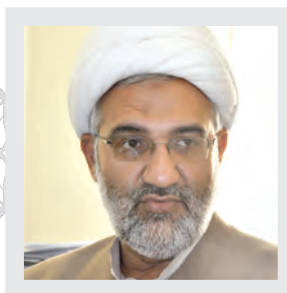


ضرورتی به نام «معاونت بین الملل حوزه»

گفت و گو با حجت الاسلام والمسلمین علی خیاط



احساس نیاز به برنامه‌ریزی و تدوین برنامه‌های آموزشی متناسب هم به وجود خواهد آمد.

به طور طبیعی برای کسی که می‌خواهد به سمت تبلیغ خارجی حرکت کند، باید لوازمی فراهم باشد و تخصص‌هایی داشته باشد. در نظام آموزشی حوزه باید بستر آموزش زبان و مهارت‌های لازم برای کسانی که توانایی، استعداد و انگیزه لازم برای این نوع تبلیغ را دارند، فراهم شود و تشویق هم صورت بگیرد.

برای شناخت نیاز مخاطبان خارجی هم باید پژوهش‌های میدانی قوی انجام شود. زمانی که برای تبلیغ به بروکسل در بلژیک اعزام شده بودم، متوجه این موضوع بودم که باید بدانم با چه کسانی مواجه می‌شوم و از من چه می‌خواهند؛ اما از این‌جا کاملاً دست‌خالی حرکت کردم و هیچ شناختی نداشتم! مؤسساتی هم که در این رابطه وظایفی دارند، اطلاعات چندانی نداشتند و ناگزیر پس از ورود، اولین کاری که کردم، جمع‌آوری اطلاعات بود. طبعاً اگر این اطلاعات در پژوهش‌هایی از قبل وجود می‌داشت، خیلی آماده‌تر می‌رفتم.

این پژوهش‌ها در قالب نهادهای حوزوی، مثل دفتر تبلیغات، یا از طریق همکاری با مؤسسات فرهنگی فعال در خارج از کشور، مثل بخش‌هایی از وزارت خارجه یا فرهنگ و ارتباطات، قابل انجام است و معاونت بین‌الملل حوزه باید با این مراکز در تعامل مستقیم

شده است؛ تعداد طلابی که زبان‌های زنده دنیا را می‌دانند، محدود است و تلاش‌های انجام‌شده کافی نیست.

لازم است شناخت جامعی از مخاطب داشته باشیم؛ موانع آن منطقه را بشناسیم و روی آن کار کنیم. در این زمینه‌ها ضعف‌هایی وجود دارد که برخی مربوط به حوزه و برخی مربوط به سایر نهادهای فعال در خارج از کشور است؛ شاید بتوان گفت که آن‌ها وظیفه انتقال این مسائل به حوزه را دارند.

ساختار آموزشی، پژوهشی و تبلیغی حوزه چطور می‌تواند در خدمت این هدف باشد؟ یعنی طلبه را چطور تربیت کند که متناسب با نیازهای تبلیغ بین‌المللی باشد؟

ابتدا این نگرش باید در بدنه حوزه به وجود آید و این نیاز احساس شود. شاید درد اساسی و اولیه این باشد که این احساس نیاز خیلی در بدنه حوزه وجود ندارد و به طلاب هم منتقل نمی‌شود. اگر این احساس نیاز به وجود آید،



در پاکستان، افغانستان و آسیای میانه زمینه‌های بسیاری برای طلاب خراسانی فراهم است. در بعضی کشورهای آسیای میانه حتی مشکل زبان هم نداریم! کمی آن طرف‌تر در شبه‌قاره، زمینه بسیار مساعدی برای تبلیغ فراهم است.



«علی خیاط» در حوزه علمیه مشهد تحصیل کرده و کارشناسی ارشد ادبیات عرب و دکترای علوم قرآنی و حدیث را به ترتیب از دانشگاه فردوسی و علوم اسلامی رضوی اخذ کرده است. وی که فعالیت تبلیغی در چند کشور جهان و راپزنی فرهنگی جمهوری اسلامی در سوریه را در کارنامه خود دارد، هم‌اکنون در حوزه و دانشگاه به تدریس مشغول است. با وی درباره مأموریت‌های تبلیغی حوزه در جهان امروز و ظرفیت‌های تبلیغ بین‌الملل در حوزه خراسان گفت‌وگو کرده‌ایم.

متولی این امر بوده و در دوره‌های مختلف وظیفه‌اش را انجام داده است. اما با توجه به این که در هر دوره باید متناسب با زمان پیش برود، باید گفت نه! وجود ندارد و نیازمند تحولاتی است. اگر وظیفه هدایت و تبیین را برای حوزه فرض بدانیم، طبیعتاً باید خود را مجهز و روزآمد کند. حوزه از نظر نیروی انسانی نیازمند افرادی به‌روز شده است که بتوانند نیازهای روز را تشخیص دهند و برخی نیازهای سخت‌افزاری هم باید برطرف شود.

در زمینه زیرساخت‌های تبلیغ بین‌المللی نسبت به طرف مقابلان عقب هستیم؛ البته کارهایی انجام شده که هرچند در مقابل دشمن کم است، اما از همین‌ها باید به صورت صحیح بهره‌برداری شود.

از جمله الزامات تبلیغ خارجی این است که طلاب شناخت صحیحی از نیازهای خارجی‌ها داشته باشند و با زبان مخاطب، به خوبی و در حد تبیین آشنا باشند. نمی‌توان گفت که در این جهت گام‌های اساسی برداشته

در زمینه بیداری اسلامی به عنوان یک فرصت جهانی تبلیغی، چه انتظاراتی از حوزه وجود دارد؟

بیداری اسلامی فرصت بسیار مهمی است که مردم در بستر آن خواهان احیای ضوابط دینی در زندگی و نظام‌های اجتماعی هستند و طبیعتاً نقش حوزه‌های علمیه می‌تواند خیلی پررنگ‌تر باشد. چون یکی از نقش‌های حوزه، تبیین معارف اسلامی و جلوگیری از انحراف است. این حرکات اجتماعی، از آن‌رو که منافع افراد یا جریانات و قدرت‌هایی را تهدید می‌کند، طبیعتاً در معرض خطر انحراف قرار می‌گیرد و افرادی با ایجاد بدل‌ها و جعلیاتی نمی‌گذارند در مسیر صحیح‌اش باقی بماند. این‌جا نقش عالمان دینی پررنگ خواهد بود؛ هم در تبیین صحیح اصول اسلامی و هم در هدایت بیداری اسلامی.

آیا زیرساخت‌های این مأموریت در حوزه وجود دارد؟
حوزه نهادی بسیار کهن است؛ همواره