

■ ما برای اشاعه تفکر شیعه در خارج از مرزها باید ساختار داشته باشیم. اینکه اکتفا کنیم به داشتن یک سفار تخرانه و یک رایزن فرهنگی کفایت نمی‌کند. ما مثلا در آرژانتین چند دانشگاه بین‌المللی داریم؟ چند دارالنشر در لندن داریم؟ ما باید از کلیشه‌های سنتی رسانه و سفار تخرانه بیرون بیاییم و در کشورهای مختلف ساختار طراحی کنیم

گفت‌و گوی «وطن امروز» با دکتر ادگار دو روبین، مبلغ شیعه آرژانتینی به مناسبت سالروز آغاز امامت حضرت ولیعصر(عج)

بایسته‌های جهانی‌سازی فرهنگ تشیع

ما باید الگوی موفق جبهه مقاومت در ساختار سازی و شبکه‌سازی جهانی را در عرصه تبلیغ بین‌المللی فرهنگ و معارف اهل بیت پیاده کنیم



فرهنگی از نظر کیفیت و استانداردهای جهانی است، رغبت کند برای بررسی آن وقت بگذارد. در قدم بعدی اینکه ما حتی اگر یک محصولی را هم از نظر کیفیت محتوایی و هم از نظر کیفیت قالبی، تولید کردیم، برای توزیع آن در سطح بین‌الملل مشکل داریم. اینکه ما این تولید فرهنگی و فکری را در کدام ساختار و شبکه توزیع وارد کنیم تا بدانیم به دست مردم دنیا خواهد رسید. شبکه توزیع که به کنار، حتی برای تبلیغ فردی هم ما با مشکلات متعددی مواجهیم. شما فرض کنید یک روحانی سا تصمیم می‌گیرد برود به کشوری مثل آرژانتین و فعالیت تبلیغی داشته باشد، سخنرانی کند، با جمعی از دانشجویان و دانشگاهیان و مردم عادی گپ‌وگفت داشته باشد یا پیگیر چاپ کتابش در این کشور باشد، به انگیزه‌های مختلف، خب! وقتی یک بلیت هواپیمای ما از ژرانتین ۵۰ میلیون تومان است، یک طلبه با شهریه ماهی یک میلیون تومان چگونه امکان این سفر را خواهد داشت؟

■ در این زمینه‌هایی که می‌فرمایید، سازمان‌های زیادی به صورت قانونی در جمهوری اسلامی تأسیس شده‌اند، ردیف بودجه دارند و فعالیت دارند؛ تصور این وضعی که شما تصویر می‌کنید با وجود این سازمان‌ها کمی سخت است.

ببینید من درباره این سازمان‌ها فضاتوی نمی‌کنم، من درباره خروجی بحث می‌کنم، حرفم این است که وضعیت فعلی ما اینگونه است، با وجود همه تلاش‌هایی که در این زمینه شده اما وضعیت کنونی ما همان است که شرح دادم. شما ببینید ما بعد از گذشت ۴۰ سال از انقلاب توانسته‌ایم برای هر کشوری مثلا در آمریکای لاتین، یک روحانی شیعه تربیت کنیم؛ روحانی‌ای که بتواند جذب مسلمانان سازی کند، بتواند فکر شیعی را، در جهان بینی شیعی را ترویج و تبلیغ کند و یک اثر اجتماعی از خود به جا بگذارد. بسیاری از کشورهای آمریکای لاتین اصلا روحانی شیعه ندارند؛ کشورهای مثل بولیوی، اروگوئه و شیلی. خب! این یعنی ضعف ما، همان چیزی که خدمت‌تان عرض کردم.

■ **با توجه به اینکه خود شما از منطقه آمریکای لاتین هستید، اگر قرار باشد فرهنگ تشیع در این منطقه تبلیغ شود، کدام جنبه این فرهنگ بیشتر از بقیه برای مردم این منطقه جذابیت و گیرایی دارد؟**

منطقه ما، یعنی آمریکای لاتین، جزو

جهان سوم محسوب می‌شود. استضعاف

فرهنگی و اقتصادی، یکی از شاخصه‌های این منطقه است. به همین علت است که وقتی در این فضای فکری، مسائل اجتماعی تشیع و اسلام ارائه می‌شود، جذابیت و گیرایی دارد. نظر اسلام درباره عدالت، خمس، زکات، اطعام و همچنین مسائلی مربوط به ربرای جمعه بشری، اینها مجموعه مسائلی است که برای مردم این منطقه جذابیت دارد. این نکته را هم اضافه کنم که سیره اهل‌بیت در ابعاد فردی و سیاسی و اجتماعی از موضوعاتی است که مردم منطقه آمریکای لاتین با اشتیاق به آن گوش می‌سپارند. ■ **در خاطرات یکی از اطرافیان علامه طباطبایی خواندم وقتی جناب علامه برای درمان به انگلیس رفته بودند، با دیدن فضای این کشور، گفته بودند باید اسلام را از طریق معارف عرفانی‌اش در غرب تبلیغ کنیم؛ نظر تان درباره این کلام علامه چیست؟**
بله! دقیقا همین‌طور است. من مدت‌ها در انگلیس و اسپانیا ساکن بودم. در این کشورها بیشتر جنبه معنوی و عرفانی اسلام مخاطب دارد. مثلا در اسپانیا به علت سوابق تاریخی این کشور، وجود شهر اندلس و اینکه چهره‌ای مثل «ابن عربی» در این منطقه مدتی زندگی می‌کرده، کلا فضایی است که گرایش‌ها معنوی بیشتری دارد و اگر کسی بخواهد اسلام را در اروپا تبلیغ کند، باید تاکید بیشترش بر این جنبه باشد.

■ **وضعیت تبلیغ تشیع در اسپانیا چگونه است؟**

ارزایی من نسبی است، یعنی در برخی حیطه‌ها موفق بودیم در برخی حیطه‌ها خیر. یک گروهی از مبلغان در اسپانیا فعال شدند که کارهای خوبی کردند، نزدیک به ۵۰۰ عنوان کتاب در موضوعات اسلامی به زبان اسپانیایی ترجمه شده، کتابخانه مجازی، کتابخانه اسلامی اهل‌بیت، اینها در اسپانیا تشکیل شده، اینها کارهای موثقی است که در این کشور انجام شده

است اما مساله اینجاست که شیعیان در اسپانیا هم کم هستند و هم پراکنده. یک جمعیتی از شیعیان در مادرید هستند، جمعیت دیگری در اندلس و همین‌طور چند شهر دیگر. این پراکندگی خیلی اجازه نمی‌دهد کارهای تبلیغی به موفقیت‌های بزرگ برسد.

■ **در حوزه علمیه معمولا ۲ نگاه درباره تبلیغ بین‌المللی وجود داشته است؛ یکی اینکه خود طلبه‌های ایرانی زبان یاد بگیرند و برای تبلیغ تشیع به کشورهای دیگر سفر کنند، دیگر اینکه شیعیان کشورهای مختلف به ایران بیایند و در حوزه‌های ایرانی درس بخوانند، تربیت شوند و سپس به کشورهای خود بازگردند. این رویکردی است که حوزه علمیه جامعه‌المصطفی بر مبنای آن شکل گرفته است؛ شما با کدام رویکرد موافقت؟**
من هم از لحاظ آموزه‌های اسلامی و هم از لحاظ تجربی، با رویکرد دوم موافقم. از نظر آموزه‌های قرآنی، شما می‌بینید در قرآن بارها این امر بیان شده که برای هر امتی از خودشان یک پیامبری فرستانیم. یعنی خدا برای هر امتی، از خود آن امت کسی را مامور ابلاغ پیام الهی کرده است. در آیه نفر که آیه معرفی است هم می‌بینید خداوند می‌گوید یک عده‌ای باید علوم الهی را یاد بگیرند، سپس به سوی قوم خود بازگردند و به انذار قوم خویش بپردازند. این تاکیدات مسلما به این معناست که تبلیغ باید از طریق افراد بومی هر منطقه برای همان منطقه انجام شود.

اگر از منظر تجربه شخصی هم به این موضوع بپردازم باید بگویم وقتی من در منطقه بومی خودم که آرژانتین است به تبلیغ می‌پردازم، اثرات کارم را بهتر از کسانی ارزایی می‌کنم که بومی این منطقه نیستند. ببینیدا من وقتی

تولیز بونی ما که مخاطب بین‌المللی دارم، ببینیدا من از نزدیک شاهد تولید برنامه‌های تلویزیونی در شبکه‌های غربی بوده‌ام؛ گاهی برای یک برنامه تلویزیونی ساده ۲۵ نفر کار می‌کنند اما در اینجا اینگونه نیست. به طور مثال من برنامه‌ای را برای شبکه همسپان تی‌وی آماده کردم که فقط خودم و همچنین مسائل مربوط به رهبری جامعه بشری، اینها مجموعه مسائلی است که برای مردم این منطقه جذابیت دارد. این نکته را هم اضافه کنم که سیره اهل‌بیت در ابعاد فردی و سیاسی و اجتماعی از موضوعاتی است که مردم منطقه آمریکای لاتین با اشتیاق به آن گوش می‌سپارند

تا آنجا که مملسم در فضای مجازی کارهای بهتری انجام شده است اما هنوز به یک انتشار حداکثری در فضای مجازی نرسیده‌ایم. ضمن تذکر دوباره این نکته که محتواهای تولید شده هنوز محلی است و در سطح جهانی نیست. اما درباره شبکه‌های

تلویزیونی ما که مخاطب بین‌المللی دارم، ببینیدا من از نزدیک شاهد تولید برنامه‌های تلویزیونی در شبکه‌های غربی بوده‌ام؛ گاهی برای یک برنامه تلویزیونی ساده ۲۵ نفر کار می‌کنند اما در اینجا اینگونه نیست. به طور مثال من برنامه‌ای را برای شبکه همسپان تی‌وی آماده کردم که فقط خودم و همچنین مسائل مربوط به رهبری جامعه بشری، اینها مجموعه مسائلی است که برای مردم این منطقه جذابیت دارد. این نکته را هم اضافه کنم که سیره اهل‌بیت در ابعاد فردی و سیاسی و اجتماعی از موضوعاتی است که مردم منطقه آمریکای لاتین با اشتیاق به آن گوش می‌سپارند

نخواهد بود. مجموع این دلایل است که معتقدم رویکرد دوم بهتر است. اینکه ما برای هر منطقه‌ای از مردم بومی آن منطقه برای تبلیغ دین استفاده کنیم.

■ **آقای دکتر! من زیاد شنیدم‌ام جریانات وهابی به پشتوانه آل سعود در فضای تبلیغ بین‌المللی فعال هستند؛ آیا این گزاره صحیح است و اگر اینطور است، آیا موفق هم هستند؟**
من از بچگی با وهابیت درگیر بودم. وهابی‌ها در عرصه تبلیغ خیلی فعال هستند اما فعال بودن با موفق بودن خیلی متفاوت است. وهابی‌ها خیلی حرف جذابی برای تبلیغ ندارند، اگر جنبی هم دارند به خاطر امکانات‌شان است. مثلا یک شیخ وهابی به یک منطقه فقیرنشین در کشور خارجی می‌رود و افراد را برای سفر حج به عربستان دعوت می‌کند. خب! سفر به عربستان با پذیرایی آن کشور آن هم سفری مثل حج قطعاً برای مردم منطقه فقیرنشین یک کشور جذابیت دارد. اینکه دیگران را با پول و امکانات جذب کنیم هنر نیست، هنر این است که شما با تبلیغ فکر و اندیشه و جذب افراد به یک مجموعه اعتقادی در امر تبلیغ موفق شوید. این هنر را وهابیت ندارد، وهابیت نمی‌تواند از طریق گفت‌وگو و اندیشه جذبی داشته باشد، نهایت موفقیتش مدیون استفاده از پول است.

■ **حالا که از وهابیت سخن گفتیم، می‌خواستم سوالاتی پرسش‌گری‌های گروه‌های تکفیری، چهره خوشنی از اسلام به مردم دنیا مخابره شده است؛ برای شکستن این فضا چه باید کرد؟**

به نظر من باید یک حرکت جدی در چند جبهه به صورت هم‌زمان شروع شود و جلو برود. یکی اینکه در داخل امت اسلامی

باید اسلام ناب که مبتنی بر سیره نبوی است، از منبر و نماز جمعه فراتر برود و تبدیل به سبک زندگی شود. شخصیت‌های ملایم، منصف و صاحب حسن اخلاق باید امر آموزش و تربیت اسلامی را برعهده بگیرند تا تربیت دینی مسلمانان به شکل صحیح انجام شود. تبدیل شدن اسلام به یک فرهنگ و سبک زندگی، رفتارهای خشنونت‌آمیز تکفیر گونه را که ریشه در فرهنگ غیردینی دارد از بین خواهد برد. این مساله‌ای است که باید درون خانواده امت اسلامی حل‌وفصل شود.

خارج از جهان اسلام نیز باید به این نکته توجه داشت که بسیاری از تصویرهای خشن از اسلام، مولود دشمنی دشمنان است. مولود فعالیت‌های رسانه‌ای است. مولود سیاست‌های سیاستمداران غربی است. گروهی مثل طالبان دست‌پرورده خود آمریکاست. تکفیری‌ها در سوریه دست‌پرورده آمریکا هستند. این حقایق را باید به گوش بشریت برسانیم. ما باید رسانه‌های خبری و تصویری‌ای داشته باشیم که توان رقابت با سی‌ان‌ان و بی‌بی‌سی را در سطح جهانی داشته باشند که بتوانند ریشه حقیقی رفتارهای خشنونت‌آمیز در جهان اسلام را برای مردم جهان واکاوی کنند.

■ **فضای رسانه‌های ما را چگونه ارزیابی می‌کنید؟ رسانه‌های بین‌المللی و شبکه‌های مجازی، اینها در حوزه امر تبلیغ چگونه فعالیت می‌کنند؟**

تا آنجا که مملسم در فضای مجازی کارهای بهتری انجام شده است اما هنوز به یک انتشار حداکثری در فضای مجازی نرسیده‌ایم. ضمن تذکر دوباره این نکته که محتواهای تولید شده هنوز محلی است و در سطح جهانی نیست. اما درباره شبکه‌های تلویزیونی ما که مخاطب بین‌المللی دارم، ببینیدا من از نزدیک شاهد تولید برنامه‌های تلویزیونی در شبکه‌های غربی بوده‌ام؛ گاهی برای یک برنامه تلویزیونی ساده ۲۵ نفر کار می‌کنند اما در اینجا اینگونه نیست. به طور مثال من برنامه‌ای را برای شبکه همسپان تی‌وی آماده کردم که فقط خودم و همچنین مسائل مربوط به رهبری جامعه بشری، اینها مجموعه مسائلی است که برای مردم این منطقه جذابیت دارد. این نکته را هم اضافه کنم که سیره اهل‌بیت در ابعاد فردی و سیاسی و اجتماعی از موضوعاتی است که مردم منطقه آمریکای لاتین با اشتیاق به آن گوش می‌سپارند

باید اسلام ناب که مبتنی بر سیره نبوی است، از منبر و نماز جمعه فراتر برود و تبدیل به سبک زندگی شود. شخصیت‌های ملایم، منصف و صاحب حسن اخلاق باید امر آموزش و تربیت اسلامی را برعهده بگیرند تا تربیت دینی مسلمانان به شکل صحیح انجام شود. تبدیل شدن اسلام به یک فرهنگ و سبک زندگی، رفتارهای خشنونت‌آمیز تکفیر گونه را که ریشه در فرهنگ غیردینی دارد از بین خواهد برد. این مساله‌ای است که باید درون خانواده امت اسلامی حل‌وفصل شود.

خارج از جهان اسلام نیز باید به این نکته توجه داشت که بسیاری از تصویرهای خشن از اسلام، مولود دشمنی دشمنان است. مولود فعالیت‌های رسانه‌ای است. مولود سیاست‌های سیاستمداران غربی است. گروهی مثل طالبان دست‌پرورده خود آمریکاست. تکفیری‌ها در سوریه دست‌پرورده آمریکا هستند. این حقایق را باید به گوش بشریت برسانیم. ما باید رسانه‌های خبری و تصویری‌ای داشته باشیم که توان رقابت با سی‌ان‌ان و بی‌بی‌سی را در سطح جهانی داشته باشند که بتوانند ریشه حقیقی رفتارهای خشنونت‌آمیز در جهان اسلام را برای مردم جهان واکاوی کنند.

■ **فضای رسانه‌های ما را چگونه ارزیابی می‌کنید؟ رسانه‌های بین‌المللی و شبکه‌های مجازی، اینها در حوزه امر تبلیغ چگونه فعالیت می‌کنند؟**

تا آنجا که مملسم در فضای مجازی کارهای بهتری انجام شده است اما هنوز به یک انتشار حداکثری در فضای مجازی نرسیده‌ایم. ضمن تذکر دوباره این نکته که محتواهای تولید شده هنوز محلی است و در سطح جهانی نیست. اما درباره شبکه‌های

تلویزیونی ما که مخاطب بین‌المللی دارم، ببینیدا من از نزدیک شاهد تولید برنامه‌های تلویزیونی در شبکه‌های غربی بوده‌ام؛ گاهی برای یک برنامه تلویزیونی ساده ۲۵ نفر کار می‌کنند اما در اینجا اینگونه نیست. به طور مثال من برنامه‌ای را برای شبکه همسپان تی‌وی آماده کردم که فقط خودم و همچنین مسائل مربوط به رهبری جامعه بشری، اینها مجموعه مسائلی است که برای مردم این منطقه جذابیت دارد. این نکته را هم اضافه کنم که سیره اهل‌بیت در ابعاد فردی و سیاسی و اجتماعی از موضوعاتی است که مردم منطقه آمریکای لاتین با اشتیاق به آن گوش می‌سپارند

یک نکته‌ای را هم اینجا اضافه کنم که مساله فقط رسانه نیست؛ ما برای اشاعه تفکر شیعه در خارج از مرزها باید ساختار داشته باشیم. اینکه اکتفا کنیم به داشتن یک سفار تخرانه و یک رایزن فرهنگی کفایت نمی‌کند. ما مثلا در آرژانتین چند دانشگاه بین‌المللی داریم؟ چند دارالنشر در لندن داریم؟ ما باید از کلیشه‌های سنتی رسانه و سفار تخرانه بیرون بیاییم و در کشورهای مختلف ساختار طراحی کنیم. شما وقتی به مبلغان مسیحی نگاه کنید، می‌بینید در کشورهای هدف‌شان، بیمارستان دارند، دارالایتام و خیریه و دانشگاه دارند، اینها همه ابزارهایی است برای تبلیغ تفکر و اعتقادات آنها. از طریق این نهادها بهترین ارتباط‌ها را با بدنه مردمی دارند. ما هنوز از فضای فکری کشور خودمان بیرون نیامده‌ایم و هنوز ذهنیت‌مان نسبت به تبلیغ خیلی کلیشه‌وار است. البته باید متصفانه یک نکته را هم اعتراف کنم. اینکه جبهه مقابل برای تولید این ساختار ۵۰۰ سال کار کرده است.

ما هنوز در ابتدای راهیم. بسیاری از فعالیت‌هایی که آغاز کردیم تا سال بعد نتایج آن مشخص شود. ما در این عرصه تازه‌وارد هستیم اما هر چه باید ایده‌آل‌ها را بدانیم، اهداف و افق‌ها را بدانیم تا متوجه باشیم به کدام سمت باید حرکت کنیم و راه را اشتباه نرویم و درجا نزنیم. شما ببینیدا ما در جبهه مقاومت چقدر موفق بودیم. چون ما در این عرصه هم استراتژی داریم، هم ساختار داریم، هم شبکه‌سازی کرده‌ایم، اگر ما همین الگوی جبهه مقاومت را در عرصه تبلیغ بین‌المللی فرهنگ تشیع وارد کنیم، موفق خواهیم شد؛ اینکه استراتژی مشخص داشته باشیم، برای پیشبرد اهداف‌مان نیروهای انسانی قوی تربیت کنیم، ساختارهای قوی در داخل و خارج از کشور طراحی کنیم. شبکه‌سازی کنیم، عینا مانند همان کاری که در جبهه مقاومت در عرصه نظامی انجام دادیم. در این صورت در جبهه فرهنگی هم در عرصه جهانی پیروز خواهیم بود.

دوشنبه ۵ آبان ۱۳۹۹
وطن امروز | شماره ۳۰۵۶



گفت‌وگو

دلنوشته مهدوی

پرچمدار دین محمدا
وقت است که بیایی

مژده لواسانی



پرچمدار دین محمدا وقت است که بیایی
برای نامه‌هایی که سال‌هاست در راه مانده‌اند
برای در راه مانده‌هایی که با خانه غریبه‌اند
برای نشانی‌هایی که دروغ نبوده‌اند
برای نشانه‌هایی که گم شده‌اند
برای قرارهایی که قرارمان نداد
برای چشم‌هایی که خواب را بهانه کرده‌اند
برای خواب‌زده‌هایی که، بیداری را کابوس دیده‌اند...
برای قصه‌هایی که به آخر نرسیدند
برای مادربزرگ‌هایی که قصه‌های‌شان باور نشد
برای باورهایی که رنگ‌شان پریده است...

برای من

برای غم

برای همه این غم‌های مبهم

باید بیایی...

و فقط تویی که باید بیایی، پیش از آنکه دیرتر از همیشه شود...

به امروز فکر می‌کنم

به ربیعی که تو دای امامت به تن کردی

به این تصویر که

از امروز پرچم به دست توست...

و این یعنی از امروز پرچم دین محمد از همیشه بالاتر است، وقتی تو پرچمدار می‌شوی!

حضرت منتظر، جشن آغاز امامتت مبارک اما بگو کی تمام می‌شود فصل بلند انتظار...

کدام ربیع، ظهورت به حضورت گره می‌خورد و پاییز ما تا همیشه بهار خواهد شد؟

از امروز، پرچمدار ولایت تویی و فصل انتظار ما هم آغاز می‌شود...

به امید روزی که پایان فصل انتظار، بهار آمدنت باشد...

موعود آمدنی!

به قول قیصر امین‌پور گرانقدر:

ای روز آمدن

ای مثل روز، آمدنت روشن

ای روز آفتابی

ای مثل چشم‌های خدا آبی

این روزها که می‌گذرد

هر روز در انتظار آمدنت هستم

اما

با من بگو

ایا من نیز

در روزگار آمدنت هستم؟...

اللهم عجل لولیک الفرج

اشاره

معرفت، محور عید بیعت

رضا واعظ: سالروز به امامت رسیدن حضرت ولی‌عصر(ع) را «عید بیعت» نام نهاده‌اند که اگرچه در متون روایی و حدیثی مناسبتی به این نام نداریم اما بهانه خوبی است برای تذکر و یادآوری یک امر مهم، امری که اگر حواس‌مان نباشد در شلوغ‌بوغی‌های مشکلات روزمره و خبرهای هر روزه قیمت دلار و سکه و زمین، پاک یادمان خواهد رفت. اسر مهم غیبت و تکلیفی که برای پایان دادن به آن بر دوش داریم. نکته‌ای که در این حائز اهمیت است و خوب است به آن توجه کنیم این است که در بسیاری از دهالهایی که اهل‌بیت عصمت و طهارت برای امر ظهور صادر شده و شیعیان دعوت به خواندن آن شده‌اند، یکی از علل‌ترین وری شناخت شناسنامه‌های امام زمان است. «ر دپای این عنصر را در اکثر دعاهای مهدوی می‌توان جست، از جمله آن دعای معروفی است که از خدا می‌خواهیم اللهم عرفنی حجت فان لم تعرفنی حجتک قدضلت عن دینی» یعنی پروردگارا، معرفت حجتت را نصیب ما بگردان که این کار را نکنی در دین خود گمراه می‌شویم. اما سوال اینجاست که معرفت به امام زمان چیست؟ آیا منظور همان شناخت تاریخی زندگی حضرت ولی‌عصر است؟ قرآن و شواهد نشان می‌دهد که معرفت معرفت حجت‌وری شناخت شناسنامه‌ای امام‌زمان است، بلکه نوعی پیوند باطنی و روحی با امام زمان است به طوری که دایره وجود آدمی بر محور امام‌زمان خویش بچرخد. عقربه دلش و اهدافش و زندگی‌اش به سمت چهتی باشد که زندگی امام زمان به همان جهات است و آن چیزی نیست جز توحید، با خدا زیستن و برای خدا زیستن. همصدا شدن با براهیم آنجا که فرمود: ان صلاتی و زندگی‌ام و مرگم برای خداست، همان پروردگار جهانیان. معرفت توحید، یعنی فهم اینکه انسان هدفی جز شناخت خدا و وصال او ندارد و برای رسیدن به این ساحل دور، باید سوار بر کشتی امامت شود تا به دستگیری امام زمان خویش، به دیندار و لقای خدا نائل بیاید. انسانی که اینگونه امام زمان را شناخت، به معرفت امام زمان راه پیدا کرده است و خود را محتاج هیچ‌سگای امام عصر خواهد یافت. به همین خاطر است که در اکثر ادعیه‌ای که آمده‌اطهار که شیعیان تعلیم داده‌اند تا برای درخواست ظهور امام زمان قراتت کنند، وزنه درخواست معرفت به حقیقت امام زمان بسیار سنگین است. اگر این معرفت حاصل شود، ظهور در باطن ما رخ داده است. به همین خاطر است که وقتی از ایشانله شیخ محمدجواد انصاری همدانی، آن عارف شنیدا سوال کردند که ما کی می‌توانیم به مضر حضرت شرفیاب شویم؟ پاسخ داد: زمانی که ظهور و غیبت امام زمان برای شما برابر باشد، و این یعنی اوج احساس حضور و احتیاج به امام زمان که از همان معرفت به حضرت حاصل خواهد شد.

امین علی دوست: دکتر «ادگار دو روبین» متولد سال ۱۹۷۱ در آرژانتین است. او بعد از سال‌ها زندگی به سبک غربی که به قول خودش موهابیت تا کم‌رش می‌رسید، بعد از یک سفر چند روزه به لبنان، دچار تحول فکری می‌شود و به یکباره مسیر زندگی‌اش را عوض می‌کند. ادگار دو روبین که به انگیزه یاد گرفتن زبان و ادبیات عربی به لبنان سفر کرده بود، سر از حوزه علمیه قم درمی‌آورد. روبین که حالا بیشتر او را به نام «سهیل اسعد» می‌شناسند، دکترای خود را در رشته فلسفه و عرفان اسلامی از جامعه‌المصطفی دریافت و بعد از آن فعالیت خود را به صورت متمرکز در عرصه تبلیغ بین‌المللی تشیع آغاز می‌کند. دکتر ادگار دو روبین با تجربه ۲ دهه فعالیت در فضای تبلیغ بین‌الملل، سابقه فعالیت مداوم در بیش از ۲۰ کشور منطقه آمریکای لاتین و همچنین تأسیس مراکز اسلامی در کشورهای این منطقه استراتژیک را داراست.

او در طول سال‌های فعالیت خود ۶ ماه از سال را در ایران به تحصیل، تدریس و فعالیت‌های علمی و رسانه‌ای می‌پردازد و در ۶ ماه دیگر نیز با مسافرت به کشورهای مختلف به نشر معارف اهل‌بیت علیهم‌السلام مشغول است و از قالب‌های متعددی برای انتقال این مفاهیم بهره می‌برد که می‌توان از میان آنها به استفاده از ظرفیت آکادمیک، فضای هنر و رسانه، گفت‌وگوی بین ادیان و ارتباط مستقیم با مخاطبان اشاره کرد.

سالروز آغاز امامت حضرت ولیعصر(عج) فرصت مناسبی بود تا در گفت‌وگو با دکتر روبین به بررسی بایسته‌های تبلیغ جهانی فرهنگ تشیع بپردازیم. دکتر روبین در این گفت‌وگو تبلیغ فرهنگ و معارف تشیع در سطح بین‌المللی را نیازمند آمادگی در ۳ حوزه دانست: تربیت نیروی انسانی که در تراز جهانی ببیندیشد و ایده‌پردازی کند، ارائه محتواهای معرفتی در قالب‌هایی همسطح استانداردهای بین‌المللی و امکانات سخت‌افزاری. ۳ حوزه‌ای که به رغم همه تلاش‌هایی که در این سال‌ها انجام شده، همچنان در آن با مشکلات جدی و ساختاری مواجه هستیم.

■ **می‌دانیم اعتقاد به منجی مختص به تشیع نیست، بلکه امری مشترک در همه ادیان الهی و حتی غیرالهی است. سؤال اول من این است: با توجه به سفرهای تبلیغی زیادی که داشته‌اید، باور به منجی را در زندگی مردم جهان چگونه دیده‌اید؟**

باور به ظهور منجی یک اعتقاد عام بین ادیان ابراهیمی است اما نکته‌ای که باید در پاسخ به این سؤال بگویم این است که پیروان سایر ادیان و مردم دیگر کشورها نسبت‌شان با موضوع منجی، صرفا یک پدیده‌ای است که در متون دینی و اعتقادی‌شان به آن اشاره شده، یک موضوعی است که در فضای ذهنی‌شان وجود دارد ولی فضای متون و ذهن به عرصه تجربه وارد نشده است. منظور این است که سایرین با این موضوع زندگی نمی‌کنند، امری نیست که وارد عرصه زیستی و روزمره آنها شده باشد. این امر مختص شیعیان است. این شیعیان هستند که با این مفهوم و موضوع زندگی می‌کنند و ارتباط زنده بشری دارند. این مفهوم، زیست آنها را جهت می‌دهد و هدفمند می‌کند. این موضوعات فقط در جهان تشیع یافت می‌شود، خارج از جهان تشیع، بحث منجی صرفا یک مفهوم ذهنی است که بین کتاب‌ها باید دنبال آن گشت.

■ **به نظر شما این امکان هست همان نگاه فرهنگ شیعی به موضوع مهدویت و منجی را به سایر فرهنگ‌ها انتقال دهیم، در این حوزه کار تبلیغی کنیم و توانیم نوع نگاه به منجی را در سایر مردم جهان از یک مفهوم ذهنی به یک مفهوم عینی ارتقا دهیم؟**

به نظر من برای این کار نمی‌شود از مهدویت شروع کرد،

نمی‌توانیم این موضوع را به صورت یک امر جداگانه و مجزا در دنیا مطرح کنیم و انتظار داشته باشیم نوع ارتباط با این مفهوم تغییر کند. اگر بخواهیم در این حوزه در فضای بین‌المللی کاری کنیم، ابتدا باید از توحید شروع کنیم، چون مهدویت حلقه آخر اصول و پایه‌های اعتقادی معارف دین است. معارف دین از یک نقطه‌ای شروع می‌شود که امتداد منطقی آن به بحث مهدویت می‌رسد. ما نمی‌توانیم در فضای تبلیغی از این حلقه آخر شروع کنیم، باید از سرمنشأ شروع کرد تا امتداد آن بحث مهدویت و منجی را در بر گیرد. کسی که نوع نگاه شیعی به خدا، نبوت، جهان هستی و امامت را فهمید، جایگاه امامت در رابطه با انسان و خدا را فهمید، این آماده ورود به بحث مهدویت می‌شود و از اینجاست که می‌تواند با یک نگاه درست، جایگاه خود نسبت به منجی را تعریف کند و به خاطر آن بتواند فکری، نگاهش از نگاه صرفا ذهنی به این بحث تغییر و با این مفهوم زندگی خواهد کرد.

■ **دستی به این بحث تسبیر را با این مفهوم زندگی می‌دهیم، ما معتقدیم حامل فرهنگی هستیم که قابلیت جهانی شدن دارد و اصلا وعده داده شده که جهانی خواهد شد. ما یعنی شیعیانی که در ایران زندگی می‌کنیم، در کشوری که مرکز اصلی پرچمداری فرهنگ شیعی است، چقدر توانسته‌ایم در عرصه بین‌الملل برای تبلیغ این فرهنگ موفق باشیم؟ فرهنگی که معتقدیم مبتنی بر فطرت است و اگر به هر انسانی عرضه شود، خواهد پذیرفت.**

ببینیدا وقتی ما حرف از تبلیغ در فضای بین‌الملل می‌زنیم، یعنی باید در ۳ سطح آمادگی داشته باشیم، یعنی هم نیروی انسانی در تراز فعالیت جهانی داشته باشیم، هم امکانات بین‌المللی داشته باشیم، هم قالب‌هایی که می‌خواهیم با آن تبلیغ کنیم در سطح و تراز جهانی باشد. متأسفانه ما در هر ۳ سطح دچار مشکلات عدیده‌ای هستیم. هنوز محتواهایی که تولید می‌کنیم، محسوس جهانی نیست. هنوز تربیت حوزوی ما به گونه‌ای نیست که پاسخگوی اقتضات جامعه جهانی باشد. اساسا این اقتضات را بشناسد و بدان الان باید چه مساله‌ای را برای جامعه جهانی بیان کند. اینکه چه مساله‌ای نیاز امروز فکری و روحی مردم جهان است و برای این منظور تولید محتوا کند. تازه اگر ما به فرض توانستیم برای این موضوعات محتوایی هم تولید کنیم، همین محتوا را هم که می‌خواهیم ارائه کنیم، در قالب‌های بین‌المللی ارائه نمی‌کنیم، قالب‌هایی که مخاطب بین‌المللی که هر روز در معرض بالاترین تولیدات فکری و