

مقدمه‌ای بر آسیب‌شناسی نشریات حوزه

چکیده: نوشتار حاضر، پس از یادآوری نکات مهمی درباره جایگاه رسانه در حوزه و وضعیت تاریخی و کنونی نشریات دینی - حوزوی، پاره‌ای از بایستگی‌های منشورات حوزوی را برمی‌شمارد که عبارت‌اند از: وقار قلمی، نثر یا زبان معیار، مخاطب‌شناسی، تخصص‌گرایی، هماهنگی و همگرایی، و استفاده بهینه از نشریات مجازی. در ذیل بحث از «نثر معیار» درباره نثر دینی و لوازم این نثر ویژه سخن رفته است. بخش پایانی مقاله، به ضرورت گسترش نشریات مجازی می‌پردازد و لوازم این رویکرد را نیز به بحث می‌گذارد. در بخش نثر دینی، به این نکته درخور، توجه می‌شود که مؤلفان دینی باید نثر گزارش‌گرانه را نیز تجربه کنند و تنها از شیوه‌های همدلانه یا خصمانه سود نبرند.

کلیدواژه‌ها: رسانه، رسانه دینی، نشریات حوزه، آسیب‌شناسی.

* مسئول انجمن قلم حوزه، محقق و نویسنده.

یک. کتاب، مجله، روزنامه، رساله، سایت، وبلاگ، و هر رسانه معتبر دیگری، از ضروریات ساختاری و ماهوی نهادهای علمی- فرهنگی است؛ به ویژه اگر سمت و سوی تبلیغی نیز داشته باشند. هر گونه فعالیت علمی و تولیدی، نیاز به عرصه‌ای همگانی دارد تا بتواند محصولات خود را در معرض آگاهی یا داوری مخاطبان شانی بگذارد. چنین عرصه‌هایی، همواره در حال تغییرات شکلی بوده، کمتر در مقابل تحولات و دگرگونی‌های زمانه مقاومت می‌کنند. دو گونه آشکار و همگانی و کهن در عرضه محصولات علمی- فرهنگی، گفتار و نوشتار است که هنوز و همچنان با برجا است. «دفتر» و «منبر» از این دو قالب بی‌بدیل نمایندگی می‌کنند و هر دو از پشتوانه‌های دینی، عرفی و تاریخی نیز برخوردارند.

دو. آنچه گاهی و قدری صورت مسئله را عوض می‌کند، نوع مواجهه و شیوه‌های استفاده کاربران از این دو ابزار مهم و کارآمد است. در بخش قالب‌های شفاهی یا گفتاری که مهم‌ترین رسانه آن در حوزه، منبر است، بسیار سخن گفته‌اند و هنوز جای بررسی‌های دقیق‌تر و تحقیقات جدیدتر (اعم از کتابخانه‌ای و میدانی) وجود دارد؛ اما درباره ماهیت و قابلیت‌های نوشتار، کمتر گفته و نوشته‌اند؛ به ویژه بخش مطبوعاتی این قالب، که به رغم ظرفیت‌های فراوان آن در محیط‌های دینی، موضوع مهمی برای تحقیقات علمی و دامنه‌دار نبوده است. حوزه و یا هر نهاد متمرکز دیگری که نیازمند رسانه‌های مقتدر و مؤثر است، چاره‌ای جز سرمایه‌گذاری علمی و انسانی بر روی رسانه‌های نوشتاری خود ندارد و در این مسیر نه چندان هموار، نباید به هیچ ایستگاه یا منزلگاهی بسنده کند؛ زیرا:

این راه را نهایت، صورت کجا توان بست

کش صد هزار منزل، بیش است در بدایت

دلیل کشدار بودن این راه، تحولات ثانیه‌ای و پیوسته آن است که گویا سر ایستادن و توقف ندارد. در هر لحظه، سبک‌ها و شگردهای جدید، تولید و استفاده می‌شوند و بسندگی به شیوه‌های قدیم و منسوخ، معنایی جز دور افتادن از این قافله تیزرو ندارد. مراد از «قدیم» در عبارت بالا، چند قرن یا چند ده سال پیش نیست؛ بلکه



این عنوان (قدیم) امروزه بسیار شتاب یافته و گاه پدیده‌های چند سال پیش را هم مشمول خود می‌کند.

سه. آنچه در این نوشتار کوتاه خواهد آمد، باره‌ای از معیارها و الزاماتی است که رعایت آنها، نویسندگان مقالات دینی در نشریات حوزوی را به توفیقات بیشتری رهنمون است. دلیل توجه ویژه به منشورات زمانمند (مجلات و گاهنامه‌ها)، نیاز شدیدتر آنها به چنین مقررات رسمی و عرفی است؛ زیرا به گمان نگارنده، بسیاری از نشریات حوزوی، به دلیل اهتمام فراوان و جدی به ابلاغ پیام‌های فوری یا مقابله با نقدها و شبهات، توجه کمتری به قالب‌ها و زبان اثر خود می‌کنند و همین نکته باریک و ساده، مانع دستیابی آنان به همه مقاصد علمی و تبلیغی آثارشان می‌شود. محتوا محور، هرگز نباید نویسندگان را از آشنایی با مهارت‌های نوشتاری در مقالاتشان غافل کند. بر این باورم که مسلمانان و پیروان قرآن مجید، باید بیشترین توفیقات را در عرصه قلم و نشر داشته باشند؛ دست کم به دو دلیل: اولاً به مقتضای آنکه پیام خود را مایه حیات و رستگاری می‌دانند و از همین رو باید در بهینه‌سازی قالب‌ها و یافتن ساختارهای مناسب‌تر بیش از دیگران بکوشند. ثانیاً از آن رو که مسلمانان، پیرو دینی هستند که معجزه آن از جنس نوشتار و کتاب و قلم است. هیچ دین و آیینی را نمی‌توان یافت که به اندازه اسلام، نوشتن را ارج نهاده باشد و معجزه‌اش از قبیل کلمه و جمله باشد. در این میان، حوزویان با مسئولیتی مضاعف و سنگین‌تر مواجهند؛ زیرا آنچه از قلم و زبان آنان صادر می‌شود، باید بتواند با برترین‌ها و بهترین‌ها پهلوی‌زند و در ردیف ممتازین بشیند. اما آیا تا کنون همین گونه بوده است؟ پاسخ را باید از کسانی خواست و پرسید که مخاطبان منشورات و نشریات حوزویان‌اند؛ اما به حتم مراعات مؤلفه‌هایی که در زیر می‌آید، رقیمه‌های اهل حوزه را خواندنی‌تر خواهد کرد.

رویکرد توصیه‌ها و مطالب نوشتار حاضر، بیشتر به سوی مقالاتی است که در نشریات حوزه درج می‌شوند؛ اگرچه به کار هر مؤلفی در هر فاز و فضایی می‌آید. آنچه مقالات مجله‌ها و روزنامه‌های حوزوی را برای بررسی و ارزیابی سخت‌گیرانه‌تر، در

اولویت قرار می‌دهد، دو مسئله مهم است؛ نخست دایره نفوذ و گستره مخاطبان آنها است. در نشریات، روی سخن با خوانندگانی است که طبقه‌بندی آنها بسیار مشکل است. به بیان دیگر، هر خواننده‌ای با هر زمینه و ذهنیتی، بالقوه می‌تواند مخاطب نشریات باشد؛ بر خلاف کتاب که معمولاً خوانندگانی تعریف شده و دست‌چین دارد. مسئله دوم، مربوط به نویسندگان نشریات حوزوی است که به لحاظ سنی و سابقه حوزوی، معمولاً در شمار جوانان یا میان‌سالان حوزه هستند و به همین علت باید به سبک و میزان توانایی آنان اهتمام بیشتری داشت؛ زیرا آموزش‌پذیرتر و برای تغییر سبک و استیل کار خود، آماده‌ترند.

چهار. انکار نمی‌توان کرد که نشریات دینی، قدیم‌ترین مطبوعات فارسی محسوب می‌شوند. این ادعا، برآمده از داده‌های تاریخی و اسناد معتبر است. اگر نخستین روزنامه کشور کاغذ اخبار نام داشت و صد و سی سال پیش، به همت میرزا صالح شیرازی منتشر شد، اولین روزنامه دینی را نیز باید شجره خبیثه کفر و شجره طیبه ایمان دانست که با سرمایه مالی و حمیت دینی محمداسماعیل تبریزی و جواد ابن محمد صادق الطهرانی، حدود یک قرن پیش، از چاپخانه راهی خانه‌های مردم شد. سال‌ها پیش از انتشار این جریده دینی، ملک‌خان مجله قانون را منتشر می‌کرد و عروۃ‌الوثقی به املائی سیدجمال‌الدین اسدآبادی و به قلم محمد عبده به زبان عربی در پاریس (حدود سال‌های ۱۳۰۰ قمری) چشم و دل مسلمانان را نواخت. عروۃ‌الوثقی را باید اولین مطبوعه دینی دانست که بیرون از ایران انتشار می‌یافت و زبان عربی آن، مانع از نفوذ آن در میان عامه مردم فارسی‌زبان می‌شد. در هند نیز روزنامه جبل‌المتین، رویکرد دینی و زبان فارسی را برای خود برگزیده بود، اما فاصله جغرافیایی هند تا ایران، گستره نفوذ این نشریه را نیز در ایران به‌غایت اندک می‌کرد.

در پاییز سال ۱۳۸۵، یکی از روزنامه‌های صبح^۱ با یکی از محققان تاریخ مطبوعات ایران مصاحبه کوتاهی را منتشر کرد که در آن خبر کشف قدیم‌ترین روزنامه

۱. روزنامه اعتماد ملی، سه‌شنبه هفتم آذر ماه، گفت‌وگو با سید فرید قاسمی، پژوهشگر مطبوعات درباره «کشف نشریه شجره خبیثه کفر و شجره طیبه ایمان».



دینی تاریخ معاصر ایران آمده بود. ایرانی بودن و قلم فارسی این جریده، به اضافه رویکرد دینی آن، شکی باقی نمی‌گذارد که آن را نخستین روزنامه مذهبی در زبان فارسی و برای ایرانیان بدانیم، که در واقع نیای مطبوعات حوزوی نیز محسوب می‌شود. این خبر و متعلقات آن به خوبی نشان می‌دهد که دین‌ورزان و باورمندان در همه مراحل تاریخی از هر فرصتی برای کنشاندن پای دین‌پژوهی و دینداری به عرصه‌های جدید رسانه‌ای استفاده می‌کردند و در این راه به جان و دل می‌کوشیدند. کشف این روزنامه تاریخی و بازنگری در محتوای آن می‌تواند برگ زرینی در تاریخ مطبوعات دینی و بلکه ملی در ایران باشد.

شجره خبیثه کفر و شجره طیبه ایمان، نشریه‌ای است که پژوهشگران سلف فقط از آن نام برده‌اند و چون محققان متقدم این نشریه را ندیده بودند و نسخه‌ای از آن در هیچ یک از کتابخانه‌های ایران و جهان و کتابخانه‌های فارسی‌زبان وجود نداشت، انتشارش را مورد تردید قرار داده بودند. چندی پیش نسخه‌ای از این نشریه را یکی از پژوهشگران مطبوعات به طور اتفاقی پیدا کرد. یابنده این نسخه ارزشمند در مصاحبه‌ای می‌گوید:

... این نشریه سال اول مشروطیت منتشر شده است؛ یعنی الان صدمین سال انتشار آن است. اولین ویژگی مهم‌اش همین است که هیچ نسخه‌ای از آن موجود نیست. ویژگی بعدی‌اش این است که نه تنها برگی بر تاریخ مطبوعات ایران افزوده است، بلکه برگی بر تاریخ مطبوعات مذهبی نیز افزوده است... مطلب اساسی شماره نخست شجره خبیثه کفر و شجره طیبه ایمان «ذکر اموری که ملک در قلب شخص به طریق خطاب امر و القا می‌نماید به هفتاد عنوان» و در مقابل «ذکر اموری که شیطان بر قلب شخص بر وجه خطاب و امر القا می‌نماید، به هفتاد عنوان» است. ده پله نیز برای نزدیکی به خدا و ده پله نیز برای نزدیکی به شیطان تشریح شده که پله نزدیکی به خدا ۵ پایه و پله نزدیکی به شیطان ۶ پایه دارد. دو ترجمه از دو کتاب اصول کافی و مجمع‌البحرین در باب کفر و ایمان را نیز در این نشریه می‌توان خواند.^۱

۱. همان. برای اطلاعات بیشتر درباره مطبوعات فارسی‌زبان عهد قاجار، ر. ک: سید فرید قاسمی،

راهنمای مطبوعات ایران در عصر قاجار، مرکز تحقیقات و مطالعات رسانه‌ها، تهران ۱۳۷۲.

اما بی شک جریده الاسلام را باید نخستین نشریه دینی دانست که دوام و گستره قابل قبولی داشت و به رغم همه مشکلات مادی و معنوی، توانست سنگ بنای دفاع از مبانی دینی را در رسانه‌های رسمی بگذارد. (قاسمی، ۱۳۷۲، ص ۱۱)

به هر روی با نظر به تاریخچه و اقتضائات زمان، آنچه در پی می‌آید، اندکی از الزاماتی است که بایسته نشریات حوزوی است و آراستگی به آنها، بر دایره نفوذ و میزان تأثیرگذاری منشورات دینی - حوزوی می‌افزاید.

۱. وقار در نوشتار

نویسنده حوزوی، هرگز نباید طبقه و جایگاه معنوی خود را فراموش کند. مواجهه خواننده با مقاله یا یادداشت یا تحلیل سیاسی یک درس آموخته حوزه، توأم با توقعاتی است که در برخورد با هر روحانی یا طلبه‌ای دارد. شخصیت و گوهر وجودی هر نویسنده‌ای از لابه‌لای کلمات و عبارات او آشکار است و به همین دلیل باید آن گونه نوشت که براننده منش و روش آرمانی است. نرم‌خویی، برهان‌گرایی، حمل بر صحت (حتی المقدور)، مهربانی، گشاده‌رویی و مشابه آنها، توقعاتی است که هر مخاطبی از اهل علم و معنا دارد و این توقع بجا و سزاوار، منحصر در دیدارهای رودررو و بصری نیست. نویسنده حوزوی باید بداند که او پیش از آنکه نویسنده باشد، حوزوی است. در واقع، حوزوی نویسنده است نه نویسنده حوزوی. بنابراین هرگز نباید از روش‌ها و شیوه‌هایی سود برد که برخی نویسندگان ناآشنا با اخلاق و معارف دینی از آنها استفاده می‌کنند.

وقار در نوشتار، معنایی دیگر نیز دارد، و آن تأمل و اندیشیدن در محصولات قلم است. نشریات، به دلیل زمانمندی و محدود بودن وقت انتشار آنها، گاهی نویسندگان خود را به تسریع در تولید و امی‌دارند. این تسریعات نیز آفاتی دارد که البته ویژه هیچ طبقه یا گروهی نیست؛ اما آنچه نشریات حوزه را از این جهت آسیب‌پذیرتر کرده است، ویژگی‌های ثانوی نویسندگان آنها است؛ زیرا در حوزه،



معمولا کسانی می‌نویسند که شغل شاغل و اصلی آنان نوشتن برای مطبوعات حوزوی یا غیر آن نیست؛ بلکه از سر ضرورت و برای ادای دین یا اسقاط تکلیف می‌نویسند. به همین دلیل ممکن است وقت چندانی را صرف بهینه‌سازی یا ویرایش محتوایی آن نکنند. اغلب، نویسندگانی قادر به بازخوانی‌های مکرر و ویراستن مقالات خود می‌شوند که حرفه‌آنان نوشتن و همکاری با جراید است. بنابراین فرصت کافی نیز برای حک و اصلاح‌های محتوایی و زبانی اثر خود دارند. اما روحانی یا طلبه‌فاضلی که از روی ضرورت یا الزام شرعی دست به قلم می‌برد، گاه وقت و انگیزه و مهارت چندانی در ویرایش محتوایی اثر خود ندارد. آری؛ می‌توان ویرایش زبانی و صوری مقاله را به ویراستار مجله سپرد و ذهن خود را چندان درگیر نقطه و ویرگول نکرد، اما آنچه فقط از عهده‌نویسنده برمی‌آید، ویرایش محتوایی است.

از مولای متقیان نقل است که متائی، همواره بر صواب است یا بدان نزدیک است، و شتابکار یا بر خطا است یا نزدیک به آن است؛ اصاب متان او کاذب، اخطا مستعجل او کاذب. (غررالحکم، ج ۱، ص ۳۴۱) و به قول صائب تبریزی:

دامن فکر بلند آسان نمی‌آید به دست

سرو می‌پیچد به خود تا مصرعی موزون کند

نمونه‌های بسیاری می‌توان از مجلات و روزنامه‌ها نشان داد که همه عیب و آفت آنها از تندنویسی و شتاب در درج و نشر است. شعار نویسندگان بزرگ همیشه این بوده است که تا می‌توانید به «اثر» بیندیشید نه «نشر».

وقار در نوشتار را از دو منظر دیگر نیز می‌توان نگریست: نخست از چشم‌انداز نثر معیار و سپس از دیدگاه آسیب‌شناسی. آنچه در پی می‌آید، الزاماتی است که معیارهای نوشتار پسندیده و مطلوب، بر نویسندگان تحمیل می‌کند.

۲. نثر معیار

نشریات حوزوی، اندکی از نثر معیار فاصله دارند. در تعریف نثر یا زبان معیار، گفته‌اند، زبانی است که ارباب فرهنگ و مجموعه تحصیل‌کردگان از آن استفاده می‌کنند و در رسانه‌ها و در رسانه‌ها به کار می‌رود. بنابراین نثر هر رسانه‌ای نه تنها باید استاندارد و معیار باشد، بلکه معیار، نثری است که در رسانه‌های عمومی به کار می‌رود. درباره چستی و مقومات زبان معیار، بسیار سخن گفته‌اند؛ اما در اینجا به مؤلفه‌ها و نکاتی اشاره می‌کنیم که جای خالی آنها کم‌وبیش در منشورات حوزوی احساس می‌شود.

یکی از مهم‌ترین ارکان نثر معیار، پرهیز از افراط در سره‌نویسی یا عکس آن است؛ یعنی در این نثر که میان طبقات مختلف تحصیل‌کردگان رایج است، استفاده افراطی از کلمات سره (فارسی اصیل) ممنوع است، همچنان که استعمال بی‌دلیل کلمات غیر فارسی نیز مغل محسوب می‌شود. بدین ترتیب نویسنده باید بیشتر از کلمات رایج و آشنا و بسامددار سود برد و بی‌دلیل قلم خود را به استعمال کلمات غریب - هرچند فارسی سره و اصیل باشند - نفرساید. در مقاله‌هایی که به قلم حوزویان، نگارش می‌یابد گاه کلمات عربی، غلبه آشکاری دارد. گاهی نیز عده‌ای برای جبران این نقیصه، در استعمال کلمات سره فارسی چنان افراط می‌کنند که فهم آنها خواننده را به زحمت می‌اندازد. نویسندگانی که معیارنویسی را شیوه خود کرده‌اند، سعی بلیغی در استفاده از کلمات ساده و همگانی دارند. البته این بدان معنا نیست که هرگز کلمات نو و ابتکاری در نوشته‌های آنان به چشم نمی‌آید؛ بلکه بیشتر به این معنا است که عربی یا فارسی بودن کلمه، برای آنان معیار و ملاک نیست. هر چه برای خواننده مفهوم‌تر و زیباتر باشد، همان را به کار می‌گیرند و گاهی نیز واژگانی را ابداع می‌کنند که برای خواننده علاوه بر مفهوم بودن، خوشایند نیز هست.

رکن دوم در زبان معیار، پرهیز از لفاظی و جملات عرضی است. جملات را دو گونه، دانسته‌اند: برخی در طول یکدیگرند؛ یعنی هر جمله در ادامه و مکمل جمله پیش از خود است. این جملات را طولی می‌گویند و در نثر معیار کاربرد دارد. در



مقابل، جمله‌هایی نیز هستند که حالت معترضه داشته، حذف آنها خللی در فهم خواننده ایجاد نمی‌کند. جملات عرضی، بیشتر توضیحی و یا تزیینی‌اند. نویسنده، هر قدر که از غنای بیشتر در مفاهیم و عرضه مطالب پی‌درپی برخوردار باشد، همان اندازه از جملات عرضی پرهیز می‌کند. البته این پرهیز نباید به حدی باشد که عبارات را به عیب ایجاز مخل دچار نماید. رعایت اعتدال در استفاده از جملات عرضی یا معترضه، نیاز به تمرین و کنار گذاشتن وسواس‌های معمول در نوشتن دارد. نباید برای معنا یا مفهومی که ادای آن با یک یا دو جمله ممکن است، چندین جمله کنار هم چید و خواننده را گرفتار زیاده‌گویی‌های ملال‌آور کرد.

گمان‌نگارنده آن است که نشریات حوزوی، حاوی مقالاتی است که گاهی بندهای آنها نیز عرضی است نه طولی؛ یعنی حتی پاراگراف‌ها در ادامه هم نیستند و فقط توضیحاتی غیر ضروری محسوب می‌شوند. بسیاری مقالاتی که مطالعه چکیده آنها خواننده را از بازخوانی همه مقاله بی‌نیاز می‌کند، و اندک‌اند مقالاتی که خواندن هر جمله آنها، خواننده را گامی به پیش می‌برد. مقاله‌ای که به نثر معیار تحریر یافته، جملات کم‌فایده یا بی‌فایده در آن بسیار کم است. همچنین در این گونه مقالات، از قلم‌فرسایی‌های منشیانه و گاه ناشیانه، خبری نیست. لفاظی یا قلم‌فرسایی گاه منشیانه و ماهرانه است و گاه ناشیانه. در نثر معیار از هر دو نوع پرهیز می‌شود. نوع اول فقط در نثرهای ادبی و شاعرانه جای دارد و نوع دوم در انشای مدارس.

پاره‌ای از نویسندگان جوان حوزه، زیمانویسی را با ادیبانه‌نوشتن، یکسان انگاشته، نوشتار خود را تبدیل به متن‌های ادبی می‌کنند. تجربه و مهارت بسیاری لازم است تا نگارگران معنا دریابند که زیبایی فقط در شاعرانگی و ادیب‌بازی نیست. از این منظر می‌توان قلم‌زنان را سه گونه دانست:

- عده‌ای چنان خشک و بی‌روح می‌نویسند که هنگام نوشتن، گویی مرده‌ای را تلقین می‌دهند، یا برای کارمندان خود بخشنامه صادر می‌کنند؛
- گروه دوم آنچنان عبارات خود را می‌آرایند که خواننده را به کلی از معنا غافل می‌کنند؛

- طایفه سوم که همان معیارنویسان هستند، نه در پی آرایش اند و نه از زیباسازی فضای متن خود غافل.

صاحب این قلم برخی از نویسندگان حوزه را دچار نقص های اول و دوم می بیند و برای رفع این نقیصه بزرگ، مطالعه سرمقاله های روزنامه های موفق و استاندارد را بسیار مفید می داند.

درباره نثر دینی

نثر دینی، نثری است که به قلم نویسندگان دین گرا، و به انگیزه دفاع مستقیم یا غیر مستقیم از آموزه های دینی نوشته می شود. بدین ترتیب می توان طیف گسترده ای از آثار مکتوب را که در گوشه و کنار جهان برای اثبات یا تبلیغ یک اصل یا فرع دینی نوشته اند، در شمار نثرهای دینی دانست. دین گرایی نویسنده در تعریف پیش گفته، بدان معنا است که افزون بر دینداری عرفی، دین در کانون یا در میان گرایش ها و دلمشغولی های او نیز باشد. نیز آنچه می نویسد، باید به نوعی با گرایش های دینی و دعاوی مذهبی ارتباط یابد. بنابراین کتاب ها، رساله ها و مقالاتی که اسلام پژوهان غیر مسلمان نوشته اند، از جنس و سنخ نثر دینی نیستند. همچنین آنچه دینداران در موضوعات غیر دینی آفریده اند، در این قلمرو نمی گنجد. مصداق های روشن و نمونه های آشکار نثر دینی را باید در آثاری جست که به قلم محققان و نویسندگان حوزوی در موضوعاتی همچون فقه، فلسفه، کلام، عرفان، تفسیر، روان شناسی دینی، اقتصاد اسلامی و مانند آنها تحریر یافته اند. شمار چنین آثاری کم نیست؛ به ویژه در چند دهه اخیر که سرمایه های انسانی و مادی بسیاری را نیز به سوی خود کشیده است. دین شناسی یا دین پژوهی، گرچه تاریخی به درازای دینداری دارد، از اوایل قرن هیجدهم میلادی در اروپا سیر متفاوتی را آغاز کرده است و اکنون در ایستگاه هایی به سر می برد که نیازمند بازخوانی های مکرر و امعان نظرهای ناچابدارانه است. اکنون محصولات و تولیدات دین پژوهی غربی، ارزیابی جدی و سختی را می طلبند؛ اما آنچه آشکار است، بیرون بودن اکثر آنها از حوزه تحقیقات دین شناختی به معنای اخص

است. نگاهی بیرونی به دین و بررسی‌های ناهمدلانه بیشتر مصداق دین‌پژوهی است تا دین‌شناسی. پژوهش‌های دین‌محور یا «دین‌پژوهی» اعم از دین‌شناسی است. در دین‌پژوهی، باورمندی پژوهشگر به آنچه درباره آن مطالعه می‌کند، شرط نشده است. به تعبیر دیگر دین‌پژوه نسبت به دین، نه بشرط شیء است، و نه بشرط لا؛ بلکه لا بشرط است؛ برخلاف دین‌شناسی که در این حوزه، بشرط شیء عمل می‌کند. بنابراین دین‌پژوهی اعم از دین‌شناسی همدلانه است.

دین‌پژوهان در مطالعات و تألیفات خود سه شیوه را تا کنون تجربه کرده‌اند: ۱. گزارشی؛ ۲. همدلانه؛ ۳. انتقادی.

این سه راه و روش، هر یک آفات و امتیازهای خود را دارند. شیوه گزارشی، برخوردار از واقع‌بینی و انصاف علمی است؛ اما به دلیل خنثابودن، نیروی نفوذ به اعماق را ندارد. دست‌کم درباره امور غیر فیزیکی، باید پذیرفت که بدون همدلی و هم‌زبانی، شناخت عمیق و جامعی پدیدار نمی‌شود. بدین رو است که هیچ‌خاورشناسی قادر به درک و تحلیل درست مراسم آیینی مسلمانان، مانند عزاداری یا سعی میان صفا و مروه، نیست. پیش‌شرط فهم و درک بسیاری از آموزه‌های دینی، باورمندی است، که تحقیقات گزارش‌گرانه فاقد آن است.

روش همدلانه، اگرچه به اعماق و لایه‌های درونی دین خاصی دسترسی دارد، اما توانمندی آن در آسیب‌شناسی و خرافه‌زدایی از حواشی دینداری‌های عرفی کافی نیست. این روش به دلیل اهداف و برنامه‌ای که دارد، در مطالعات تطبیقی و ادیان‌پژوهی مقایسه‌ای نیز چندان کارا نیست. روش انتقادی نیز بیشتر به کار کسانی می‌آید که به کارکردهای کلامی در دین‌شناسی تمایل دارند و همواره در مقام رد و انکار دیگران‌اند. بنابراین، احتجاج‌های کلامی که سمت و سوی اثباتی دارند، و تحقیقات همدلانه‌ای که در جهان دین‌شناسی به رشته تحریر درمی‌آیند، بستر تولید و استحصال نثرهای دینی‌اند. روش نخست (گزارشی) نثری متناسب با رویکردهای خود دارد که باید در «روان‌شناسی نثرهای علمی» درباره آنها سخن گفت. اما شیوه‌های انتقادی و همدلانه، رایج‌ترین قالب‌های حاضر در تحقیقات دینی است.

بدین رو پیش از هر گونه نقد و بررسی نثر دینی، باید به روش‌شناسی این گونه تألیفات نیز توجه داشت و با نظر به شیوه‌های مستعمل در آنها آفت‌ها و ظرفیت‌های آن را شناسایی کرد.

افزون بر همه اینها نوشتار حاضر، ناظر به آثاری است که در فضای علمی اسلامی و به زبان فارسی در چند دهه اخیر در مجلات حوزوی نگارش یافته‌اند. آفت‌ها و مشکلاتی که در قلم دین‌پژوهان فارسی‌زبان می‌بینیم، کمابیش در دیگر سپهرهای علمی نیز به چشم می‌خورد، و به راحتی می‌توان گفت که همه انواع نثر در بسیاری از آفت‌ها سرنوشتی یکسان دارند و بسیاری از آنچه در باب آسیب‌شناسی نثر دینی می‌گویند، عام‌الجلوا است و فی الواقع اختصاصی به متون دینی ندارد؛ اما ناپذیرفتنی نیست اگر کسی بگوید منشورات و قلم نویسندگان دینی، پذیرای آفات ویژه و آسیب‌های صنفی است.

هستی و چیستی نثر دینی

آیا به واقع متون و تحقیقات دینی، از نثری ویژه برخوردارند؟ آیا افزون بر خصیصه‌ها و خصلت‌های محتوایی، نویسندگان دینی در قالب‌های نوشتاری و حتی جمله‌سازی و عبارت‌پردازی نیز متفاوت عمل می‌کنند؟ آیا تفاوت و تمایز نثرهای دینی منحصر در محتوای آنها نیست؟ اگر بپذیریم که قلمزنی در حوزه علوم دینی، ویژگی‌های خود را دارد، آنها چیست و چرا قلم دینی چنین خصلت‌هایی یافته است؟ این پرسش‌ها و مانند آنها، دلمشغولی بسیاری از نویسندگان دینی است و همگی می‌کوشند پاسخ‌های روشنی برای آنها بیابند.

در هستی‌قلم دینی نمی‌توان تردید کرد؛ اگرچه پیدا کردن مرزهای نهایی و باریک آن بسیار دشوار است. پیش‌تر نثر دینی را تعریف کردیم و بیش و کم درباره آن سخن گفتیم؛ اما آیا نوشتن به قصد دفاع تبلیغی یا علمی از آموزه‌های دینی،



نثری متفاوت و ویژه می‌طلبید؟ چرا برخورداری از انگیزه‌های دینی در تألیف و داشتن سمت و سوی دفاعی و تبلیغی، موجب نثری متمایز می‌شود؟ همچنان که از گفتار و گویش بسیاری از مردم می‌توان شغل، گستره دانش، شهر و حتی سن آنان را حدس زد، با خواندن چند برگ از یک کتاب، می‌توان نویسنده آن را صنف‌شناسی کرد. گاهی چند دقیقه گفت‌وگوی شفاهی، حتی از راه دور، کافی است تا طرف مقابل خود را کمابیش بشناسیم و بدانیم حدودا متعلق به کدام طبقه اجتماعی است. این کشفیات از باب «تا مرد سخن نگفته باشد/ عیب و هنرش نهفته باشد» نیست. سخن از عیب و هنر نیست. اموری بسیار باریک‌تر و نازک‌تر از عیب و هنر افراد را می‌توان در ادبیات آنان دید. کلمه، فقط حامل معنا نیست؛ بار شخصیت و مرام نویسنده خود را نیز بر دوش دارد. به مثل، تاریخ پژوهان از محل قرار گرفتن کلمه «شاه» در پیش یا پس نام سلسله‌ای از شاهان به اندیشه‌های سیاسی و جهان‌بینی آنان نقب زده، از این رهگذر به شناخت‌های ویژه‌ای دست می‌یابند. آنان از اینکه شاهان صفوی لقب «شاه» را پیش از نام خود می‌آوردند (مانند شاه‌عباس یا شاه‌طهماسب) و قاجاریان همین عنوان (شاه) را پشت نام خود می‌انداختند (مانند ناصرالدین شاه یا احمد شاه) توانسته‌اند بسیاری از اندیشه‌های و مشرب نظری آنان را دریابند و به نقد و بررسی گذارند. در نثر دینی نیز وجود و بسامد برخی کلمات، کاملا معنادار و حاکی از جهان‌اندیشگی خاصی است که در روان‌شناسی نثر درباره آنها به تفصیل سخن می‌رود.

در پایان این بخش از نوشتار، نقل برخی انظار فیلسوفان جدید، خالی از فایده نیست تا معلوم گردد که چه نسبت ناگسستنی و پرحجمی میان زبان و پیام اثر وجود دارد.

- هستی، زبان است؛ (واعظی، ۱۳۸۰، ص ۲۶۷)

- تجربه ما از جهان زبانی است؛ (همان)

- زبان خانه هستی است؛ (همان)

- سرشت همه اشکال فهم، زبانی است؛ (همان، ص ۲۶۸)

- ساختار واقعه فهم، زبانی است؛ (همان)

- میان فهم و زبان، فاصله‌ای نیست؛ (همان، ص ۲۷۰)

- فهم از سنخ زبان است... (همان، ص ۲۷۲)

چنین نگره‌ها و انگاره‌هایی اگرچه یکسره مربوط به آثار نوشتاری یا گفتاری نیست، اما به خوبی اهمیت زبان و ضرورت بی‌بدیل آن را برمی‌نماید.

توصیه نگارنده آن است که تا می‌توان باید از مؤلفه‌های صنفی قلم کاست و نشر خود را تا آنجا که ممکن است و پیامد سوئی به دنبال ندارد، مردمی کرد؛ به گونه‌ای که خواننده هنگام خوانش مقالات ما، گمان نبرد که با موجوداتی متفاوت و یا متمایز روبه‌رو است. این سخن، برگرفته از همان آموزه قرآنی است که می‌فرماید ما پیامبران را با زبان و لغت قومشان، سفارت دادیم. (ابراهیم / ۴)

۳. مخاطب‌شناسی

نشریات، بیش از کتاب‌ها نیاز به مخاطب‌شناسی دارند؛ زیرا کتاب‌زمانند نیست و تاریخ مصرف آن انقضا ندارد. بنابراین بیش از مجله و روزنامه فرصت دارد که مخاطبان خود را بیابد و با آنان ارتباط پیدا کند. همچنین نشریه‌های حوزوی به دلایلی که خواهد آمد، نیاز آشکارتری به شناخت مخاطبان خود دارد.

متاع‌های معنوی، همواره با کمبود مشتری مواجهند؛ زیرا اگرچه بر سبیل فطرت‌اند، با غرایز ناموزون همسویی ندارند. گفته‌اند «متاع کفر و دین بی مشتری نیست» اما جذب مشتری برای هر دو به یک اندازه آسان نیست. هر کالا و متاعی که گزینه‌پسند نباشد، از جذابیت کمتری برخوردار است. به سخن دیگر، نشریه‌های حوزه، همچون دیگر تولیدات این مرکز علمی و معنوی، آرمان‌گرا است، نه آمال‌گرا. بنابراین با مشکلات و موانع بیشتری هم‌روبه‌رو است. بنابراین باید از حداکثر توانایی‌های موجود و جذابیت‌های ممکن استفاده کند، که متأسفانه معمولاً چنین نیست.



منشورات حوزه، رقیبانی دارند که از تجربه‌ها و زمینه‌های برتری برخوردارند. حوزه در بیرون از خود با هم‌آوردانی روبه‌رو است که برتری بر آنان آسان نیست. برتری هر گروه از مجلات کشوری، به معنای جذب مخاطبان بیشتری به سوی آنها است. به حتم یکی از دلایل برتری برخی نشریات غیر حوزوی، مهارت گردانندگان آنها در مخاطب‌شناسی است. اگر نشریه‌ها و جراید حوزه مایل به جذب مخاطبان بیشتری است، نخست باید آنان را بشناسد و از این رهگذر بر شمار مشتریان و مخاطبان خود بیفزاید.

رقابتی نبودن نشریه‌ها در حوزه، آفت دیگری است که باید چاره‌ای برای آن اندیشید. به‌رغم رقابت خاصی که میان مجلات حوزوی و غیر حوزوی وجود دارد، شاهد همین رقابت میان مجلات حوزه نیستیم. به‌دیگر سخن، در حوزه میان نشریه‌ها رقابت آشکار و ملموسی نیست. به همین دلیل، بازخورد مجلات ناپیدا است. اما همیشه چنین نخواهد بود، و دیر یا زود، میان منشورات درون حوزوی، رقابت سالم و آشکاری رخ می‌نماید. زمانی که میان نشریات، رقابت و امتیازجویی آغاز گردد، مخاطب اهمیت واقعی خود را خواهد یافت. اکنون حیات و بقای نشریات، چندان به شمار خوانندگان آنها بستگی ندارد؛ ولی در آینده چنین نخواهد بود و این عرصه فرهنگی نیز مانند دیگر زمینه‌های کشوری، با میزان مخاطبانش سنجیده می‌شود. بنابراین ضروری است که هر چه زودتر ارباب جراید و مجلات، به سمت مخاطب‌شناسی علمی حرکت کنند و همچون اهالی سینما، شناخت مخاطب را در اولویت‌های نظری خود قرار دهند. (بابایی، ۱۳۸۵)

نویسندگان و مدیران نشریات حوزوی، به دلیل مشاغل صنفی و سابقه تبلیغات شفاهی، گاه فرق چندانی میان خواننده و شنونده نمی‌گذارند. یکی از مهم‌ترین نکاتی که در پاره‌ای از مقالات حوزوی، مغفول می‌ماند، تفاوت میان خواننده و شنونده است که باید در جای خود بحث و بررسی شود. نویسندگان باید بدانند که مخاطب او «خواننده» است و خواننده از آن جهت که خواننده است، با شنونده فرق دارد. مثلاً خوانندگان را

کمتر می‌توان با شگردهای سخنوری و خطابه سرگرم یا قانع کرد. مخاطبی که می‌خواند، بر خلاف مخاطبی که می‌شود، چندان عاطفی و احساساتی نیست و نیاز بیشتری به برهان و استدلال‌های نظری دارد. به گمان نویسنده، یکی از مهم‌ترین نکاتی که باید در آسیب‌شناسی نشریات حوزوی در نظر گرفت، همین خلط میان خواننده و شنونده است.

توصیه مهمی که نوشتار حاضر برای نویسندگان نشریات حوزوی دارد، آن است که مخاطبان خود را باید واجد ویژگی‌های زیر بدانند تا از عهده ارتباطی منطقی و مؤثر با آنان برآیند:

نخست آنکه نویسنده به تعبیر ریچارد فاینمن، باید خواننده خود را به گونه‌ای تصور کنند که گویی هیچ نمی‌داند، اما باهوش است. این تصور نویسنده را وادار می‌دارد که دقیق و گزیده بنویسد.

همچنین باید مخاطب را منصف، اما معترض فرض کرد. این فرض، نویسنده را از کلیشه‌گویی و تکرار مکررات باز می‌دارد.

سه‌دیگر آنکه نباید مخاطب را انسان عاطفی محض یا عقل‌گرای صرف پنداشت؛ بلکه خوانندگان نوعاً معجون و مجموعه‌ای از این دو حالت‌اند.

۴. تخصص‌گرایی

همه هم و غم حوزویان، تحصیل علوم دینی و تبلیغ معارف اسلامی با ابزارهای معمول و غالباً سنتی است. بنابراین به‌طور معمول گذر محصلان حوزه به آموزش‌های فنی در زمینه علوم ارتباطات نمی‌افتد. اما نویسنده، سردبیر، ویراستار و حتی کارگزاران هنری مجلات حوزوی از میان طلاب انتخاب می‌شوند، چاره‌ای جز این هم نیست. آیا نباید برای اداره و مدیریت علمی خیل انبوه نشریات حوزوی، در اندیشه تربیت کادر متخصص نیز بود؟ کدام‌یک از سردبیران یا نویسندگان مقالات ژورنالیستی در حوزه، آموزش‌های مربوط و لازم را دیده‌اند؟ اکنون زمان و فرصت آن

رسیده است که برای تربیت نیروهای متخصص و کارآمد در امور ارتباطات نوشتاری حوزه، اقدامات مؤثر و مفید صورت گیرد. تا پیش از پیروزی انقلاب اسلامی و حتی تا سال‌ها بعد از استقرار نظام جدید، چنین فرصت و امکانی برای حوزه و حوزویان نبود؛ اما اکنون زمانه مساعد است و زمینه هموار.

اهمیت این موضوع، آن‌گاه آفتابی‌تر می‌شود که بدانیم اکنون در دنیا بیشترین سرمایه‌گذاری‌های مالی و انسانی در زمینه ارتباطات و گستره علوم رسانه‌ای است. آموزش‌ها و تحقیقاتی که محصول آنها اطلاع‌رسانی علمی است، اکنون از مهم‌ترین رشته‌های دانشگاهی در سطوح مختلف است.

اگرچه در بیرون حوزه نیز همین وضع و حال است، اما شاید بتوان گفت در محیط‌های دیگر این نقیصه را به شیوه‌ای خاص تا حد اندکی جبران می‌کنند، و آن استفاده از مدیران فارغ‌البال و شش‌دانگ است. در فقدان تخصص کافی برای اداره و تولید مقالات برتر، دست کم باید مدیران و نویسندگانی را به کار گرفت که محور اصلی فعالیت‌های آنان علمی و مطبوعاتی است.

۵. هماهنگی و هم‌گرایی

اگر حوزه را یک کل منسجم و با اهداف هماهنگ فرض کنیم، ضرورت دارد که همه ابزار و سرمایه‌های خود را به سوی هدف مشترک، بسیج و کنترل کند. در روزگار کنونی، رسانه‌های مدرن و سنتی، جای درخوری در میان فهرست امکانات حوزه یافته‌اند. مع‌الاسف این ابزار کارآمد که پرشمار و متنوع‌اند، میل چندانی به هم‌اندیشی و هماهنگی با یکدیگر ندارند. بر سردبیران و مسئولان نشریات حوزوی است که دست کم سالی یک‌بار گرد هم آیند و پس از تشریک مساعی و بازخوانی یکدیگر، تقسیم کار کنند. اکنون مجلاتی در حوزه فعالیت می‌کنند که موضوع مشترکی را در پوشش می‌دهند و در عین حال موضوعات فراوانی نیز در میان است که از هر گونه نشریه یا رسانه مناسبی محروم‌اند.

غیر از هماهنگی در موضوع، همگرایی در اهداف نیز ضروری است. همگرایی به معنای تک‌صدایی نیست؛ بلکه بیشتر به معنای پشتیبانی یکدیگر در پر کردن جاهای خالی و کامل کردن همدیگر است. نشریه‌های حوزه در عین استقلال و حفظ مرزهای صنفی و کارکردی خود، باید ناظر بر یکدیگر و در اندیشه حفظ وحدت نظری حوزه نیز باشند. تشتت و واگرایی اگرچه گاه ضرورت فعالیت‌های اندیشه‌مدارانه است، اما نباید به مرزی قدم گذارد که شیرازه رسالت معنوی حوزه را بگسلد و موجب آشفتگی‌های فکری در سطوح پایینی گردد. این نیز گفتنی است که تشتت و ناهمگرایی، معانی بسیاری دارد که از آن جمله، ناموزونی در سمت و سوی کلی فعالیت‌ها و سطح ارائه مطالب است.

۶. استفاده بهینه از نشریات مجازی

رایانه و اینترنت، جای و جایگاه بلندی در حوزه علمیه قم یافته است. اکنون مرکز یا مؤسسه یا حتی مدرسه‌ای را در حوزه نمی‌توان یافت که از این دستگاه جادویی خالی باشد و یک سیم تلفن، آن را و به تبع آن مدرسه و مؤسسه را به جهان بیرون متصل نکرده باشد. طلبه‌ها، آشنایی با دنیای رایانه و جام جهان‌نمای آن (اینترنت) را بر خود لازم می‌شمارند و برخی نیز از سر کنجکاوی هر از گاه سری بدان می‌زنند.

حجم کتاب‌ها، رساله‌ها، مجلات و تحقیقات حوزوی که به لوح‌های فشرده تبدیل شده‌اند، شگفت‌انگیز است. از نسخ کهن متقدمان گرفته تا اطلاعات دفتری و اداری، در این لوح‌های فشرده جا خوش کرده، حضور در خانه‌های شیشه‌ای را تجربه می‌کنند. «یک دستگاه کامپیوتر»، هدیه‌ای است که این روزها در میان جوایز و هدایای بزرگان حوزه به طالبان علم دیده می‌شود. داشتن سایت یا همان پایگاه‌های اینترنتی، در شمار دارایی‌های ضروری و حتمی همه بیوت و مؤسسات حوزوی درآمده است و هر روز بیشتر و فنی‌تر می‌شوند.

دفتر بسیاری از مراجع بزرگوار تقلید، اقدام به راه‌اندازی سایت‌هایی کرده‌اند که

به مثابه «بیت مجازی» عمل می‌کنند و روزانه پاسخگوی صدها نامه و پرسش به زبان‌های مختلف از گوشه و کنار دنیا هستند. بیشتر این سایت‌ها دست کم به سه زبان فارسی، انگلیسی و عربی روی صفحه‌های مانیتور ظاهر می‌شوند. این دفاتر و بیوت مجازی، حاوی اطلاعات لازم درباره زندگی، آثار، فعالیت‌ها، فتاوی‌ای مرجع مربوط، و پاسخگوی آنلاین مقلدین و مؤمنان‌اند؛ حتی امکاناتی را برای دریافت اینترنتی وجوهات و محاسبات شرعی فراهم آورده‌اند.^۱

از اتصال رسمی مخابرات ایران به اینترنت و دسترسی عمومی ایرانیان به این شبکه جهانی، بیشتر از ده سال می‌گذرد. در این مدت نه چندان طولانی، همه ایرانیان اعم از کاربر و غیر آن، همچون همه مردم جهان، اینترنت را پدیده‌ی شگفت‌افزارسانی و جدیدترین پدیده فناوری در همه عرصه‌های علمی، خبری، تجاری، تفریحی، سیاسی و شخصی یافته‌اند. قابلیت‌های بی‌شمار، دسترسی آسان، تنوع، گستره، جذابیت‌های سمعی-بصری و هزاران دلیل دیگر، اینترنت را تابوی تمدن انسان معاصر کرده‌است؛ تابویی که شکستن آن نه ممکن است و نه مفید. با اینترنت هم می‌توان به فاسدترین محیط‌های اخلاقی وارد شد و هم می‌توان سیر و سلوک انسانی کرد و با یک کلیک، از منزلی به منزل دیگر راه برد. اینترنت، فاصله‌ها را کوتاه کرده، و با یک کلیک کاربر را از شرق عالم به غرب می‌برد و از عرش به فرش، یا بر عکس. همچون چراغ جادو، هر دم از آن غول وحشتناکی بیرون می‌آید؛ غولی که اگر رام و مطیع نگردد، آرام و قرار را از زندگی مردمان خواهد گرفت.

در انبار اینترنت، کالاهایی است که هم خواستنی و هم بسیار کاربردی است. نیز در این سرزمین ناآشنا دام و دانه‌هایی چیده‌اند که زیرک‌ترین مرغان را نیز به زیر کشیده‌است. بسیار بیش از هر پدیده مدرن دیگر، قربانی گرفته، و بسی افزون‌تر از هر ابزار دیگر به کار آمده‌است.

۱. برای آشنایی با فعالیت‌ها و سیاست‌های اینترنتی مراجع عظام و دیگر شخصیت‌های دینی به پایگاه‌های زیر مراجعه کنید: پایگاه اطلاع‌رسانی رسا: <http://rasanews.com> و مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌های صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران: <http://crspa.ir>

بیش از این نیازی به گفتن درباره اهمیت و گستره اینترنت در جهان و ایران نیست. آنچه اکنون در کانون توجهات ملی و صنفی و حتی شخصی قرار گرفته است، چگونگی استفاده بهینه و سالم‌تر از این گنجینه دیجیتال است. (بابایی، منبرهای دیجیتال) به حتم و بی‌گمان، جهان مجازی اینترنت، امکانات بی‌حد و حصری در اختیار هر نویسنده و صاحب‌نظری می‌گذارد. صاحبان اندیشه‌ها و مروّجان مرام‌های گوناگون، اکنون با همه قوا و توان اینترنتی خود وارد این میدان فراخ شده‌اند. مع‌الاسف، کمترین سهم از این جهان بزرگ، نصیب نویسندگان دینی است. غفلت و بیگانگی از این عطیه تمدن جدید، خسارات بسیاری به روند گسترش تبلیغ دینی خواهد زد. به گمان نگارنده، نویسندگان مذهبی باید هرچه زودتر این گنج شایان را مُهر بکشایند و به درون آن راه یابند. اکنون، شماری از نویسندگان دینی و طلاب جوان حوزه، این عرصه را شناخته و بدان قدم گذاشته‌اند؛ اما تا تبدیل کاربری در اینترنت به فرهنگ رایج در میان حوزویان، راه دور و درازی در پیش است.

به چندین جهتِ منطقی و عرفی، مبلغان و نویسندگان دینی، گریز و گزیری از ورود به دنیای پرهیاهوی رایاسپهر اینترنت ندارند:

۱. امکانات بی‌حد و حصری که این پدیده به مدد شبکه جهانی مخابرات سیمی و ماهواره‌ای در اختیار می‌گذارد.

۲. تنوع مخاطبان و ایجاد رابطه با میلیون‌ها چشم‌سرگردان و نگران که صبح تا شب در مقابل مانیتور در پی یافتن مطلبی برای خواندن و اندیشیدن هستند.

۳. امکان ارتباط دو سویه با مخاطب. آنان که دستی در مقوله تبلیغ و اطلاع‌رسانی مدرن دارند، نیک می‌دانند که هر قدر بتوان با شنونده و خواننده خود، ارتباط سریع‌تر و زنده‌تری برقرار کرد، توفیقات بیشتری را می‌توان نصیب برد. اکنون نباید تبلیغ را معادل سخنرانی یا مقاله‌نویسی انگاشت. تبلیغ دینی فرایندی پیچیده و حساس است که بدون ارتباط نزدیک و زنده با مخاطب، کارآمد و کامیاب نخواهد بود.

اما آنچه گفتنی است و نباید از کانون توجه اهل نظر دور ماند، شیوه تعامل و

بهره‌گیری از این دنیای مجازی و موازی است. به گمان نگارنده، حوزه به رغم برخورداری از انگیزه کافی و تصاحب فضایی مناسب در اینترنت، هنوز نتوانسته است همه امکانات بالقوه این پدیده را شناسایی و استخدام کند. برای نمونه، می‌توان به شمار اندک نشریات الکترونیکی حوزه در اینترنت اشاره کرد. از یاد نباید برد که تبدیل مجلات سنتی به پایگاه‌های اینترنتی که در واقع نوعی نقل مقالات از کاغذها به سایت‌ها است، نمی‌تواند جای خالی نشریه‌های مجازی را بگیرد. آنچه اکنون بیش و کم دایر و رایج است، تبدیل صفحات کاغذی نشریات، پس از چاپ، به وب یا صفحه‌های شیشه‌ای نت است. اگرچه همین مقدار نیز مفید و سودمند است، اما آنچه کارایی بیشتر و مؤثرتری دارد، راه‌اندازی مجله‌هایی است که از تولید تا مصرف آن در اینترنت صورت می‌گیرد. چنین مجلاتی، ویژگی‌هایی دارد که کاربران نت را بیشتر و بهتر به کار می‌آید. در این پایگاه‌ها می‌توان علاوه بر نوشتار، از امکانات دیگری (مانند رنگ، صوت، امکان جست‌وجو، کامنت و...) نیز سود جست. به هر روی حوزه دیر یا زود به این سوی نیز خواهد رفت؛ اما دیر کرد در این جهان شتابان، زیان‌هایی در پی دارد که گاه جبران آنها بسیار دشوار و بیرون از توانمندی‌های کنونی ما است.

۷. تعامل با مؤسسات نمایه‌سازی بین‌المللی

نشریات علمی حوزه، برای گسترش کمی و ارتقای کیفی، گریزی از تعامل علمی با مراکز جهانی نمایه‌سازی ندارد. اگرچه نباید از مراکز ملی و درون‌سازمانی غافل شد، اما برای حضور علمی‌تر و موجه‌تر، چاره‌ای جز ثبت مقالات علمی در نمایه‌های بین‌المللی وجود ندارد. بدین رو می‌سزد که در داخل حوزه، مراکزی برای تسهیل این‌گونه ارتباطات عمل کنند و نویسندگان حوزوی را در این مشارکت مؤثر یاری رسانند. از آنجا که در همین شماره نشریه، مقالاتی به این موضوع اختصاص یافته است، نگارنده بیش از این تفصیل نمی‌دهد و خواهندگان را به بازخوانی نوشتارهای مربوط در شماره حاضر دعوت می‌کند. (ر.ک: صبوری، ۱۳۸۲)

سخن آخر در این باره آن است که در ماجرای نشریات مجازی ما با دو گونه معضل

مواجهیم که هر دو قابل حل و فصل است؛ نخست تأسیس نشریه‌های مجازی در اینترنت که فقط نسخه الکترونیکی مجله‌های کاغذی و سنتی نباشند؛ بلکه با استفاده از همه امکانات و قابلیت‌های صفحات وب راه‌اندازی شوند. دوم استفاده بهینه و فنی‌تر و هوشمندانه‌تر از همین مقدار فضا و امکاناتی است که در IT داریم؛ زیرا گمان نگارنده آن است که ما هنوز به کمال نحوه حضور در جهان‌های مجازی را نیاموخته‌ایم و شهروندی در اینترنت را همچنان ابا داریم؛ اگرچه به لحاظ فضا و دسترسی به این دنیای شلوغ، مشکل خاصی نداشته و نداریم.

منابع

۱. بابایی، رضا، لوازم التحریر، مقاله «مخاطب‌شناسی» نشر انجمن قلم حوزه، ۱۳۸۵.
۲. _____، منبرهای دیجیتال، از منشورات انجمن قلم حوزه.
۳. دیوان صائب تبریزی، تصحیح مرحوم امیری فیروز کوهی.
۴. صبوری، علی‌اکبر، «استانداردسازی مجلات علمی و معیارهای ارزیابی نشریات ISI» فصلنامه رهیافت، شماره ۲۹، ۱۳۸۲.
۵. غررالحکم، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۵۲.
۶. قاسمی، سیدفرید، راهنمای مطبوعات ایران در عصر قاجار، مرکز تحقیقات و مطالعات رسانه‌ها، تهران ۱۳۷۲. *م‌انسانی و مطالعات فرهنگی*
۷. _____، «کشف نشریه شجره خبیثه کفر و شجره طیبه ایمان»، روزنامه اعتماد ملی، سه‌شنبه هفتم آذر ماه، ۱۳۸۵.
۸. واعظی، احمد، درامدی بر هرمونوتیک، مرکز نشر پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، تهران ۱۳۸۰.

