

پروژه گاه علم از اطلاعات فریخی
 مثال علوم انسانی

او یک آدم رسانه‌ای است و از سال ۱۳۶۸ تا کنون از فعالیت خود را با رسانه‌ها
 حفظ کرده و به جز ۲۸ ماهی که در اسارت رژیم متجاوز عراق سپری
 کرده، بقیه وقت خود را در حوزه خبر و اطلاع رسانی گذرانده است.
 حسن بهشتی پور مدیر سابق شبکه خبری العالم - که اکنون ۶۸ ساله
 است - تمامی مراحل خبرنگاری، دبیری، خبر سردبیری، خبر مدیریت و
 خبر و مدیریت رسانه را کاملاً به‌گام و پیرونده است و از شبکه‌های کارشناسان
 امور رسانه، مصروف می‌شود ایشان در حال حاضر یکی از اعضای شورای
 طرح و برنامه شبکه پرس تی وی است. ده‌ها مقاله‌های علمی از ادبیاتی رسانه
 در خصوص برنامه‌های صدا و سیما نوشته‌اند. است بهشتی پور نقدهای
 متفاوتی به برنامه‌های مذهبی صدا و سیما دارد و وضعیت جامعه اسلامی
 ایران را به گونه‌ای آرزوایی می‌کند که حل مسائل جوانان و نوجوانان از
 اولویت مهم وی بر خرد دار است و برای این وضعیت باید کلام پرگان،
 تفسیرهای قرآنی و احادیث را به صورت کارشناسانه به زبان روز و زبان
 رسانه بیان کرد بهشتی پور وقتی شروع به صحبت کرد که از او پرسیدم:



قرائتی؟ معلمی سریع الانتقال

گفت و گو با حسن بهشتی پور
 پیرامون نقش و جایگاه
 حجت الاسلام قرائتی در رسانه

تاریخچه حضور روحانیت در رسانه‌ها به چه زمانی بازمی‌گردد؟

تا پیش از پیروزی انقلاب اسلامی و در روزگار جوانی شاهد سخنرانی دو شخصیت مهم در رادیو بودم. یکی مرحوم راشد در روزهای پنجشنبه که مسائل دینی را به شیوه‌ای راحت بیان می‌کرد و گفتارش محتوای علمی کمی هم داشت. دیگری شخصی بنام مرحوم حجازی که شایعاتی هم مبنی بر ارتباط او با دستگاه حاکم سر زبان‌ها بود.

در آن روزگار همین که شخصی مباحث دینی را مطرح می‌کرد و سید هم بود کفایت می‌کرد و این در نوع خود کاری ارزشی تلقی می‌شد. در جو حاکم بر جامعه در آن زمان که رسانه‌هاش به‌طور مرتب به پخش موسیقی و رقص و آواز می‌پرداخت، اگر کسی به طرح مباحث و مسائل دینی همت می‌گمارد؛ جدا از منظر سیاسی که تا چقدر منویات رژیم پهلوی را گسترش می‌دهد و تا چه مقدار در پیشبرد اهداف انقلاب مؤثر است، کارش قابل قبول بود.

در آن زمان کتاب‌های آیت‌الله ناصر مکارم شیرازی را - که برای جوانان می‌نوشت - می‌خواندم و به صحبت‌های مرحوم راشد هم از رادیو گوش می‌دادم. این‌ها برایم خیلی جذاب و جالب بود. پس از پیروزی انقلاب اسلامی که ماهیتی صددرصد دینی داشت، به‌طور طبیعی فضای بسیاری برای فعالیت روحانیان فراهم شد. نکته جالب این‌که روحانیت از فضایی که برایش فراهم شده استقبال خوبی نکرد. در واقع امکانات خوبی فراهم شد؛ ولی مطالب متناسب با این فضای متعارف ارائه نشد.

دلیل موفقیت اشخاصی مثل آقای قرائتی این بود که وارد توده‌های مردم شد، به متن مردم پیوست و به زبان مردم صحبت کرد. او مسائل ریز و درشت را به زبانی ساده‌فهم و فارغ از لغات نامأنوس به مردم ارائه کرد.

نمی‌دانم که آقای قرائتی به این نکته توجه داشته یا نه، باید برای جلوگیری از تکرار مطالب یک گروه علمی و پشتیبانی خبره، محتوای سخنرانی ایشان را تقویت کند. می‌خواهم عرض کنم که باید ده‌ها نفر مثل آقای قرائتی وجود داشته باشند تا بتوانند در رسانه‌های شنیداری و دیداری، موضوعاتی را که در بین جوانان و نوجوانان مطرح است با زبان ساده به آن‌ها ارائه کنند؛ چیزی که متأسفانه به‌وقوع نپیوست. البته صحبت‌های آقای قرائتی این ویژگی را دارد که برای همه سنین مطرح می‌شود.

دغدغه شخص بنده در خصوص نسل نوجوان و جوان است که بیشترین جمعیت جامعه ما را تشکیل می‌دهد. باید برای این مقطع سنی یک برنامه‌ریزی اساسی کرد. البته روحانی دیگری نیز به نام آقای راستگو در اوایل انقلاب حضور داشت که برای بچه‌ها داستان می‌گفت. این اتفاق خوبی بود که افتاد؛ ولی نمی‌دانم چرا ادامه پیدا نکرد؟ این پرسشی است که باید از مسئولان صدا و سیما پرسید. باید برای این قشر جوان تصویری شفاف از دین ارائه می‌کردیم و متأسفانه در این کار قصور کردیم.

به‌عنوان یک متخصص در امر رسانه‌ها تاکنون چه قدر شبکه‌های مذهبی دیگر را جست و جو و تحلیل کرده‌اید؟

آن‌چه من به آن علاقه داشته‌ام اخبار و تحلیل‌های سیاسی است؛ ولی مسائل و اخبار مذهبی را به لحاظ تعلق خاطری که به آن داشتم همیشه دنبال کرده‌ام.

من در این رشته متخصص نیستم. تنها یک مبلغ مذهبی هستم و وظیفه‌ام ایجاب می‌کند تا در رسانه‌ها و سایت‌های مذهبی جست و جو کنم.

از میان آن‌چه در بعضی از رسانه‌ها دیدم، یکی این بود که برخی با افراط پیرامون مسائل مذهبی صحبت می‌کنند. مثلاً شبکه ماهوارهای "salam tv" فوق‌العاده افراطی است.

نکته مهم این است که اگر می‌خواهیم مفاهیم دینی را در media به این صورت مطرح کنیم؛ باید مخاطب ما کاملاً مشخص باشد. رسانه یک وضعیت عام دارد و همه به آن دسترسی دارند. وقتی داریم برنامه‌ریزی می‌کنیم؛ باید مشخص کنیم که این برنامه را برای چه قشری می‌سازیم و مخاطب ما کیست؟

بعضی اوقات در مخاطب‌شناسی دچار مشکل می‌شویم. زمانی هم مثل salam tv اصلاً به مخاطب کار نداریم. هر آن‌چه که صلاح می‌دانیم انجام می‌دهیم. مثلاً در ایام سوگواری محرم ۲۴ ساعته عزاداری و نوحه‌خوانی پخش می‌کنیم.

تلویزیون خود ما هم این چنین است. راستی بد نیست کمی هم درباره صدا و سیما خودمان بگویید.

خوب، تلویزیون ما حداقل در بین آن برنامه‌ها، برنامه‌های متنوع دیگری هم پخش می‌کند. به‌عنوان مثال در ایام محرم سریالی پخش شد به نام "شب دهم". به خوب یاد بودنش کاری نداریم. این سریال سعی می‌کرد در قالب یک داستان، مخاطب

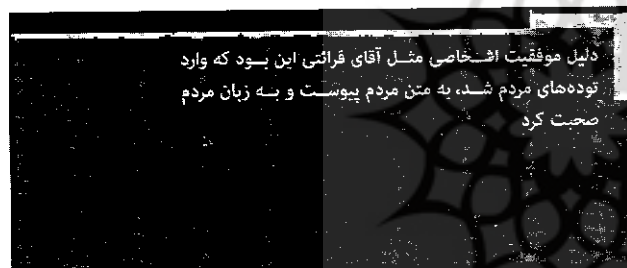
را به‌دنبال خود بکشد. جذابیت آن سریال باعث شد تا ساعتی مردم را پای گیرنده‌ها بنشانند. این خیلی تفاوت دارد که شما در قالب یک داستان تصویری، مسائل مرتبط با تعزیه را می‌بینی. حال اگر بخواهیم در کل ۲۴ ساعت فقط مراسم سینه‌زنی پخش کنیم؛ مخاطب ما خسته و کلافه می‌شود. اگر هم به‌صورت تکراری پخش شود به ضد خودش تبدیل خواهد شد. در بحث رسانه، مخاطب برای ما خیلی اهمیت دارد. باید بدانیم که برای چه مخاطبی می‌خواهیم چه برنامه‌ای را پخش کنیم.

مسائل دینی را باید با زبانی مناسب و یا به زبان تصویر و media پخش کرد. گفتن این کار خیلی راحت و انجام‌دانش بی‌نهایت سخت است.

می‌بینیم که فیلمی مثل "روز واقعه" با همه مسائلی که فیلم تأثیرگذار است. یعنی بر ذهن بینندگان تأثیر می‌گذارد. چون از یک زبان شیوا و فاخر به لحاظ متن گفتاری استفاده می‌کند. به لحاظ سایر ملزومات سینمایی هم اثری قابل قبول و تأثیرگذار است که می‌تواند پیام فیلم را به بیننده انتقال دهد. لازم نیست در روز عاشورا حتماً در صحنه نبرد حاضر باشی. می‌توانی پیرو امام حسین (ع) و عاشق او باشی؛ ولو این‌که در روز عاشورا در صحنه کربلا حاضر نباشی. حتماً لازم نیست جزء هفتاد و دو تن شهید دشت کربلا باشی؛ بلکه می‌توانی پیرو امام حسین (ع) باشی و اهداف او را دنبال کنی.

حالا شما فرمت کار و نوع مخاطب را انتخاب کرده‌ای؛ پس از آن باید بسنجی که برنامه‌ها چه محتوایی باید داشته باشند. یکی از بزرگ‌ترین مشکلات ما این است که برای محتوای برنامه‌هایمان اهمیت چندانی قابل نیستیم. یعنی به منابع اصلی رجوع نمی‌کنیم. گویا نمی‌خواهیم محتوای کارهایمان را از خرافات و کزی‌ها پلاییش کنیم. نباید در قالب دین و به اسم دین اعتقادات مردم را تخریب کرد.

محتوای مواردی که می‌خواهید در زمینه دین کار کنید خیلی مهم است؛ چون باید تحقیق کافی در این مورد به‌عمل آید. باید توجه داشت در لایه‌های مسائل دینی تحریف بسیاری وجود دارد که باید با کسب اطلاعات آن‌ها را از بین برد.



دلیل موفقیت اشخاصی مثل آقای قرائتی این بود که وارد توده‌های مردم شد، به متن مردم پیوست و به زبان مردم صحبت کرد

اهمیت انتقال اطلاعات از طریق رسانه‌ها فرا و ورای آن چیزی است که در دنیای مدرن بوده است. قطعاً اثر این حرکت، ماندگارتر است. پس به نظر شما اطلاعات دینی باید با دقت بسیار بیشتری پخش شود؟

مثلاً خیلی‌ها سریالی به نام "روزگار قریب" که پیرامون زندگی دکتر قریب است را از تلویزیون دیدند. اگر در نقل جزئیات این سریال انحرافی هم صورت بگیرد به جایی بر نمی‌خورد؛ ولی وقتی می‌خواهیم از زندگی حضرت امام علی (ع) فیلمی بسازیم مهم است که چیزی را به آن زیاد یا از آن کم نکنیم. باید قسمتی از زندگی ایشان نقل شود که درست و بر اساس واقعیات تاریخی باشد. پس وقتی "شب دهم" ساخته می‌شود مسائل عاشورا و قیام امام حسین (ع) مد نظر است. باید مواظب بود چیزی تحریف و مطلبی خلاف واقع عنوان نشود. سختی این کار مربوط به رعایت این نکات است؛ چرا که تأثیر از طریق رسانه روی اذهان عمومی جامعه غیرقابل باور است.

رسانه چون مخاطب عام دارد در سطح حرکت می‌کند و برخلاف کتاب کمتر به عمق مطالب می‌پردازد. هر چند فرهنگ و نهضت کتاب‌خوانی در ایران در جایگاه قابل قبولی نیست.

فیلم‌های سینمایی نسبت به کتاب تأثیر خیلی بیشتری می‌گذارند. چون به لحاظ کمیت، افراد بیشتری را پوشش می‌دهند؛ ولی نهایت تیراژ یک کتاب چند هزار جلد است و مخاطبان محدودی را شامل می‌شود. پس اثرگذاری‌اش هم در همین مقدر است.

با توجه به مقایسه‌های که کردید تعریف شما از منبر چیست؟ آیا منبر را یک رسانه می‌دانید؟

بله، چون مشخصات یک رسانه را داراست. هم پیام می‌دهد و هم پیام می‌گیرد. در سنت ما نیز جایگاه ویژه‌ای دارد.

مرحوم «کافی» در روزگاری که فعالیت می‌کرد؛ به رادیو و تلویزیون امکان دستیابی نداشت و بعدها نوار کاست، وسیله‌ای برای انتشار گفتارهای او شد. در کنارش عده‌ای از افراد بودند که به‌عنوان خطیب در رادیو صحبت می‌کردند. مردم به نوارهای مذهبی علاقه‌مند شدند. برخی از مراجع گوش کردن به صدای رادیو را هم حرام اعلام کرده بودند. مثلاً همین الان در بازار شهرهای مذهبی این کاست‌ها را می‌توانستی بیابی. آقای کافی در چنین فضایی فعالیت می‌کرد. آن زمان اگر آنتن تلویزیونی روی بام کسی مشاهده می‌شد؛ چندان خوشایند نبود. مخاطبان سخنان مرحوم کافی در مهدیه تهران پای منبر او می‌نشستند. اما آقای قرائتی با این موانع روبرو نبود. تلویزیون امکان وسیع‌تری به او می‌داد تا با مخاطبان بیشتری گفت و گو کند.

نزدیک سه دهه است که مردم با چهره خندان روحانی‌ای مواجه هستند که منبر را به پای تخته سبزرنگ منتقل کرده و با گفتارش در مقابل دوربین مخاطبان بسیار زیادی را پای صحبت‌هایش کشانده است. تحلیل شما به‌عنوان یک کارشناس رسانه از این موفقیت چیست؟

هر چند به سبب مردمی‌بودن، مرحوم کافی به آقای قرائتی نزدیک است؛ ولی به لحاظ مقایسه‌ای باید قرائتی را با مرحوم راشد مقایسه کرد.

راشد روحانی جدی‌ای بود که پنج‌شنبه‌ها مباحث اخلاقی و دینی را به زبانی ساده از رادیو برای مردم عنوان می‌کرد. مطالب این سخنرانی‌ها هم تقریباً به‌طور کامل در روزنامه اطلاعات چاپ می‌شد. به این لحاظ راشد با قرائتی شباهت دارد چون برنامه هر دوی این روحانیان در روز پنج‌شنبه پخش می‌شد. هر چند قشر نوجوان و جوان به صحبت‌های آن‌ها تمایل داشت؛ ولی آن‌ها در کل مخاطبان عام داشتند. موفقیت قرائتی حاصل نکته دیگری هم هست؛ این که به زبانی ساده صحبت

می‌کند تا مردم عادی هم سخنانش را بفهمند. مطالب و مفاهیم قرآنی بسیار پیچیده‌اند. اگر بخواهی آن‌ها را با مثال‌های شیرین و روایتی طنز مطرح کنی؛ باید حتماً پای منبر او چند ساعتی بنشین و به صحبت‌هایش با دقت گوش بدهی. قرائتی با مثال‌هایش به فهم بیشتر مطلب خیلی کمک می‌کند. او به حاشیه‌ها می‌پردازد تا اصل مطلب جلوه‌گر شود. به‌نوعی به مولوی و مثنوی معنوی‌اش می‌ماند. این که مولانا می‌خواهد مطالبی را که می‌گوید با چاشنی داستان به مخاطب تفهیم کند.

قرائتی هم مطالبی را می‌گوید که مخاطب خاص خودش را دارد. از مثال‌ها، داستان‌ها و ضرب‌المثل‌های کوتاه و زیبایی استفاده می‌کند تا مطلب به‌درستی فهمیده شود.

راشد هم از همین شیوه بهره می‌برد و آن‌ها را با صوت خوش می‌خواند. او این استعداد را داشت که خوش‌صدا بود و از صدای خوب خود نهایت بهره را می‌برد. قرائتی نیازی به این کار نداشت؛ چون مردم صدا و تصویر او را می‌دیدند. گنج و تخته‌های سبزی ابزارهای او برای رساندن مفاهیم‌اش به مخاطب در طی این سه دهه بوده‌اند. سرفصل‌ها را می‌نویسد، کدبندی می‌کند؛ کلیدواژه دارد و جذابیت گفتارش محفلش را پر رونق‌تر می‌کند. ولی به نظر او من نیاز به نوآوری دارد. باید به مباحث جدید بپردازد تا از خطر تکراری شدن مصون بماند.

منظوران استفاده از وله‌های تصویری و نوع تصویربرداری است؟

این هم بخشی از کار است ولی تمام کار نیست. باید یک تیم کامل علمی و تحقیقاتی او را پشتیبانی کند تا بتواند محتوای گفتارش را غنی‌تر کند. باید در شکل و ارایه تصاویر این برنامه هم تجدیدنظری صورت بگیرد. باید ابتکاراتی ایجاد شود و از تکرار بپرهیزد.

آیا برنامه‌های تلویزیونی آقای قرائتی را می‌شود یک «talkshow» مذهبی نامید؟
به‌طور دقیق، مشخصات یک «تاک شو» یک طرفه را داراست؛ در حالی که «تاک شو» باید دو طرفه باشد و کسانی که در مقابل مجری نشستند؛ بتوانند سؤال و مباحث خود را مطرح کنند.

حتی در اینترنت هم می‌توانی سؤالات خود را مطرح و پاسخ آن را دریافت کنی؛ ولی تلویزیون یک رسانه یک طرفه است.

منبر هم مشخصات یک رسانه را دارد؛ ولی «تاک شو» نیست. در «تاک شو» دو سه نفر باید حضور داشته باشند. با یکدیگر بحث و از مواضع خود دفاع کنند؛ و لو آن که کسی بیشتر و کسی کمتر صحبت کند.

آیا پیشنهادی در این خصوص مطرح شده که این برنامه هم به صورت یک «تاک شو» اجرا شود؟

خیر، من مسئولیتی در این ارتباط نداشتیم. بیشتر مسئولیت من در حوزه خبر و تحصیل خبر بود. پیشنهادها را به کسانی می‌دادم که در گروه فرهنگ و معارف صدا و سیما فعالیت می‌کردند. معتقد بودم باید به قرائتی کمک شود تا بتواند مسائل دینی را با مطالب متنوع و با توجه به موضوعات روز دنیا برای مقطع سنی جوانان بازگو کند. به‌عنوان مثال رایانه و بازی‌های رایانه‌ای در بین جوانان و نوجوانان ما طرفداران زیادی دارد. می‌توانیم چنین ایده‌های را به قرائتی منتقل کنیم تا مسیر سالمی را به این جوانان علاقه‌مند نشان دهد.

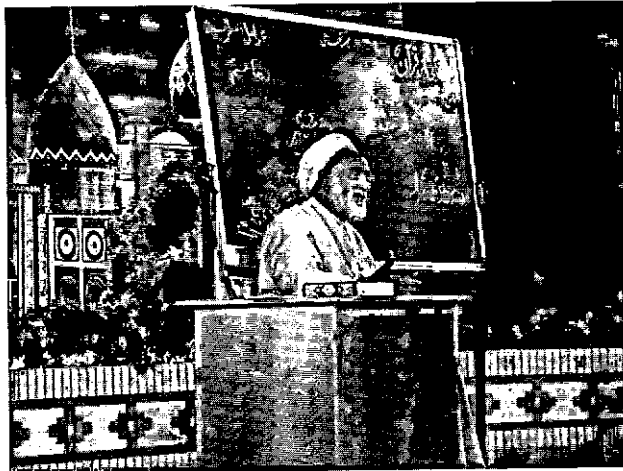
یک مطالعه همه‌جانبه در بحث رایانه، شیوه استفاده از رایانه، اینترنت و تطبیق این موارد با مسائل دینی باید صورت پذیرد. یکی از بزرگ‌ترین مشکلات بشر امروزی سرعت است. انسان فکر می‌کند که از همه کس و همه چیز عقب است. پس سعی بر تطبیق خود با شرایط موجود می‌کند. بدین لحاظ آقای قرائتی نیازمند یک تیم است که مسایل رایانه را به‌طور کامل حل‌گامی کند و بدانند امروزه چه کاربردی را می‌توان از رایانه انتظار داشت و بازی‌های رایانه‌ای با چه کیفیت و الگویی دسته‌بندی می‌شود؟

یا این که مثلاً چه پیش‌بینی‌ای برای برنامه پنج ساله درمورد رایانه متصور است و آیا رایانه‌ها و بازی‌های جانبی آن می‌توانند متناسب با باورهای دینی، شکل بگیرند؟ حضور منبر در رسانه‌های جدید امکان‌پذیر است؟

نوجوانی که پای منبر قرائتی می‌نشیند می‌بیند صحبت‌هایی در خصوص بازی‌های رایانه‌ای مطرح و این پدیده نقد می‌شود. برای آن نوجوان خیلی جالب خواهد بود وقتی که می‌شنود قرائتی پیرامون مسائل روز و پرسش‌های نسل جوان سخنرانی می‌کند. این عامل ترغیب و تشویق است. خانواده آن نوجوان هم وقتی موضوع بحث‌ها را می‌شنوند که مرتبط با مسائل جوانان و نوجوانان است؛ به دیدن آن ترغیب می‌شوند.

فایده‌های سخنانی نیست به کتاب تأثیر خیلی بیشتری می‌گذارد، چون به لحاظ کمیت افراد بیشتری را پوشش می‌دهد؛ ولی زیادت ویراؤ یک کتاب چند هزار جلد است و مخاطبان محدودی را شامل می‌شود پس از گذرانی اش هم در همین مقدار است





او در خصوص میمیک صورت و ارتباط تصویری با مخاطب، از طریق نوع و نحوه گفتار منحصر به فرد است، هر چند آقای راستگو هم با تقلید صدا و نقاشی، داستان‌های قرآنی و آموزنده را در زمان خودش به مخاطب تفهیم می‌کرد و با جلوه‌های بصری در حد محدودی به آن‌ها نشان می‌داد. آقای راشد یزدی هم با توجه به سن و سال و لهجه زیبایی که داشت مطرح شد. آقای حسینی هم بیان و نگاه نافذی داشت. به نظر شما کارکرد رسانه در

چهره کردن این اشخاص چگونه است؟
وقتی شخصی ارتباطی برقرار می‌کند؛ تأثیر این ارتباط هم مربوط به مسائل معنوی است و هم مربوط به چهره این اشخاص. در نبود کارکردی که می‌بایست در مدیوم رسانه صورت می‌پذیرفت، جذابیت‌های فردی توانستند مخاطبان را جذب کنند. شاید صدا و سیمای ایران در نظر داشته باشد که برنامه آقای قرائتی یک سخنرانی است و برای یک سخنرانی بیش از این کاری نمی‌توان انجام داد.

معتمد آن‌چه ایشان می‌گوید؛ همه در مسیر فهم درست مفاهیم قرآن است. امروز قشر عظیمی از جمعیت ایران را جوانان و نوجوانان تشکیل می‌دهند و بسیار حائز اهمیت است قرائتی به یک نوآوری در متون سخنرانی خود دست پیدا کند. شاید بهترین فرصتی است که او می‌تواند دوره‌های جدید را آغاز و محتوا را پرنرگ‌تر کند. مبنای و تفکر قرآن یک اصل ثابت است؛ اما باید پیرامون مسائل روز ترجمه و تفسیر شود؛ همان‌گونه که زمانی جوانان به مارکسیسم گرایش یافتند و آیت‌الله طالقانی با انتشار کتاب پرتوی از قرآن از این گرایش جلوگیری کرد. امروز نباید دلخوش به این باشیم که جامعه‌مان دینی است و حکومتمان اسلامی. رقابت با ماهواره و نشریاتی که سعی در تخریب چهره دین دارند؛ بسیار زیاد است.

ممکن است کمی هم شیوه کار آقای قرائتی را جلوی دوربین نقد کنید؟
شکل حضور او به لحاظ ارتباط با مخاطب فوق‌العاده است. نخست این که راحت است و هیچ استرس و نگرانی ندارد. دوم این که چون ساده و روان صحبت می‌کند؛ لاجرم گفتارش بر دل می‌نشیند. این که عالمی سخنش را به مردم بگوید مهم است. هستند کسانی که کتاب و مقاله زیاد می‌نویسند ولی معلم خوبی نیستند. آقای قرائتی سریع‌الانتقال است. به لحاظ چهره، میمیک صورت و حرکات چشم نیز مجری کاملاً پخته و کارآموده‌ای است.

در ماه مبارک رمضان تصاویری از صحبت‌های آیت‌الله مکارم شیرازی پخش شد که نکته عطفی در تاریخ مرجعیت است.
مراجع همیشه بر مبنای سخنرانی می‌کرده‌اند؛ ولی حالا این امکان به وجود آمده است که از گفتار آن‌ها فیلم تهیه شود. آن‌چه از دیدن صحبت‌های ایشان دریافتیم این بود که با کارگردان برنامه هم هماهنگ بوده است.
این که یک مرجع تقلید با تلویزیون کنار بیاید و خیلی راحت بتوان از ایشان تصویر گرفت؛ نشان می‌دهد که مراجع نیز به قدرت نفوذ کلام از طریق تصاویر تلویزیونی پی برده‌اند.

متأسفانه در کشور ما پیرامون بعد اطلاع‌رسانی، ضعف‌های عمده‌ای مشاهده می‌شود. این ضعف پیش از پیروزی انقلاب اسلامی ایران هم وجود داشته است. به‌نوعی ما همیشه مشکل اطلاع‌رسانی در خصوص مسائل دینی و اعتقادی جامعه داشته‌ایم و باید برای رفع این کمبود افرادی مثل آقای قرائتی در این کار پا پیش بگذارند و دست به کار شوند. ■

جان کلام این که قرائتی نیاز به تیم‌های متعددی دارد که روی موضوع‌های مختلف که نیاز جوانان و نوجوانان ماست؛ تحقیق کنند. موضوع‌های جدیدی مطرح خواهد شد که می‌توانند محوریت بحث او را شامل شوند.

چرا که اگر می‌خواهیم موضوعی را مورد توجه قرار دهیم باید به‌طور کامل آن را تجزیه و تحلیل کنیم. آن‌چه که نقد می‌شود باید به گونه‌ای باشد که اطلاعات جامع و درستی از آن داشته باشیم.

گویا هم‌راهان ایشان ساینی را هم برای ارتباط بیشتر با مخاطبان راه‌اندازی کرده‌اند. تفاوت این دو بخش از رسانه یعنی اینترنت و تلویزیون و معایب و محاسن آن‌ها چیست؟

این سایت به جای آن که یک طراحی دینامیک داشته باشد؛ حالتی استاتیک دارد. شما باید بتوانید هر مطلبی را که نیاز دارید به صورت copy-paste در اختیار بگیرید.

فروق سایت با تلویزیون در این است که می‌توانی در سایت، گفت‌وگوی دو طرفه داشته باشی ولی در تلویزیون چنین امکانی را نداری. می‌توانی پیشنهادهای خود را از طریق پست الکترونیک ارسال و جواب‌ها را نیز به همان روش دریافت کنی. می‌توانی ارتباط online داشته باشی. قرائتی می‌تواند با کمک شاگردانش چنین امکان ارتباطی را با مخاطبانش فراهم کند. حتی اتاق‌های "چت‌روم" تعبیه شود تا در خصوص موضوعی مشخص بحث و تبادل نظر صورت بگیرد. هر کدام هم که خوب از کار درآمد در آینده‌ای نزدیک بر روی وب‌سایت گذاشته شود. به نظر مخاطبان بیشتری را جذب خواهد کرد. این یک ارتباط معنوی پیوسته است که با جذب افراد بیشتر و افزایش تعداد کاربران اینترنت رو به افزایش خواهد بود.

این حرکت باعث خواهد شد که بدنیام در آینده نزدیک چه چیزی پیش رو داریم نباید بنشینیم و ببینیم که اتفاقی رخ داده است و آن وقت چاره‌جویی کنیم. باید ایندمنگ‌باشیم تا بتوانیم خیلی سریع راه‌کارهای استفاده از آن تکنولوژی را به کار بندیم.

به‌عنوان یک کارشناس تلویزیونی، دو بحث جلوه‌های بصری و تکنیک‌های تصویری اجرای آقای قرائتی را چگونه بررسی و تحلیل می‌کنید؟

به نظر من در ساده‌ترین شکل ممکن این کار اجرا می‌شود. نوآوری در شکل اجرا تفاوت آن چنانی ندارد. این که تعداد دوربین‌ها را زیاد کنی یا با یک دوربین آن‌ها را در قالب قرار دهی جذابیت بیشتری خواهد داشت. چون این برنامه جزء کارهای منظم مجموعه صدا و سیماست؛ تغییر عمده‌ای را در آن شاهد نکرده‌ام. این یک سخنرانی است. به نظر من در یک سخنرانی کار خاصی نمی‌توان انجام داد.

در برنامه‌هایی مثل نماز جمعه حرکت دوربین باعث می‌شود داخل متن را ببینیم. بعضی اوقات که حرکت با دوربین روی دست انجام می‌گیرد. تا حدی می‌شود تصاویر متعددی از شخص نشان دهی؛ در این حال کار از حالت سخنرانی خارج خواهد شد. شاید اگر روزی آقای قرائتی در یک پارک و به همراه چند جوان در حال حرکت، صحبت کند؛ باید ببینیم آیا باز هم می‌تواند بر موضوعی که بحث می‌کند تمرکز داشته باشد. به یاد دارم روزی در خصوص قرآن و طبیعت صحبت می‌کرد. برای این سخنرانی مزرعه‌ای را پیش‌بینی کرده بودند و در حقیقت لوکیشن کار یک مزرعه بود؛ در فضایی باز به همراه چند مخاطب. وقتی دوربین حرکت می‌کند و از طبیعت تصویر می‌گیرد به هم خوانی موضوع بحث و تصاویر پی خواهیم برد؛ همیشه نباید کنار تخته و گچ بود.

قرائتی در خصوص پرسش و پاسخ‌ها خیلی خوب عمل می‌کند. یا سوالات را خودش مطرح می‌کند و یا از مخاطبانی که آن‌جا نشسته‌اند می‌خواهد سوالات را مطرح کنند. این سوالات، همان سؤالاتی است که برای شنونده مطرح می‌شود و امکان پرسش آن را ندارد. این‌ها از طریق مخاطبان و به نمایندگی از طرف شنوندگان از قرائتی پرسیده می‌شود. در این حالت بحث از متکلم وحده بودن خارج و دیگران نیز در بحث شرکت می‌کنند.

چه مقایسه‌ای از نحوه کار آقای قرائتی با سایر روحانیان رسانه‌ای دارید؟

مباحثی که آقای حسینی مطرح می‌کرد؛ پیرامون موضوع اخلاق در خانواده بود؛ یعنی بحثی موضوع‌بندی شده، مربوط به خانواده با موضوع مسائل اخلاقی. اما بحث آقای قرائتی مربوط به قرآن است و دامنه موضوعات آن هم نامحدود است. آقای راشد، رفع شبهات مخاطبانی را برعهده داشت که در خصوص مسائل دینی پرسش می‌کردند. آقای قرائتی پیرامون مواردی سخنرانی می‌کند که خودش بر می‌گزیند. او به لحاظ لحن گفتار، سادگی بیان و مثال‌هایی که پیرامون هر موضوع مطرح می‌کند؛ با کسی قابل قیاس نیست.

از روحانیانی که در رسانه مطرح شدند؛ مهم‌ترینشان آقای قرائتی است.