ديدگاه;"محافل مذهبي زنان؛ ظرفيت‌ها، کاستي‌ها و بايسته‌ها"

مقدمه:

تشکيل جلسات مذهبي سابقه‌اي چند صد ساله دارد و از اثرگذارترين شيوه‌هاي ارتباطي است؛ به اين دليل که بر اساس اعتماد شکل مي‌گيرد، مبلغ و گوينده تا حدودي از يکديگر شناخت دارند، مطالب رد و بدل شده در صحنه تبليغ، با ظرفيت و گيرايي مخاطب متناسب‌سازي مي‌شود و ارتباط رواني و عاطفي ميان گوينده و شنونده برقرار مي‌گردد. در گذشته، در زمان حاکميت فرهنگ شفاهي، جلسات مذهبي رواج زيادي داشت و به‌ويژه براي زنان از کارکرد آموزشي برخوردار بود و در فضاي فقدان رسانه‌هاي مدرن، چه مکتوب و چه تصويري، اين جلسات به يکي از کانون‌هاي اصلي آموزش و تبادل اطلاعات بدل شده بود و مرجعيتي بي‌بديل به مبلغان مذهبي مي‌بخشيد. به علاوه اين جلسات کارکرد فراغتي نيز داشت و فضايي مشروع براي گعده‌ها و روابط زنان با يکديگر به حساب مي‌آمد.

ظرفيت‌ها و کارکردها

در دهه‌هاي اخير که روند تحولات اجتماعي شتاب يافته و رسانه‌هاي نوظهور بسياري از فضاهاي ارتباطي را تسخير کرده‌اند، جلسات سنتي تبليغ تمام کارکردهاي گذشته را ندارند و کارکردهاي جديدي نيز يافته‌اند. مي‌توان در عصر جديد حفظ و تقويت اين مجالس را از جهاتي واجد اهميت دانست:

1- فضاي عمومي جامعه در فرآيند تحولات مدرن نامطمئن‌تر مي‌شود و محيط مدرسه و حلقه‌هاي گعده‌اي دختران و پسران که در محيط يا حاشيه مدرسه شکل مي‌گيرد نيز چندان اطمينان‌بخش نيست. در اين فضاهاي غيرمطمئن که تکثر و تنوع ديدگاه‌ها و تمايلات وجه غالب کنشگران آن است، ايجاد فضاهاي خاصي به نام جلسات مذهبي که بر اساس مذهب، اخلاق، تقوا و آشنايي با معارف ديني شکل مي‌گيرد، از معدود فضاهايي است که مي‌تواند براي خانواده مذهبي اعتماد‌ساز و اطمينان‌بخش باشد. اين جلسات در صورت استمرار و جذب تعدادي از دختران مي‌تواند هويت‌بخش باشد؛ هويتي که با محوريت مذهب ساخته مي‌شود و نشاط‌‌‌افزا و حرکت‌آفرين است. از آنجا که زنان موجوداتي عاطفي و ارتباطي‌اند حفظ ارتباطات هويت‌ساز پاي‌بندي بيشتري نشان مي‌دهند.اين نکته اهميت توجه به اين جلسات و برنامه‌ريزي براي ارتقا آن را بيشتر مي‌کند .

2- جلسات مذهبي سنتي، به‌ويژه جلسات خانگي، فضايي انتخابي و برنامه‌اي اختياري است و کساني که به هر دليل برنامه‌هاي تبليغي رسانه‌اي را از نظر مفهومي يا روشي اطمينان‌بخش نمي‌دانند و يا برنامه‌هاي رسانه‌اي را سياسي قلمداد مي‌کنند، اين فرصت را مي‌يابند که موضوع، قالب سخنراني و مخاطب را انتخاب کنند. از همه بالاتر اينکه اين جلسات، برنامه‌اي است که مخاطب خود در شکل‌گيري آن نقش داشته، نسبت به آن احساس تعلق مي‌کند و مي‌تواند آن برنامه را استمرار بخشد.

3- از کارکردهاي جلسات تبليغي، به‌ويژه براي کساني که روند متحول اجتماعي را زجرآور مي‌دانند، آن است که فرصت تغيير فضا را براي آنان فراهم مي‌کند. افرادي مثل خانواده معظم شهدا و زناني که در انقلاب و دفاع مقدس فعال بوده‌اند و با مشاهده وضع ظاهري جامعه فشارهاي رواني زيادي را متحمل مي‌شوند، با شرکت در اين جلسات دمي مي‌آسايند و آرامش مي‌يابند.

4- برخي به درستي به اين باور رسيده‌اند که براي انتقال پيام‌هاي متعالي بايد از ابزارهاي متناسب و فضاهاي معنوي سود جست و رسانه‌هاي مدرن واجد تمام امتيازات لازم براي انتقال پيام‌هاي ديني نيستند. از اين رو حضور در جلسات تبليغ سنتي را که در مساجد، حسينيه‌ها، در کنار خانواده معظم شهدا و با حضور افراد متخلق و صاحب نفس تشکيل مي‌شود، ترجيح مي‌دهند

5- به‌ويژه در کلان‌شهرها اين جلسات مي‌توانند مرهمي بر تنهايي انسان مدرن باشند؛ انساني که در فضاي صنعتي‌شده و ارتباطات مجازي خلأ از خود بيگانگي را احساس مي‌کند. پديده مهاجرت و حاشيه‌نشيني نيز احساس مهاجران را در پي دارد و اين جلسات مذهبي فرصتي براي گرد آمدن حاشيه‌نشين‌ها و مهاجران هم فرهنگ و هم سعي براي ايجاد پيوند و حفظ هويت‌هاي قومي و فرهنگي با محوريت مذهب است.

6- جلسات مذهبي مي‌تواند حاشيه‌هاي پررنگ‌تر از متن داشته باشد. در اين جلسات گروه‌هايي براي کمک به ايتام و نيازمندان شکل مي‌گيرد، زمينه وصلت خانواده‌هاي متدين فراهم مي‌شود، ارحام به ديدار يکديگر مي‌روند، ارتباطات محفلي شکل مي‌گيرد، صندوق‌هاي قرض‌الحسنه خانگي تشکيل مي‌‌شود، مشکلات حل و فصل مي‌شود و حلقه‌هاي آموزشي، برنامه‌هاي تفريحي زيارتي و فعاليت‌هاي متنوع ديگر و البته همه با محوريت مذهب، شکل مي‌گيرد. در فضاي مدرن که بسياري از مناسبات سنتي و ديني مثل روابط محلي و خوشايندي تضعيف شده است، چنين‌جلساتي فرصت و غنيمت به حساب مي‌آيد.

معيارها و شاخص‌هاي جلسات تبليغي

اگر يک جلسه تبليغي زنانه را به عنوان جلسه معيار، که واجد امتيازات کامل است، معرفي کنيم، بهتر مي‌توانيم تصويري از کاستي‌هاي جلسات موجود ارائه کنيم. به اجمال مي‌توان برخي از معيارها و ويژگي‌هاي جلسات ممتاز را برشمرد:

1- شخصيت اخلاقي و نقش مبلغ بايد والا، اطمينان‌بخش و مؤثر باشد. اعتماد به گوينده از عناصر تعيين‌کننده در اثربخشي تبليغ است.

2- مبلغ بايد داراي روحيه ارتباطي و مردم‌دار باشد. افراد متخلق اما منزوي، گرچه در سخنراني‌هاي موردي قابل استفاده‌اند، در جلسات مستمر نمي‌توانند مخاطب را با خود همراه سازند و با محوريت آنان حلقه‌هاي تبليغي و هيئت‌هاي مذهبي شکل نمي‌گيرد. اين صفت به‌ويژه براي زنان که شخصيت ارتباطي قوي‌تري دارند زودتر جذب مي‌شوند، مضامين عاطفي را مي‌پسندند و به حُسن‌ ارتباط امتياز بيشتري مي‌دهند، حائز اهميت است.

در اين ميان مبلغاني که دايره ارتباط خود با مخاطب را به فراتر از جلسات گسترش مي‌دهند، در حل مشکلات مردم سهيم مي‌شوند و در غم‌ها و شادي‌ها در کنار آنان‌اند موفق‌تر مي‌نمايند. در عين حال نبايد ارتباط به گونه‌اي با چاشني احساسات آميخته شود که به حد مريدي و مرادي برسد.

3- علم و بينش از ويژگي‌هاي ديگري است که سبب مي‌شود از يک سو معارف منتقل شده به مخاطب دقيق و اطمينان‌بخش باشد و از سوي ديگر نيازهاي اصلي مخاطب شناسايي و مباحث مهم‌تر در کانون توجه قرار گيرد. مبلغ توانمند در عين حال که مردم‌دار است عوام‌زده نيست و اجازه نمي‌دهد مخاطب زمام مباحث وي را در اختيار گيرد.

4- مبلغ توانمند برخوردار از روش‌هاي مؤثر تبليغي از جمله آراستگي در سخن و لباس و داراي حُسن سليقه در انتخاب موضوع و طرح بحث است. در عصر اطلاعات که عصر تکثر و رقابتي‌شدن تريبون‌ها، روش‌ها و فضاهاي ارتباطي است و مخاطبان در فضاي متنوع از امکان مقايسه و انتخاب برخوردارند حُسن سليقه و اتخاذ روش‌هاي مؤثر برگ‌برنده‌اي است که مي‌تواند مخاطب‌ساز باشد.

5- مخاطب‌شناسي و توجه به انتظارات و مطالبات مخاطبان از ويژگي‌هاي ديگري است که مبلغ بايد به آن بينديشد. مطالبه گرچه ضرورتاً نياز واقعي مخاطب نيست اما نشانگر ويژگي‌هاي شخصيتي، نظام حساسيت‌ها و ذائقه اوست و مبلغ بايد بداند که با چه مخاطبي و در چه سطح اعتقادي، ادارکي، احساسي، اطلاعاتي و تربيتي مواجه است. اين نکته البته به معناي صحه‌گذاشتن بر مطالبات مخاطب نيست بلکه بدان معناست که مبلغ بايد به شناختي از مخاطب دست يابد که در بستر آن بتواند ارتباط مناسب و مؤثر را شکل دهد.

6- جلسات مذهبي بايد جامعيت دين را در توجه به ابعاد اخلاقي و تربيتي، اعتقادي و رفتاري به نمايش بگذارد. تأکيد بر بعد فقهي و مسئله‌محوري نه مخاطب‌پسند است و نه صحيح. خروجي جلسات ديني بايد افرادي باشند که در عين حال که مسئوليت ديني را دريافته‌اند به حفظ شريعت پاي‌بند باشند و در عين حال که فقه‌گرا هستند افرادي فقه زده و خشک نباشند.

کاستي‌هاي جلسات تبليغي زنانه

بسياري از جلسات مذهبي توسط مبلغاني برگزار مي‌شود که معلومات کافي براي انتقال مفاهيم ديني به مخاطبان ندارند. اين مشکل علل مختلفي دارد؛ گاه ناشي از کم‌اعتباري تبليغ، به‌ويژه در جلسات خانگي، در ذهن افراد فرهيخته است که سبب مي‌شود افراد فرهيخته تمايلي به تبليغ در اين محافل نداشته باشند؛ گاهي به ضعف پايه‌هاي علمي مدارس علميه در برخي شهرستان‌ها و گاهي نيز به ذائقه برگزارکنندگاني باز مي‌گردد که وجه احساسي مجالس را بر وجه علمي آن غلبه مي‌دهند و افراد کم‌سواد اما مجلس‌گردان را برمي‌گزينند. در اين ميان حضور مبلغاني که اصولاً در فضاي طلبگي بار نيامده، با پارادايم حوزه و حساسيت‌هاي آن آشنايي ندارند و خود را با جريان کلي حوزه هماهنگ نکرده‌اند مشکلات بيشتري به بار مي‌آورد.

نتيجه حضور اين مبلغان در کنار عطش معنوي و روحيه تنسک‌گراي زنان آن است که امورات حاشيه‌اي و يا جعلي در متن توجه قرار مي‌گيرد، مسائل خرافي نقل مي‌گردد و دعاها و اذکاري تعليم داده مي‌شود که علماي متبحر ديني هم از آن بي‌اطلاعند و بسياري از آنها را در کتب معتبر نمي‌يابند.

اين کاستي البته اشکالي نوپديد نيست و از زمان شکل‌گيري جلسات زنانه قابل رهگيري است. در عين حال مي‌توان به کاستي‌هايي اشاره کرد که در فضاي جديد، يعني عصر ارتباطات، بيشتر مي‌توان آن را يافت.

1- تحولات هويتي نسل جديد که ناشي از عوامل متعدد از جمله رسانه‌هاي نوپديدي است که ويژگي مهم آن حس‌گرايي و تقويت بعد احساسي است، نسلي جديد پرورده است که داراي شخصيتي زود‌رنج، احساساتي و خودمحور است. نسل جديد آن‌گاه که به جلسات ديني روي مي‌آورد انتظار ديني را دارد که در ضمن آن که وي را از فضاي پرزرق و برق و خسته کننده مدرن به فضاي ساده و معنوي جديدي وارد ‌کند، چندان مزاحمتي هم براي وي نداشته باشد و در مقابل تمايلاتش مانع ايجاد نکند. از اين رو جلسات معنوي و عرفاني که بعد احساسي آن بر بعد تکليفي و شريعتي غالب است، گسترش مي‌يابد. در اين جلسات مداح جايگزين عالم مي‌شود و برخي از اين جلسات به حلقه‌هاي ذکر عرفاني بدل مي‌شوند. هم‌اکنون در برخي هيئت‌ها چنين توصيه مي‌شود که براي آنکه براي مخاطبان رنجش پيش نيايد و قطع ارتباط نکنند، از نهي از منکر و توصيه به رعايت احکام پرهيز کنند.

برخي از اين جلسات معنوي و عرفاني البته به اين غرض برگزار مي‌گردد که در زماني که عرفان‌ها و معنويت‌‌هاي کاذب، از جمله عرفان‌ها امريکاي لاتين، چيني و هندي جوانان را به خود مي‌خواند، به نياز معنوي جوانان پاسخ دهند و ميدان را از دست رقبا بستانند اما در اين ميان، به دليل فقدان بصيرت و ضعف علمي، خود به مشکلاتي از جمله ارائه تصويري غلط از دين و تقويت رابطه مريدي و مرادي مبتلا مي‌شوند. توجه به اين موضوع به دليل ويژگي انعطاف‌پذيري و احساسي زنان که مي‌تواند به شکل‌گيري سريع متعلقات عاطفي و وابستگي روحي بيانجامد اهميت بيشتري دارد.

2- مشروعيت جلسات مذهبي از يک سو و عدم کنترل و حسابرسي نسبت به برگزاري محافل و مجالس خانگي مي‌تواند زمينه‌اي فراهم کند که در متن يا حاشيه اين جلسات اتفاقات خاصي رخ دهد. به عنوان مثال يکي از کنشگران فمينيست در مصاحبه خود اظهار کرده است که در حاشيه جلسه قرائت قرآن به جمع‌آوري امضاء براي کمپين يک ميليون امضا اقدام کرده است؛ چنان‌که مي‌توان حدس زد برخي از اين محافل ذهن نوجوان و جوانان را به گونه‌اي مسئله‌دار نمايد که در بستر آن مکاتب و مذاهب انحرافي از جمله وهابيت و بهائيت منطقي جلوه کند. فراموش نکنيم که شکل‌گيري بهائيت خود محصول برخي محفل‌هايي در پوشش مذهب و با ادبيات عرفاني شيخيه بوده است.

3- برخي جلسات زنانه به شکلي از اشکال، به خانواده‌گريزي دامن مي‌زنند. اينکه برخي زنان به قدري در جلسات مذهبي شرکت مي‌کنند که از حضور در کنار همسر و فرزندان باز مي‌مانند و جلسه‌گرداني و جلسه‌گرايي به هويت و مشخصه اصلي آنان تبديل شده است؛ پديده جديدي نيست؛ اما آنچه به شکل پديده‌اي جديدتر قابل بررسي مي‌نمايد، تغيير در محتواي مجالس زنانه است. اگر در گذشته بيان آموزه‌هاي خانوادگي بخش نسبتاً مهمي از اين مجالس را تشکيل مي‌داد رفته رفته برخي از اين مجالس از بيان معارف ديني معطوف به خانواده تهي مي‌گردد. در بررسي علت اين تغيير مي‌توان علاوه بر حضور مبلغان کم‌سواد و ناآشنا به معارف ديني به تحولات مفهومي در روند گذار به مدرنيته هم اشاره کرد. در اين روند شاهد زنانه‌شدن ساختار خانواده، کم‌شدن تعلق زنان به خانواده و گسترش مفاهيمي مثل برابري حقوقي و آزادي هستيم. بنابراين نسل جديد آمادگي کم‌تري براي شنيدن توصيه‌ها و آموزه‌هايي دارد که او را به خانواده مقيد سازد، به همراهي با همسر و پذيرش سرپرستي وي فرا بخواند، آزادي‌ها و تمنيات فردي وي را محدود نمايد و بر تفاوت‌هاي حقوقي صحه بگذارد. اقبال روز‌افزون زنان به مناسکي چون اعتکاف، بدون توجه به قيد رعايت حقوق همسر و خانواده، از يک سو نشان‌دهنده وجود باورهاي مذهبي قوي است و از سوي ديگر نمايانگر تغيير تدريجي ارزش‌هاست.

4- در عصر ارتباطات مرزهاي پررنگ گذشته از ميان رفته است. يکي از اين مرزها مرز ميان علوم ديني و علوم مدرن است. در گذشته اين انتظار که مبلغ ديني به بيان آموزه‌هاي ديني، با ادبيات ديني، بپردازد، چندان دور از انتظار نبود، هرچند بدسليقلگي‌ها در طرح بحث و يا در گزينش‌هاي غلط مي‌توانست مخاطباني را از اين جلسات فراري دهد. هم‌اکنون شاهد گسترش جلساتي هستيم که گرچه با نام جلسه مذهبي برگزار مي‌شود اما مبلغ مي‌کوشد تا براي جذب مخاطب بيشتر آموزه‌هاي تربيتي و روان‌شناسي مدرن را به آنان منتقل نمايد. اگر در گذشته گاهي يافته‌هاي علمي مدرن، براي تأييد آموزه‌هاي ديني به کار برده مي‌شد کم‌کم اين رويه احساس مي‌شود که چارچوب مباحث از نظريه‌هاي علوم مدرن اخذ و آيات و روايات به عنوان تأييد يافته‌هاي علمي و مشروعيت بخش به آن به کار گرفته شود و بنابراين در محافل مذهبي حرکتي به سمت سکولار شدن زن و خانواده مذهبي ايراني نمود مي‌يابد.

بايسته‌ها

اصلاح وضعيت جلسات تبليغي به ويژه جلسات تبليغي بانوان نيازمند اصلاح رويه‌ها، به‌ويژه در نهادهاي متصدي امر تبليغ سنتي يعني سازمان تبليغات اسلامي، دفتر تبليغات اسلامي و معاونت تبليغ حوزه علميه است. پيشتر اعزام مبلغ به عنوان مسئوليت اصلي اين نهادها تعريف شده بود؛ اما هم‌اکنون، در زمان رقابتي‌شدن عرصه‌هاي تبليغي و ظهور رقباي مدعي و توانمند، سازماندهي تبليغ که مجموعه‌اي از سياست‌ها و برنامه‌هاي پژوهشي، آموزشي ترويجي، هماهنگ‌کنندگي، نظارتي و حمايتي را در برمي‌گيرد، ضرورتي بي‌بديل يافته است.

هدف از سازماندهي تبليغ ارتقاء توانمندي‌هاي علمي و روشي، تقويت ارتباطات مردمي مبلغان، هماهنگي ميان عرضه و تقاضا با شناسايي متقاضيان، اولويت‌گذاري نيازها و اعزام افراد متناسب با هر عرصه، افزايش احساس نياز به مبلغ ديني در اقشار مختلف مردم، ايجاد حرکت هماهنگ تبليغي براي تأثير‌گذاري هدفمند بر جامعه مخاطب و نظارت بر فرآيند تبليغ ديني در کشور است و البته هرگونه سياست‌گذاري و برنامه‌ريزي بايد با لحاظ عناصر جنسيتي و خانوادگي انجام گيرد. در اينجا لازم است موضوع سازماندهي تبليغ ديني را با ذکر مواردي که ضرورت انجام آن احساس مي‌شود بيشتر شرح دهيم.

1- مطالعات اجتماعي و محيط شناسانه

در مباحث ناظر به تبليغ، تا حدودي به شناسايي ويژگي‌هاي مخاطبان در قالب مباحث روان‌شناسي تبليغ توجه مي‌شود اما کم‌تر شنيده‌ايم که مخاطب‌شناسي از زاويه مطالعات اجتماعي مورد عنايت قرار گيرد. اينکه تحولات اجتماعي چگونه نيازهاي جديد پديد آورده است، اينکه تحولات هويتي در نسل جديد چه مطالبات و انتظاراتي فراروي دستگاه تبليغي نهاده است و اين که معاني و تصورات ذهني مخاطب متأثر از چه عواملي تغيير کرده است و هم‌اکنون چه تصويري از دين، روحانيت، اخلاق و ... در ذهن دارد و احساسات و تمايلات وي تحت تأثير چه عواملي متحول و مديريت مي‌شود، اينکه رقباي اصلي ما و کنشگران عرصه تبليغ چه گروه‌هايي هستند، از چه روش‌هايي بهره مي‌گيرند، با چه اقشاري ارتباط دارند و چه مفاهيمي را عرضه مي‌کنند و اينکه چه جذابيت‌هايي در عناصر مفهومي و روش‌هاي رقيب سبب افزايش سهم تأثير آنان در عرصه تبليغ مي‌شود، از جمله مباحث قابل مطالعه است که تبليغي ديني را هدفمند مي‌سازد.

2- تدوين الگوي زيست ‌دين‌مدارانه در جهان معاصر

 از علل مهم عدم مقبوليت نسبي جلسات تبليغي، به‌ويژه جلسات زنانه، آن است که نتوانسته است الگويي از زندگي دين‌مدارانه در جهان مدرن کنوني به زن و خانواده ايراني ارائه نمايد و آنگاه که سخن از آموزه‌هاي ديني ناظر به زن و خانواده به ميان آيد مخاطب احساس مي‌کند که گوينده در فضاي امروزين جامعه حضور ندارد و پاسخگوي پرسش‌‌ها و نيازهاي وي نيست. به عبارت ديگر نهاد تبليغ منعکس‌کننده ظرفيت علمي و پژوهشي حوزه است و ضعف کارکرد علمي حوزه در عرصه‌هاي معرفتي، اخلاقي و تربيتي به ضعف تبليغ مي‌انجامد. بدين منظور نيازمند تعاملي سازنده ميان نهادهاي تبليغي و پژوهشي هستيم. در اين تعامل از يک سو مطالبات و پرسش‌هاي مردم به نهادهاي پژوهشي منتقل مي‌شود و از سوي ديگر نتايج پژوهش‌ها در قالب دوره‌هاي ترويجي يا متون منسجم به جامعه تبليغي ارائه و توسط آنان بازخوردگيري مي‌شود. اين روش هم به تقويت محتواي تبليغ مي‌انجامد و هم به نشاط و توانمندي نهادهاي پژوهشي و افزايش پژوهش‌هاي ناظر به تقاضا کمک مي‌کند.

3- کليشه‌شکني از تبليغ ديني

اعزام گروهي توانمند به نام مبلغ در مناسبت‌هاي خاص به مناطق مختلف و به مجالس و محافل گرچه ضرورتي غيرقابل انکار دارد اما اينکه تبليغ منحصر به اعزام مبلغ به مکان‌هاي خاص، با محوريت طرح مباحث علمي انجام شود انتظارات را چنان که بايد تأمين نمي‌کند و بايد نگاهي توسعه‌گرا به تبليغ داشت. شعار، «تبليغ متن زندگي است» مي‌تواند به اين مهم اشاره کند که تمام زندگي يک روحاني داراي آثار تبليغي جاذب يا دافع است و بايد اين ظرفيت موسّع را به کار گرفت. در اينجا لازم است به دو محور توجه نمود:

1-3- ضرورت تقويت سرمايه اجتماعي روحانيت

 در متن نانوشته سياست‌هاي تبليغي به ما آموخته‌اند که مديريت علمي مخاطب که مبتني بر توانمندي علمي مبلغ است عامل اساسي در ثمربخش‌بودن تبليغ مي‌باشد اما کم‌تر به ضرورت اقتدار رواني و مديريت تمايلات و احساسات مخاطبان توجه شده است واين نکته سبب مي‌شود که ظرفيت اصلي حوزه در برنامه‌ريزي تبليغ به دانش‌افزايي معطوف گردد؛ حال آنکه تقويت ارتباط عاطفي با مخاطب نه تنها تأثير افزون‌تري از توانمندي علمي به بار مي‌آورد بلکه تسخير پايگاه رواني مخاطب راه گشودن دريچه ذهن وي به معارف ناب است. اگر مردم روحانيت را در شادي و غم در کنار خود احساس کنند براي بهره‌گيري از معارف دين آغوش مي‌گشايند. با تأسف بايد اذعان نمود که امروزه نهاد روحانيت سرمايه ارتباط مردمي را که رمز بقاي وي در طول تاريخ بوده است، قدر نمي‌شناسد. در دهه 1350 در جريان زلزله قير و کارزين فارس و زلزله طبس ابتکار عمل در دست روحانيت بود و مردم با راهنمايي آنان بسيج و سازماندهي مي‌شدند اما در دهه 1380 در جريان زلزله بم با وجود آن که حوزه‌هاي استان کرمان چند روز تعطيل بود و برخي طلاب به شکل انفرادي به ياري آسيب‌ديدگان شتافتند اما نهاد حوزه اقدام به سازماندهي و بسيج روحانيون، به‌ويژه طلاب خواهر براي رسيدگي به ايتام، اطفال و محرومان نکرد و گزارش‌ها نشان مي‌داد که گاه ميسيونرهاي مذهبي اروپايي جاي خالي طلاب ما را پر کرده‌اند. به راستي جاي تأسف نيست که مبلغان خواهر ما به فعاليت‌هاي حرفه‌اي و کليشه‌اي خود مشغول باشند و 44 گروه فمينيستي براي تأسيس فرهنگسرايي براي جذب نوجوانان 9 تا 15 ساله بم، اعانه مردمي جمع کنند؟! آيا به نظر نمي‌رسد بخشي از عطش جوانان ما براي عضويت در محافل معنوي و عرفاني انحرافي و کليساهاي خانگي ناشي از آن است که خود را فاقد تکيه‌گاه عاطفي اطمينان‌بخش و سنگ صبور براي طرح نيازها و مسائل خود احساس مي‌کنند و در خلأ حضور فعال روحانيت و يا با مشاهده خشک مزاجي برخي مبلغان حوزه به ديگران روي مي‌آورند؟

2-3 – ضرورت ارتباط مستمر مردمي

 از صبح تا شام با دهها نفر مواجه مي‌شويم. آيا هر يک از اينها مي‌توانند مخاطب ما در موضوع تبليغ باشند و آيا مي‌توانيم از لحظه لحظه‌ها براي تبليغ بهره بگيريم؟ فرصت‌شناسي و فرصت‌طلبي دو عنصر در تبليغ‌اند که نبايد از آن غافل ماند. اينکه روايات ما به «مخاطه الناس» (قاطي شدن با مردم) توصيه کرده‌اند به دليل آثار تربيتي آن براي ما و براي مردم است. ما نيازمنديم مردمي باشيم و احساس تمايز نکنيم. ما و آنها نيازمنديم تا از يکديگر براي رشد خود استفاده کنيم. معلوم نيست نکات نابي که يک مبلغ ديني در متن روابط عادي زندگي با مردم به مخاطب خود القا مي‌کند، کم‌اثرتر از مطالب مطرح شده در متن جلسات رسمي باشد؛ هر چند جلسات رسمي خواصي منحصر به فرد دارند. با تأسف بايد گفت که رقباي ما در ساليان اخير با عطف توجه به ارتباطات توده‌اي، در مترو، اتوبوس‌ها، حمام‌هاي عمومي، آرايشگاه‌ها، پارک‌ها و مکان‌هاي ورزشي تور تبليغي خود را در مسير رفت و آمد توده مردم پهن‌ کرده‌اند که ‌نمونه‌اي ‌از آن را در جمع‌آوري امضاء توسط اعضاي‌ کمپين‌ يک ‌ميليون ‌امضاء ديده‌ايم.

4- تخصصي شدن تبليغ

 روحانيت مسيحي، با وجود ضعف بنيان‌هاي علمي، از يک طبقه‌بندي نسبتاً منظم در امر تبليغ برخوردار است. به عنوان مثال گروهي از آنها در مراسم مذهبي کليسا صرفاً مسئول شمع‌گرداني‌اند. اين گروه کتاب مقدس را براي مردم نمي‌خوانند. گروه ديگر صرفاً خواننده متن کتاب مقدس‌اند و حق تفسير متن مقدس را ندارند.

تفسير متن کتاب و يا موعظه اخلاقي براي حضار صرفاً به گروهي خاص تعلق دارد که مراحل و مراتبي را گذرانده‌اند. اما در جامعه ما اما مبلغ در هر سطحي به خود اجازه مي‌دهد در هر عرصه‌اي اظهار نظر کند و شايد به همين دليل است که گاه در هيچ کدام از اين عرصه‌‌ها هم خود را موظف به گذران دوره تخصصي يا فراگيري معارف و مباحث مربوطه نمي‌داند. به عنوان مثال مسئله‌گويي به گونه‌اي که دقيقاً مطابق فتواي مجتهد مربوطه و منطبق بر پرسش و نياز مخاطب باشد، از سخت‌ترين فعاليت‌هاست که تعداد کمي به خوبي از عهده آن برمي‌آيند اما بسياري افراد خود را براي ورود به اين عرصه داراي صلاحيت مي‌دانند.

در نگاه تخصصي به مقوله تبليغ پس از تفکيک هر عرصه تبليغي، شناخت اقتضائات محيطي، مخاطب‌شناسي و رمزگشايي از دلالت‌هاي رفتاري (کنش‌ها و واکنش‌هاي مخاطبان) مورد بحث قرار مي‌گيرد تا تصويري صحيح از مختصات فرهنگي و رواني مخاطب و نيازها، انتظارات و ظرفيت‌هاي آنان به دست ‌آيد و پس از آن محتواهاي مورد نياز و روش‌هاي خاص تأثير‌گذاري بر اين صنف از مخاطبان به مبلغان ارائه مي‌گردد.

5- تمرکز‌زدايي و رقابتي شدن

نهادهاي متکفل تبليغ بايد از فرصت و توان لازم براي آسيب‌شناسي و هدايت جريان تبليغ بهره‌مند باشند و درگيرشدن در تمامي عرصه‌ها از آموزش و اعزام و حمايت، توان سازماندهي، نظارت و ديده‌باني را از آنان مي‌گيرد. از سوي ديگر انحصار نهادهاي تبليغي و شکل‌گيري تشکيلات عريض و طويل علاوه بر آن که مانع چابک‌سازي است، نشاط عوامل تبليغ را هم مي‌کاهد. بايد ساختارها به گونه‌اي اصلاح شوند که مديريت اجرايي بخش‌هاي مختلف بر عهده گروه‌هاي خودجوش باشد. به عنوان مثال چند گروه از طلاب مسئوليت سازماندهي اعزام را بر عهده مي‌گيرند و در رقابت سازنده با يکديگر توانمندي‌هاي خود را به ظهور مي‌رسانند و گروه‌هايي ديگر متصدي آموزش‌هاي روشي و محتوايي مي‌شوند و حمايت‌ها و امتيازات بر اساس نتيجه عملکرد به آنها داده مي‌شود. نمايندگان موفق اين گروه‌ها مي‌توانند نهاد فرماندهي را در سياست‌گذاري‌ها و برنامه‌ريزي‌ها ياري دهند؛ اگرچه سياست‌گذاري‌ها و هماهنگي‌هاي کلي بر عهده يک نهاد مرجع است.

ايجاد تشکل‌هاي تبليغي به ويژه در مورد زنان که حوصله و انرژي زيادي در اين امور مصروف مي‌دارند پرفايده به نظر مي‌رسد؛ چنان‌که زوج‌هاي مبلغ نيز ظرفيت‌هاي خوبي براي ايجاد تشکل‌هاي تبليغي‌اند.

6- سياست‌گذاري محتوايي

دفتر تبليغات اسلامي در ساليان اخير کوشيده است با تدوين ره‌توشه تبليغ و برگزاري همايش‌هاي تبليغي همه ساله موضوعات مهمي را مطرح و اطلاعاتي را به مبلغان ارائه نمايد اما در مجموع مي‌توان گفت که حوزه تبليغ ديني و سنتي فاقد سياست‌گذاري محتوايي در موضوع جنسيت و خانواده است و متون کم آموزشي مبلغان نيز تقريباً از اين مباحث تهي است. سياست‌گذاري محتوايي تبليغ به مطالعات اجتماعي و نياز‌سنجي متکي است و با تفکيک گروه‌هاي اصلي مخاطبان، مي‌توان مفاهيم و مباحث اصلي را که مثلاً در 3 سال آينده بايد به جامعه زنان دانشگاهي، يا زنان خانه‌دار، يا دختران دبيرستاني و دبستاني، ارائه شود تدوين و آموزش‌هاي لازم را درباره هر محور به طور مستمر به مبلغان ارائه نمود. اين سياست‌گذاري جامعه تبليغي را به يک رسانه منحصر به فرد که کثرت‌ها را به وحدت رسانده است تبديل مي‌کند و آثاري ماندگار بر جاي مي‌گذارد. بي‌شک مي‌توان گفت که وحدت ملي در جامعه ايراني بر اساس وحدت در معاني ذهنيه و اشتراک در مفاهيم و اعتقادات به دست مي‌آيد و نهاد تبليغ ديني در تحقق آن نقش به سزايي دارد.

7- حمايت از مبلغان غيرحوزوي

اگر حوزه علميه نهادي است که خود را متکفل ساماندهي آموزش، پژوهش و تبليغ ديني مي‌داند نبايد هدايت‌گري خود را به طلاب اختصاص دهد. آيا افراد و گروه‌هاي غيرحوزوي که به خاطر عِرق ديني به تبليغ روي آورده‌اند نيازمند هدايت و حمايت نيستند؟ آيا ده‌ها هزار دانشجوي متعهد، گروه‌هاي دانشجويي، NGOهاي مذهبي و فارغ‌التحصيلان رشته‌هاي مطالعات اسلامي دانشگاه بي‌نياز از رهبري معنوي حوزه‌اند؟ ساماندهي اين گروه عظيم از مبلغان علاوه بر آن که ظرفيت تبليغ ديني را افزايش مي‌دهد از احتمال بروز رفتارهاي بدون ضابطه در اين مبلغان نيز مي‌کاهد.بايد به اين باور رسيد که بسياري از مبلغاني که خود در ايجاد جريان‌هاي انحرافي تبليغ سهيم‌اند، علاقه‌مند به اصلاح رويه‌اند و در صورتي‌که نهادي مطمئن آنها را ياري نمايد، همکاري مي‌کنند.

8- نظارت هدفمند

نظارت برآورد صحيح فعاليت‌ها به منظور کشف قوت‌ها و ضعف‌هاست. گرچه نظارت در جامعة ما بُعد محدود‌کنندگي و بازدارندگي آن را به ذهن متبادر مي‌سازد اما مهم‌تر از آن شناخت و رفع مشکلات ساختاري و شناخت نقاط ضعف مبلغان به منظور توانمند‌سازي آنان است. بايد بر اين نکته تأکيد کرد که استفاده از ابزارهاي دفعي و محدودکننده، به‌ويژه در جايي که مردم با انتخاب آزاد و در منازل و مکان‌هاي شخصي به برگزاري مجالس مي‌پردازند بايد يک استثنا باشد و گرنه با مقاومت‌هاي پيدا و پنهان و با واکنش‌هاي محاسبه نشده مواجه مي‌شود. مردم بايد احساس کنند که نهاد متکفل تبليغ امکانات نظارتي خود را در خدمت آنان مي‌گذارد تا کار آنها را پررونق‌تر و هدفمند‌تر سازد؛ چنان‌که خود مبلغان هم بايد احساس کنند که نظارت در خدمت تقويت بنيه و عملکرد آنان است.

يک نکته مهم در بحث از نظارت، ضرورت نتيجه‌گرايي به جاي عمليات‌گرايي، در سنجش ميزان موفقيت است. متأسفانه در جامعه ما سنجش موفقيت بر اساس شاخص‌هاي کمي انجام مي‌پذيرد. به عنوان مثال گزارش فلان نهاد تبليغي که 10 هزار مبلغ را در ايام محرم به مناطق تبليغي اعزام کرده، اين نهاد را موفق‌تر از ديگري که مبلغان کم‌تري را اعزام کرده است، نشان مي‌دهد اما براي سنجش ميزان موفقيت هر يک در عرصه تبليغ شاخص‌هايي تدوين نکرده‌ايم.

خاتمه

به هر حال بررسي کاستي‌هاي جلسات مذهبي زنان نبايد به ناديده‌انگاري و نفي کارکردهاي مثبت اين برنامه‌ها منجر شود؛ گرچه زدودن زنگارها، قاعده‌مند کردن و هدايت و نظارت اين جلسات ضرورتي بي‌ترديد دارد اما فراموش نکنيم که اين جلسات در طول زمان از مجاري فرهنگ‌ساز بوده‌اند و هدايت اين برنامه‌ها مي‌تواند به اصلاح فرهنگ ديني جامعه کمک کند.