



حدیث و الگوی ارتباطی

حدیث از آن جهت که در هر حال یک متن مکتوب است، ارتباطی کلامی یا مخاطب برقرار می‌کند. این ارتباط زبانی در جهان امروز، جای خود را به حوزه تصاویر داده است. در این نوشته اشاراتی گذرا می‌شود به روندی که می‌توان قرآن غیر کلامی را در احادیث معصومان (ع) باز تولید کرد. رسیدن به نتیجه‌های چنین بزرگ البته نیازمند کاری بس گسترده است. این نوشته فقط در حد طرح مسئله به این موضوع می‌پردازد.

دکتر ابراهیم فیاض

کاشف قرآن در ارتباط کلامی ائمه (ع) حدیث از باب ارتباط کلامی است که از یک بعد وارد مقولات ارتباطات انسانی می‌شود. یعنی خود حدیث ضد ارتباطات غیر انسانی (ارتباطات غیر چهره به چهره) است. ارتباط کلامی، ارتباط رو در رو است که با هم به صورت شفاهی صحبت می‌کنیم. واضح است

که آن قدر که چهره صحبت کند (شکل، رنگ و حالت چهره تن صدا، نوع نگاه، حالت بدن و...) زبان صحبت نمی‌کند. این بخش در حدیث حذف شده و قابل مشاهده نیست. یکی از کارهایی که باید انجام شود باز تولید این قرآن برای احادیث است و این کاری بزرگ و مشکل است.

نزدیک شدن به زبان طبیعی باید به زبان طبیعی نزدیک شده زبان طبیعی ائمه (ع) را باید شناخت. زبان طبیعی گویاست و زبان نوشتاری صامت است. کاری که بزرگان معنی، بیان، نحو و صرف کردند و آوردن شعرهای آن زمانه و مطالب آن زمانه به همین دلیل بوده است. یعنی اگر شعر صدر اسلام را می‌آوردند برای این است که به ارتباطات کلامی یا طبیعی آن زمان نزدیک شوند. اگر «لسان العرب» شواهد و کاربردهای یک لغت را می‌آورد برای آن است که خواننده به زبان طبیعی نزدیک شود. زبان گفتاری و طبیعی به شدت پویا است و طبق زمان تغییر می‌کند. به همین دلیل فهم زبان

طبیعی به شدت نیازمند زمان‌شناسی است. احادیث در هر دوره الگوهای خاص خود را دارند که از حیث ارتباطی باید استخراج شود و اینکه دوره فعلی به دوره کدام یک از ائمه (ع) نزدیک‌تر است. علم بلاغت همان ارتباط مؤثر است. امام (ع) در ارتباطات هم مرجع است. پس باید تفاوت ساختارهای ارتباطی ائمه (ع) استخراج شود. چیزی شبیه بحث «ارتباط شناسی عاشورا» از دکتر حمید مولانا در واشنگتن. در روز عاشورا بهترین کسی که ارتباط شناسی می‌کند خود امام حسین (ع) است. برای این کار باید راه متفاوتی را ادامه داد. زیرا ارتباط شناسی جزوی همین است. به علم زبان شناسی هم نیاز است که متأسفانه حوزه نسبت به این علم جدید غافل مانده است. یکی از دلایل عدم موفقیت حوزه در ارتباط برقرار کردن با دانشگاهیان همین عدم توجه به زبان شناسی است. زبان شناسی، مادر علم ارتباطات است. ما در دین شناسی، ارتباط شناسی داریم و در ارتباط شناسی، دین شناسی داریم. حالا باید همین را بر حدیث منطبق کنیم؟ یعنی تفاوت ارتباط شناسی امام صادق (ع) با ارتباط شناسی امام باقر (ع) و پیامبر (ص) و حتی در خود قرآن، آیات مکی و مدنی، همه باید استخراج شود.

بسترشناسی از تیاطات خیلی مهم است. یعنی اکنون ظرف‌های ارتباطی، ظرف‌های معنایی، حوزه‌های معنایی یا نظام‌های معنایی به شدت در ارتباطات مؤثر است. برای فهم احادیث ائمه (ع) لازم است ظرف‌های ارتباطی یا حوزه‌های معنایی ائمه (ع) در طول ۲۵۰ سال حضور ائمه (ع) فهمیده شود. با یک حدیث خاص از امام رضا (ع) نمی‌توان یک حدیث عام از پیامبر (ص) را بدون توجه به حوزه‌های معنایی و زمانی تخصص زد. فرمودند: «حکلم الناس علی قدر عقولهم». و جمع آوردن واژه عقل به این معنی است که با سطوح عقل و به همین قیاس با سطوح معنایی در احادیث رو به روییم که باید به آن توجه کرد. باید ببینیم مخاطب چه کسی بوده است. آیا انسان طلسمی بوده یا هوامی بوده است. ائمه (ع) این هنر را داشته‌اند که سخت‌ترین مطلب را به ساده‌ترین وجه بیان کنند. به همین مناسبت باید سطوح ارتباطی احادیث را استخراج کنیم. این سطوح به شرح زیر است:

۱. ارتباطات درون فردی و ارتباط شخص با خودش. این سطح عمیق‌ترین، بنیانی‌ترین و اساسی‌ترین سطح است. واضح است که اولین کار ائمه (ع) این بوده که فرد را از درون منقلب کنند. اینکه پیامبران می‌گویند کار ما ذکر است و اینکه تدبیر در آسمان و زمین همه‌اش ذکر است. همان ارتباط درونی است. در این مرتبه باید احادیثی که ارتباط درون فردی را در بر دارند استخراج شود. مثل احادیثی که در ارتباط با تدبیر و تعقل صحبت می‌کنند.

۲. ارتباطات بیرون فردی. ارتباط دو رفیق، زن و شوهر، دو همکار و از این قبیل. اخلاقیات در این سطح قرار می‌گیرد.

۳. ارتباطات درون گروهی. مثل ارتباطات خانوادگی و خوبشاوندی، دعاها و احادیث، ارتباطات درون گروهی را به شدت برای ما بیان می‌کنند.

۴. ارتباطات بین گروهی، ارتباطات در یک محله یا شهر یا یک قوم یا مثلا ارتباط بین روحانیت و مردم در شهری مثل قم. آیا در این ارتباط موفق بودیم یا نه و دلیل آن چیست؟ این کار خیلی بزرگی است و اهمیت حوزه علمیه همه در این کار است.

۵. ارتباطات درون سازمانی. مثل ارتباطات درون سازمانی، حکومتی-مجلسی و رابطه نمایندگان دولت یا حوزه علمیه قم و مردم قم.

۶. ارتباطات بین سازمانی، ارتباطات در سطح حکومت و سطح کلان کشور. احادیثی که در این باب است باید طبقه‌بندی شود.

۷. ارتباطات منطقه‌ای، بین‌المللی، جهان اسلام و انسجام اسلامی که امسال به آن نام گذاری شده است.

۸. ارتباطات جهانی، جهان بما هو جهان، «ناس» بما هو ناس. احادیث جهان‌شمول در این دسته قرار می‌گیرند.

رسانه شناسی ارتباطی اگر احادیث این بخش تقسیم بندی و استخراج شود می‌توان وضع کار و بوده چه رسانه‌های سه‌گانه را روشن ساخت. اینکه ما در سیاست‌گذاری برای ارتباطات کلامی، کتابتی و تصویری در قالب رسانه‌های گفتاری، نوشتاری و تصویری باید به کدام ارتباطات و رسانه اهمیت و اولویت بیشتری بدهیم؟ در چه جاهایی حرف بزنیم؟ در چه جاهایی بنویسیم؟ کجا عکس نشان داشته باشیم؟ و در کجا ارتباط چهره به چهره داشته باشیم؟ این پرسش‌ها باید از طریق رسانه‌شناسی ارتباطی حدیثی پاسخ بدهیم. می‌باید سیاست‌گذاری اسلامی شیعه، ارتباط شناسی نوشتاری است. ارتباطات جهان، اکنون تصویری است. هالیوود جایزه اسکار را به فیلمی می‌دهد که تصویر بیشتری داشته باشد. تاحرف و سخن، انسان تصویری شده و عقلش بر چشمانش است و این بسیار خطرناک است. به دلیل کثرت ارتباط تصویری، مردم به سمت ماهواره و اینترنت گرایش می‌یابند و کمتر کتاب می‌خوانند.

سازمان شناسی ارتباطات و رسانه در احادیث چندر سازمان شناسی وجود دارد؟ حق و کالت، بحث خمس و زکات در فقه به همین اشاره دارد. سازمان رسانه‌های حوزه و اینکه خروجی حوزه منبر باشد یا کتاب و فایل، در این بحث جای می‌گیرد. الان جهان با سازمان رسانه‌های همسود به ارتباطات تصویری تبدیل شده است. همسود حتی خدا را هم می‌خواهد به تصویر بکشد. ما باید از احادیث سازمان ارتباطی خود را استخراج کنیم.

نقد ارتباطی شیوه‌های نقد ارتباطی کدام است؟ اگر می‌خواهیم مردم ماهواره نگاه نکنند چطور باید ماهواره را نقد کنیم؟ می‌توان ادعا کرد که در احادیث شیوه‌های نقد ارتباطی وجود دارد. اینکه ما چطور نقد کنیم که جوان مسلمان قیام مبتذل نبیند. این شیوه‌های نقد را باید از احادیث استخراج کنیم.

نتیجه بر اساس شش مرحله قبلی باید یک الگوی کلان از احادیث استخراج کنیم. آن وقت می‌توانیم بگوییم شیوه‌شناسی ارتباطی کردیم.

۱۰۰
۹۰
۸۰
۷۰
۶۰
۵۰
۴۰
۳۰
۲۰
۱۰
۰