

گفت و گو با

هادوی تهرانی*



🗨️ : به نظر حضرت عالی ، رسانه باید چه ویژگی‌هایی داشته باشد و

رسانه دینی باید چه نکته‌هایی را در کانون توجه خود قرار دهد، تا

مخاطب را جذب کند و برانگیزاند؟

● هر رسانه امروزی، چه رسانه‌های دیداری و چه رسانه‌های شنیداری، در

شرایط فعلی، باید مرجعی برای مقتضیات روز باشد.

در واقع مسائل اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی، در کانون توجه

رسانه قرار بگیرد و براساس آنها راهکارهای متناسب با آن تعریف شود.

نکته دوم این است که: باید از ابتدا در هر رسانه‌ای روشن شود که

مخاطبش کیست، از چه گروه و صنفی. روشن شود که آیا گروه خاصی مورد

خطاب هستند، یا عموم مردم مخاطب این نشریه‌اند؟

* از شاگردان حضرات آیات: خوش وقت، شیخ جواد تبریزی، وحید خراسانی، بهجت

فومنی، مکارم شیرازی، میرزا هاشم آملی، جعفر سبحانی، حسن زاده آملی، جواد آملی

و مصباح یزدی. اکنون از اساتید درس خارج فقه و اصول، عضو شورای بررسی متون علوم

انسانی و رئیس گروه فقه و حقوق، عضو شورای علمی کارشناسی ارشد فلسفه علم در

دانشگاه صنعتی شریف، عضو هیأت امنای پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.


مسلط به دو زبان عربی و انگلیسی و دارای آثار گوناگون، از جمله: گنجینه خرد، تحریر

المقال فی کلیات علم الرجال، ولایت فقیه، مبانی کلامی اجتهاد، ولایت و دیانت و...

رسانه باید بر اساس نوع مخاطب و نوع زبان و فرهنگ مخاطب، مطالب خود را ارائه دهد. منظور من از نوع زبان، زبانهای رایج دنیا، یا انگلیسی، فارسی، عربی و... نیست. مقصود آن نوع مخاطب و تفاهمی است که در فرهنگ مخاطبان وجود دارد و مطالب باید متناسب با آنها عرضه شود. نکته سوم، یکسری مسائل شکلی است که باید عزیزان دست اندرکار، با توجه به اهدافی که آن رسانه دارد، به آن عنایت داشته باشند. مثلاً در روشهای متعارف حوزوی، که ما مطرح می‌کنیم، یک نوع چینشی را برای عرضه مطالب برمی‌گزینیم که چینش منطقی است. یعنی مطلب از یک نقطه‌ای شروع می‌شود؛ مثلاً از بیان مسائل آغاز و سپس به مطالب تفصیلی، اقوال، استدلالها، نقد اقوال و در نهایت، به نتیجه‌گیری می‌رسد. این یک روش منطقی است و در مواردی برای برخی از مخاطبان، بدون شک، بسیار روش مطلوبی است. اما برای برخی دیگر از مخاطبان، عرضه بحث به این شکل، به هیچ وجه مناسب نیست. یعنی باید از یک نقطه‌ای بحث را شروع کرد که برای مخاطب جاذبه‌ی بیش‌تری داشته باشد. از باب مثال، در برخی مقالات و مطالب، حتی مطالب علمی، سردبیر سعی دارد که مطلب را از جایی که جذابیت بیش‌تری برای مخاطب دارد، شروع کند؛ در حالی که در روش منطقی، آن نکته چه بسا باید در آخر بیان شود.

اینها مجموعه ویژگیهایی هستند که به نظر می‌رسد یک رسانه، بویژه رسانه نوشتاری باید از آنها برخوردار باشد.

مجله‌ها و رسانه‌های دینی و تبلیغی هم، باید به موارد فوق توجه داشته باشند.

 سیر دگرگونیها را در مجله‌ها و نشریه‌های دینی چگونه

ارزیابی می‌کنید. آیا همراه و همگام با نیازها و دگرگونیهای زمان،

تحول و گسترش یافته‌اند، یا خیر؟

● نشریه‌های دینی ما، با توجه به پیشرفت زمان، دگرگوניהها، تحولات و نوآوریهای داشته‌اند که قابل مقایسه با گذشته نیست، هم به لحاظ کمیت و هم کیفیت. شمار نشریه‌های دینی، گرایشها و ویژگیهای عرضه آن بسیار بسیار متنوع شده و شمار کسانی که صاحب قلم هستند و در زمینه‌های دینی مطالبی را می‌نویسند، افزایش پیدا کرده و در مجموع وضعیت در مقایسه با گذشته تغییرات بسیاری داشته است.

اما با توجه به مجموعه نیازهایی که وجود دارد؛ یعنی اقشار مختلفی که نیازمند اندیشه‌ها و معارف دینی هستند، چه در داخل و چه در خارج کشور، ما برای پوشش تمام این سطوح و اقشار، متأسفانه گسترش کافی را در رسانه‌های دینی نمی‌بینیم. یعنی نتوانسته‌ایم با توجه به کلیه علاقه‌ها و سلیقه‌های مختلف، علاقه‌مندان مطالب و مباحث دینی و تطبیقی، رسانه یا نشریه داشته باشیم. در بعضی زمینه‌ها، نشریه‌ها و مجله‌های بسیار بسیار مطلوب وجود دارد، ولی فاصله بین وضعیت موجود و وضعیت مطلوب بسیار زیاد است که باید در سالهای آینده با برنامه‌ریزی بیش‌تر و بهتر، این فاصله پر شود.

🔗 : در نگاه به همین فاصله‌ها و آن علاقه‌مندیها، مجله حوزه

چگونه ظاهر شده و در پر کردن خلأیی که به آن اشاره کردید چه اندازه

سهیم بوده است؟

● مجله حوزه به عنوان رسانه و نشریه‌ای که به پاره‌ای از پرسشهای موجود در بین مخاطبان و خوانندگان پاسخ منطقی و مناسب داده است، با نظرات و قضاوت‌های مختلفی مواجه است. بنده به دلیل این که شاید از همه آن‌چه تاکنون چاپ و منتشر شده، اطلاع دقیق نداشته باشم، نمی‌توانم قضاوت عادلانه‌ای داشته باشم، ولی آن‌چه که نسبت به وضعیت آینده می‌توانم بگویم همین نکته‌ای است که در ابتدا اشاره کردم. یک مشکلی که به نظر من در نوع نشریه‌های ما و از جمله در نشریه حوزه

وجود دارد، این است که این نشریه معمولاً برای مخاطبان خیلی خاص نوشته می شود. اگر این نشریه مخصوص یک گروه خاص و متخصصان است، می تواند بدون در نظر گرفتن جذابیت های هنری و تنها بر اساس دیدگاه های علمی بیان شود. در واقع اختصاص پیدا می کند به متخصصان و کسانی که کارشان در این زمینه است. بنابراین کسانی باید در این گونه نشریه های تخصصی، مطلب بنویسند که با آخرین اطلاعات و تحقیقات آشنا بوده و نکته تازه ای را عرضه کنند. معنای این که یک ژورنال تخصصی لازم نیست جذابیت های هنری را در نشریه بیان کند، این نیست که تهیه ژورنال های تخصصی آسان تر از تهیه ژورنال های عمومی است. مجله های تخصصی، باید به گونه ای باشند که یک مقاله ۱۰ صفحه ای، حاصل گزارش یک کتاب ۱۰۰۰ صفحه ای باشد. یعنی هزار صفحه اطلاعات باید در قالب ۱۰ صفحه، به صورت بسیار بسیار دقیق عرضه شود. بالأخره، در آن جا مطلب تازه ای را بتواند عنوان کند. در غیر این صورت، این یک نشریه تخصصی و جذاب نیست. متأسفانه چیزهایی که ما می بینیم، حتی در نشریه های تخصصی، در واقع فصول یک کتاب هستند، نه مقاله تخصصی به معنای خاص کلمه. اگر نشریه، هدفش وسیع تر از این است؛ یعنی یک نشریه تخصصی به معنای خاص کلمه نیست، مثلاً نیمه تخصصی است و می خواهد یک قشر وسیع تری را دربر بگیرد، این جا عناصر شکلی در مجله اهمیت بیش تری پیدا می کند و باید بیش تر مورد اهتمام واقع شود.

یکی از عناصر شکلی بسیار مهم این است که آن نشریه به زبان جذابی مطرح و مطالب، جذابیت داشته باشند. خیلی ها فکر می کنند مقصود از عناصر شکلی، مثلاً طراحی و گرافیک و جلد و کاغذ است. اینها بیش تر در نشریه های عمومی مورد توجه است. در یک نشریه تخصصی، ویژگی «علمیت» مورد توجه است و در نشریه نیمه تخصصی ویژگی «جذابیت» مهم

است. البته جذابیت در کنار علمیت مطرح است. و آن درجه از علمیت که در یک نشریه تخصصی لازم است، در یک نشریه نیمه تخصصی لازم نیست؛ اما بدون شک، یک نشریه نیمه تخصصی، باید یک بار علمی مناسب و متناسب با مخاطب داشته باشد. بنابراین، مجله حوزه، به هیچ وجه در زمره مجله های عمومی قرار نمی گیرد و لازم نیست درباره ویژگی مجله های عمومی صحبت شود. همچنین یک نشریه نیمه تخصصی علاوه بر داشتن محتوای علمی و جذاب، باید از یک ویژگیهای شکلی خاصی برخوردار باشد.

: صرف نظر از نقد حرفه ای نشریه، در بحث محتوا و نقد

محتوایی چه جایگاهی برای نشریه هایی از قبیل مجله حوزه قابل

هستید. اوج غنای محتوایی «حوزه» را در چه ویژگی می بینید؟

● توجه به اندیشه ها و پرسشهای مخاطبان، یک مسأله بسیار مهم است. امروز، پرسشهایی در سطح جامعه وجود دارد که روحانیت باید پاسخ گوی آنها باشد و اندیشمندان باید پاسخهای مناسب برای این پرسشها را طرح و بیان کنند. ممکن است همه روحانیان برای این پرسشها، پاسخهای مناسب نداشته باشند. اگر نشریه حوزه بتواند این پاسخهای مناسب را از صاحب نظران دریافت کند و در اختیار حوزویان، اساتید دانشگاه و کسانی که علاقه مند به مطالعه این گونه امور هستند، قرار دهد، به یک کار مهمی در داخل کشور توانسته ایم دست بزنیم و پاسخ گوی نیاز فکری و پرسشهای فکری موجود در کشور باشیم. با توجه به این که اکثریت جامعه ما را جوانان تشکیل می دهند، و پرسش گری و طرح پرسش از ویژگی این طبقه است، ما امروز با پرسشهای زیادی در سطح جامعه، روبه رو هستیم. افزون بر این، ویژگی عمومی ایرانیان که از ذهن خلاق و جست و جوی برخوردارند، باعث شده است که سطح عمومی پرسشها در

کشور ما با سطح عمومی پرسشها در کشورهای دیگر، بسیار بسیار متفاوت باشد. مردم ما، هم پرسشهای بیش تری دارند و هم پرسشهایشان از سطح بالاتری برخوردار است. در چنین شرایطی، روحانیت، به عنوان مهم ترین مرجع دینی مردم، با این پرسشها روبه روست. و برای این که بتواند پاسخ گوی چنین پرسشهایی باشد، به تغذیه توسط نشریه ها، کتابها، مجموعه های تخصصی و مجموعه های پژوهشی نیاز دارد که نشریه حوزه می تواند در تأمین این هدف گام بلندی را بردارد. این در صورتی است که بتواند از اندیشه اندیشمندانی که توانایی پاسخ گویی به این پرسشها را در سطح وسیع دارند، استفاده کند. منوط بر این که بتواند این پرسشها را با ملاحظه اولویتها شناسایی و آنها را از پرسشهای با اولویت کم تر تفکیک کند. بنابراین، اهتمام اصلی مجله باید طرح پرسشهای جدید و اولویت دار و بیان پاسخهای مناسب باشد.

📌 : خواهشمندیم در پایان، اگر پیشنهادی در راستای ارتقای کیفی

مجله دارید، بیان کنید؟

● آن چیزی را که می توانم بیان کنم، این که: اگر نشریه در رصد پرسشهای اجتماعی بتواند از امکاناتی، مثل مجموعه های مرتبط با نشریه و دیگر واحدهای زیر مجموعه دفتر تبلیغات حوزه علمیه استفاده و پرسشها را اولویت بندی کند و یک پشتوانه پژوهشی، قبل از این که حتی یک مقاله سفارش داده شود، وجود داشته باشد و بعد مقاله ها به افراد صاحب نظر جدی سفارش داده شود، بسیار مؤثر خواهد بود. حتی اگر آقایان فرصت ندارند که خود مقاله بنویسند، مقاله زیر نظر و با نظارت آنها تهیه و تأمین شود و یا یک گروه سردبیری و یا گروه مشاوره بسیار قوی در نظر گرفته شود، می تواند در ارتقای کیفی مجله مفید باشد و مجله بهتر از گذشته به رسالت خودش عمل کند.