبیعی است که در چنین شرایطی و در چنین نظامی ما باید یک نظام و الگوی اسلامی برای مطبوعات داشته باشیم که نداریم! وقتی شما از این نظام بی‌بهره‌اید نمی‌توانید خودتان را مجهز کنید و با طرف مقابل مبارزه کنید.

انقلاب‌های لیبرالیستی و سوسیالیستی و... الگوهای رسانه‌ای تشکیلاتی و فرهنگی برای خودشان تدوین کردند و آن را همیشه مد نظر قرار دادند؛ چه دلیلی دارد که انقلاب اسلامی الگوی جدیدی را بر اساس دیدگاه‌های خودش ترسیم نکند و یک تصویر متمایز از خودش ارائه ندهد؟ ایران پس از انقلاب در فرهنگ‌سازی در سه حوزه غفلت کرده است: یکی آموزش و پرورش و دانشگاه‌هاست، یکی تشکیلات سیاسی و گروهی است و یکی مطبوعات و رسانه‌هاست عجیب نیست که برخی خسارات وارد آمده بر ما همه از این سه بخش بوده است و ما همچنان کم و بیش با تقلید از الگوهای سرمایه‌داری و لیبرالی غرب عمل می‌کنیم.

با وضع فعلی و با مطبوعاتی که قریب به یک سوم یا نصف آن وابسته‌اند نمی‌شود به جنگ ابر قدرت [رسانه‌ای] رفت. به عقیده بنده در این سه رشته ما نتوانستیم الگوهای اسلامی را بیاده کنیم و به جایی نخواهیم رسید.

منظورتان از وابستگی رسانه‌ها و مطبوعات چیست؟

وابستگی مطبوعات بستگی به الگوها دارد، یعنی ما نمی‌توانیم این‌طور فکر کنیم که چون آن‌ها به

صورت عمل می‌کنند ما هم باید همان‌گونه عمل کنیم همین مصیبت سرمان می‌آید؛ الگوی مالکیت مطبوعات ما اسلامی نیست، مالکیت مطبوعات ما، لیبرالیستی است، ما اجازه می‌دهیم که هر کسی که پول و سرمایه داشت - حالا به اینکه این پول و سرمایه را از کجا به دست آورده کاری نداریم - بتواند یک امتیاز از وزارت ارشاد بگیرد. این اسلامی نیست، لیبرالیستی و سرمایه‌داری است. در این شرایط روزنامه و مطبوعات را کسانی منتشر می‌کنند که پول دارند. حالا ممکن است از شهرداری بیاید، از ثروت عمومی مردم یا از ثروت یک شخص دیگر، من از شما سؤال می‌کنم که در یک جامعه اسلامی شهروندان چه باید بکنند؟ آنها که نمی‌توانند روزنامه منتشر کنند، پول که ندارند و این سیستم می‌شود همان سیستم غربی منهای ابعاد مفیدی که آنها دارند و ما نداریم. البته این دلیل نمی‌شود که بگوییم ما هم اکنون روزنامه‌ها و مجلات اسلامی نداریم. هست ولی مخلوطی است از همه چیز؛ مالکیت اساس اصلی هر روزنامه است. یعنی باید یک سیستم تعیین بکند که مالکیت به چه کسی تعلق دارد، به دولت تعلق دارد، به ملت تعلق دارد، به شرکت‌ها تعلق دارد.

در چارچوب اسلامی، حقوق شهروندان مهم‌تر از حقوق ناشران است. ما در ایران آزادی ناشران داریم نه آزادی مخاطبان.

در وضعیت حاضر که ما به علت بعضی خلأها هنوز نتوانسته‌ایم الگوی رسانه‌های اسلامی را ایجاد کنیم و وضعیت ما به صورتی است که با هجمه تمدن غرب روبرویم، چه باید کرد که جبهه متحد رسانه‌های اسلامی در منطقه شکل بگیرد و از طرف دیگر در ایران چه باید کرد؟

از جنبه رسانه‌ای دو، سه کار می‌شود انجام داد که باز برمی‌گردد به سؤال اول. اصرار می‌کنم، شما اگر زیرساخت مطبوعات و رسانه‌های اسلامی نداشته باشید نمی‌توانید مبارزه کنید. شما با اسلحه‌ای مبارزه می‌کنید که دست آنهاست. بنابراین اول باید زیرساخت مطبوعات و رسانه‌های اسلامی را ایجاد کنید و تا ایجاد نکنید همیشه ضعیف هستید و هیچ استقلال‌هایی ندارید. دوم این است که ما باید روش روزنامه‌نگاری، خبرنگاری و توزیع را تبیین کنیم و این‌ها را به صورت یک روش اسلامی در بیاوریم. روش‌های ما تا به حال تقلیدی بوده است. سوم اینکه باید سرمایه‌گذاری شود که ما بتوانیم مستقلاً خبر بگیریم، مستقلاً دنیا را ببینیم و مستقلاً خبر را توزیع کنیم. شما همین الان ببینید در آمریکا که ابر قدرت

بزرگ است یک خبرنگار ایرانی نیست که به صورت رسمی کار کند و از زمان انقلاب هم نداشتیم. من که الان در اینجا هستم می‌توانم این را به خوبی به شما بگویم، وقتی شما خبرنگار ندارید چگونه می‌خواهید روی افکار عمومی اینجا تأثیر گذار باشید؟ و دوم اینکه چگونه می‌توانیم آن تحلیل‌هایی را که باید از وضعیت آمریکا بشود در نشریاتمان منعکس کنیم؟

می‌توانم بگویم که تمام تحلیل‌ها و تفسیرهایی که امروز از آمریکا نوشته می‌شود تماماً از خود آنها گرفته می‌شود نه اینکه از واقعیت‌های درون جامعه آمریکا نشأت گرفته باشد.

این مبحث در بعد نظری بود که کارشناسان ما باید در آن به صورت جدی وارد شوند. ولی الان در فضای رسانه‌ای ما با مجموعه‌ای روبرو هستیم که نسبت به آرمان‌های انقلاب تعهد دارند؛ اعم از هنرمندان و روزنامه‌نگاران و افراد دانشگاهی و... فکر می‌کنید وظیفه این گروه‌ها بسا امکانات موجود چیست؟

مرحوم شهید سید مرتضی آوینی در این زمینه جبهه خوبی را باز کردند؛ امام خمینی فرمودند: که هنر آن است که بدون هیاهوی سیاسی و خودنمایی شیطانی برای خدا خدمت کند. اگر شما به زندگی شهید آوینی نگاه کنید خواهید دید که ایشان هم تسلط خوبی به ادبیات غرب داشت و می‌فهمید برای همین به تنهایی و کمک عده‌ای موفق شدند کارهای بزرگی انجام دهند. ما باید تا می‌توانیم این نوع نیروها را بسیج کنیم تا این نیروها در خدمت نظام باشند و نظام هم باید از این نیروها استفاده کند و سرمایه‌گذاری روی ساختارهای مستقل اسلامی باشد.

مثال دیگری بزنم. از اول انقلاب اسلامی تاکنون به همه خبرنگاران و فیلم‌برداران خبرگزاری‌ها نویسندگان و مفسران و... آمریکایی اجازه و ویزا دادیم که بیایند و داخل ایران را ببینند یعنی ما دروازه را باز کردیم که اینها بیایند اینجا را ببینند. ولی متقابلاً آمریکا در مدت بیست و پنج سال همه راه‌ها را به روی ما بسته است. در این وضع فعلی مگر اینکه ما "جداً به اینها اعتماد داشته باشیم که واقعیت‌های ایران را می‌نویسند این خودش خیلی ریسک است. هیچ کشوری را من نمی‌شناسم که در دیپلماسی حداقل خرید و فروش نکند؛ یعنی ما حاضریم خودمان را در اختیار آنها بگذاریم ولی آنها حاضر نیستند کوچکترین امتیازی به ما بدهند. اصلاً هضم‌نشده است؛ زمانی که آمریکایی‌ها با چین مشکل داشتند نه چینی‌ها اجازه می‌دادند که خبرنگاران آمریکایی به چین بیایند و نه

آمریکایی‌ها. ما آن قدرت را نداریم علاوه بر آن اغلب نمایندگی‌های سیاسی و سفارت‌خانه‌های ما؛ به قدری از جنبه دیپلماسی ضعیف هستند که در واقع تبلیغات ما در خارج از ایران در دنیای امروز صفر است. این فقط کارهای خداست که ما را این طور نگه داشته است. باید کارهای اساسی کرد. در کوتاه‌مدت باید این کار را با یک اسپرین درست کرد ولی این اسپرین فقط می‌تواند درد را برای چند وقت کم کند ولی به درمان اصلی نمی‌رسد.

در اینجا من برمی‌گردم به اصل موضوع. همان طور که نهاد اصیل ولایت فقیه داریم، نهاد شورای نگهبان داریم، باید نهاد اسلامی مطبوعات و دیدگاه‌های ارتباط اسلامی



دانشجویان ما باید تاریخ را مطالعه کنند که ببینند حتی روزنامه‌های اولیه، دانشگاه‌های اولیه، بیمارستان‌های اولیه و سازمان‌های غیرانتفاعی قرون هفده و هجده و نوزده همه از طریق کلیساها ایجاد شد اگر ما می‌توانستیم از زیر ساخت‌های دینی وایدنولوژی یک خودمان استفاده کنیم، الان این مشکلات را نداشتیم.

در سه حوزه فرهنگ‌سازی غفلت کرده‌ایم: آموزش و پرورش و دانشگاه‌ها، تشکیلات سیاسی و گروهی، و مطبوعات و رسانه‌ها

۷ اصول

پس از جنگ دوم بین‌الملل تا امروز سیاست خارجی آمریکا هیچ وقت فارغ از استفاده از ابزارهای تبلیغاتی و رسانه‌ای نبوده است. یعنی سیاست خارجی آمریکا راه این شکل می‌توان نگاه کرد بدون اینکه به نظر برسد که اداره بنگاه تبلیغاتی و رسانه‌ای را بر عهده دارد.

بنگاههای محلی
کشورهای اسلامی
جایگاه مستحکمی
در جریان سازی
خبری ندارند که
بتوانند به آن تکیه
کنند. ناچار به
جریان های خبری که
از طریق بنگاههای
خبر پراکنی آمریکایی
ایجاد می شود اعتماد
می کنند. به طور مثال
سوزهای چون
طرح بزرگ
خاور میانه ای آمریکا
از طریق همین
بنگاهها طرح می شود
و از این طریق همه
اذهان را از طریق
رسانه های محلی به
آن مشغول می کنند



مالکیت مطبوعات ما
لیبرالیستی است، ما
اجازه می دهیم که هر
کسی که پول و
سرمایه داشت حالا
به این که این پول و
سرمایه را از چه راهی
بدست آورده کاری
نداریم. بتواند یک
امتیاز از وزارت ارشاد
بگیرد و روزنامه
منتشر کند. این
اسلامی نیست،
لیبرالیستی و
سرمایه داری است.

داشته باشیم که نداریم.

چه ظرفیت هایی را برای رسیدن به وضعیت مطلوب در
رسانه های ما می بینید و چه خطر هایی را احساس
می کنید.

از آنجا که مطبوعات و رسانه ها برای منافع عمومی نیست
و جایی برای سوداگری و دسترسی به زور و زر است و
نویسندگان و روزنامه نگاران و خبرنگاران و... منافع مالی
را از اجرای سیاست های مطبوعاتی خودشان دارا می شوند
و این اقتضا می کند که باید مالکیت مؤسسات مطبوعاتی
نه در دست یک فرد یا گروه از سوداگران و قدرتمداران،
بلکه در تسلط کامل یک مؤسسه یا بنیاد خیریه یا اوقاف یا
تشکیلات این چنینی که منافع عامه را تأمین می کند، قرار
بگیرد. خلاصه این که مطبوعات در یک الگوی اسلامی
نباید آلت دست سوداگران برای تأمین قدرت قرار گیرند.
مطبوعات و رسانه ها باید مردمی باشند نه انحصاری و
فردی و گروهی. در ممالک اسلامی مساجد یکی از
اصلی ترین و مهمترین مراکز نشر و توزیع مطبوعات و
رسانه ها در سطح شهری و قصبه ای می تواند باشد و در
این صورت این گونه تشکیلات برای استفاده هنری و
اطلاعاتی نخبگان خیلی مفید است.

اینکه می گویم به این معنا نیست که حتماً باید یک
روزنامه داشته باشی تا کار خوبی بتوانی بکنی. من دوازده
سال است که برای کیهان مقاله می نویسم، طولانی ترین
ستونی که در مطبوعات از آغاز تا امروز بوده، مسوولین
روزنامه هم عوض شده اند، روزنامه هم متعلق به من
نیست حقوق هم نمی گیرم. این امکان وجود دارد.

این روزنامه های زنجیره ای - روزنامه های اصلاحات - که
سال های پیش درآمدند روزنامه های فصلی بودند،
روزنامه های حزبی بودند که برای اهداف بخصوصی
منتشر می شدند کارشان را که انجام دادند از بین رفتند، یا
توقیف شدند یا تعطیل. ما با این وضع نمی توانیم ادامه
بدهیم. شما نمی توانید اجازه بدهید که هر شهرداری، هر
نماینده ای و هر وزیری برای خودش روزنامه منتشر کند.
وزرا و مدیر کل ها عوض می شوند، سیاست روزنامه ها هم
عوض می شود؛ چرا باید از بیت المال این همه پول خرج
کنیم که یک وزیر یا یک شهردار یا یک استاندار یا یک
بخشدار برای خودش روزنامه منتشر کند؟ مگر مردم
دیگر احتیاج و توان اداره این کارها را ندارند اینها
سؤال های اساسی است که باید طرح شود. در آمریکا
دولت حق انتشار روزنامه ندارد، مردم این کار را می کنند؛
مردم هم چون پول ندارند شرکتها این کار را می کنند،
شرکتها هم چون هیئت حاکمه را تشکیل می دهند بر

مردم حکومت می کنند. ببینید تمام این معادلات یکسان
است. به هر حال اصرار می کنم که ما باید این کار را شروع
کنیم و گرنه در آینده با مشکل مواجه خواهیم شد. چون
وقت می گذرد. اگر ما الگو و زیرساخت مطبوعاتی خودمان
را از اوایل انقلاب داشتیم امروز چنین سیستمی بیست و
پنج سال عمر می داشت و تجربه هم گرفته بود ولی اصلاً
توجه نکردیم و همین طور دیمی این کارها را کردیم.

در حال حاضر با توجه به ضرورت حرکت در جهت
اصلاح زیرساختها چه وظایفی بر عهده روزنامه نگاران
و نشریات متعهد است؟

باید به دو سه نکته توجه کنیم؛ یکی اینکه نظام را باید
حفظ کنیم. اگر نظام از دست برود دیگر انقلاب معنی
ندارد. تکرار می کنم مطبوعات و زیرساخت های ما باید
محافظت از نظام را بر عهده بگیرند و دوم باید کاری کنند
که وحدت دینی و ملی و اسلامی ما حفظ شود. دشمن به
بهانه آزادی و دموکراسی و جامعه مدنی، گفتگوی
تمدن ها، مبارزه تمدن ها و... می خواهد تفرقه بیندازد.
اینها به عقیده بنده تبلیغاتی برای تفرقه است. این است
که ما باید نیروهایمان را جمع کنیم و کسانی که معتقد و
متعهدند سیاست های استکبار را تبدیل به پیام کنند. در
حوزه داخلی هم باید یک شیوه توحیدی، نصیحت گونه و
انتقادی و تذکری انتخاب کرد، نه شیوه های هیجان و
جنگال سازی، شایعه پراکنی و تحریف و تشکیک. ما باید
این کار را انجام دهیم. اگر همین کار را نکنیم عقب
افتاده ایم اما نشسته ایم با این "پز" که ما هم داریم مثل
غربی ها و آمریکایی ها روزنامه نگاری و کار رسانه ای
می کنیم بدون اینکه نه شرایط آنها را داشته باشیم و نه
امتیازات آنها را.

در قرآن کریم آزادی بیان به عنوان قانون الهی ذکر شده و
بر خورداری از هدایت در گوش دادن به بیان های گوناگون
امر نیکی شمرده شده است. حدود آزادی مطبوعات در
جامعه اسلامی باید بر مبنای سلسله اصولی باشد که ما در
قرآن و احادیث ملاحظه می کنیم. در تبیین این اصول من
چند مورد را می توانم ذکر کنم: یکی اینکه ما اجازه نداریم
حق و باطل را با هم بیامیزیم، ما باید از اهانت به حریم
مقدس افراد دوری کنیم ما باید روشی را بی بگیریم که
مردم دچار سطحی نگری های ژورنالیستی نشوند و متوجه
عمق موضوع باشند. اینها همه مأموریت بسیار بزرگ و
سنگینی است که امیدوارم در این مورد موفق شویم و تا
حدی هم شده ایم. چرا که ما قیل از انقلاب نه مطبوعات
مستقل داشتیم و نه نویسندگان و هنرمندان می توانستند

چیزی بنویسند. خود من سالها بود که قبل از انقلاب اسلامی ایران با اینکه خودم این رشته را خوانده بودم و در این موضوع کار کرده بودم نه اجازه داشتیم وارد ایران شوم و نه چیزی بنویسیم. من و امثال من به برکت انقلاب اسلامی توانستیم بیاییم و مقداری از حرف ها را بزنیم. تکرار می کنم محیطی که امروز پس از انقلاب برای طرح دیدگاهها حتی برای دانش آموزان به وجود آمد محیط بازی است که اصلاً در آمریکا وجود ندارد، همین الان این آزادی مطبوعاتی که در ایران هست و به همه حق می دهند که هر کاری که می خواهند انجام بدهند و هر نوشته‌ای را بنویسند، این موضوعات در آمریکا وجود ندارد. چون نشریات اینجا به صورت ادراکی سانسور می شوند؛ شاید باور نکنید که تظاهرات بزرگی که مردم ایران بر ضد آمریکا برای طرفداری از مردم عراق و محکوم کردن اهانت به بارگاه امیرالمؤمنین و امام حسین علیهم‌السلام انجام دادند اصلاً در رسانه‌های آمریکا منعکس نشد و سانسور شد. شما اگر یکی از روزنامه‌های واشنگتن پست یا نیویورک تایمز را بردارید و نگاه کنید اصلاً در مورد ایران چیزی نمی نویسند. اما آن قدر در داخل کانال‌های بیرون مرزی رسانه‌ای و ماهواره‌ای خبری تبلیغ می شود که فکر می کنید همه دنیا همان چیزی را می بینند که شما می بینید. این جا یک محیط سالم واقعی نیست، محیط سالم بازگانی است که حالا تبلیغات سیاسی هم به آن اضافه شده است.

شکل دادن پایگاههای سنتی که در عوان انقلاب اسلامی فعال شده بودند، همان طور که به مساجد اشاره کردید در این موضوع مؤثر خواهند بود؟
 البته باید تلقی ما از اینکه مسجد فقط جای نماز خواندن است، عوض شود. زمان پیغمبر یکی از کارکردها نماز خواندن بود. مسجد محل قضاوت، جمع‌آوری مالیات، فعالیت‌های خیریه و... هم بود. مقصودم این است که چون مسجد، انتفاعی نیست - چراکه مقدس و دینی و فرهنگی است - باید مرکز فعالیت هنرمندان، روزنامه‌نگاران، اساتید و همه فرهنگیان باشد. ما خودمان را باید به مساجد وابسته کنیم چون کار در مساجد سوداگری نبوده است و نباید به کمپانی‌ها و شرکت‌ها و سازمانها و اداراتی وابسته شویم که از افکار و عقاید آنها راضی نیستیم و همواره به آنها شک داریم.
 شما باید سؤال کنید اگر این همه مساجد و زیرساخت‌های سنتی را فعال می کردیم چقدر می شد از آن استفاده کرد. دانشجویان ما باید تاریخ را مطالعه کنند تا ببینند حتی

روزنامه‌های اولیه، دانشگاه‌های اولیه، بیمارستانهای اولیه و سازمان‌های غیرانتفاعی قرون هفده و هجده و نوزده همه از طریق کلیساها ایجاد شد. اگر می توانستیم از زیرساخت‌های دینی و ایدئولوژیک خودمان استفاده کنیم، این مشکلات را نداشتیم. امروز هر طلبه حق دارد در صورت تمایل با روزنامه‌نگاری و امور رسانه‌ای آشنا شود. قبلاً این طرز تفکر بود که میان منبر و رسانه‌های مدرن از لحاظ نتایجی که می خواهیم بگیریم فرق است. ولی تمام تلاش ما این است که بگوییم می شود رسانه‌های مدرن را مانند منبر به خدمت گرفت و از آنها در جهت اهداف خودمان استفاده کنیم.

در یک جمع بندی می شود گفت؛ که یکی از اتفاقاتی که می تواند در این مسیر بیفتد تبدیل شدن نهاد مسجد به یک پایگاه رسانه‌ای است.

بله کاملاً صحیح است و باید هم این اتفاق بیفتد. چراکه اگر این کار را انجام ندهیم، فاصله مردم از مطبوعات و رسانه‌ها بیشتر خواهد شد. چراکه الان در ذهن مردم مطبوعات و رسانه‌ها در ساختمان آنجانی و برج‌ها قرار دارند نه در سطح خاکی مردمی؛ مردم فکر می کنند روزنامه‌نگار باید یک روشنفکر فکی باشد. هنوز هم فکر می کنند روزنامه‌نگاری با علوم دینی و کارهای دینی باید فرق داشته باشد؛ این کاملاً غلط است.

چرا در قصبات و شهرهای کوچک ما خود مردم نشریات منتشر نکنند. چرا باید همیشه این کار را روشنفکران غربی انجام بدهند که از نیازهای مردم هم اطلاع ندارند؟ به عبارت دیگر نهادهای مردمی از این‌ها بیگانه شده‌اند. ما باید رسانه را به مردم نزدیک کنیم و همشین با مردم کنیم و آن را به مردم بسپاریم. الان رسانه‌های ما افتاده است به دست عده‌ای از دولتمردان و وزرا و شهردارها که به دنبال قدرت هستند؛ نماینده بودند یا می خواهند نمایندگی بشوند، وزیر بوده‌اند یا می خواهند وزیر بشوند، حزب درست کرده‌اند یا می خواهند حزب درست کنند. و بخشی از آن هم افتاده است به دست کسانی که خودشان را روشنفکر می دانند و فکر می کنند که حرف اول و آخر را خودشان می زنند. تمام این روند غلط است. ما خیلی کارها را باید انجام دهیم ولی این کارها باید اساسی و انقلابی انجام شود و نه تزیینی و صوری. همیشه وقتی به ایران می آیم همه از من می پرسند که در وضعیت فعلی چه کنیم. وضعیت فعلی را باید خراب کرد و وضعیت مطلوب را ایجاد کرد. با وضع فعلی نمی شود بیش از این کار کرد.

انقلابهای
 لیبرالیستی و
 سوسیالیستی
 و... انگوهای
 رسانه‌ای
 تشکیلاتی و
 فرهنگی برای
 خودشان تدوین
 کردند چه دلیلی
 دارد که انقلاب
 اسلامی الگوی
 جدیدی را بر
 اساس
 دیدگاههای
 خودش ترسیم
 نکند و یک
 تصویر متمایز از
 خودش ارائه
 ندهد؟



ما انقلاب کردیم و
 جامعه‌ای اسلامی
 داریم که باید به سوی
 تکامل آن حرکت
 کنیم. یک نظام
 اسلامی هم داریم،
 طبیعی است که در
 چنین شرایطی ما باید
 یک نظام والگوی
 اسلامی برای
 مطبوعات داشته
 باشیم که نداریم!