

حقی که ادا نشده است

محرم و صفر امسال هم گذشت و برنامه‌های دینی و مذهبی سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی هنوز از تغییرات محتوایی و ظاهری چندانی برخوردار نشده است.

نگاهی به برنامه‌های مناسبتی تلویزیون حقی که ادا نشده است

محرم و صفر امسال هم گذشت و برنامه‌های دینی و مذهبی سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی هنوز از تغییرات محتوایی و ظاهری چندانی برخوردار نشده است.

الگوی ساخت برنامه‌های ترکیبی دینی همان است که سال‌هاست، مشاهده می‌شود. همچنان ترکیب مجری و کارشناس، پخش زنده و به‌نظر می‌رسد که این شکل برنامه همانند خوراک آماده‌ای است که تهیه‌کنندگان برنامه‌های معارفی سیما آن را دستمایه ساخت برنامه‌های معارفی قرار داده‌اند. اینکه چه تغییری می‌توان در این برنامه‌ها حاصل کرد و آیا انتظار مخاطب از برنامه‌های معارفی همین است که اکنون از شبکه‌های مختلف سیما مشاهده می‌شود، سؤالات و ابهاماتی است که از کارشناسان و پژوهشگران دینی جویا شدیم.

حجت‌الاسلام دکتر محی‌الدین شیخ‌الاسلامی می‌گوید: جامعه‌ای اسلامی چون ایران همواره مستعد آن است که گفته‌ها و ناگفته‌های دینی و معارفی را بشنود و در مقام مقایسه و تشخیص برآید. در چنین شرایطی رسانه دینی وظیفه سنگین‌تری بر دوش دارد.

حجت‌الاسلام دکتر محی‌الدین شیخ‌الاسلامی که هم‌اکنون به‌عنوان پژوهشگر دینی در رسانه ملی فعالیت می‌کند و پیش از این به‌عنوان دبیر شورای معارف سیما بر ساخت بسیاری از برنامه‌های معارفی سیما اشراف داشته است در ادامه می‌گوید: مطمئن هستم که در این سال‌ها رسانه ملی به‌عنوان یک رسانه ارزشی توانسته به وظیفه خود به‌خوبی عمل کند و هم‌اکنون مردم کشور ما در این رسانه به‌دنبال پاسخ بسیاری از ابهامات و سؤالات دینی خود می‌گردند. اما اینکه رسانه ملی توانسته با توجه به امکاناتی که موجود است حق مطلب را به‌خوبی ادا کند یا نه باید بحث کنیم.

در ادامه حجت‌الاسلام محمد حسین معزی، پژوهشگر دینی و مبلغ عنوان می‌کند: ابتدای همه اظهارنظرات و نقدها باید بگویم که ما در حال حاضر با برنامه معارفی مواجهه نیستیم بلکه بیشتر گزارش‌های متنوع از برنامه‌های مذهبی را مشاهده می‌کنیم. به‌عنوان مثال می‌توان به پخش خطبه‌های نماز جمعه و نیز دیگر مراسم مذهبی اشاره کرد. در این میان نکته‌ای که حائز اهمیت است، این است که بسیاری از مردم هم اتفاقاً مخاطبان این برنامه‌ها هستند، اما آیا نیاز آنها از برنامه‌های معارفی برآورده می‌شود؟

سال‌ها از این روند برنامه‌سازی می‌گذرد و رفته‌رفته مخاطبان با این ذهنیت که برنامه معارفی همین برنامه‌ای است که ما می‌بینیم، پای تلویزیون می‌نشینند و در همین راستا برنامه‌سازان هم به ضبط مراسم ادامه می‌دهند و آن را به‌عنوان برنامه معارفی به بیننده القا می‌کنند. به همین ترتیب در وادی تولید این ملزومات هنوز رفتار رسانه‌ای بروز پیدا نکرده است. گاهی برنامه‌های معارفی آنقدر به بیراهه می‌روند که گویی دیگر مشتری رسانه نمی‌تواند گزینه دیگری جز همانی که نشان می‌دهند انتخاب کند. با این روش مخاطب در وادی کثرت و تنوع قرار نمی‌گیرد و نمی‌تواند انتخاب کند.

در حالی که بسیاری از کارشناسان دینی، مبلغان و پژوهشگران بر این باور هستند که رسانه ملی ایران می‌تواند کارآمدترین وسیله برای معرفی و بیان گفته‌ها و ناگفته‌های دینی باشد. با این باور مسئولان هم در پی ساخت و تولید برنامه‌های معارفی و دینی به این مقوله یعنی تبلیغ دین کمک می‌کنند. اما همچنان این نکته فراموش می‌شود که چرا بعد از ساخت چنین برنامه‌هایی نه مسئولان رسانه ملی از رضایت کامل برخوردار هستند نه برنامه‌سازان و البته نه مخاطبان.

دکتر محسن حبیبی، مدیر گروه معارف اسلامی شبکه دو سیما در این خصوص می‌گوید: شاید بهترین جمله برای شروع تحلیلی اجمالی بر برنامه‌های مناسبتی این باشد که هر چیز سرگرم‌کننده‌ای ارزشمند نیست و هر ارزشمندی را نمی‌توان سهل‌الوصول یافت. هرچند کارشناسان و دانشمندان رسانه‌های امروزی سرگرم‌کنندگی را از جمله ویژگی‌های ذاتی رسانه‌ای چون تلویزیون برشمرده‌اند و یک مدیر رسانه‌ای نباید هیچ‌گاه از این خصوصیت مهم رسانه‌ای جدید غفلت داشته باشد اما ما در جامعه‌ای دین‌محور چون ایران اسلامی لازم است به محتوای رسانه‌ای نیز اهتمام خاصی داشته باشیم.

در ادامه حجت‌الاسلام شیخ‌الاسلامی در پاسخ به این سؤال که آیا می‌توان با ساخت برنامه‌های دینی شناخت معرفتی مخاطب را بالا برد و فهم معناگرایی‌اش را ارتقا داد و آیا می‌توان تنها با نشان دادن برنامه‌های دینی و معارفی مبلغ دین بود؟ می‌گوید: همواره پژوهشگران و مبلغان دین به‌ویژه در رسانه ملی خود را در شرایط سختی می‌بینند و آن به خاطر مسئولیت خطیرشان است که نکند اشتباه کنیم و پاهایمان را بلغزانیم؟

او در ادامه می‌گوید: سؤالی که مطرح است آن است که بالاخره از کجا باید شروع کرد؟ تلویزیون اگر هم وسیله سرگرمی باشد، نوعی از سرگرمی را فراهم می‌کند که خود دارای محتوا و پیام است. هدف تعیین شده نیست و مخاطب در بسیاری از مواقع یا در سطح مبتدی از دین شناسی قرار دارد و یا در سطح تخصصی.

شیخ‌الاسلامی در ادامه، بهترین راه را دقت عمل و نکته‌سنجی مدیران می‌داند و می‌گوید: به‌نظر می‌رسد بهترین راه آن باشد که برنامه‌سازان و مدیران تیزهوشانه عمل کنند و در برنامه‌های خود سعی کنند نکته‌پرداز و ریزبین باشند و شاید بتوان بجزرات اظهار کرد که وظیفه‌شان به فکر واداشتن مخاطب باشد.

مدیر گروه معارف شبکه 2 در راستای اظهارات شیخ‌الاسلامی می‌گوید: فرایند برنامه‌سازی در سازمان نشان می‌دهد فرایندی که تاکنون طی شده چندان کامل نیست و راه برای رسیدن به یک الگوی کامل برنامه‌سازی دینی ناقص بوده است. مثلاً در تولید سریال‌های مناسبی در شبکه‌ها هنوز نقش گروه معارف اسلامی مشخص نیست؛ درحالی که برای تولید سریال‌های مناسبی پروژه تنها به گروه فیلم و سریال سپرده می‌شود و این گروه‌ها هستند که به تنهایی هدایت ساخت این برنامه‌های پرمخاطب را برعهده می‌گیرند. هرچند بسیاری از دست‌اندرکاران ساخت چنین سریال‌هایی و همچنین مدیران و کارشناسان گروه‌های فیلم و سریال دغدغه‌های معارفی دارند ولی مسئول پاسخگویی به مشکلات احتمالی موجود در محتوای برخی از این‌گونه برنامه‌ها کیست؟ سریال دینی و مناسبی ساخته می‌شود اما در این بین کارشناسان گروه معارف کجا هستند؟ این خلأ بزرگی است که ما در ساخت چنین برنامه‌هایی داریم. گروه معارف همواره در تلاش است و سرمایه‌گذاری می‌کند تا گروهی منسجم و هم‌هدف را گرد هم آورد. اما به‌طور مثال ساخت یک سریال ویژه ماه رمضان به گروه فیلم و سریال بدون دخالت گروه معارف سپرده می‌شود.

او در ادامه به کارها و آثار شهید آوینی اشاره کرد و می‌گوید: نگاه به کارها و آثار شهید آوینی می‌تواند تا حدود زیادی روشن‌کننده راه ما در ساخت برنامه‌های دینی و مذهبی باشد. رمز متمایز بودن آثار در این بود که او در انجام برنامه‌های دینی‌اش تا چه اندازه دغدغه مالی داشت و تا چه اندازه در سازمان برای احیای فرهنگ جهاد و شهادت تلاش بی‌وقفه کرده است؟ سپردن کار دست‌کاران از سویی دلوپسی را از مسئولان کم می‌کند و از سوی دیگر به کیفیت کار می‌افزاید. با این روش کار تأثیرگذارتر هم می‌شود.

حجت‌الاسلام محمدحسین معزی هم در ادامه با اشاره به سریال‌های معارفی و مذهبی می‌گوید: آیا دست‌اندرکاران با محتوای دینی سریال می‌سازند؟ یا اینکه تنها در سریال‌ها از نمادهای دین استفاده می‌کنند؟ چادر نماز، تسبیح و روحانی که همواره در این سریال‌ها وجود دارد و تعریفی است که نویسنده به این شخصیت داده است نه واقعیتی که وجود دارد و تأثیری که می‌تواند بر زندگی مردم داشته باشد. در حال حاضر هم مدتی است که سریال‌های دینی و مذهبی ما با رویکرد روح و آخرت ساخته می‌شوند و در نظرسنجی‌ها هم آمده که تأثیر بسزایی روی مخاطب داشته است. اما اینکه این مفاهیم تا چه اندازه با واقعیت همخوانی دارد معلوم نیست.

سؤالی که مطرح است آن است که اصولاً چرا باید به مناسبت محرم سریال بسازیم؟ چرا باید برنامه دینی را با این الگو برای بینندگان پخش کنیم. روشی که در نهایت به دلسردی می‌انجامد. به‌نظر من دست‌اندرکاران ساخت برنامه‌های معارفی هنوز نمی‌دانند که از این مقوله چه می‌خواهند یا شاید آنها سر جای خودشان نشسته‌اند. معزی در ادامه می‌گوید: در بسیاری از برنامه‌های ترکیبی مجری و کارشناس می‌بینیم که کارشناس روحانی مباحث روانشناسی را مطرح می‌کند که وقتی مخاطب از روحانی می‌شنود فکر می‌کند این رفتار دینی است. ما همچنان فقدان کارشناس داریم و این فقدان باعث شده ما به بیراهه برویم.

متأسفانه می‌بینیم که روحانی در سیما به مخاطب ذکر می‌دهد درحالی‌که تلویزیون جای ذکر دادن نیست. توقع ما از برنامه دینی چیست؟ آیا آرامش دادن به مردم است؟ آیا نهادینه کردن ارزش‌ها در جامعه است و ما تاکنون چقدر موفق بوده‌ایم؟

این پژوهشگر و مبلغ دینی در ادامه می‌گوید: به‌نظر من برنامه کلید اسرار که اتفاقاً محصول کشور دیگری هم است برنامه‌ای موفق در این زمینه است و من تفسیر قرآن برنامه حجت‌الاسلام محسن قرائتی را پر مخاطب و موفق در این زمینه می‌دانم.

در ادامه شیخ‌الاسلامی در پاسخ به این سؤال که آیا در پرسش و پاسخ با برنامه‌سازان و صاحب‌نظران برنامه‌های معارفی به نقطه مشترکی برخوردیده‌اید؟ می‌گوید: همه برنامه‌سازان معارفی سازمان طبیعتاً در یک‌سو و یک جهت برای ساخت برنامه‌ها گام برمی‌دارند اما همچنان می‌توان دریافت که حتی خود برنامه‌سازان سیما هم از روند ساخت برنامه‌ها در چنین فضایی چندان رضایتمند نیستند.

در یک جمع‌بندی نهایی به نظر می‌رسد زمان‌بندی و برنامه‌ریزی با اهداف بلندمدت، اعلام سیاست‌های سازمانی به برنامه‌ساز در زمان مشخص و از پیش تعیین شده، عدم‌شتابزدگی در ساخت برنامه‌های مناسبتی از جمله سریال‌های ماه مبارک رمضان و جلوگیری از تغییر ناگهانی مدیران که خود ضربه جبران‌ناپذیری را به بدنه سازمان و ساختار از پیش تعیین شده برای ساخت برنامه‌ها وارد می‌کند. گرچه تاکنون برنامه‌هایی در این حوزه ساخته شده است که انسان را به فکر وادارد و راه و روش صحیحی را برای ادامه حیات تبیین کند.