

راه غلط جذب

گاهی اوقات افزایش مخاطب به قیمتی است که نمی‌ارزد. آن‌ها جذب می‌شوند، اما به چه جذب شده‌اند؟ به چیزی که یا منفی است و یا خنثی.

مرحوم سید قطب جریانی را در یکی از کتاب‌هایش می‌نویسد، که من پیش از انقلاب آن کتاب را ترجمه کردم. می‌گوید به یکی از شهرهای امریکا رفتم و دیدم دم در یک کلیسا اطلاعیه‌ای نصب کرده‌اند: «امشب یک برنامه‌ی رقص و شادی و شام سبک و موسیقی اجرا می‌شود.»! تعجب کردم که کلیسا به چه مناسبت این‌ها را اعلام کرده! می‌نویسد: کنجکاو شدم در آن ساعت معین بروم ببینم چه خبر است. دیدم بله، یک سالن رقص در کنار سالن کلیساست؛ زوج‌های جوان می‌آیند و می‌رقصند؛ موسیقی‌های محرک و شهوانی هم پخش می‌شود! افراد یک‌خرده مسن‌تر هم کنار نشسته‌اند و تماشا می‌کنند و از نگاه کردن لذت می‌برند! کشیش هم اواخر شب روی سن ظاهر شد و با رفتار خیلی آرام و ملایم رفت نور چراغ‌ها را تنظیم کرد! می‌گوید فردا رفتم سراغ کشیش؛ گفتم شما کشیش هستید یا کاباره‌دار؟! این‌جا کلیساست یا سالن رقص؟! کشیش گفت من به این وسیله می‌خواهم جوان‌ها را به کلیسا جذب کنم! این‌طوری می‌شود جوان‌ها را به کلیسا جذب کرد؟! جوان‌ها به کلیسا جذب نشدند، بلکه به سالن رقص متعلق به کلیسا جذب شدند! سالن رقص متعلق به کلیسا مگر امتیازی دارد؟

اگر بناست فیلم یا برنامه‌ای پخش شود و تأثیر سویی بگذارد، چه فرقی می‌کند که من پخش کنم یا رقیب من؛ در هر دو صورت بد است؛ پس چرا من پخش کنم؟ به نظر من این منطق مهمی است و باید به آن توجه داشت.

فرمایش امام خامنه‌ای در دیدار رئیس و مدیران سازمان صدا و سیما