گفتگو;حجت الاسلام و المسلمين موسوي هوايي\"توجه ويژه مقام معظم رهبري به موضوع زنان در امر تبليغ\"

گفتگوي حوراء با حجت‌الاسلام والمسلمين موسوي هوايي، معاونت پژوهشي سازمان تبليغات اسلامي درباره اهميت موضوع زنان در امر تبليغ

سيد جواد موسوي هوايي، دانش‌آموخته رشته علوم سياسي در مقطع کارشناسي ارشد، و طلبه مقطع خارج فقه و اصول است.

از تأليفات ايشان مي‌توان به کتب «تهاجم فرهنگي در قرآن و نهج‌البلاغه و راه‌هاي مقابله با آن»، «محوريت فرهنگ در رفرم و انقلاب از ديدگاه امام خميني»، «سياست موازنه‌اي قواي رضا خان در دوره جنگ»، تأثيرات تغييرات فرهنگي در تغييرات سياسي از ديدگاه امام خميني (ره)» و «خداي واحد، جهان واحد، حکومت واحد» و ده مقاله پژوهشي اشاره کرد.

شيما علي‌آبادي

ميزان حساسيت نهاد تبليغ بر مسئله زنان و خانواده را چگونه ارزيابي مي‌کنيد؟

موضوع خانواده و توجه به آن به آغاز تمدن بشري بازمي‌گردد و هر کس از آن غفلت کند، از اصلي‌ترين عنصر ايجاد تمدن بشري غافل شده است. در طول زمان هم اين مسئله اثبات شده است. پيامبران و اولياء الهي هم بر اين مسئله بسيار تأکيد کرده‌اند. در جامعه مدني و علوي در همان دوران کوتاه حکومت حضرت علي(ع) سعي بر اين بوده که نهاد خانواده تقويت شود. رکن اصلي در خانواده مسئله محبت، عشق و ايثار است. بدون عشق، خانواده‌اي تشکيل نمي‌شود. هر قدر هم که مديريت و پول باشد، عاطفه و عشق و دلسوزي نباشد، خانواده شکل نمي‌گيرد و اگر هم دوران کوتاهي شکل بگيرد متلاشي خواهد شد و محور اين عناصر و فاکتورها درخانواده زن است.

 در يک منطق وسيع‌تر در خانواده بزرگ بشري و در جامعه هم اين‌چنين است. جامعه‌اي که داراي عواطف خاص و نگاه دلسوزانه و ايثار و خدمت نسبت به يکديگر نباشد، اين جامعه از هم خواهد پاشيد. کما اينکه در جوامعي با فشار اين مفاهيم تزريق مي‌شود و چون مغز و عمق الهي ندارند، آن جوامع را نجات نمي‌دهند.

نهادهاي تبليغ وظيفه دارند فرهنگ ائمه، قرآن و ارزش‌هاي انقلاب اسلامي را گسترش دهند. يک جنبه اطلاع رساني و تبليغ است و جنبه ديگر که هدف اصلي نهاد تبليغ است، تربيت نسل است. به تعبير مقام معظم رهبري جامعه بايد ديني باشد و اگر تربيت در جامعه ديني، اهل بيتي و ارزش باشد، بايد عناصر تربيتي که خداي متعال روي آن دست گذاشت را شناخت، همان‌ها را عمده و نهادينه کرد و عظمت و ابهت و آسيب‌هاي آن را درآورد تا بتوان به نتيجه رسيد. لذا نهاد تبليغ هم به زن و هم به خانواده بايد به صورت ويژه نگاه کند و نه به صورت شعاري، بلکه خيلي خاص و به عنوان يک اولويت به آن بپردازد. در حکم‌هايي که به سازمان تبليغات از طرف مقام معظم رهبري داده شده دقيقاً‌ به بحث زن و خانواده تأکيد شده است. اگر ده موضوع براي سازمان تبليغات مطرح باشد دو تا از آن موضوعات، موضوع زن و خانواده است. با توجه به همه شرايط و لوازمي که براي رشد جامعه لازم است، و با توجه به آرمان‌هاي انقلاب بايد روي اين مسائل دست گذاشت و خانواده و جوانان مورد توجه قرار گيرد. عنايت حوزه و نهاد تبليغ به زن و خانواده بايد در اولويت باشد. حقيقت موضوع اين است اما واقعيت موضوع هم به ما کمک مي کند. واقعيت‌هاي جامعه ما و هم جامعه جهاني هم از جنبه سلبي و هم جنبه ايجابي قطعاً نشان مي‌دهد که بايد به زن و خانواده پرداخت و آن نکته اين است که زنان در جامعه ما نيمي از جمعيت هستند. نيمي از جمعيت حق رأي و حق حضور دارند و اتفاقاً‌ در بسياري از مسائل اجتماعي حضوري پررنگ‌تر دارند. زنان همچون شمشيري برنده و دو لبه هستند؛ به اين معنا که هم دشمنان مي‌توانند اين انرژي را تحت تأثير قرار دهند و هم جامعه اسلامي مي‌تواند از پتانسيل زنان بهره بگيرد. نسبت به مسائل واقعي که در جامعه ما هست، زنان جامعه ما متدين‌تر از مردان هستند. زنان در کل خانواده تأثير دارند زيرا جنبه تأثيرگذاري خانم‌ها زياد است. زن ناموس خلقت است. همان‌گونه که دنياي غرب و معاند با اسلام و جهان اسلام، در استفاده ابزاري از زنان پيشرو هستند. انحرافي را که آنها با زنان مي‌توانند در جوامع ايجاد کنند اصلاً با استفاده مردان نمي‌توانند. زن، عنصري تأثيرگذار است و نهادهاي تبليغ بايد در جهت هدايت، کنترل و رشد آنان فعال باشند.

تقريباً 70 درصد دانشجويان زنان و 30 درصد آنان مردان هستند. اين ترکيب جنسيتي در دانشگاه‌ها يک واقعيت است دانشجويان به صورت طبيعي و غريزي يک رکن تشکيل خانواده‌ به‌شمار مي‌آيند و انگيزه‌ها و جهت‌گيري که در خانواده و جامعه ايجاد مي کنند در رفتار خود و همسر و اطرافيانشان تأثيرگذار است. جامعه ما به گونه‌ايست که اين تأثير گذاري هرگز در مردان نيست. تأثيري که زنان در افکار و انديشه مردان دارند بسيار مهم است. يک مرد بايد به قدري تربيت شده باشد که بتوانند تأثيرگذاري‌هاي منفي خانم‌ها را نپذيرد. امام مي‌فرمودند زنان مي‌توانند براي مردان تهييج‌کننده باشند. اين مسئله در جنگ کاملاً‌ براي ما محسوس بود. حقيقتاً ملتي که مسخ نشده باشد و نيمه بالنده باشد، در اين موضع عکس‌العمل نشان خواهد داد.

از طرفي نهاد تبليغ هم بايد براي رشد الهي اين عنصر تأثيرگذار برنامه داشته باشد.

واقعياتي که وجود دارد اين است که ما بايد روي زن و خانواده کار ويژه انجام دهيم.

 حال اگر بخواهيم کمي انضمامي‌تر بحث کنيم يعني از بايدها فاصله بگيريم و به هست‌ها برسيم، نهاد تبليغ براي ضرورتي که احساس کرده چه فعاليت‌هايي را در حوزه مخاطبين، در حوزه محتوا و مبلغين زن انجام داده ‌است و اين نهاد چگونه ضرورت بحث را به اين سه حوزه سرايت مي‌دهد؟

سؤال شما بسيار مفصل است. کارهاي بسيار زيادي صورت گرفته است. مي توانيد به عنوان کار تطبيقي، سايت‌هايي مانند پژوهه سازمان تبليغات، پژوهشکده باقرالعلوم، اميرکبير و سروه را مورد بررسي قرار دهيد و از آنها موضوعات زن و خانواده را استخراج کنيد. اگر بخواهيم علمي سخن بگوييم، به طور متوسط اگر بخواهم علمي سخن بگويم، در هر استان و در هر هفته جلساتي براي بانوان مبلغ و مخاطبين تشکيل مي‌شود. که در مورد محتوا هم بحث مي‌شود. کلاس‌هاي‌ آموزشي از طريق نهاد تبليغ پشتيباني مي‌شوند. معاون فرهنگي به شکلي قوي اين مسائل را پيگيري مي‌کند. در ارتباطي که با خانم‌هاي معلم در حوزه‌هاي مختلف و NGO ها و زينبيه‌ها اين ارتباط بسيار قوي کار مي‌کند. هم خود سازمان و NGO هايي که مرتبط هستند فعال عمل مي‌کنند.

به نظر شما به آن حد ايده‌آل رسيده است؟ و چقدر تا نقطه مطلوب فاصله داريم؟

ما در زمان‌بندي خود، بيش از 50 درصد راه را رفته‌ايم. هنوز همه جاي کشور تحت پوشش قرار ندارد. البته کمبود بودجه و نبود هماهنگي در مديريت‌ها يکي از مشکلات به شمار مي‌آيد. به طور کلي مي‌توان گفت وضعيت مطلوب است و استعدادهاي خوبي شاسايي شده‌اند. دارالقرآن، تبيان، خبرگزاري مهر، و مرکز پاسخگويي به شبهات و سؤالات و بانک جامع داده‌هاي ديني به خوبي فعاليت مي‌کنند.

به نظر شما آيا اين 50 درصدي که مي‌فرماييد، کمي اغراق‌آميز نيست زيرا شواهد ما چيز ديگري را نشان مي‌دهند. براي مثال‌ شواهد نشان مي‌دهند اين جلسات در شهرستان‌ها، به تعداد کمي برگزار مي‌شود و از طرفي اکثراً‌ مناسبتي هستند؛ همچنين مي‌بينيم زنان شهرستاني و يا حتي تهراني، اطلاعات ديني کمي دارند؟

ما با توجه به اسناد بالادستي و برنامه‌ و بودجه‌اي که داريم توان خود را در نظر مي‌گيريم؛ من اين آمار را نسبت به امکانات سازمان تبليغات ارائه مي‌دهم وگرنه نياز ما که تمام‌ناشدني است. ما حداقل سيصدهزار زن و مرد مبلغ نياز داريم که دست کم بايد صدهزار نفر از آنان، زن باشند. مدارس دخترانه بايد يک نفر کارشناس حوزوي يا دانشگاهي متدين و آگاه به مسائل داشته باشند. شايد اکنون نيز باشند، اما به سازماندهي و برنامه‌ريزي منسجم نياز داريم.

نهاد تبليغ از لحاظ سازوکارها و شاخ‌وبرگ‌ها و حضور در استان‌ها و شهرستان‌ها و روستاها حضور قوي دارد و توانسته است به‌طور گسترده عمل کند و در بيشتر استان‌ها، فعال باشد.

بيشتر مشکلات ما مادي است. ما کشور پهناوري داريم و در هر کلاس موفقي بايد 25 نفر حضور داشته باشند. براي طراحي و برنامه‌ريزي اين کلاس‌ها و اجرايي کردن آن، بودجه کلاني نياز داريم.

آيا معاونت پژوهش در خصوص جلسات زنانه، مخاطب و تبليغات زنانه، و رشد قارچ‌گونه اين جلسات و مسئله زنانه شدن تبليغ، آسيب‌شناسي کرده است؟

لازم است نيازهاي پژوهشي اوليه با توجه به قشر بانوان و خانواده مورد بررسي قرار گيرد و براي قشر زنان مبلغ و جامعه زنان محتوا توليد شود. مي‌توانيم موضوعات گوناگوني مانند مقام و منزلت زن در اسلام و انقلاب اسلامي، حجاب و ازدواج و شبهاتي حول محور اين موضوعات را در برنامه‌هاي خود وارد کنيم.

بيشتر اين موضوعات و شبهات ناشي از گسترش تفکرات فمينيستي و سبک زندگي خاص، به‌صورت‌هاي گوناگون در سايت‌هاي مختلف سازمان تبليغات قابل مشاهده است.

براي مثال‌ کتاب «فراسوي حجاب» که دفاع خوبي از مسئله حجاب به‌شمار مي‌آيد و بر مبناي تفکرات شهيد مطهري و امام نوشته شده است را يک زن فرانسوي و يک زن ايراني نگاشته‌اند.

 کتاب‌هاي مختلفي در اين زمينه منتشر شده است. درباره بحث خانواده موفق و موضوع‌هاي مربوط به آن، 30 جلد کتاب چاپ شده است. مجموعه کتاب‌هايي در اين زمينه خريداري کرده‌ايم و به کتابخانه‌هاي سراسر کشور، ارسال شده است. اين امر نشان مي‌دهد نگاه خاص به حوزه زن و خانواده وجود دارد. بخشنامه‌اي از دفتر رهبري مبني بر توجه به موضوع زن و خانواده به سازمان رسيد که فعاليت‌ها را به اين سمت سوق داد. مقالات بسياري وجود دارد که به شخصيت زن پرداخته‌اند و زندگي حضرت زهرا، حضرت زينب و حضرت فاطمه معصومه (س) را به عنوان الگو معرفي مي‌کنند. از جهت به روز کردن اين الگوها و اسوه‌ها، کارهاي بسيار خوبي انجام شده است.

 اما در جهت پژوهش‌هاي ميداني، براي کشف واقعيتي که در حال وقوع است،‌ از بسترهاي عميق‌تري حرکت کرديم. آمارهاي مختلف کشور را که با نگاه فرهنگي و ديني در بانک جامع داده‌هاي ديني و همچنين بخش مربوط به زنان قابل ملاحظه هستند،‌ تنظيم کرديم. بخش عمده‌اي از اين پژوهش‌ها و تحليل‌ و توصيف‌ها، در موضوع زنان، حضور آنان و آسيب‌شناسي مسائل زنان و خانواده و اموري مانند ازدواج و طلاق است. اطلاعات مربوط به اين آمارها در دسترس هستند.

برخي پژوهش‌هاي بنيادي، زمينه‌ها و پايه‌هاي پژوهش‌هاي بصري هستند و برخي ديگر به صورت موردي انجام مي‌شوند؛ براي مثال‌ پژوهشي در خصوص حجاب و پوشش زنان انجام شده است که بسيار جالب و غني است.

يک نظرسنجي در بحث عفاف و حجاب يک نظرسنجي انجام شد و نگرش زنان نسبت به همه مظاهر حجاب و نمونه‌هاي پوشش (آرايش، روسري، نوع مانتو و چادر) مورد بررسي قرار گرفت. نوع پوشش نيز در نظرسنجي‌هاي گوناگون بررسي شد. در اين نظرسنجي، بيش از 75 درصد به چادر معتقد بودند، هر چند در عمل متفاوت رفتار مي‌کردند.

پژوهش ديگري نيز در خصوص دين‌داري انجام شده است. گزارش‌هايي نيز از جلسات زنانه وجود دارد. آموزش خانم‌جلسه‌اي‌ها را در برنامه خود قرار داده‌ايم و آسيب‌هاي آن نيز رصد شده‌اند.

با توجه به آسيب‌شناسي‌هايي که انجام شده است،‌ به نظر شما عمده‌ترين آسيب جلسات زنانه چيست؟

 عمده‌ترين آسيب‌هاي جلسات زنانه، مسئله جهل و خرافه‌گرايي است. تعريف علمي خرافه‌گرايي اين است که چيزي مبنا و ريشه در وحي و آموزه‌هاي ديني نداشته باشد. شايد در تفکر غرب ريشه داشته باشد، اما در حقيقت يک بي‌ريشگي است. ما قرآن را ريشه مي‌دانيم. ممکن است بسياري از مسائل علمي که مطرح مي‌شود، خرافه باشد. براي مثال مسئله‌ جبر تاريخي و جبر اجتماعي خرافه است. تفريطي است که حالت بي‌ديني مي‌يابد و با اسلوب ديني سازگار نيست. براي مثال جلسه‌اي که براي اهل بيت برگزار مي‌شود و موسيقي و رقص و رفتارهاي نامناسب در آن برگزار مي‌شود و يا برعکس جلسات خشک و متحجر است؛ بايد حد وسط هر چيز رعايت شود.

برخي از جلسات زنانه بستري براي برخي تفکرات فراهم مي‌آورد که در جهل و گاهي عناد زن مبلغ ريشه دارد و مبلغ، افراد را به سمت و سوي انحراف مي‌کشاند.

 آسيب ديگر، مسئله کم‌کاري ماست. اگر در هر محله‌اي يک مبلغ وجود داشته باشد، براي مثال‌ يک خانم اخلاقي و مرجع قابل احترام که از لحاظ خوش‌رفتاري،‌ شرم، حيا، حجاب و ملکات اخلاقي زبان زد باشد، افراد محله مي‌توانند به او مراجعه کنند.

آموزش طلبه يکي از نيازهاي اساسي جامعه ما به شمار مي‌آيد که در اين زمينه کم‌کاري شده است و بايد به صورت هدفمند پيگيري و جبران شود. نمونه توفيق اين تجربه نيز وجود دارد.

آيا اين فعاليت‌ها با توجه به آسيب‌ها، به حوزه اجرا وارد شده است و در اين زمينه برنامه‌ريزي مي‌شود؟

بله؛ ما براي آموزش زنان مبلغ برنامه‌ريزي کرده‌ايم. از فعاليت‌هاي آنان گزارش مي‌گيريم. محله به محله در شهرستان‌ها و استان‌ها اين کار انجام خواهد شد. هسته‌هاي فرهنگي که شامل زنان فرهيخته و نخبه هستند شناسايي کرده‌ايم و درصدد ارتباط دادن آنان با يکديگر هستيم تا بتوانند تبادل آراء کنند. هر کدام از زنان فرهيخته مي‌توانند با دوتا سه هزار نفر ارتباط داشته باشند.

لازم است عزيزاني که انگيزه دارند انديشه تابناک اسلام را عملياتي ‌کنند. بسياري از اين برنامه‌ها عملياتي شده است. ما درصدديم تا با نهادهاي ديگر نيز ارتباط برقرار کنيم و با آنان همکاري داشته باشيم. البته تا فراگير شدن و نقطه مطلوب فاصله داريم. گزارش برنامه‌هاي فرهنگي ما در استان‌ها که گزارش آن تقديم رئيس‌جمهور نيز شده است و بودجه 1500 ميليارد توماني که ايشان براي همين موضوع اختصاص داده‌اند، بودجه بسيار خوبي است. ملاک‌هاي رهبري در همه طرح‌ها لحاظ کرده‌ايم و همه آنها در توسعه فرهنگي دولت هم تصويب شدند. کارهاي بسيار بزرگ‌تري نيز شکل خواهد گرفت. اگر بودجه به دست ما برسد، شاهد انفجار فرهنگي در سطح کشور خواهيم بود.

بايد گفتمان خانوادگي راه‌اندازي کنيم و براي تحقق اين امر به بودجه نياز داريم. گاهي بودجه کم است و تقاضا بالاست.

نيازها بسيار زيادند، اما يکي از موارد مهم، هماهنگي،‌ مديريت‌ها و برنامه‌ريزي‌هايي است که بايد صورت گيرد. همه اين موارد هزينه دارد.

فقيرترين شهر در خصوص مسجد، تهران است. اگر براي هر 1000 نفر يک مسجد در نظر بگيريم، بايد 70 هزار مسجد در تهران بسازيم. در امر تبليغ بايد مسجد محور بشويم و اين مسئله در دستور کار سازمان تبليغات وجود دارد.