

صداوسیما خیلی تلاش می‌کند و زحمت می‌کشد، اما این کافی نیست و لازم است جسورتر عمل کند. کرسی‌های آزاداندیشی که رهبر انقلاب بر آن تاکید داشتند، هنوز روی زمین مانده و باید تا حالا توسط تلویزیون و دانشگاه به صورت مشترک راه می‌افتاد

صحبت می‌کند. این دیگر
کل برنامه‌سازی مذهبی
د ولی این‌که همه شبکه‌ها
دهند، دیگر تکراری شده و
د. مثلا صبح خیلی زود چند
ی پخش می‌کنند که اشتباه
ت مختلف روز پخش شود.
ن فرم گذشته ولی نمی‌دانم
ه پیدا کند. منبر و تلویزیون
باید این دو را باهم اشتباه
باید مخاطب را هوشمندتر

لویزیون با مردم صحبت کند،

ست و هرکسی چه روحانی
تلویزیون باید سواد بصری
یدن، شکل و جای نشستن
ی برای صحبت کردن باید
ن متنوع و متکثر هستند
ا ببینی و باید حدس بزنی.
ن مخاطب شما هستند که
ا مخالف باشند. کسی که
زند، باید بداند یک لشکر
ه‌رویش قرار دارد و باید
شد. یعنی گفت‌وگو طوری
س کنند در آن جایی دارند.
ست که از تنوع سرسام‌آور
گر ایده‌ای را قبول ندارد، آن
حساس کند او درک روشنی
همین دلیل در تلویزیون
رزهای اخلاق، ادبی و نزاکت
کان ندارد کسی در فضای
ت و توهین‌آمیز یک منظور
دفاع می‌کند و بد دفاع کردن
ری از حمله دارد. محتوای
ر باشد که مخاطبان بدانند
ه روبه‌رو می‌شوند و اگرچه
ا سرسری هم نمی‌توانند

***دتی به عنوان کارشناس در
ور حذف می‌شوند؟***

واند داشته باشد. خیلی‌ها
ند در این جایگاه باشند و
ن است کسی بیاید و پس
از ادامه راه منصرف شود.
اطی ضعیفی داشته باشند،
کنند، لغزش‌های جدی
م دیگر، عدم صبوری برخی
ن این‌که یک کارشناس یک
ی می‌کند، تنها راهی که بلد
ری است. مانند حاشیه‌ای
م پور پیش آمد. این شیوه
توان برنامه‌ای برای تشریح
ولید کرد. حتی به کارشناس
موضوع حرف نزن. این رفتار
ی امنیتی تعریف می‌شود.
ری است که چون بسیاری از

برنامه‌سازان حوصله و خلاقیت کافی را ندارند، بیش از حد به یک موضوع می‌پردازند و کارشناس هم پس از مدتی برنامه را رها می‌کند.

شایعاتی وجود دارد که بعضی از روحانیان برای حضور در برنامه‌ها مثل سلبریتی‌ها مبالغ زیادی دریافت می‌کنند. شما چنین چیزی را شنیده‌اید و چه نظری درباره آن دارید؟

مبالغ بالا را نشنیده‌ام، ولی به‌هرحال متاسفانه این مساله دامنگیر ما طلبه‌ها هم شده و تعداد کمی هستند که از قبل بر سر مبالغی توافق می‌کنند و برای حضور در برنامه پیش‌شرط می‌گذارند. این کار را هم خلاف اخلاق و هم خلاف شرع می‌دانم اما خوشبختانه تعداد کسانی که این کار را می‌کنند خیلی کم است. من از برخی بزرگان دراین‌باره پرسیده‌ام و چنین پولی حتی شبهه شرعی هم دارد. اما اگر شخص برای ترویج حقایق توحیدی و با عشق و علاقه به برنامه‌ای برود و در پایان به او صله یا هدیه‌ای بدهند، این جزو حلال‌ترین پول‌هاست. البته بعضی از کسانی که در این مساله وظایفی دارند هم کوتاهی می‌کنند و باعث می‌شود برخی از آقایان احساس کنند مورد ظلم قرار گرفته‌اند.

مثلا در یک برنامه چند سلبریتی و یک طلبه دعوت می‌شوند؛ به آن چهره‌ها مبالغ کلان داده می‌شود و به طلبه که می‌رسند، می‌گویند طیب ا... خیلی استفاده کردیم (خنده). این آقایان هم از این بی‌تقوایی‌ها مطلع می‌شوند و شاید بخشی از این شرط گذاشتن‌ها، ناشی از چنین نگاهی از طرف برنامه‌سازان باشد. البته اعتقاد من این است که طلبه تحت هیچ شرایطی نباید چنین کاری انجام دهد، چون این کارها غلط است و با روح طلبگی نمی‌سازد. این استدلال محکمی نیست که من بگویم چون سلبریتی‌ها شرط می‌کنند، من هم شرط کنم. آنها کارشان چیز دیگری است و توقع دیگری هم از آنها وجود دارد. طلبه نباید درباره اجر و پاداش سؤال کند، اما اگر هدیه حلالی به او دادند، می‌تواند بپذیرد.

چه توصیه‌ای برای بهبود کیفیت برنامه‌های دینی رسانه ملی دارید؟

مدیران و برنامه‌سازان تلویزیون را دعوت به شرح صدر می‌کنم. الان رقبای بزرگ و گردن‌کلفتی از فضای مجازی بگیرید تا جاهای دیگر وارد میدان می‌شوند. اگر تلویزیون هوشمندانه‌تر عمل نکند، در این دوره‌ای که به تعبیر رهبر معظم انقلاب بحث جنگ روایت‌هاست، روایت‌هایی بر مردم و اذهان آنها غالب می‌شود که دیگر نمی‌توانیم خیلی از آنها را برطرف کنیم. صداوسیما خیلی تلاش می‌کند و زحمت می‌کشد، اما این کافی نیست و لازم است جسورتر عمل کند. کرسی‌های آزاداندیشی که رهبر انقلاب بر آن تاکید داشتند، هنوز روی زمین مانده و باید تا حالا توسط تلویزیون و دانشگاه به صورت مشترک راه می‌افتاد. به محض این‌که در برنامه‌های تلویزیونی حرف متفاوتی زده می‌شود، برنامه قطع نشود و اجازه دهند ادامه پیدا کند. من مشفقانه از آقایان خواهش می‌کنم با نگاه امنیتی با این مسائل برخورد نکنند و اجازه دهند اقشار گوناگون جامعه حس کنند صدایشان شنیده می‌شود. اگر کار درست را ما انجام ندهیم، دیگران بیکار نمی‌مانند و کار خطا را انجام می‌دهند. تلویزیون به یک انقلاب در برنامه‌سازی نیاز دارد و برنامه‌سازان باید از این انفعال خارج شوند و رسانه ملی ما یک رسانه فعال، پویا و تاثیرگذار باشد. امیدوارم دین خودمان را بتوانیم از این جهت ادا کنیم.

بررسی تعدادی از روحانیان شاخص تلویزیون با حجت‌الاسلام سرلک

آقای قرائتی یک پدیده رسانه‌ای است

برای این‌که از کلیات و بحث‌های نظری فاصله بگیریم، با حجت‌الاسلام سرلک وارد مصادیق شدیم و نظر ایشان را درباره تعدادی از روحانیان شاخصی که در برنامه‌های تلویزیونی حضور دارند، جویا شدیم.

حجت‌الاسلام محسن قرائتی



آقای قرائتی به نظر من یک پدیده رسانه‌ای در جهان ارتباطات است. خیلی‌ها هم نسبت به این ویژگی ایشان متعجب شده‌اند و تا به حال چند رساله دکترا با موضوع ویژگی‌های تبلیغی و تخاطب آقای قرائتی نوشته شده و من خبر دارم از کشورهای دیگر هم برای بررسی دلایل موفقیت ایشان آمده‌اند. موفقیت ایشان به اخلاص، توانمندی و جایگاهشان برمی‌گردد. نماینده امام (ره) و رهبرمعظم‌انقلاب بوده‌اند، سابقه‌ای طولانی دارند، صریح‌اللهجه هستند و راحت حرفشان را به افکار عمومی می‌زنند، جناحی سخن نمی‌گویند و تاکنون خودشان را خرج مسائل جناحی نکرده‌اند. به جز اینها، آقای قرائتی از محتوای غنی‌ای به نام قرآن‌کریم استفاده می‌کنند و برای هر برنامه‌ای، چندین ساعت مطالعه دارند.

حجت‌الاسلام حامد کاشانی



دلیل موفقیت آقای کاشانی کارشناس بودن در حوزه تحلیل تاریخ اسلام است. ایشان عمدتا به ابعادی از تاریخ اسلام پرداخته‌اند که تاکنون مطرح نشده‌است. خودشان هم دغدغه و اخلاص این موضوع را دارند و به لطف خدا مخاطب متخصص پیدا کرده‌اند. آقای کاشانی در حوزه تاریخ اسلام صحبت‌هایی داشته‌اند که پیشتر تا این حد مدون به آن پرداخته نشده‌بود.

حجت‌الاسلام محمد برمایی



آقای برمایی طلبه‌ای هستند که توانایی اجرایشان بسیار بالاست. به نظرم ایشان یک مجری خوب تلویزیون هستند که اگر طلبه نبودند هم می‌توانستند در اجرا موفق باشند. شیوه اجرای آقای برمایی نزدیک به احسان علیخانی است و این روش به دلیل طلبه بودن ایشان و کنتراستی که ایجاد می‌کند، باعث جذب مخاطب می‌شود. ضمن این‌که ایشان یک طلبه خوش‌چهره و خوش‌بیان هم هستند.

آیت‌ا... سید محمدمهدی میرباقری



آیت‌ا... میرباقری هم به دلیل سطح مطالب متعالی‌ای که ارائه می‌کنند، نوعی کارکرد تخصصی برای سخنرانی دینی ایجاد کرده‌اند. ایشان زبان تخصصی خودشان را دارند و طبیعتا مخاطبانی خاص‌تر هم دارند. از این جهت آقای میرباقری هم می‌توانند یک پدیده رسانه‌ای باشند.