

رسانه

پرونده‌های به‌مناسبت روز اطلاع‌رسانی دینی رسانه در دنیای مردان دین

دین نهادی نیازمند و در جستجوی رسانه است؛ ملین و داعیه‌داران دین اسلام در هر عصری از ابزارهای ارتباطی غافل نبوده‌اند و قرن‌ها پیش تا کنون از انواع وسایل ارتباطی از رسانه‌های سنتی گرفته مانند منبر تا رسانه‌های مدرن مانند وب‌سایت و شبکه‌های ماهواره‌ای برای پیشبرد اهدافشان استفاده کرده‌اند. با بروز شدن مداوم وسایل ارتباطی نوین در دنیای معاصر، متولیان دین نیز در حال پوست‌اندازی و تطبیق برای استفاده از ابزارهای مدرن‌تر هستند؛ چه آنکه مراجع و روحانیون که روزگاری دیده تردید و شک به ابزارهای جدید داشتند، امروز صاحب‌وب‌سایت هستند و برخی از آنها نیز در کامپیوتر فرانس صاحب شبکه ماهواره‌ای خرهم تپیدگی نهاد روحانیت یا رسانه باعث توجه آنها به مسائل مستحدثه عالم رسانه نیز شده است؛ چه آنکه مراجع و روحانیون درباره شرایط و اصول کار رسانه‌ها نظراتی ابراز داشته‌اند و فی‌المثل اخلاق رسانه‌ای یا رسالت مطبوعات بارها مورد تئور و تأکید آنان قرار گرفته است. پرونده پیش رو که به بهانه اول تیرماه روز تبلیغ و اطلاع‌رسانی دینی تهیه شده است، بیشتر بران کلیاتی درباره ارتباط «دین و رسانه» و فتح بلی برای شماردهای بعدی «مجله مدیریت ارتباطات» است.



دین در دنیای رسانه



منوچهر دین پرست

سال‌هاست ذهن بسیاری از پژوهشگران و متخصصان علوم دینی و شماری از متفکران حوزه علوم اجتماعی به این نکته معطوف شده که نسبت میان «دین» و «رسانه» چیست؟ و نحوه تعامل این دو نهاد چگونه است؟ آیا بین این دو نهاد سازگاری و هم‌گرایی وجود دارد یا هر یک به نوعی در تقابل و تضاد با یکدیگر هستند؟

با بررسی‌های تاریخی و تاریخچه ظهور رسانه‌ها و کارکردهای مذهبی آنها می‌توان به دو رویکرد اساسی در این رابطه دست یافت: رویکرد نخست معتقد است نه تنها بین «رسانه» و «دین» ارتباط تنگاتنگی برقرار است، بلکه رسانه‌ها بنا به تحقیقات بسیار مقوم دینداری در دوره‌های مختلف بوده‌اند، به طوری که پیوند بین رسانه‌های ارتباطی و دین به زمان‌های دور یعنی نخستین روایت‌ها از اسطوره‌ها و خطوط نقاشی حک شده بر دیواره تمل‌ها برمی‌گردد. نگارش تورات آغازگر هزاران سال پیوند میان سنت یهودی-مسیحی و ارتباطات بود. تصمیم یوهانس گوتنبرگ برای چاپ انجیل به عنوان نخستین محصول دستگاه چاپ خود با استفاده از حروف چاپ متحرک به بر این پیوند در غرب تأکید می‌کند یعنی جایی که در آن از پیش شاهد حضور مسلمانین دینی در هنر، موسیقی و نسخ خطی بودیم، از این دیدگاه موقعت مذهب در عصر رسانه‌ها نشان می‌دهد که دین با نفوذ در تمامی زوایای اندیشه و عقل آدمی، بهترین ارزش‌های ضروری را گردآوری می‌کند تا با جذب شیوه‌های ارتباطی و فن‌آوری‌های نوین، میان انسان‌های پیروان ارتباط برقرار کرده و به نوعی خود را با شرایط جدید سازگار سازد.

رویکرد دیگر معتقد به تباین، تضاد و تقلیل بین «دین» و «رسانه» است و معتقد است «دین» یک نهاد سنتی است که به توزیع معرفت می‌پردازد و باید به آن مثل سایر نهادهای سنتی نگریسته شود اما «رسانه» مفهومی مدرن است که دارای کارکردهای کاملاً جدید بوده و با دین تباین دارد ولی رسانه نیز همانند دین به توزیع معرفت پرداخته و به رابطه انسان با محیط پیرامون خود شکل می‌بخشد در این رویکرد رسانه در دنیای جدید رقیب دین است و می‌کوشد جای دین را بگیرد از منظر دیگر، بررسی‌های تاریخی نشان می‌دهند که رسانه‌ها بیش از آن که مولود دین باشند به تقویت دینداری کمک کرده‌اند و مهم آن است که حاملان و عاملان این دو نهاد ناملازم، ظرفیت‌های یکدیگر را با توجه به واقعیت خودشان شناسایی کرده و به خدمت بگیرند تا به درک و شناخت انسان از جهان پیرامون خود معنا بخشند. تبیین موقعیت دین در دنیای رسانه نیازمند بررسی زمینه‌های اجتماعی و معرفت‌شناختی است که در شکل‌گیری مطالعات نظری و عملی معطوف به تشریح نسبت‌های دین و رسانه مؤثر بوده‌اند. استفاده عملی گروه‌ها و افراد دینی از رسانه‌ها، پرستی از نسبت دین، فرهنگ و رسانه را به سطح تازه‌ای انتقال داده است. با وجود این، هنوز نمی‌توان به درستی در خصوص چگونگی این استفاده حکم قاطعی ارائه کرد. به عنوان مثال آیا استفاده از رسانه‌ها یا رسانه‌های کردن معانی دینی، آنها را در معرض ساده‌شدن، علم‌پسند شدن، نمایشی شدن و... قرار نداده است؟ این پرسش‌ها قاعدتاً موضوعاتی برای پژوهش و بررسی‌اند اما آنها را چگونه باید مطالعه کرد؟



پدیده‌های رسانه‌ای پیوندی اتکارناپذیر با فرهنگ عامه‌پسند دارند، به همین خاطر تا مدت‌ها نه عالمان دین و پژوهشگران دین‌پرهیز برای مطالعه پدیده‌های رسانه‌ای و به‌طور کلی پدیده‌های مرتبط با آن قائل نبودند. این دو گروه از دو موضع متفاوت این پدیده‌ها را طرد می‌کردند. عالمان دینی از آن جهت که فی‌المثل سینما و تلویزیون را فرآورده‌های بی‌دینی، ابزار دست بی‌دینان یا باعث بی‌دینی توده‌های مردم می‌دانستند، آنها را ضد ارزش و دست‌کم بی‌ارزش ارزیابی و از توجه به آن پرهیز می‌کردند. از منظر پژوهشگران دانشگاهی دین، که عمدتاً وقت خود را صرف مطالعه متون دینی، فرآورده‌های متفکران و به عبارت دقیق‌تر جلوه‌هایی از فرهنگ والا و امر معنوی می‌کردند پدیده‌های رسانه‌های امری «مبتذل» و لذا خارج از حوزه مطالعات دانشگاهی دین تلقی می‌شد.

این تصور از نسبت دین و رسانه تا زمانی که دین از قالبی که در دوره مدرن برای آن تدارک و بر آن تحمیل شده بود، خارج نشد و معنای اجتماعی دیگری نیافت، چندان تغییر نکرد. در واقع، از دوره روشنگری به بعد تعامل دو جریان متعارض در جامعه نتیجه‌ای واحد به دنبال نداشت. از سویی متدینان تحت تأثیر سیطره رسانه‌های متنوع رژیم‌های فکری و سیاسی حاکم به صورت فرقه‌هایی تک‌اقتاده و مهجور

درآمدند که با کناره‌گیری از اتفاقات جاری در جامعه تنها به دنبال حفاظت از خود بودند. این گروه در مقابل جریان پیش‌رونده مدرنیسم و مدرنیسم این تصور را پذیرفته بودند که جامعه انسانی در کل و به شیوه‌های گریزناپذیری به سوی سکولار شدن پیش می‌رود. از سوی دیگر، روشنفکران و متفکران که در آرزوی رسیدن به بهشت دوران مدرن بازمی‌گردیدند، در قریب‌الوقوع و حتی‌الوقوع بودن تصور خود نداشتند. در این شرایط این تصور که نسیتی بین دین و رسانه‌ها وجود ندارد یا اگر هم نسیتی بین این دو وجود دارد، به دلیل رو به قول بودن دین، مقاله آن ارزشی ندارد، تصویری حاکم بود.

نفوذ اندیشه دوران روشنگری از نظر جریان مسلط علم‌الاجتماع معرفت‌شناختی، افول دین و زوال تأثیر عملی آن و نیز دنیوی و روزمره شدن فرهنگ و جامعه امری محتوم تلقی می‌شد. این تلقی نشأت گرفته از آرای پیش‌قولان این شاخه از دانش بشری بوده است. جامعه‌شناسی دین و فرهنگ ریشه در عقاید امیل دورکیم و ماکس وبر داشته است. در نظام مفهوم‌پردازی دورکیم، جمله عمیقاً و به شکل ساختاری تحت نفوذ «امر قدسی» و «امر دنیوی» قرار دارد. وبر نیز یکی از نخستین کسانی بود که برای شیوه‌های تفکر تأثیری تعیین‌کننده در صورت‌بندی‌های اجتماعی قائل شد. با وجود این، این دو متفکر تحت تأثیر جریان‌های فکری دوره روشنگری، دین را در عرصه جامعه امری رو به زوال ارزیابی کردند. در واقع این موضوع، به تعبیر آنتونی گیدنز همان «هرمنوتیک مکرر» است؛ جایی که «فرا زبان» تفسیر معانی در علوم اجتماعی، تحت تأثیر زبان رایج و روزمره قرار می‌گیرد. در واقع، دانشمندان علوم اجتماعی با بلور تحقیق‌پذیری بی‌تردید سکولاریسم، کاهش نفوذ برخی ادیان نهادهای شده را تأییدی بر پیش‌بینی دنیوی شدن جوامع تلقی کردند. هم‌چنان جریان‌های مسلط فکری، جریان‌های دگراندیش و فعالان اجتماعی نیز نقش دین را در گفت‌وگو و فضای عمومی انکار کردند. دیدگاه‌های محافظه‌کار، گفت‌وگو دینی را بخشی از اخلاق جامعه و ابزار مؤثر برای همبستگی اجتماعی تعریف می‌کردند. بدون اینکه مجالی برای ورود و مداخله آن در گفت‌وگوهای عمومی باقی بگذارند. مارکسیست‌ها و متفکران انتقادی دین را به عنوان رهنمای ایدئولوژیک و لذا امری دروغین معرفی کردند که باید جای خود را به ایدئولوژی دیگری بپردازد.

متفکران و نظریه‌پردازان علوم اجتماعی، ملهم از اعتقادات متفکران روشنگری یا دین را نادیده گرفتند یا آن را همچون موضوعی دست دوم به‌شمار آوردند. از نظر آنها دین «بخشی از یک طریق کهنه و راهی سنتی برای زندگی بود که تحت فشارهای صنعتی شدن و مدرنیسم به محاق خواهد رفت یا ناپدید خواهد شد». از منظری بویستیستی، دین در یکی از حیاتی‌های زیر دینه می‌شده است: امری رو به انحصار که دسته کوچکی از جامعه متفکر صنعتی بدل پایبند هستند یا پدیده‌ای که می‌توان آن را با سهولت با شاخص‌هایی کمی مثل اعلام میزان اعتقاد پاسخگو به کلیسا، پایبندی او برای رفتن به کلیسا و دفعات آن، داشتن نگرش‌های سنتی و مانند اینها سنجید.

جریان مسلط مطالعات رسانه و ارتباطات نیز در بیشتر عمر خود درگیر مطالعه چگونگی فعالیت و کارکردهای رسانه در جوامع مدرن بوده است.

در دهه‌های اخیر بر شمار پژوهش‌هایی که در آنها دین و فرهنگ عوامل تعیین‌کننده صورت‌بندی‌های اجتماعی تلقی شده افزوده شده است. همچنین گروه‌های مذهبی از طرق مختلف از جمله رسانه‌ها، به کار خلق نمادهای فرهنگی مشغول بوده‌اند و به این وسیله در بازپروری فرهنگ عامه‌پسند مشارکت کرده‌اند. برای عطف توجه به نسبت دین و فرهنگ از یک سو و نسبت دین و رسانه‌ها و به‌خصوص رسانه‌های دینی از سوی دیگر باید به دو نکته توجه داشت:

الف- تغییر دیدگاه‌های نظری در مطالعه دین و فرهنگ

بد حضور عملی و غیرقابل انکار نهیست‌ها و جنبش‌های دینی که به‌شکلی قابل توجه سیمای جهان معاصر را دگرگون کرده‌اند.

مطالعه در بحث رسانه و دین انواع گوناگون روش‌ها را در برمی‌گیرد. بسیاری از آثار، نوعی کیفیت مستند دارند و صرفاً به ضبط آن کارهایی می‌پردازند که گروه‌های دینی یا رسانه‌های مختلف انجام می‌دهند. شاید بتوان گفت جریان یا گرایش مطالعاتی دین و رسانه در ایندهای نه چندان دور تبدیل به شاخه‌ای آکادمیک با عنوان الهیات ارتباطات شود اما این پرسش همواره مطرح است که چگونه می‌توان الهیات ارتباطات را از ایدئولوژیک شدن دور کردن و دین امر قدسی و معنوی خود را برای جلمه ایفا کند؟



دیدگاه‌های صاحب‌نظران در مورد فعالیت‌های رسانه‌ای حوزه

فقه رسانه

■ علی اشرف فتاحی

گسترش امکانات مدرن در حوزه‌های علمیه در کنار انتظار روزافزون جامعه از این نهاد سبب شده که در سالیان اخیر بر اهمیت مقوله «ارتباط متقابل حوزه و رسانه» افزوده شود، تا جایی که در چند سال گذشته بحثی به نام فقه رسانه در برخی مجامع حوزوی قم مطرح شده و درباره آن تئوری‌پردازی‌هایی شده است، حتی از دو سال پیش درسی به نام «فقه رسانه» از سوی استادانی چون مهدی طائب برای طلبه‌ها در نظر گرفته شده و مباحثی چون بررسی آموزه‌های اسلام در حوزه تبادل اطلاعات و ضرورت فعالیت رسانه و احکام مترتب بر آن نظر فقه شیعی و نیز احکام حضور و مشارکت بانوان بویژه کار در رسانه‌های تصویری و صوتی در این کلاس‌ها تدریس می‌شود. سید احمد خاتمی نیز از استادانی است که اهمیت این بحث را جدی گرفته و نشست‌هایی در این باره برگزار کرده است. با این حال هنوز آن‌گونه که باید و شاید به مقوله فقه رسانه در سطوح عالی حوزه‌های علمیه پرداخته نشده است. از همین رو تلاش کردیم برای شنیدن دیدگاه‌های صاحب‌نظران و بزرگان حوزه درباره ارتباط حوزه و رسانه پای صحبت آنها بنشینیم اما تلاش‌های ما چندان نتیجه‌ای در بر نداشت و از همین رو بر آن شدیم که ردیای آخرین دیدگاه‌های مدیران و استادان صاحب‌نظر و آشنا به مقوله رسانه را در نشریات و رسانه‌های حوزوی جست‌وجو کنیم. با این وجود در این رسانه‌ها نیز کمتر می‌توان نشانه‌ای از جدی گرفته شدن این‌گونه بحث‌ها دید. تنها کار جدی که در سطح بسیار محدودی عرضه شده است، توانست بازگوکننده بخشی از باورهای این طیف از حوزویان درباره ارتباط نهاد دیرپای سنت با رسانه‌های مدرن باشد. نزدیک دو سال پیش بود که مدیریت سیاسی جامعه مدرسین حوزه علمیه قم به عنوان مهم‌ترین نهاد حوزوی کشور به بهانه انتشار هزارمین شماره خبرنامه جامعه مدرسین اقدام به تهیه ویژه‌نامه‌ای پیرامون «حوزه و رسانه» کرد که در در شمارگان محدودی در اختیار مخاطبان خاص و ۳۰ ساله این نشریه قرار گرفت.

■ پایتخت اینترنتی ایران

در سرمقاله این ویژه‌نامه آمده است: «از زمانی که نخستین تلاش‌های حضور روحانیت در رسانه‌های مدرن در عصر ناصرالدین شاه شکل گرفت، بیش از یک قرن می‌گذرد شاید بتوان سید جمال را پلایه‌دار چنین حرکتی دانست؛ حرکتی که در جنبش تبانکو و مشروطه به ثمر نشست و گام بزرگی در پیشرفت فرهنگی و سیاسی ایرانیان شمرده شد. از آن دوران تا کنون که حوزه‌های علمیه پیشگام تحولات بنیادین و تاریخ‌ساز بوده‌اند، اهمیت بهره‌گیری از رسانه‌های مدرن افزون‌تر شده است». سرمقاله خبرنامه جامعه مدرسین افزوده است: «انکار نمی‌توان کرد که هنوز هم حوزه علمیه قم در

بهره‌گیری از رسانه بسیار موفق‌تر از اقتضای و اصناف دیگر است. این امر بر گزارشگران و تحلیل‌گران غربی هم پنهان نمانده و در رسانه‌های خود از قم به عنوان «پایتخت اینترنتی ایران» نام برده‌اند. با این حال هنوز هم فاصله زیادی با نقطه مطلوب داریم... از نگاه نشریه جامعه مدرسین، نقایص جدی در مسیر تعامل حوزه و رسانه وجود دارد. بخشی از این کمبودها به دو سوی ماجرا و عدم شناخت متقابل آنها از یکدیگر باز می‌گردد و بخشی نیز به مختصات رسانه‌های مدرن معطوف است». در این ویژه‌نامه به بررسی کارنامه بیش از ربع قرن فعالیت خبری تحلیلی خبرنامه جامعه مدرسین پرداخته شده و روند کلی هزار شماره این خبرنامه مورد مذاکره قرار گرفته است و از قول آیت‌الله یزدی، رئیس کنونی جامعه مدرسین که در زمان انتشار نخستین شماره خبرنامه (اول مهر ۱۳۶۲) مسئولیت بخش سیاسی جامعه مدرسین را برعهده داشته، آمده است: «در شرایط خاص سیاسی و اجتماعی خاصی که قرار داریم، اطلاع و آگاهی از آنچه در کشور می‌گذرد و همین‌طور اطلاع از مسائلی که در سطح جهان به نحوی مربوط به نظام جمهوری اسلامی می‌شود یا روی حرکات و نظرات مسؤولین نظام نقش دارد، یک ضرورت است... طیماً بی‌اطلاعی از بسیاری مسائل حتی گاهی ممکن است منشأ زبان‌های غیر قابل جبرانی شود. بخش سیاسی جامعه مدرسین در این رابطه گزارشی را در فرصت‌های مناسب به عرض اعضا می‌رساند... ولی در روند تکامل کارهای بخش، به این نظر رسیدیم که برای توسعه شمع بهره‌گیری اعضای جامعه نسبت به مطالبی که می‌توان روی کاغذ آورد و زمان، کمتر در آنها نقش دارد. هر چند گاه که امکانات مجموعه اجازه بدهد، مجموعه مختصری به شکل نوشتن تهیه و در اختیار اعضای جامعه گذاشته شود».

■ اخلاق رسانه

آیت‌الله یزدی همچنین در دیداری که دی‌ماه ۸۷ با اعضای بخش مدیریت سیاسی جامعه مدرسین داشته، درباره اخلاق رسانه‌های گفته است: «تکتمای که اکثر رسانه‌ها بدان مبتلا هستند، بحث سانسور و جهت‌داری به نفع جناحی خاص است. این کار خیر نیست. اطلاع‌رسانی باید واقعیت امر را تبیین کند و قضاوت را به عهده خواننده بگذارد. تحلیل مسأله دیگری است. خبر نباید لیزاز و وسیله کار ما باشد و این کار بسیار مهمی است. در حوزه‌های علمیه که سخنان مراجع عظام در میان طلاب و مردم نقش دارد، باید اطلاع‌رسانی درستی انجام شود تا قضاوت‌های درستی صورت گیرد. همچنین بزرگشمایی و کوچک کردن اشخاص و نیز اصل مطالب درست نیست. در روایات ما هم این دو کار نکوهیده شده است. باید واقعیت‌ها را همان‌گونه که هست، تبیین کرد. گاهی به خاطر برخی بزرگشمایی‌ها برخی آقایان فکر می‌کنند که اسلام در خطر قرار گرفته است. در حالی که این‌گونه نیست. گاهی هم برخی مسائل خطرناک نادیده گرفته می‌شود. واقع‌گرایی در خبررسانی و عدم سانسور و نیز عدم نگاه لیزاری به خبر برای منافع جناحی لازم است و باید رعایت شود».

همچنین آیت‌الله هاشم حسینی بوشهری، نایب‌رئیس جامعه مدرسین و امام‌جمعه موقت قم ضمن مصاحبه با این ویژه‌نامه، در پاسخ به این پرسش که با توجه به گذشت ۳۰ سال از پیروزی انقلاب چرا هنوز بین حوزه و رسانه‌ها ارتباط و تعامل





خوبی برقرار نیست، گفته است: «لیل اصلی آن در پرهیز حوزه‌ها از تظاهر و ویژگی خلوص و اخلاص حوزه‌هاست. از سوی دیگر طبیعت حوزه‌های ما رسانه‌های نوجوه است و ورود رسانه به حوزه‌ها سابقه چندان تنگدانه ندارد البته ما رشد بسیار خوبی داشته‌ایم و رسانه‌ها توجه خوبی به حوزه‌ها دارند و تا حدود نود درصد رشد داشته‌ایم ولی هنوز هم در قیاس با دانشگاه‌ها کمبودهای جدی داریم. ارتباط درون حوزه‌ی ما هم چندان مناسب نیست، در کل باید ارتباطات رسانه‌ها و حوزه را تعریف سازمانی نکنیم. ارتباطات کنونی بیشتر دوستانه است، من بارها با مسؤولین صدا و سیما این مسأله را مطرح کرده‌ام اما پیگیری نشد. برخی از روحانیون حاضر در صدا و سیما مورد تأیید ما نیستند و باید فکری برای این مسأله کرد باید تفاهم تامه‌ای بین حوزه و رسانه‌ها بویژه صدا و سیما امضا کرد تا این مشکلات پیش نیاید.»

■ ضرورت فقه رسانه

آیت‌الله احمد خاتمی، امام‌جمعه موقت تهران و عضو هیأت رئیسه مجلس خبرگان نیز به خبرنگاران این ویژه‌نامه گفته است: «باید جرعه بحث رسانه را زد و سوالات مربوط به رسانه را استخراج کرده و به تدریج از مراجع عظام استفتاء کرد. باید جایگاه این بحث جایافتد اگر بی‌مقدمه از من درباره فقه رسانه پرسید، حداکثر می‌توانم بگویم که در نقل اخبار صادق باشید و ابروی افراد را رعایت کنید. باید جزئیات بحث روشن شود. در عرصه مدیریت رسانه هم همانند سایر مباحث تخصصی مدیریت دینی، نیاز به یک رشته تخصصی داریم. باید به این مقوله پردازیم. حوزه باید آموزش بدهد و کار مربوط به مرکز مدیریت حوزه است.»

احمد خاتمی توصیه‌هایی نیز درباره چگونگی خبررسانی مطرح کرده است: «باید در انعکاس اخبار در خبرنامه دقت شود یا در صحت و سقم خبرها به اطمینان عرفی برسید. صرف نقل در یک خبرنامه موجب اطمینان نمی‌شود ضمناً باید به خروجی خبرها و بازتاب آن دقت کنید تا متدینان را ناراحت نکنید و بدخواهان را خوشحال نکنید. باید در نقل خبر، مصلحت نظام اسلامی و رهنمودهای مقام معظم رهبری را لحاظ کنید. آبروی اشخاص و جریان‌های مرتبط با اشخاص را در نظر بگیرید. هر چه که شما تذکر بدهید، باز هم مخاطبان شما این خبرنامه را بی‌انگرموضوع جامعه می‌دانند. تکذیب‌های بعدی هم نمی‌تواند جبران آبروی رفته افراد را بکند.»

دیگر عضو برجسته جامعه مدرسین که درباره موضوع «حوزه و رسانه» پاسخگوی پرسش‌های ویژه‌نامه جامعه مدرسین بود، حجت‌الاسلام و المسلمین جمشیدی، معاون این جامعه و قائم‌مقام مدیر حوزه علمیه قم است که نماینده حوزه علمیه قم در هیأت نظارت بر مطبوعات نیز شمرده می‌شود. وی درباره ضرورت حضور حوزه در فضای کنونی رسانه‌های معتقد است: «رسانه‌ها هم حوزه را جدی نگرفته‌اند. در رسانه‌ها عناصر غیر ارزشی وجود دارند که فضای رسانه‌ها را غیر اخلاقی کرده‌اند و به راحتی آبروی افراد را به خطر می‌اندازند. ما در فضای رسانه فضای منضبطی نداریم. برخی از رسانه‌های ما در خدمت اهداف دشمنند و به گفته رهبری پایگاه دشمن شدند. حوزه در این تعاملات می‌تواند اثر گذار باشد و به پاک و سالم شدن عرصه رسانه کمک کند. برخی عناصر ارزشی ما هم به دلیل رقابت‌های سیاسی، رفتارهای نادرستی بروز می‌دهند. نباید منش اخلاقی و انقلابی خود را از دست بدهیم. نهادهای نظارتی مثل هیأت نظارت بر مطبوعات هم اشکالات متعددی دارند. حجم کار سنگین، نبود کارشناسان، نبود اثرگذاری و خنثی سازی اثر آنها از سوی نهادهای دیگر سبب شده که این نهادها نتوانند موثر باشند. همه این مسائل باعث شده که اهمیت کار شما دوچندان شود. ما نیاز به وسیع تر شدن حضور حوزه در رسانه داریم تا اثرگذاری آن نیز افزایش یابد.»

نماینده حوزه علمیه در هیأت نظارت بر مطبوعات ادامه داده است: «ما در فقه خود مباحثی مثل کتب ضاله و دروغ و غیبت را داریم که مرتبط با بحث رسانه است. قضیه‌ای که در استیفاح یکی از وزرا پیش آمد و گفته شد که خانواده وی از برخی مباحث رسانه‌ای در فشار بودند نشان می‌دهد که به طور جدی به پرداختن به فقه رسانه نیازمندیم. مسائل مختلفی در رسانه هستند که به بحث کارشناسی و فقهی نیاز دارند. مسأله‌ای مثل نحوه درج تصاویر در مطبوعات یا برخی شوخی‌های رسانه‌ای از این مقوله‌اند. هم‌اکنون ما شاهدیم که برخی قضات احکام هیأت نظارت را به راحتی نقض می‌کنند و با تعهد ظاهری برخی مدیران مطبوعات، همه عملکرد خلاف اخلاقی و قانون آن نشریه را نادیده می‌گیرند.»

■ راه دشوار رسانه دینی

حجت‌الاسلام دعایی، چهره نام‌آشنای مطبوعات ایران و از شاخص‌ترین فعالان رسانه‌ای نیم قرن اخیر به خبرنگار جامعه مدرسین از دشواری‌های کار رسانه‌ای در سال‌های پیش از انقلاب گفته است: «اصلاً ابزار وجود نداشته کمیت ما در برابر مجامع دانشگاهی لنگ بود. ابزارهایی مثل منبر هم کافی نبود. اثر منبر



به همان زمان و مکان محدودش ختم می‌شد و ماندگاری نداشت. بستگی به گیرندگی مخاطبین داشت ولی اثر مکتوب به دلیل ماندگاری‌اش، قابل نقد و بررسی بود. بهره‌گیری برخی از فضایی بنام حوزه از رسانه‌های جدید، منشأ تحول و تأثیرگذاری عمیق شد. نمونه بارز آن مرحوم حسینعلی راشد بود. مرحوم شهید بهشتی هم در کنار فعالیتش که در دبیرستان دین و دانش داشت، اقدام به آموزش‌های جدید به طلاب کرد. در قالب همین آموزش‌ها، طلاب‌ها با پدیده‌های نو مثل روزنامه هم آشنا می‌شدند. روزنامه‌خوانی در حوزه رواج یافت و رونق گرفت. با شدت گرفتن مبارزات روحانیه نشریات زیرزمینی مثل بعثت و انتقام هم منتشر شد. تجربه‌های موفق مطبوعاتی سبب شد که روحانیون خواهان بهره‌گیری از ابزار رادیو شوند.»

مهدی فضایی، مدیرعامل پیشین خبرگزاری فارس نیز به آسیب‌شناسی تعامل حوزه و رسانه پرداخته و گفته است: «ما نیاز شدیدی به «فقه رسانه» داریم و باید‌ها و نیابدهای دینی اصحاب رسانه را باید تبیین کنیم. باید با توجه به دو عنصر زمان و مکان، فقه رسانه را با توجه به نیازهای روز در اختیار اصحاب رسانه قرار دهیم. روزنامه‌نگاری اسلامی هنوز تنوع‌یافته نشده و قابل ارائه به صورت آکادمیک نیست. در این جهت باید به ماهیت رسانه هم اشراف داشت. مهم‌ترین عنصر رسانه و مدیة پیام است که از تولیدکننده به وسیله ابزار رسانه به مخاطب منتقل می‌شود. از همین رو پیام و محتوای رسانه ما که باید دینی باشد باید از سوی حوزه‌های علمیه و با توجه نیاز و شرایط مخاطب تأمین شود. بسیاری از مشکلات فرهنگی و اجتماعی امروز ما به دلیل عدم انتقال درست آموزه‌های دینی با توجه به نیاز مخاطبین است.»

اما فضایی معتقد است که نه رسانه‌ها این ضرورت را به خوبی حس کرده‌اند و نه روحانیت. فاصله موجود به خاطر کارهای هر دو طرف است. ولی وی این اختلاف را مبانی نمی‌داند: «فقط تعامل درستی برقرار نشده و روحانیت هم هنوز آن‌طور که باید و شاید اهمیت رسانه را درک نکرده و در چارچوب شیوه‌های سنتی مانده است. رسانه‌ها هم این ضرورت را حس نکرده‌اند. پیام‌های دینی ما متناسب با نیاز مخاطب تولید نمی‌شود. تنها چهره‌های خاصی از روحانیت توانستند با رسانه، تعامل موفق و تأثیرگذاری داشته باشند. این امر نشان می‌دهد که بین روحانیت و رسانه‌ها ارتباط و شناخت کمی وجود دارد. این در حالی است که روحانیت و رسانه به شدت نیازمند یکدیگرند.»

■ ما و غرب

حمید مولانا، از مشاوران ارشد احمدی‌نژاد و استاد ارتباطات دانشگاه آمریکایی نیز به بررسی روابط حوزه و نهادهای دینی با رسانه‌ها در ایران و غرب پرداخته و گفته است: «خوشبختانه فرهنگ ما تمایز بزرگی با سایر فرهنگ‌های غربی و حتی اسلامی دارد. رسانه فقط رسانه‌های مدون نیست و در فرهنگ ما، رسانه اصلی همان رسانه‌های سنتی هستند. حتی رادیو و تلویزیون هم با وجود پوشش فوق‌العاده‌شان، همانند رسانه‌های سنتی اثرگذار نیستند. این رسانه‌های سنتی همان روابط اجتماعی موجود بین مردم در کوچه و بازار، مساجد، هیأت و ادارات هستند که نقش مهمی را ایفا می‌کنند. ما همواره این گونه رسانه‌ها را دست کم می‌گیریم. گرچه شاید خبر را از رادیو و تلویزیون شنیده باشند اما بیش از آنچه شنیده‌اند یا بگذرگند صحبت می‌کنند. این مسأله در حوزه علمیه هم بیشتر است. آمار غیر رسمی ما نشان می‌دهد که رسانه‌های مکتوب ما با وجود افزایش کمی، تیراژ چندان ندارند. ما در تهران روزنامه‌های متعددی را می‌بینیم که روزانه منتشر می‌شوند، در حالی که در واشنگتن تنها دو روزنامه منتشر می‌شود یا در نیویورک فقط سه روزنامه بومیه منتشر می‌شود. در بیشتر شهرهای آمریکا بیش از یک روزنامه منتشر نمی‌شود. اما روزنامه‌های ما تیراژ و خوانندگان محدودی دارند. فکر می‌کنم که به دلیل جناحی بودن روزنامه‌های ما دایره تأثیرگذاری آنها محدود شده است. روزنامه‌های ما فقط در سطح نخبگان ما مؤثرند. اطلاع‌رسانی آنها هم ضعیف است و بیشتر به مباحث جناحی می‌پردازند. البته محدودیت‌های رسانه‌های ما به معنی عدم تأثیرگذاری و جریان‌سازی آنها نیست. رسانه‌های ما گاهی بیش از حد نفوذ خود اثرگذار می‌شوند. از همین رو حوزه علمیه می‌تواند بسیار حضور مؤثری داشته باشد.»

وی به دخالت نهادهای دینی غربی در رسانه‌ها اشاره کرده و معتقد است: «در دو قرن اخیر، روحانیون مسیحی تأثیر فراوانی در تأسیس دانشگاه‌ها و رسانه‌های مهم داشته‌اند. اما وضع ما با آنها متفاوت است و آنها دین را یک امر شخصی کرده‌اند. با این حال رسانه‌های مذهبی در دو دهه اخیر رشد فوق‌العاده‌ای داشته‌اند و با رسانه‌های جامعی که دارند اثرگذاری فراوانی هم داشته‌اند. حتی در زمان آقای بوش، حزب جمهوری خواه به یک رسانه دینی بدل شد. حتی رژیم صهیونیستی را هم نمی‌توان یک رژیم سکولار غیر دینی دانست.»



نگاهی به وبسایت‌های مراجع و سایت‌های خبری و اطلاع‌رسانی دینی خیز روحانیت به سمت هژمونی مجازی

■ سید مرتضی ابطحی

وقتی نام حوزه علمیه را می‌شنوی، بیشتر یاد حجره‌های تنگ و تاریک مدرسه فیضیه می‌افتی؛ حجره‌هایی که قدمت بیش از یک قرن دارند و رنگ تغییر را به خود برتافته‌اند. آدم‌های درون حوزه، اما مثل دیوارها نیستند، تغییر می‌کنند. حالا دیگر عصر جدیدی است و باید به روز بود و الانمی‌توان بر دیوار زندگی ماند!

سابقه ارتباط الکترونیک و حضور مراجع در فضای مجازی به بیش از یک دهه پیش بازمی‌گردد. آیت‌الله العظمی سیستانی (از مراجع تقلید در نجف) برای اولین بار اینترنت را در دهه ۷۰ به قم آورد و پس از آن استفاده طلبیه‌ها از اینترنت روز به روز بیشتر شد. مرحوم آیت‌الله منتظری اولین مرجعی بود که در قم اقدام به راه‌اندازی سایت اطلاع‌رسانی کرد. دیگر مراجع نیز رفته‌رفته روی نت آمدند و در زمان کوتاهی توانستند ارتباط خوب و به هنگامی را با این رسانه جدید برقرار سازند. کارکرد اصلی سایت‌های مراجع، تبلیغ دینی است. در راستای همین هدف، در سایت مراجع بخشی به انتشار کتب و مقالات اسلامی پرداخته است. در کنار آن، رساله توضیح المسائل مرجع، مناسک حج (احکام مربوط به حج) و استفتائات دینی که سؤالات دینی در آن مطرح می‌شود، از بخش‌های ثابت این سایت‌ها هستند. مراجعان می‌توانند سؤالات شرعی خود را از طریق سایت یا ایمیل ارسال کنند. البته در بیشتر موارد، پاسخ استفتائات شرعی با تأخیرهای چشم‌گیری ارسال می‌شود. آیت‌الله صائمی، اولین مرجعی بود که در سایت خود بخش «پاسخگویی آنلاین» را راه‌اندازی کرد. این ابتکار مورد توجه مراکز حوزوی قرار گرفت و امروز Pasokhgoo.ir به صورت تخصصی به این کار می‌پردازد.

حرفه‌ای‌ترین سایت مراجع، پایگاه اطلاع‌رسانی مقام معظم رهبری است. علاوه بر بخش‌هایی چون زندگی‌نامه، استفتائات، پیام‌ها و اخبار که در معمول سایت‌های مراجع به چشم می‌خورد، بخش‌هایی چون یادگست، نماهنگ، بوستر، حاشیه دیدارها و پرونده به صورت منحصر به فرد در سایت ایشان وجود دارد. گرچه حرفه‌ای سایت، از دیگر مسائلی است که جلب توجه می‌کند. اطلاع‌رسانی خبری در سایت مراجع چندی است پر رنگ‌تر از گذشته شده است. از این منظر سایت یک مرجع، بنگاه خبری وی است که اخبار را بدون واسطه در اختیار مخاطب قرار می‌دهد. بخش‌هایی چون «دیدارها، پیام‌ها، نامه‌ها، مصاحبه‌ها، دیدگاه‌ها و در کلام دیگران» از بخش‌هایی است که به نوعی در اطلاع‌رسانی خبری کارآمد به نظر می‌رسد. در کنار اخبار، عکس‌های خبری و پرتره، فیلم و صوت نیز در بیشتر این سایت‌ها ارائه شده است. استفاده از پیامک برای خبررسانی یا پاسخگویی به سؤالات شرعی نیز چندی است مرسوم شده است.

در سایت آیت‌الله مکارم شیرازی مقلدین آیت‌الله می‌توانند وجوهات خود را تحت عناوین «تبرعات و امور خیریه، رد مظالم و صدقه، کفارات، نماز و روزه استیجاری، خمس، محاسبه خمس و محاسبه زکات» به صورت آنلاین پرداخت کنند. بخشی از سایت مراجع به ارائه بیوگرافی مرجع پرداخته‌اند. ساختار شگفتانگه‌ترین زندگی‌نامه ارائه شده در سایت مراجع، مربوط به آیت‌الله وحید خراسانی است: «جز قصور و تقصیر چیزی ندارم». در کنار منظر فقهی، گهگاه مسائل دیگری که از نگاه یک مرجع مهم و برجسته بوده است، در سایت او نیز بیشتر مورد توجه قرار گرفته است. توصیه‌های اخلاقی، عرفانی، حدیث‌های آموزنده و یا تفسیر قرآن از جمله این مسائل به شمار می‌رود. سایت آیت‌الله صفایی گلپایگانی بخش‌هایی با



- حرفه‌ای‌ترین سایت مراجع، پایگاه اطلاع‌رسانی مقام معظم رهبری است. علاوه بر بخش‌هایی چون زندگی‌نامه، استفتائات، پیام‌ها و اخبار که در معمول سایت‌های مراجع به چشم می‌خورد، بخش‌هایی چون یادگست، نماهنگ، بوستر، حاشیه دیدارها و پرونده به صورت منحصر به فرد در سایت ایشان وجود دارد

عنوان مباحث معرفتی و «بر پال دعا» دارد. آیت‌الله وحید خراسانی دروس تفسیر خود را در فرمت‌های مختلف تصویری و صوتی روی اینترنت می‌گذارد. آیت‌الله سبحانی در وبسایت خود علاوه بر فقه و اصول به تاریخ، رجال و عقاید نیز پرداخته است. آیت‌الله جوادی آملی هم به تفسیر اهمیت دو چندان داده است. آیت‌الله مظاهری هم دروس اخلاق خود را در سایت مورد توجه بیشتر قرار داده است. حضرات آیات میرزا جواد آقا تبریزی، فاضل لنکرانی و بهجت اگر چه از دنیا رفتند اما سایت اطلاع‌رسانی‌شان هنوز در دسترس است.

■ افزایش آگاه‌ها در شبکه‌های اجتماعی

اگر مراجع تقلید در سایت‌های خود اطلاع‌رسانی می‌کنند، شبکه‌های اجتماعی دور از چشم آگاه‌ها نمانده است. امروز با یک جست‌وجوی ساده در شبکه اجتماعی فیس‌بوک به آگاه‌هایی می‌رسیم که علی‌رغم تمام محدودیت‌های اعمال شده، در این سایت فعال هستند. حجت‌الاسلام والمسلمین حاج سید حسن خمینی، نوه امام خمینی(ره) به همراه همسرش ندا موسوی بجنوردی (فرزند آیت‌الله موسوی بجنوردی) و فرزندانش نرگس و احمد خمینی در این بین قرار دارند. زهرا ریانی املشی (فرزند مرحوم آیت‌الله ریانی املشی و عروس مرحوم آیت‌الله المعلمی منتظری)، برادرش وی به همراه و فرزندانش ناصر، حامد، هاجر، محمد مهدی و محمد سائق منتظری نیز در این شبکه فعالیت می‌کنند. زینب هاشمی (فرزند حجت‌الاسلام والمسلمین سید هادی هاشمی، داماد آیت‌الله منتظری)، دیگر نوادگان آیت‌الله منتظری هستند که در این شبکه اجتماعی فعالیت می‌کنند. فرزند آیت‌الله بیات زنجانی، محسن بیات نیز در این شبکه فعال است. علاوه بر آن صادق طباطبایی فرزند مرحوم آیت‌الله سلطانی طباطبایی نیز در این شبکه فعال است. تصاویر منتشر نشده و اطلاعات دست اولی را می‌توان در این صفحات به دست آورد.

■ مدیران ارشد حوزه

جامعه مدرسین حوزه علمیه قم اگر چه سایت خاص خود را دارد اما این سایت به خاطر ضعف نرم‌افزاری، طراحی و به روز نبودن، عملاً مورد استفاده چندانی قرار نمی‌گیرد. در مقابل سایت معاونت آموزش حوزه قم (<http://www.howzeh-qom.com>) از سایت‌های مرجع برای امور آموزشی طلاب به شمار می‌رود. ثبت‌نام امتحانات، تاریخ و محل آزمون‌های حوزه و ریز نمرات به همراه اخبار و اطلاعات مرتبط با حوزه آموزش، در این سامانه اطلاع‌رسانی ارائه می‌شود. مرکز مطالعات دینی خواهران حوزه علمیه موسوم به جامعه‌الزهرات نیز سایتی دارد که علاوه بر اطلاع‌رسانی در زمینه تحصیل خواهران در علوم دینی، وظیفه ارتباط آموزش طلاب و مدیریت را نیز بر عهده دارد و دختران طلبه از طریق این سایت انتخاب واحد می‌کنند. دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم از دیگر مراکز حوزوی است که توجه خاصی به اینترنت نشان داده است. سایت‌های دانشگاه باقرالموم، پژوهشگاه علوم فرهنگ و اندیشه اسلامی، گروه مطالعات اسلام و غرب، بانک مقالات قرآنی، سایت پاسخگو، جوان، پرسش و... از جمله زیرمجموعه‌های مجازی این مرکز به شمار می‌رود. شبکه اطلاع‌رسانی اجتهاد از زیر مجموعه‌های این دفتر هم به طور تخصصی مسأله اجتهاد را در مذاهب شیعه امامیه، شافعی، حنفی، مالکی، حنبلی، زیدی، الباسی و ظاهری بررسی می‌کند.

■ خبرگزاری‌های حوزوی

در حال حاضر دو پایگاه اطلاع‌رسانی خبری به صورت فعال تمام اخبار حوزه را مخابره می‌کنند: حوزه‌نیوز و رسانیز. حوزه‌نیوز بیشتر وجهه حوزوی دارد اما در خبرگزاری رسانیز سیاست نیز پررنگ است و خبرهای خارج حوزه نیز مورد توجه قرار می‌گیرد. خبرگزاری آینه‌روشن نیز در زمره خبرگزاری‌های حوزوی قرار دارد. آن گونه که در این سایت آمده است: «این پایگاه خبری، بیش و کم با رویکرد به موضوع‌هایی همچون آینده جهانی، موعود، مهدویت و دغدغه‌هایی هم چون عدالت‌گستری، مهرورزی، ظلم‌ستیزی و... با بر زمین خبرگزاران نهاده است».

در کنار این سایت‌های خبری، سایت طلبه‌بلاگ نیز به تازگی پا به عرصه خبری حوزوی گذاشته است. اگر چه تلاش طلبه بلاگ توجه بیشتر به وبلاگ طلبه‌ها بوده است، اما در حال حاضر به وبسایتی برای اطلاع‌رسانی به وبلاگ‌نویس‌های دینی تبدیل شده است.

■ آموزش آنلاین

سایت ارتباطی شیعی eshia.ir جمله سایت‌هایی است که در دو سطح عمومی و اختصاصی به مسائل دینی می‌پردازد. این سامانه اطلاع‌رسانی با ارائه یک مسنجر خاص خود، این امکان را فراهم آورده است تا به صورت آنلاین به سوالات دینی پاسخ گفته شود. نکته قابل توجه آن که نسخه موبایل این برنامه نیز تهیه شده و هم‌اکنون از طریق موبایل نیز امکان پاسخگویی ایجاد شده است. اما بخش دیگر سایت ارتباطی شیعی، مدرسه فقه است. مدرسه فقه است که از سال تحصیلی ۸۷-۸۶ آغاز به کار کرده است. امکان دسترسی به دروس خارج مراجع را به صورت مستقیم فراهم آورده است. درس خارج، مباحث تخصصی است که توسط اساتید ارشد حوزه ارائه می‌شود. علاوه بر آن آرشيو کاملی از این دروس در مدرسه فقه است گردآوری شده است. در حال حاضر دروس حضرات آیات مکارم شیرازی، شبیری زنجانی، سبحانی، جوادی آملی در قم، دروس استاد آل رضی و شیخ بشیر حسین رضوی در نجف، سید محمد موسوی خلخالی در مشهد، سید محمد علی موسوی جزایری در اهواز، مظاهری در اصفهان و تهرانی در تهران روی این سامانه اطلاع‌رسانی قابل دسترسی است. در کنار این سایت، حوزه آنلاین تمام دروس حوزه تا سال دهم (پیش از درس خارج) را روی شبکه جهانی قرار داده است. حوزه علمیه تبیان نیز بخشی از پورتال تبیان است که علاوه بر متن و صوت تمام دروس به اخبار، تاریخ حوزه، راه و رسم طلبگی و مسأله‌ای از این دست بی‌توجه نبوده است.

■ مولد نرم‌افزار

مؤسسه نور از مؤسسات حوزوی است که به صورت تخصصی به تولید نرم‌افزار می‌پردازد. این مؤسسه که تحت اشراف آیت‌الله خلیفانی اداره می‌شود، به طور تخصصی به استفاده از فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات برای پژوهش، آموزش و تولید نرم‌افزارهای پژوهشی، آموزشی، فرهنگی و تبلیغی مبادرت ورزیده است. این مؤسسه تاکنون تولیدات فراوانی که به طور خاص مرتبط با پژوهش در علوم دینی است، تولید نموده است؛ موضوعاتی چون «قرآن و حدیث، تفسیر، فقه و اصول، ادعیه و زیارات، احکام و...». این مرکز علاوه بر آن در زمینه فضای مجازی نیز به صورت فعال حضور دارد و علاوه بر آن که امکان فروش محصولات خود را در فروشگاه مجازی فراهم آورده است، اقدام به راه‌اندازی دو سایت اندیشوران حوزه و نورمگز کرده است. اندیشوران حوزه www.andishvaran.com همان‌طور که از نامش پیداست، دایره‌المعارفی است از حوزویانی که به نوعی دارای اثری هستند اما پایگاه <http://www.noormags.org> آن‌طور که در این پایگاه اطلاع‌رسانی آمده است، بزرگ‌ترین بانک نشریات حوزوی و علوم انسانی است و کاربران می‌توانند پس از عضویت در این سایت، از ۶۳۱ عنوان نشریه استفاده کنند. حوزه علمیه اصفهان هم علاوه بر پایگاه اطلاع‌رسانی، مرکز تحقیقات رایانه‌ای تأسیس کرده است و در زمینه نرم‌افزار نیز تولیدات فراوانی ارائه کرده است.

■ حوزویان روی نت

استفاده حوزه و حوزویان از شبکه جهانی، محدود به مراجع نیست. این روزها بازار اینترنت در قم داغ است و طلبه‌ها سعی می‌کنند از این ابزار ارتباطی، بهترین استفاده را ببرند. گروهی از طلبه‌های تحول‌خواه در حوزه سایتی با عنوان اسلام ناب راه‌اندازی کردند.

در کنار سایت‌های اطلاع‌رسانی، مجلات الکترونیکی نیز چندی است در حوزه راه پیدا کرده است. «چارقد» نشریه الکترونیکی‌ای است که بیشتر نویسندگان آن را دختران طلبه تشکیل می‌دهند. نشریه الکترونیکی رسائل نیز در ظاهری جدید وارد عرصه رسانه‌های حوزوی شد. این سایت البته چند ماهی است متروک مانده است. در مقابل نشریه «سرا» از نشریه‌های فعال الکترونیکی است. این نشریه زیر نظر مؤسسه اسرا وابسته به آیت‌الله جوادی آملی تهیه می‌شود. با تمام اینها، سایت‌هایی که مربوط به حوزه و حوزویان می‌شود، تنها به آنچه در این گزارش مورد اشاره قرار گرفته، محدود نیست و طلبه‌ها به دنبال تولید محتوا در اشکال جدید در فضای مجازی هستند. حوزوی‌هایی که بتوانند سایت می‌زنند و اگر دستشان به سایت ترسد از وبلاگ‌نویسی دریغ نمی‌کنند. بیشتر طلبه‌ها ایمیل دارند و هر کس به فراخور دغدغه‌های خویش سعی می‌کند از این ابزار استفاده بهینه ببرد.



این روزها بازار اینترنت در قم داغ است و طلبه‌ها سعی می‌کنند از این ابزار ارتباطی، بهترین استفاده را ببرند

مروری بر وبلاگ‌های پر مخاطب طلاب منبری‌های بی‌لباس، منبری‌های چادری

محمد منصور پروجنی

چقدر محتمل است پای منبری بنشینید که خطیخ لباس روحانیت بر تن نداشته باشد یا چقدر باورپذیر است که خاکی روی پاهای منبر به عطا مشغول باشد؟ شاید اساساً استفاده از چنین تمبیری صحیح نباشد اما در خلال حرف‌ها و گفته‌های طلاب و روحانیون اهل وبلاگ، واضح است که «منبر» تصور مشترک اکثریت آنان از «وبلاگ» است حتی اگر این قول را نپذیریم که تهران پایتخت وبلاگ‌نویسی جهان است؛ وبلاگ‌نویسی پدیده سال‌های دهه هشتاد ایران به شمار می‌رود از طرفی «طلاب علوم دینی در ایران جایگاه ویژه‌ای دارند همین‌سختی این دو پدیده به زایمان پدیده سوم می‌انجامد: «طلبه‌های وبلاگ‌نویس». وقتی که هم گزارش دادن از وبلاگستان فارسی جذابیت داشته باشد و هم گزارش دادن از مبلقه روحانیت؛ گزارش از وبلاگ‌های روحانیون، جذابیت مضاعفی خواهد داشت.

اگر محمدعلی ایطی، سیاستمدار اصلاح‌طلب و میان‌سال، نخستین روحانی اهل وبلاگ نباشد، اما باید از او به عنوان یک روحانی وبلاگ‌نویس سابقه یاد کرد اهمیت یافتن «وبنوشت» البته بیشتر به این بر می‌گشت که نویسنده آن معاون رئیس‌جمهور وقت بود و نقل از حاشیه‌هایی می‌کرد که به قدر متن خوانشی بودند اما ایطی طی این سال‌ها و حتی زمانی هم که دیگر پستی در اختیار نداشت، نوشت جایگاه خود در دنیای مجازی را حفظ کند از حمل روز نخست روحانی بودن آقای وبلاگ‌نویس جانب توجه بود و تا همین امروز نیز از مشخصه‌های غیرقابل کتمان و بنوشت‌نویس پدیداری روحانیونی که در استفاده از وبلاگ کلیلی‌خانی در خور توجهی داشتند نشان داد که تجربه ایطی یک اتفاق نبوده است.

●● وبلاگستان حوزوی: آنچه جریان دارد

مهم‌ترین انگیزه‌ای که اکثر طلبه‌ها را به سمت وبلاگ می‌کشاند همان «تبلیغ» است. این ذهنیت به خوبی برای طلاب جا افتاده است که اینترنت می‌تواند ابزار

مناسبی برای عرضه داشته‌هایشان باشد. بی‌دلیل نیست که بعضی از آنها وبلاگ را مانند منبر می‌دانند امین مجدد از طلبه‌هایی که البته زیاد وبلاگ به وبلاگ می‌شود درباره علت وبلاگ‌نویسی خود گفت: «چون بلد نیستم منبر بروم، چون توی یک سخنرانی، مخاطب فوفش حدود ۵۰ یا ۶۰ نفر باشد البته برای من». همین مسأله را محمد سنارت، روحانی وبلاگ‌نویس دیگری هم ذکر می‌کند: «روحانیون از قدیم اهل رسانه بودند، منبر خود رسانه‌های قوی است. به جز این هم احساس وظیفه طلبگی به آدم حکم می‌کند که از هر رسانه‌ای برای انتقال مفاهیم استفاده کند». وی این نکته را

هم می‌افزاید که دوسوپه بودن ارتباط از طریق اینترنت به خاطر نظرات و نامه‌های الکترونیکی، از جمله خصلت‌ها و البته مزیت‌های این رسانه نیز هست. «منبر» دانستن وبلاگ را در نظرات دیگر طلاب نیز می‌توان یافت.

وبلاگ‌نویسی طلاب اگرچه محدود به سن خاصی نیست و اگر چه دو تن از موفق‌ترین‌ها و اولین‌های این عرصه یعنی محمدعلی ایطی و محمدرضا زاکری در عداد میان‌سال‌ها می‌گنجد، اما توطیق طلبه‌های جوان در این عرصه بیشتر بوده است. نویسندگان وبلاگ‌های طلبگی عموماً متولد دهه ۶۰ هستند این نویسندگان چون در رعایت ضروریات وبلاگ‌نویسی، مخاطب‌شناسی وبلاگ، ادبیات و مند توشن در وبلاگ از بزرگ‌ترهای خود پیش هستند چه این که بسیاری از محققان چالانده و شناخته‌شده حوزوی نظیر نجف لکنزایی، سروش محلاتی و داود فیرمی ترجیح داده‌اند از سایت استفاده کنند و بعضی دیگر که به همان وبلاگ قناعت کرده‌اند مقالات خویش را از این طریق منتشر می‌کنند از این گروه می‌توان به جواد محسنی (که مدت‌هاست در وبلاگ نمی‌نویسد) اشاره کرد شاید شریف لکنزایی در میانسالیان استثنا باشد که در آن کمتر از دو سالی که وبلاگ می‌نوشت اقتضای

نوشته‌های وبلاگی را به درستی مراعات می‌کرد. با این حال میان سال‌ها حتی آنها که در جلب مخاطب توطیق یافته‌اند نظیر «حاج آقا داودی»، نویسنده وبلاگ «مخاطرات باورکردنی» یک حاج آقا، چندان مرتب نمی‌نویسند.

شاید یکی از مهم‌ترین دستاوردهای وبلاگ‌نویسی طلاب را باید در دیده شدن «دختران طلبه» دانست. اهمیت این موضوع به خصوص برای ناظر غیرروحانی و غیرساکن در شهر فم‌نکار ناشنی است. وبلاگ‌نویسی دختران طلبه نقش قابل توجهی در شکل‌گیری ذهنیتی واقعی‌تر از این قشر جامعه داشته است کم نیستند وبلاگ‌های قابل توجه در این زمینه که شاید صاحب‌نام‌ترین آنها وبلاگ «گل دختر» باشد که در جای خود به آن خواهیم پرداخت. بر خلاف آنچه تصور می‌شود وبلاگ‌های طلبگی وبلاگ‌هایی نیستند که صرفاً به موضوعات دینی و سیاسی بپردازند به وبلاگ «عالم و آدم» که پروید پاراستان‌های آقای نویسنده را می‌توانید ببینید و در وبلاگ «خاکستر سرد»، رباعیات خاتم شاعر را کمتر می‌بینید که این وبلاگ‌ها به سالی داخل حوزه که برای مخاطب بیرونی جذابیت ویژه‌ای دارد. برتراند (این را باید افزود که این عدم توجه به ارزش‌های خبری نشان می‌دهد طلبه وبلاگ را به عنوان یک رسانه حرفه‌ای تلقی نمی‌کنند) آنهایی که در نوشته‌های خود به سیاست هم می‌پردازند یا این ژانر را به عنوان رویکرد اصلی خود در وبلاگ‌نویسی برگزیده‌اند نیز لزوماً مدافع یک جریان خاص نیستند از پاس میردامادی، مهدی بداشتی، مرتضی ایطی و جواد اکبرین که متعلق به طیفی هستند گرفته تا احمد نجمی، محمد سنارت، عطیه کشتکاران و حسن اجرائی (با اندکی تسامح) که به طیفی دیگر تعلق دارند در میان آنها یافت می‌شود یا وجود اینکه طلبه‌های وبلاگ‌نویس، عمدتاً وبلاگ را در همان معنای تاریخی‌اش، یعنی روزنوشت به کار می‌برند با این حال بی‌توجه به اخبار و وقایع روز جامعه نیستند شاید یکی از نکات جانب توجه وبلاگستان حوزوی در روزهای آردیهشت، مسأله «حجاب و دور جدید از طرح ارتقایی امنیت اجتماعی باشد اکثر طلاب به این مسأله پرداخته‌اند و با وجود اینکه بر سر بهبود وضعیت حجاب متفق‌القولند اما اختلافاتی جدی به رویکردهای در پیش گرفته شده دارند و بعضی حتی طرح‌ها و ایده‌های فرهنگی‌تر و نرم‌تری را به عنوان جایگزین مطرح نموده‌اند.

بسیاری از طلبه‌های وبلاگی را نمی‌توان به سادگی شناخت، چه این که همه آنها طلبه بودن خود را بر ملا نمی‌کنند آنهایی هم که به عنوان طلبه شناخته می‌شوند نیز تقلوت بسیار زیادی با دیگر وبلاگ‌نویس‌ها ندارند در میان وبلاگ‌های طلاب می‌توان هم وبلاگ‌هایی با دانه مستقل یافت و هم وبلاگ‌هایی که از سرویس‌دهنده‌های رایگان استفاده می‌کنند هر چند بیشتر وبلاگ‌نویسین حوزوی سرویس

پارسی‌یلاک را برگزیده‌اند اگر این وبلاگ‌ها از حیث ظاهری مورد بررسی قرار گیرند: هم قالب‌های حرفه‌ای و انحصاری در آنها یافت می‌شود هم قالب‌های ساده و همگانی. اگر شیوه نگارش در مد نظر قرار گیرد نیز کمتر به همان میزان است که در دیگر وبلاگ‌نویسین. در واقع وبلاگستان حوزوی، فضایی چند منظرات و وبلاگستان فارسی ندارد و تابعی است از آنچه که در جامعه ماز می‌گذرد در حرف‌ها و گفته‌های بعضی از چهره‌های مطرح‌تر وبلاگ‌نویس حوزوی می‌توان به وضوح درک قابل قبول این قشر از نویسندگان وبلاگی از رسانه را دریافت. علی‌الشراف فتحی، نویسنده وبلاگ تورجان درباره نوع نگاه به رسانه‌های نو گفته بود: «بعضی از ما خود را جزو اصول دین فرض کرده‌ایم و هر گونه خشه به ساحت مقدس‌مان را به بدترین شیوه جواب می‌دهیم. اگر امثال ما پیامبر می‌شدند، حتماً یک تجربه مضحک را به بشر عرضه می‌کردند: نه تجربه‌های افتخارآمیز ابراهیم، موسی، عیسی و محمد (علیهم السلام) را، باید تحمل کردن را یاد بگیریم و تمرین کنیم و گرنه باید دور رسانه را خط بکشیم، آن هم رسانه دو طرفه‌ای چون اینترنت که مثل تلویزیون و سینما و رادیو یک طرفه و متکلم وحده نیست. باید وجود رقوب را بپذیریم و تحمل کنیم».



→
مهم‌ترین انگیزه‌های
که اکثر طلبه‌ها را
به سمت وبلاگ
می‌کشاند همان
«تبلیغ» است. این
ذهنیت به خوبی
برای طلاب جا
افتاده است که
اینترنت می‌تواند
ابزار مناسبی
برای عرضه
داشته‌هایشان باشد

وقتی که مستمعان، باید بخوانند!

در میان وبلاگ‌های حوزوی، وبلاگ‌های بسیاری خواندنی و پرطرفدارند؛ از جمله وبلاگ تورچان است. وبلاگ تورچان، از مهرماه ۸۸، با دو نویسنده و در فلسفه‌ای مستقل بروز می‌شود. تا پیش از آن، این دو دوست قدیمی هر کدام وبلاگ‌های مستقل (و البته تا حدودی مشابه) خود را بر روی بلاگفا داشتند. «سید مرتضی ابطحی» وبلاگ «دایره» را می‌نوشت و «علی‌اشرف قحقی» وبلاگ «تورچان» را که البته این نام اخیر برای همکاری مشترک این دو نفر باقی ماند. «تورچان» منطقی‌ای در کرمانستان و محل شهادت پدر علی‌اشرف قحقی است. توفیق این وبلاگ هم دارای ابعاد روشی و هم دارای ابعاد محتوایی است. نویسندگان این وبلاگ سعی می‌کنند در نوشته‌های خود اصول و قواعد روزنامه‌نگاری را به درستی رعایت کنند و به صحت اطلاعات خود اطمینان داشته باشند. اگرچه وبلاگ را دو نفر می‌نویسند، اما پایبندی به روش‌ها و شیوه‌های از پیش تعریف‌شده منجر می‌شود تا احساس دوگانگی به پیگیر دائمی وبلاگ دست ندهد. حرف‌های گری این دو نفر به همین جا محدود نمی‌شود. وبلاگ «تورچان» سوزهای خود را به دقت انتخاب می‌کند. با وجود وبلاگ‌نویسان پرشمار طلبه، کمتر کسی به حوزه و مسائل ناپذیری آن می‌پردازد. پرداختن به این موضوع در کنار اطمینان به محتوا باعث می‌شود تا مطالب حوزوی «تورچان» بارها در پایگاه‌های فارسی بازنشر شود یا به زبان‌های دیگر ترجمه گردد. از جمله دیگر وبلاگ‌هایی که در زمینه وبلاگ‌های حوزوی توفیق مناسبی کسب کرد، وبلاگ «گل دختر» بود. وبلاگی گروهی که جمعی از دختران طلبه آن را می‌نویسند، چیزی که در این وبلاگ توجه خواننده را جلب می‌کند، نه طلبه بودن نویسندگان، که فضای دخترانه آن است. عطیه کشتکاران در چه تسمیه این وبلاگ می‌گوید: «از یک سال قبل از راه‌اندازی وبلاگ محور موضوعات یعنی زنان و دختران را انتخاب کرده بودیم. یک روز با ماژرم نشسته بودیم. گفتیم می‌خواهیم وبلاگی با این موضوع شروع کنیم و اسمی می‌خواهیم که هم از آن موضوع وبلاگ مشخص باشد، هم یک نماد خوبی و پاکی داشته باشد؛ چند تاییه بیشتر نشد که ماژرم عنوان «گل دختر» را پیشنهاد دادند. استمرار وفاداری نویسندگان به این موضوع به خوبی قابل رؤیت است. این وبلاگ به صورت گروهی اداره می‌شود و هر از گاهی کسی می‌رود و کسی اضافه می‌شود. نویسندگان این وبلاگ نام‌های مستعار دارند که در آنها گل نقش اساسی دارد: «گل پر»، «گل بلبل گل سا»، «گل یونجه»، «گل یار» و... شرط‌های اساسی این نویسندگان اول دختر بودن و دوم طلبه بودن است. این وبلاگ به گفته مدیرش بنای آن دارد که با خصیصه «ارزشی» به مسائل زنان بپردازد به گونه‌ای که نه «متحجر» باشد و نه «فمینیست». البته این موضوعات به صورت پیشرفته و تخصصی در وبلاگ پی گرفته نمی‌شوند و خصیصه «وبلاگی» گل دختر هم چنان عیان است. «مدرسه ما» وبلاگ یکی از طلبه دانشجوهای مدرسه عالی شهید مطهری بوده است که در میان اصولگرایان طرفدارانی دارد. نام نویسنده وبلاگ «دانش‌طلب» است و شاید قلم تند و تیز او چندان مورد پسند همگان نباشد. البته این وبلاگ چندی پیش و پس از انقلابی که به مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی برای تبدیل مدرسه عالی شهید مطهری به دانشگاه کرد، فیلتر شد. مدیر آن نیز اعلام کرد که برای رفع فیلتر آن هیچ‌گونه پیگیری انجام نخواهد داد چرا که فعل «عربده‌کنی» نیست. اینک وقتی که صفحه این وبلاگ را باز می‌کنید با این پیغام سایت بلاگفا روبرو می‌شوید که این وبلاگ به دستور مقامات قضایی مسدود است. فیلترینگ «مدرسه ما» البته اعتراض بسیاری از وبلاگ‌نویسان اصولگرا را برانگیخت، چرا که از نظر آنان برای فیلترینگ هیچ‌گونه سلبه‌درستی وجود ندارد؛ از جمله وبلاگ‌های نسبتاً پراهمیت در وبلاگستان حوزوی «هنرنت»، «وبلاگ «احمد نجمی» است. نام وبلاگ حاکی از آن است که نجمی نیز هم‌چون بسیاری از هم‌سنگ‌هایش با وبلاگ به مثابه منبر مجازی برخورد می‌کند. هنرنت هر از گاهی به‌روزی می‌شود اما جنابیت آن، باعث شده تا مخاطبان خاص خود را داشته باشد. وبلاگ احمد نجمی علاوه بر بخش‌های دین و رسانه و سیاست، یک فنوبلاگ نیز دارد. احمد نجمی البته فردی رسانه‌ای است و عناوینی بسیار مهم‌تر از نویسنده وبلاگ «هنرنت» دارد. وی مدیر ارتباطات دفتر توسعه وبلاگ‌های دینی و مدیر مسؤول دو مجله الکترونیکی «چراغ» و «شماها» است. علاوه بر اینها وی در راه‌اندازی خبرگزاری رسانش داشته که همه اینها نشان‌گر آن است که نویسنده وبلاگ هنرنت هم کارشناس رسانه‌ای است و هم طلبه. «هودینگ هالوس» وبلاگی است که «حسن اجرایی» آن را می‌نویسد. وی سابق بر این در وبلاگ «ما سیدعلی» تا فتح قدس و مکه» با رویکرد «صنوبر فرهنگی انقلاب» می‌نوشت، اما از آن‌جا که نمی‌خواست از نام کسی استفاده بفرماید، وبلاگی آمد که نام آن «هودینگ هالوس» است. در زیر عنوان وبلاگش نوشته است: «خلفای ساخته از نود سخن» و اعتقاد دارد وبلاگ جایی است که می‌توان بسیاری از حرف‌ها را در آن زده مثل جایی برای سیگار کشیدن، ویژگی وبلاگ وی در رویکرد انتقادی آن است. وی با یانچی



← تسلط به ادبیات و بالا بردن قدرت نوشتاری، موضع‌گیری و نوشتن از جانب حزم و داشتن انضباط و مشی مشخص در وبلاگ‌نویسی از جمله عواملی است که رعایت آن می‌تواند بسیاری از طلبه‌هایی را که هنوز وبلاگ‌هایشان از مخاطب گسترده برخوردار نیست، یاری کند

که همواره ملایم است و حساسیت برانگیز نیست، به آنجه که نادرست می‌بیند، انتقاد می‌کند. همین شیوه او در انتقاد کردن، باعث شد تا خبرنگار طلبه‌بلاگ به او بگوید: «وبلاگ‌تان را که بررسی می‌کردم، با خواندن برخی از یادداشت‌هایتان، یک نویسنده انقلابی و حزب‌اللهی در ذهنم تداعی می‌شد، اما از آن طرف یادداشت‌هایی هم داشتید که نقیض این را برداشت کرده؛ جاسز تا یک نویسنده نیمه‌ضدانقلابی» او خود را اصولگرا می‌داند اما می‌گوید: «هر جا دوم خواندنی‌ها را نقد کرده‌ام، براساس مبانی مشترک نقدشان کرده‌ام». همین شیوه که به گفته خود سعی می‌کند به دنبال «تحقیر و استخفاف» کسی نباشد، باعث شده تا وبلاگ او هم در میان اصولگرایان و هم اصلاح‌طلبان طرفدارانی داشته باشد؛ بی‌آنکه مشخص باشد، نویسنده طلبه است. نمی‌توان از وبلاگ‌های حوزوی یاد کرد و به وبلاگ «محمدرضا زائری» نپرداخت. وبلاگ او با نام «هماندگی مجاز» از مهر ۸۱ تا تیر ۸۸ به‌روز می‌شد. موفقیت محمدرضا زائری نشان از آن دارد که وی به‌رغم سن و تجربیات دیگرش به درستی وبلاگ را شناخته بود و آن را با دیگر حوزه‌های کاریش جیلا نمی‌کرد. وی در آخرین پست وبلاگش که پست مفصلی بود و به حوادث پیش آمده در سه هفته پس از انتخابات پرداخته بود، شروع کار خود در وبلاگستان را «به قصد فهم یک پدیده بسیار مهم و تجربه کردن یک فضای کاملاً جدید» دانسته بود و نمره این تجربه و طیف گسترده مخاطبان آن نشان داد. او به نوشته زیر عنوان وبلاگ خود یعنی «قدم کلیک‌هایتان بر چشم» به خوبی وقار بوده است. شمار وبلاگ‌های قابل توجه و موفق وبلاگستان حوزوی بسیار فراوان‌تر از اینهاست. وبلاگ‌های بسیاری وجود دارد که قابلیت بررسی دارند. به عنوان مثال وبلاگ «هنرپوشی نشسته» بر پوست پلنگ» از این جمله است. عمده مطالب سینماگر موسوی در این وبلاگ جدی است. اما روان بودن وبلاگی آن از میان نرفته است. با وبلاگ «کاتب‌باشی» که ویژگی آن در حجم یک‌نواخت پست‌های کوتاه‌ش و استفاده مناسب از تصویر است. «محمد علی محمدی» علاوه بر کاتب‌باشی، مدیریت پایگاه خبری طلبه‌بلاگ را به عهده دارد که به فعالیت خبری پیرامون وبلاگستان فارسی، خصوصاً وبلاگستان حوزوی می‌پردازد. بنیاد راه‌راه، طلبه‌های ونوسی، هلیل، لب‌گزه و وبلاگ طلبه‌هایی است که در وبلاگ‌نویسی کامیاب بودند. نمونه‌های آورده شده، تنها برای تصویر جریان غالب در وبلاگ‌نویسی حوزوی بود.

ارزیابی تجربه روحانیون

روحانیون نشان دادند که اگر خود را مهربان وبلاگ‌نویس کنند می‌توانند تجربه‌های موفق در این عرصه به جا بگذارند. تسلط به ادبیات و بالا بردن قدرت نوشتاری، موضع‌گیری و نوشتن از جانب حزم و داشتن انضباط و مشی مشخص در وبلاگ‌نویسی از جمله عواملی است که رعایت آن می‌تواند بسیاری از طلبه‌هایی را که هنوز وبلاگ‌هایشان از مخاطب گسترده برخوردار نیست، یاری کند. با این حال به نظر می‌رسد تا همین جای کار هم، طلبه‌ها بهره‌مناسبی از این ابزار برداشت نکرده‌اند. وبلاگ باعث شده تا دو تجربه نسبتاً بدیع به حوزه عمومی عرضه شود. نخست روحانیون مکتباً نویسندگانی که از موضع عالم دین و درون گفت‌وگو با روحانیون عرضه می‌کنند اما بسیاری‌شان به دلیل جوانی یا هر دلیل دیگری لباس روحانیت بر تن ندارند و برای عامه مردم قابل توجه است و دوم طلبه‌های زن؛ که بسیاری می‌توانند با روحیات و نگرش‌ها و طرز زندگی آنان آشنا کنند. هنوز هم که هنوز است دیوارهایی نامرئی میان بخش‌هایی از طبقه متوسط با روحانیون وجود دارد که این تجربه تاکنون نقش بسزایی در کمرنگ‌تر کردن این مرزها داشته است. اگر بخواهید کلمه وبلاگ را در گوگل جست‌وجو کنید از ده پیشنهاد گوگل، دو نای آن مربوط به وبلاگ‌های حوزوی است: «وبلاگ ابطحی» و «وبلاگ تورچان» که به خوبی گویای جایگاه مناسب روحانیون در وبلاگ‌نویسی است. راه‌اندازی پایگاهی خبری با عنوان «طلبه‌بلاگ» اگرچه با کمک‌های رسمی، نشان‌گر آن است که روحانیون به خوبی به اهمیت این پدیده آشنا شده‌اند اما آسیب بسیاری جدی که در کمین وبلاگ‌نویسی طلاب قرار دارد این است که برخی از متولیان فرهنگی و رسانه‌ای در اندیشه «مهندسی کردن» این فضا برآیند برگزاری جشنواره‌ها و جایزه‌ها برای این‌گونه وبلاگ‌ها، یا حتی ارائه طرح برای ارتقای محتوایی‌شان، سرکشی است که از قضا صفرای می‌فزاید و موجب بسته شدن راه خلاقیت و ابتکار وبلاگ‌نویسان حوزوی خواهد شد. روحانیون امروزه بیشتر از استاذان و دانش‌جویان علوم انسانی به اهمیت اینترنت و ارزش‌های رسانه‌ای آن پی بردند و در این امر مدیون هیچ‌نهادی نیستند. به نظر نمی‌رسد که استمرار و ارتقای این روش نیز محتاج دولتی‌سازی وبلاگستان باشد. ارزش‌گذاری وبلاگ‌ها کار آسانی نیست، چرا که مکتبی برای عرضه هر آنچه است که نویسنده می‌خواهد هیچ‌کس نمی‌تواند از موضع خود به ارزیابی تلاش دیگری بپردازد. تنها در این بازار باید از اندازه گشت و کلاهی را که مطلوب است برگزید. البته موفقیت عرضه‌کنندگان در این بازار رمز و رازهای خود را دارد.

بررسی عملکرد رادیو معارف

صدای ما را از قم می شنوید

● رادیو بدون موسیقی

یکی از بزرگترین سنت‌شکنی‌های این رادیو عدم مجوز استفاده از موسیقی است. در طول ۲۴ ساعت پخش برنامه، حتی مراسم اختیاری نیز حذف شده است. حذف موسیقی باعث شده است رادیو معارف بیشتر حالت مجموعه‌ای از مقالات صوتی یا منبرهای تنظیم شده پیدا کند اما در سال ۸۵ یعنی پس از ساختن مقام رهبری در لزوم توجه هر چه بیشتر به تولیدات این رادیو، کمیته شعر و موسیقی غیر سازی رادیو (که به دلیل مشکلات مالی منتها تعطیل بود) فعال شد و مقاله و سفارش ساخت قطعاتی را در دستور کار قرار داد. تصور رادیویی که نتوان از موسیقی در آن برای القای حس‌های مختلف به شنونده استفاده کرد، برای بسیاری کاری نداشتن است. رادیو معارف تا مسی می‌کند با استفاده از جمع‌خوانی و تک‌خوانی سرودهای مذهبی این خلأ را پر کند.

● رادیو به مثابه حوزه علمیه

بخش آموزش رادیو از جمله بخش‌هایی است که به دنبال ارتباط با سوره یا مخاطب است. «تشی‌های حدیث»، «گول‌های وحی» و «حرفه‌های نام» از جمله برنامه‌هایی است که در سلیقه این بخش رادیو ثبت شده است. در حال حاضر هم این‌ها در قالب «تلفاز» با برنامه «هر محضر ولایت» به شرح نامه ۵۳ نهج البلاغه می‌پردازد. هدف اصلی در این سری برنامه‌ها، ارائه مباحث دینی به مخاطب عام و با صیغه گزاره در زندگی است. مخاطبانی که تصمیم به شرکت در این دوره‌ها دارند از طریق شبکه اینترنت «تنام» در امتحان پایانی شرکت می‌کنند. در کنار این برنامه‌ها، بخش‌هایی هم به صورت خاص مخاطب خاص، یعنی بخش «محتوی» از تحصیل‌کردگان حوزه را شامل می‌شود. درس خارج فقه این‌ها در سطحی صحیح و درس خارج فقه

از روزی که رادیو به ایران آمد، روحانیون هم رفته‌رفته با این ابزار جدید آشنا شدند. ابتدا گروهی از رادیو معارف می‌خواستند و خرید و نگهداری آن را نشانده بی‌دینی، اما رفته‌رفته رادیو هم به عنوان واقعیتی که می‌تواند حتی از نگاه دینی و سنتی هم مفید قلمداد شود، پا به عرصه مسائل ارتباطی غیر حرام برای حوزه‌ها گشوده شد. فلسفی‌اشترین صداهایی است که پیش از انقلاب صداپیشگان رادیو پخش می‌شد. در روزت پیروزی انقلاب اسلامی هم رادیو از جمله ابزارهای بود که روحانیون از آن استفاده می‌کردند. حجت‌الاسلام دعایی در رادیو بغداد حاضر می‌شد و مواضع امام را از این طریق بیان می‌کرد. پس از انقلاب با توجه به اینکه نگاه غالب روحانیون به واسطه حضور در تغییرات اجتماعی، رادیو تکریم کرد. مردم حوزه‌ها به فکر فغاندن رادیویی تأسیس کنند که خود ساکنان آن باشند.

● رادیو قرآن

رادیو قرآن، اولین رادیویی است که به صورت تخصصی به نوعی با حوزه مرتبط است. این رادیو که از سال ۱۳۶۲ آغاز به کار کرد، به طور خاص به ترویج معارف قرآنی می‌پرداخت. تلاوت قرآن، قرآن و تفسیر آموزش، قرآن و جامعه، مجمع قرآنی و تفسیر قرآن از اصلی‌ترین محورهای است که در اهداف این رادیو تعریف شده است. رادیو قرآن از تهران پخش می‌شود اما ارتباط وثیقی با قم دارد. علاوه بر احکام فقهی، صحبت‌های حضرات آیات و حید خراسانی، جوادی آملی، مظاهری، شب‌الایی، حق‌شناس و ناصری پخش از آن می‌شود.

● معارف رادیویی

رادیو را روشن می‌کنی و تنظیم می‌کنی روی موج رادیو معارف یا خودت فکر می‌کنی این دیگر چه نوع رادیویی می‌تواند باشد؟ کار سختی نیست. چند برنامه‌اش را که گوش کنی همه چیز دست می‌آید. بهترین تعریفش همان است که خودت می‌گویند: «صدای ما را از قم می‌شنوید».

کارشناسان رادیو معارف بیشترشان یا خودشان جزو هی هستند یا نوعی مرتبط با حوزه هر چه هستند، تفکر سنتی رایج خوبی می‌شود حتی از لایه لای حرف‌های مشاوران خانواده هم حس کرد. پروژه رادیو معارف در سال ۷۷ در قم با روزی ۸ ساعت برنامه کلید خورد. یک سال بعد کار خود را به ۱۴ ساعت افزایش داد و بالاخره در سال ۸۲ به پخش ۲۴ ساعته رسید. انواع رادیو معارف این روزها همه جای ایران پخش می‌شود. علاوه بر رادیو اینترنتی، از طریق امواج ماهواره نیز تا آمریکای شمالی هم می‌توان صدای این رادیو را شنید. در سال ۱۳۸۷ نیز بخش انگلیسی این رادیو با عنوان ندای اسلام (The Call of Islam) آغاز به کار کرد. برنامه‌های این رادیو در ۵ بخش کلی دسته‌بندی می‌شود:

- ۱- قرآن و حدیث
- ۲- فقه و سیره
- ۳- اندیشه و حکمت
- ۴- فرهنگ و ادب
- ۵- خبر و سیاسی

هر روز صبح «صدای عهد» پخش می‌شود و «حکرم جوان» به مباحث اخلاقی می‌پردازد. «قصه‌های قرآن»، «میزم احکام» و «هرش و پاسخ تربیتی» هم از جمله برنامه‌هایی هستند که برای مخاطب عام در نظر گرفته شده‌اند. اخباری که مورد توجه رادیو معارف نیز طبعاً اخباری است که صیغه دینی داشته باشد.



این‌ها همکار شیرازی شما پخش می‌شود. درس خارج در حوزه علمیه، عالی‌ترین سطح دروس است که به بررسی نظری مبانی احکام فقهی می‌پردازد. علاوه بر آن درس خارج اصول فقه این‌ها شاهرودی و درس تفسیر این‌ها جوادی آملی نیز شما پخش می‌شود. این دروس بیشتر برای روحانیونی مفید است که خارج از قم زندگی می‌کنند و امکان حضور در دروس قم را ندارند.

● تجربه‌های موفق یا شکست خورده

اینکه تجربه رادیو معارف تا چه حد موفق بوده است، سوالی کلی است که باید با توجه به گروه‌های مخاطب و امار دقیق بدان گونه که در آماری که سال گذشته منتشر شد آمده، «بر اساس نظرسنجی مرکز تحقیقات صدا و سیما درباره برنامه‌های رادیو معارف از افراد ۱۸ سال و بالاتر ساکن تهران و ۱۱ شهر دیگر، ۱۶٪ درصد به برنامه‌های این شبکه رادیویی گوش می‌کنند که از میان این افراد ۲۷٪ درصد به دلیل محتوای دینی و مذهبی این شبکه را انتخاب کرده‌اند». اما به هر حال سبک خاص این رادیو مشکلات خاص خود را در جذب مخاطب عام رویه‌روی مدیران آن قرار داده است. مشکلی که گهگاه سعی می‌کند با تبلیغات تلویزیونی برای حضور در مسابقات این رادیو پر شود. اگر چه نمی‌توان این رادیو را رادیویی موفق در جذب جوانان ارزیابی نمود. اما هر چه باشد رادیو معارف وسیله‌ای است برای پیوند دادن گروه‌هایی از سنتی‌ترین مخاطبان صدا و سیما با روند تغییرات سیاسی، اجتماعی و فرهنگی جامعه ایران. در عین حال این رادیو ابزار خوب و کارآمدی برای آموزش مستقیم معارف از قم است و با توجه به ارتباط نزدیک با حوزه می‌تواند نگاه دینی را مستقیماً در اختیار مخاطب قرار دهد.



اگر چه نمی‌توان این رادیو را

رادیویی موفق در جذب جوانان

ارزیابی نمود اما هر چه باشد رادیو

معارف وسیله‌ای است برای پیوند

دادن گروه‌هایی از سنتی‌ترین

مخاطبان صدا و سیما با روند

تغییرات سیاسی، اجتماعی و فرهنگی

جامعه ایران