

دین و رسانه

وحید حیاتی

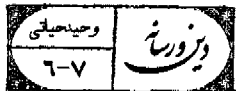
اشاره

نگاه دینی به پدیده‌های گوناگون از دغدغه‌های همیشگی بشر در تاریخ بوده است. در حوزه رسانه نیز با حضور فن‌آوری‌های جدید، اندیشمندان مرتبط با رسانه و دین با رویکردهای گوناگون به تامل در باب ماهیت هر یک، هم‌گرایی آن‌ها و یا تضاد و گسست هر یک از دیگری پرداخته‌اند. آرمان رسانه دینی مسئله‌ای مهم در این راستا است که در تاریخ عصر جدید به فراخور شاهد انواع آن، روشن و عملکرد هر یک بوده‌ایم. سال‌ها پس پیروزی انقلاب اسلامی، دلمشغولی عالمان دین به رسانه به عنوان پدیده‌ای مدرن و مدیران و اندیشمندان عرصه رسانه به موضوع دین همواره یکی از دغدغه‌ها بوده است به گونه‌ای که در راه رسیدن به رسانه دینی، شاید بسیار سخن گفته شده باشد. ولی رسیدن به چنین آرزویی، مسلماً مستلزم ممارست، هم‌فکری در حوزه‌های مرتبط و تلاش بی‌امانی است که این آرزو را بنیاست دور از دسترس بینداریم و ان شاء الله بدان دست خواهیم یافت.

و اما بعد...

رسانه تلویزیون در حال حاضر با تماشاگرانی که بیش از ۸۰٪ مردم را تشکیل می‌دهد، در بیشتر نقاط دنیا، یکی از پر مخاطب‌ترین وسایل ارتباط جمعی با ویژگی‌های منحصر به فرد تلقی می‌شود. این رسانه با توجه به گستردگی مخاطب و تأثیرگذاری آن در میان مردم به ویژه خانواده‌ها، یکی از روش‌ها، کاربردها و به گونه‌ای محوری برای شکل دادن به فرهنگ، اجتماع و حتی دیانت مردم است که به ویژه حضور همه‌جانبه آن را می‌توان در حیطه‌های فردی و اجتماعی لمس کرد. این رسانه با ویژگی‌هایش به گونه‌ای خود را به آدمی تحمیل

۱. «تلویزیون از دایره خانواده، نیم‌دایره درست می‌کند»، اوتار اشعیت



می‌کند. با این توصیف تلویزیون در عصر کنونی وضعیتی را پدید آورده است که به عنصری تأثیرگذار، مهم و غیرقابل انکار در جامعه انسانی بدل شده است و به گونه‌ای - با تسامحی اندک - همه امور انسانی چه فردی و اجتماعی، چه اخلاقی و حتی دینی از دریچه او می‌گذرند و این نقش پررنگ‌تر از گذشته با ما همراه شده است. گرچه این امر در ابتداء مقداری هراس‌آلود به نظر می‌رسد ولی همان‌طور که در نظر تهدید می‌آید، فرصتهایی را نیز با خود به ارمغان می‌آورد. موضوعی که به گمان نگارنده این سطور بنابر طبیعت رسانه ذات و اقتضائات آن و با توجه به نگرش خاص غالب بر رسانه و ایدئولوژی حاکم بر آن در عصر حاضر، منجر به کنار گذاشته شدن و به حاشیه راندن دین شده است.

پدید آمدن تلویزیون به منزله ثمره دوران مدرنیته باعث گردیده که این رسانه به عنوان نمادی از تکنولوژی غرب با اندیشه غربی شناخته شود. در کنار این امر، تأثیرات فراوان تلویزیون بر زندگی مردم به گونه‌ای سبب گردید که دین نیز به شکلی تحت‌الشعاع این تأثیرات قرار گیرد و در طول تاریخ خود، گاه در کنار دین و گاه در تضاد با آن عمل نماید. در برخی برهه‌های تاریخی عالمان دین تصمیم به استفاده از این رسانه در جهت توسعه تبلیغ دینی گرفتند و در برهه‌های دیگر با آن سر‌ناسازگاری گذاشتند و آن را به حاشیه راندند. به تعبیری دیگر حیطه خود را از رسانه جدا نمودند و حتی با قدرتی که رسانه در سیطره بر امور داشته خود را از آن دور داشتند و البته در بسیاری از اوقات نیز این امر منجر به حاشیه‌نشینی دین از زندگی مردم گردید.

تعامل دین و رسانه - چه به عنوان دو نهاد اجتماعی و چه به عنوان ابزار انتقال پیام و خود پیام - در طول دوران اخیر، فراز و نشیب فراوانی را طی کرده است. هنوز که هنوز است، این تعامل موافقان و مخالفان بسیاری در سراسر جهان دارد؛ به گونه‌ای که برخی با در نظر گرفتن رسانه به عنوان وسیله‌ای برای انتقال پیام، آن را ابزاری برای انتقال مفاهیم دینی تلقی می‌کنند و برخی نیز با نگاهی شدیداً بازدارنده، ذات دین را با رسانه در تعارض می‌بینند و از دریچه نگاه

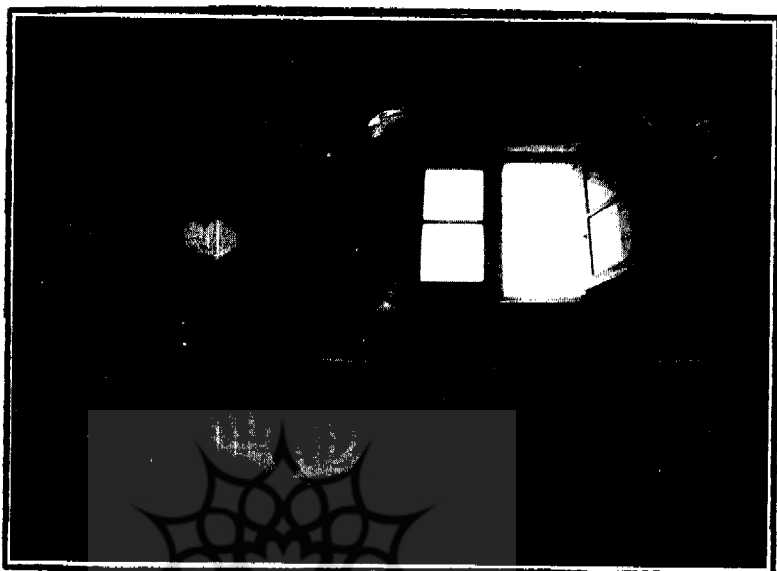
آنها رسانه وسیله‌ای برای تبلیغ دین قلمداد نمی‌شود بلکه بیشتر در صدد ضربه زدن به ساحت دین انگاشته می‌شود و در نتیجه معتقدند که دین، در انتقال پیام رسانه‌های اختصاصی خود را دارد. این، مسئله اساسی و مهمی است که دو حوزه دین و رسانه سالهاست با آن دست به گریبانند. گرچه هر کدام از رویکردهای یادشده برای خود دلایلی دارند ولی در حال حاضر و بنابر اقتضای زمانه به نظر نمی‌رسد طرفداران هر یک از این نظریه‌ها، ویژگی‌های این دوران را نادیده بگیرند و مطمئناً راه میانه می‌تواند افق‌های ورود به بحث تعامل دین و رسانه را بگشاید؛ در این نوشتار نیز بر آن هستیم تا در این باره سخن بگوییم و قدمی در راستای شکل دادن به این تعامل برداریم.

در فضای کنونی تفنن رسانه‌ها و پیشرفت چشم‌گیر آنها، غلبه بر حوزه دین آشکارا به چشم می‌خورد که البته خود از دغدغه‌های دینداران در دوران اخیر محسوب می‌گردد. این امر به نحوی، استفاده دینداران و عالمان دین از رسانه‌ها را - به عنوان یک نیاز واقعی - اجتناب‌ناپذیر می‌نماید. شاید امروزه بهتر است بگوییم که موضوع دین و رسانه یک مسئله اجتماعی شده است و همه دستگاه‌های سیاسی و اجتماعی، نظریه‌پردازان و اندیشمندان نمی‌توانند این مسئله را نادیده بگیرند. این موضوع تبدیل به دغدغه‌ای برای آنان (از منظر تعامل دین و رسانه و عواقب بهره‌گیری دین از رسانه‌ها) شده است؛ چرا که استفاده از تلویزیون برای انتقال معانی دینی در جوامع بشری متجرب به شکل‌گیری و رواج گونه‌هایی تازه از فعالیت‌های رسانهای تحت عنوان دین رسانه‌ای شده است. در بسیاری موارد صاحب‌نظران بر این عقیده‌اند که رسانهای کردن معانی دینی و استفاده از رسانه‌ها در طرح و اشاعه مفاهیم دینی به نوعی متجرب به ساده شدن، عام‌پسند شدن و نمایشی شدن آن مفاهیم می‌شود که خود از موضوعات بحث‌برانگیز و چالش‌برانگیز در حوزه تعامل دین و رسانه تلقی می‌شود. در این رسانهای کردن مفاهیم که عمدتاً در مواجهه رسانه‌های سنتی و مدرن (تلویزیون) رخ

می‌دهد، معمولاً تلویزیون به این سمت حرکت کرده است که محتوا و شکل‌های پیام‌های رسانه‌ای را که در نوع سنتی غالباً حضور چشمگیری دارند، در این رسانه انعکاس دهد. در بیشتر موارد، برنامه‌های شاخص دینی تلویزیون به نحوی اجرا شده همان پیام‌ها، آثار و برنامه‌های رسانه‌های سنتی دینی در فضایی متفاوت و با حفظ همان ویژگی‌های قبل هستند. بخشی از این بی‌توجهی می‌تواند ناشی از عدم شناخت اقتضات رسانه جدید و به نوعی تلویزیون باشد؛ برای نمونه بسیاری معتقدند بخش رسانه‌ای آیین‌ها و مراسم مذهبی به همان شیوه اجرا در مکان‌های مذهبی، منجر به حذف ویژگی‌های آن آیین مذهبی در جمع و مکان خاص مربوط به آن می‌گردد و باعث گسستگی میان پیام و مکان و همچنین ویژگی‌های حضور می‌شود؛ فردگرایی را تقویت می‌کند و پیام‌های دینی را در معرض دنیایی مملو از پیام‌های دینی و غیردینی قرار می‌دهد و به نوعی ایجاد رقابت می‌نماید؛ اموری که از خصیصه‌های رسانه تلویزیون در پرداختن به امور دینی به شمار می‌آید.

بسیاری از کارشناسان دینی معتقدند این امور به ساحت دین لطیفات جبران‌ناپذیری وارد می‌کند. از طرفی با گسترش هر چه بیشتر رسانه تلویزیون و پوشش گسترده‌تر آن، چالش‌های جدیدتری میان دین و رسانه پدید می‌آید که می‌تواند به رشد و در عین حال آسیب به حوزه یکدیگر منجر شود.

اگر مبنای این اصل را بپذیریم که تلویزیون در بطن تاریخی، صنعتی و فکری غرب به وجود آمده است و طبیعتاً هویت زیبایی‌شناسانه آن، معرفت و فلسفه حاکم بر آن، مبتنی بر فرهنگ و اندیشه غرب است، شاید بهتر بتوانیم با مسئله رویه‌رو شویم. به سادگی می‌توان دریافت که اگر تلویزیون - به عنوان مثال - در فرهنگی هم‌چون ایران اسلامی خلق و اختراع می‌شود، باز ماهیت حاکم بر آن بر اساس فرهنگ و اندیشه ایرانی - اسلامی شکل می‌گرفت؛ و همین امر در مقام مقایسه کافی است تا به تمایزات میان این فرهنگ و آن فرهنگ و ویژگی‌های هر یک پی ببریم که مسلماً بر قواعد رایج و امور مرسوم آن تکنولوژی تأثیر مستقیم خواهد گذاشت. بنابراین و با توجه به نکته فوق، به این موضوع باید اعتراف نمود که فرهنگ و تلویزیون رابطه‌ای منسجم و تنگاتنگ با یکدیگر دارند، به نحوی که تلویزیون خود اشاعه‌دهنده فرهنگ می‌شود و از سویی دیگر فرهنگی که تلویزیون از آن برخاسته نیز ساختاردهنده تلویزیون و چهارچوب فکری آن قلمداد می‌شود. با این توصیف اگر مثلاً نظام ارتباطی اسلامی را در گستره‌ای کلان بر پایه چهارچوب نظام فرهنگی اسلامی به عنوان ثمره‌ای برخاسته از دل آن جستجو کنیم، بالطبع این نظام مجموعه‌ای بر مبنای جهان‌بینی اسلامی و توحید، متکی بر باورها، ارزش‌ها و اعمال فردی و اجتماعی خواهد بود که در راستای آموزه‌های اسلامی تبیین



می‌شوند. این موارد صرفاً امور کلی این موضوع است و می‌تواند به همراه دیگر مواردی که صورتی جزئی‌تر ولی مهمی دارند در چهارچوب نظام ارتباطی مدنظر قرار گیرند.

با توجه به کلیاتی که در بالا به آنها اشاره گردید و با توجه به ضرورت استفاده از رسانه در تعامل با دین، به عنوان پدیده‌ای نو در عصر حاضر به نظر می‌رسد راهکارهایی وجود دارند که توجه به آنها و حرکت در راستای دستیابی به آنها می‌تواند شکل تعامل میان حوزه دین و رسانه را به سوی سوق دهد که در آینده شاهد مناسبت و هم‌گرایی بیشتر این دو حوزه و رسیدن به آرمان تلویزیون دینی که از آرزوهای دیرینه دست‌اندرکاران رسانه ملی است، باشیم. این موارد می‌توانند خود، محوری برای پیگیری باشند که در این‌جا به اختصار متعرض آنها می‌شویم ولی طبیعتاً این موارد در حد بضاعت نگارنده این نوشتار و با در نظر داشتن کاربرد بودن هر یک به رشته تحریر در آمده است و بدیهی است که هر کدام رشته‌ای مطول برای تبیین خواهد داشت که از عهده این نوشتار خارج است:

✓ توجه به کارکرد سرگرمی در رسانه تلویزیون؛ غفلت از این موضوع می‌تواند ناشی از همان نگاه سنتی حاکم بر رسانه‌های سنتی و مراکز برگزاری آیین‌های مذهبی باشد که معمولاً آن را به اشتباه معارض با دین تلقی می‌کنند و در یک توهم عمومی منحصر به اعیاد خاصی شده است. در واقع تصورات نادرست باعث فاصله افتادن میان دین، سرگرمی و شادی شده است که

این امر نیز در رسانه تلویزیون بسیار به چشم می‌خورد و قالب خاصی هم چون هاله‌ای اطراف برنامه‌های دینی را فرا گرفته است. در بسیاری اوقات به جهت روی آوردن برنامه دینی به سوی قالبهای سرگرم‌کننده و شادی‌افزا، این تصور نادرست به وجود آمده که ساده‌انگارانه برنامه تولید شده و یا مفاهیم عرضه شده در آن به ورطه نامطلوب - از نظر دینی - سقوط می‌کنند. در حالی که توجه به امر سرگرمی و پرکردن اوقات فراغت و ایجاد زمینه‌های شادی در برنامه‌ها از اصول پیش‌فرض تلویزیون و خواسته‌های جدی مخاطبان این رسانه محسوب می‌شود که غفلت و بی‌توجهی به آن می‌تواند آسیب‌های جبران‌ناپذیری به بدنه اجتماع وارد آورد. در این میان تصور ارائه مفاهیم دینی به کودکان و نوجوانان فارغ از جنبه سرگرمی و شادی می‌تواند نتایج دردناک به همراه داشته باشد و نسل آینده این مرز و بوم را بی‌نشاط و رخوت‌آور پیش چشمانمان محسم نماید. باید بیش از پیش دقت نماییم که تلویزیون وسیله ارتباط جمعی است که عمده تماشاگران آن، پس از یک روز پر استرس و تکان‌خیز به تماشای آن می‌نشینند و در میان اعضای خانواده حضور مستمر دارد که اکثر اوقات خود را با این وسیله ارتباطی می‌گذرانند. بنابراین این خود فرصتی است که باید از آن استفاده مطلوب نمود و برنامه‌های دینی را با ترکیب عناصر بیانی و اهداف آموزشی و ارشادی در کنار سرگرمی و شادی، مناسب حال مخاطبان تولید و عرضه نماییم.

✓ جستجوی مزیت‌ها و ویژگی‌های یک برنامه در رویکردی خاص - مثل عناوین دینی یا آموزشی بودن - به معنای برگزیدن برخی کارکردها و کنار گذاشتن دیگر آن‌ها نیست؛ چرا که معمولاً این کارکردها نسبی هستند. به هر حال برنامه‌ای که با هدف سرگرمی تهیه شده نیز می‌تواند اهداف آموزشی و ارشادی را دنبال کند. در ضمن باید توجه داشته باشیم که تولید برنامه‌های دینی با کارکردها و اهداف از پیش تعیین شده لزوماً به معنای اثربخشی متناسب با آن اهداف نیست. به هر حال راهکار مناسب این است که در راستای ارتباط صحیح و استراتژی‌های مدنظر یک جامعه و با توجه به سیاست‌های کلان رسانه، برخی کارکردها مورد تأکید و یا کم‌رنگتر از پیش پرداخته شوند تا میان محتوا و پیام تعیین شده و آرمان‌های رسانه ملی تناسب لازم شکل بگیرد؛ همین‌طور است توجه به گروه‌بندی مخاطبان در برنامه‌های دینی که برنامه بتواند با محور قرار دادن مخاطب هدف خویش، در عین حال گروه وسیع‌تری از مخاطبان را در دایره بیرونی تماشاگران خود قرار دهد تا در ضمن راضی نگه‌داشتن مخاطبان اصلی، بتواند با آگاه نمودن افراد خارج از اکثریت دینداران و آشنایان به دین، اهداف بلند رسانه را در زمینه جذب مخاطب تأمین نماید. این امر به عنوان سیاست برنامه‌ای می‌تواند پیگیری شود تا شاهد افزایش، رشد و تقویت معنویت و دینداری در جامعه باشیم.

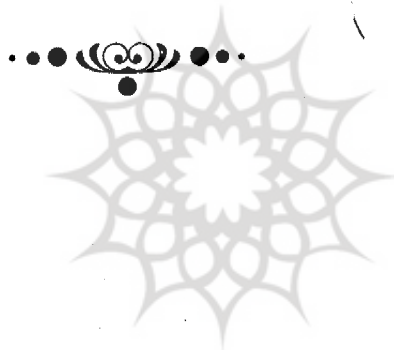
✓ برای دستیابی به موضوع برنامه‌هایی با اهداف آموزشی، ارشادی، دینی و سرگرمی نباید به سوی قالبها و ساختارهای برنامه‌های خاص و محدود گام برداریم؛ چرا که آنچه در زمینه تلویزیون و قالبهای برنامه آموخته شده است، عناصری است که سالهای سال در رسانه‌های گوناگون با هر اندیشه و فرهنگی تعریف و آزموده شده است. این ذهنیت - که بسیاری از برنامه‌سازان در اندیشه خود بدان می‌پردازند - که برنامه‌های دینی تلویزیون به نحوی همان انعکاس و آیینگی مراسم مذهبی در رسانه‌های سنتی مانند مساجد و منابر هستند، عمده‌اشتباهی است که در برخورد با تلویزیون به عنوان رسانه‌ای مدرن با آن مواجه هستیم. این امر مجال نوآوری و آزمودن راهکارهای نوین در ارائه پیام‌های دینی را سلب می‌کند. بنابراین برای خلاصی از فرهنگ حاکم بر عناصر فرمی و محتوایی باید همواره مسیر تجربه و حرکت و تشویق در راه آزمودن و شناخت عناصر گوناگون در تهیه برنامه را باز بگذاریم. این همان بازنگری در روش و مبانی فکری است که می‌تواند منجر به ایجاد و یا یافتن ایده‌هایی متناسب با فرهنگ ایرانی و دین اسلام گردد.

✓ باید دقت کنیم تا تجارب اصیل دینی در مراسم و آیین‌های مذهبی را صرفاً با آرایشی جدید از رسانه تلویزیون عرضه نکنیم و موجب حذف آن‌ها از پهنه زندگی افراد جامعه نشویم. به گونه‌ای که در آینده با حس نوستالژیک به آن تجاربه آداب و رسوم دینی بنگریم. بنابراین شیوه سامان دادن رسانه به امور دینی و مذهبی بسیار اهمیت می‌یابد. باید توجه کرد که تلویزیون نمی‌تواند و نباید اقتدر گسترده شود که جانشینی برای شرکت افراد در مراسم‌های مذهبی گردد و تجارب اصیل دینی جای خود را به یک هیئت مجازی دهند. لذا باید تلویزیون را به لحاظ اجتماعی دارای نقشی مکمل و پوشش‌دهنده رسانه‌های سنتی تصور و تبیین کرد و از این منظر چهارچوب فعالیت‌ها و برنامه‌های آن را شکل داد.

✓ اهمیت و ضرورت اندیشه‌مورزی، تحقیق و نظریه‌پردازی در حوزه دین و رسانه به عنوان یک اصل، پیش روی اندیشمندان این حوزه‌ها است. این موضوع یکی از راه‌های بازنگری در روش‌ها و رویکردهای موجود در عرصه دین و رسانه است. کوشش در زمینه شکست تابوها و ورود به مباحث و مطالعات این حیطه از علم و بازشناسی اندیشه‌های رایج در این عرصه از اهمیت فراوانی برخوردار است. تجربه تاریخی نیز حاکی از آن است که روش‌های موجود و گذشته و در چهارچوب فکری غربی، نتیجه‌ای جز آنچه در حال حاضر رسانه‌ها با آن دست به گریباندن نخواهد داشت. در واقع این هشدار همیشه باید همراهان باشد که بهره‌گیری از الگوهای تجربه‌شده رسانه‌ای در تعامل با حوزه دین و اتکالی صرف به مبانی نشأت‌گرفته از مبانی اندیشه‌های غرب خطاست و کمکی به ما در جهت شناساندن الگوها و آموزه‌های دینی در تعامل با رسانه نخواهد کرد.

سخن کوتاه آن که باید بپذیریم حتی با وجود رسانه‌های مدرن، هنوز اصلی‌ترین منابع دینی مورد استفاده مردم، همان رسانه‌های سنتی هستند و بسیار اندک‌اند تماشاگرانی که به رسانه تلویزیون به عنوان گزینه‌ای دینی چشم دوخته باشند؛ هر چند که این از آرمان‌های رسانه ملی است. البته این موضوع شاید در ذهن مردم ریشه گرفته از اعتقاداتی رسوب یافته باشد ولی نباید به سادگی از کنار رسانه‌های مدرن به ویژه تلویزیون بگذریم و این عرصه را در اختیار دیگران قرار دهیم. روشن است که تلویزیون با داشتن جایگاهی میانه و البته نزدیک به رسانه‌های سنتی می‌تواند ایفاگر نقش موثری در ترویج و اشاعه مفاهیم و آموزه‌های اسلامی و دینی باشد ولی این موضوع در صورتی به مرز امکان و رشد نزدیک خواهد شد که هر دو رسانه بتوانند از استراتژی و اصول مشترک دینی تبعیت نمایند و به نحوی همسو با یکدیگر فعالیت خود را سامان دهند.

در پناه حق



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی