



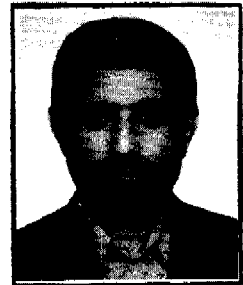
### اشاره

ماهنامه رواق هنر و اندیشه، به عنوان تنها ماهنامه مکتوب با رویکرد مطالعات رسانه و دین، خود را موظف می‌داند نظر اصحاب علم را جویا شود. متن پیش رو حاصل مصاحبه مکاتباتی ما با سیدحسین شرف‌الدین، دانش‌آموخته حوزه علمیه و دانشجوی دکتری فرهنگ و ارتباطات، درباره بحث دانش رسانه‌های دینی است.

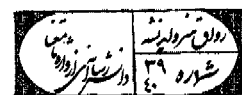
### و اما بعد...

### دیدگاه شما درباره دانش رسانه‌های دینی چیست؟

دانش رسانه‌ای به واقع نه یک دانش یا حوزه معرفتی مشخص که مجموعه‌ای از شاخه‌ها و گرایش‌های مختلف و به هم پیوسته یا شبکه درهم تنیده‌ای از دستاوردهای نظری و تجربی برگرفته از فلسفه، روان‌شناسی، روان‌کاوی، جامعه‌شناسی، مطالعات فرهنگی، اقتصاد، حقوق، ارتباطات، مدیریت، زبان‌شناسی، نشانه‌شناسی و شاخه‌های مختلف هنری است که به صورت یک دانش چندرشته‌ای یا میان‌رشته‌ای اعلام موجودیت کرده و به بحث و بررسی پیرامون طیف گسترده‌ای از موضوعات هم‌چون فرایند ارتباط، ارتباط‌گر، مخاطب، معنا، نماد، پیام، مجاری ارتباط، مهارت‌های ارتباطی، فضا و بستر وقوع ارتباط، اهداف ارتباط، آثار و پیامدهای ارتباط، شرایط تاثیر، فیلترها یا کنترل‌گرها، پارازیت‌ها یا عوامل اختلالگر، جنبه‌های هنری و زیبایی‌شناختی پیام، گونه‌شناسی ارتباط، مدل‌های ارتباطی، روش‌شناسی، چهارچوب‌های تحلیل و... اختصاص یافته است. مفروضات زمینه‌ای، ظرفیت‌های سازمانی، قواعد و هنجارهای رفتاری، استانداردهای حرفه‌ای، ارتباطات درون و برون سازمانی، فرصت‌ها و محدودیت‌های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، مذهبی نیز از جمله موضوعاتی هستند که تصریحا و تلویحا در این دانش از آن‌ها سخن به میان می‌آید. لازم به ذکر است



حسین شرف‌الدین، متولد ۱۳۴۰ در شهر ایذه، دانش‌آموخته حوزه علمیه قم (خارج فقه و اصول)، کارشناسی‌ارشد الهیات و معارف اسلامی (گرایش فلسفه و کلام) از تربیت مدرس دانشگاه قم. عضو هیات علمی موسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره)، مدرس حوزه، موسسه بر راه حق، مدرس دانشگاه، دانشجوی دکتری فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق (ع)



که بخشی از دانش رسانه‌ای ناظر به ابعاد فنی و جنبه‌های سخت‌افزاری رسانه است که از حوصله این گفتار خارج است. با الهام از تصویرسازی فوق، دانش رسانه‌ای دینی - یا منبعث از دین - نیز قاعدتا حوزه‌ای خواهد بود که تحت تاثیر و متناسب با منظومه باورها، نگرش‌ها، ارزش‌ها، هنجارها، نمادها، اهداف و آرمان‌ها، ترجیحات دین و تجربیات تاریخی و حرفه‌ای کارگزاران و رسانه‌گردانان مومن، اقتضانات فرهنگ دینی جامعه، نیازها و انتظارات مخاطبان، دستاوردهای علمی و تجربی، فرصت‌ها و محدودیت‌ها و... لوازم دانشی و اطلاعاتی مورد نیاز برای یک فعالیت رسانه‌ای در بخش‌های مختلف تدوین راهبردها، سیاست‌های اجرایی، برنامه‌ریزی، جذب نیرو، تولید، پخش، مخاطب‌یابی، تاثیرگذاری، بازخوردگیری و... را فراهم می‌سازد.

#### آیا اساسا رسانه دینی تعبیر علمی و درستی است؟

رسانه دینی نیز مانند همه مفاهیم دارای پسوند دینی - جامعه دینی، علم دینی، حکومت دینی - از مصطلحات جدیدی است که تلقی‌های مختلفی از آن وجود دارد. تلقی ابتدایی از این مفهوم و تصویر غالب و متفاهم از آن به ویژه با ارجاع به تجربه ارباب کلیسا و جامعه مسیحی در راهاندازی و اداره دهها شبکه رادیویی و تلویزیونی با هدف انتشار پیام دین، به حوزه معنایی رسانه دینی نوعی تعیین قهری بخشیده است. از این رو، رسانه دینی، رسانه‌ای است که به نشر و پخش عقاید و باورهای دینی، جهان‌بینی مذهبی، ارزش‌های اخلاقی، آرمان‌های متعالی، رهنمودهای قدسی، آیین‌ها و مناسک دینی، احکام و قواعد مذهبی، سبک‌های زندگی مومنان، ابعاد شخصیتی چهره‌های الگویی، فراز و فرودهای زیست‌جهان تاریخی مومنان، تفسیر متافیزیکی حوادث و رویدادها و ترغیب به داشتن زندگی سالم و بانشاط بپردازد. رسانه دینی همچنین باید از کیان دین دفاع کند، به تقویت موضع مومنان بپردازد، به شبهات ملحدان و منتقدان پاسخ گوید، نیازهای روحی و معنوی مومنان را تامین کند، بنیادهای معرفتی اهل ایمان را تقویت کند، در موضوعات نوین مرتبط با دین و معنویت اتخاذ موضع نماید، حق‌گرایی و حق‌جویی را ترویج کند، با بینش‌ها و ارزش‌های انحرافی مبارزه نماید، حساسیت‌های متعالی را برانگیزاند، در اصلاح و پالایش فرهنگ عمومی بکوشد، تذکارات لازم را متمه‌اندانه ارائه نماید و همواره در دعوت غیرمومنان برای پیوستن به جرگه مومنان تلاش کند. این رسانه همچنین باید از موضعی سلبی، از همراهی با سیاست‌های رسانه‌ای غالب در جامعه مدرن هم‌چون ترویج سکس، بی‌بندوباری، خشونت، سرگرمی‌های مبتذل، موسیقی‌های مخرب، مادی‌گرایی افراطی، مصرف‌گرایی، بینش‌ها و تمایلات سکولار و لاییک، پوچ‌گرایی و... به شدت بپرهیزد و تا حد امکان مسئولانه با این جریان مبارزه کند. به بیان مختصر، یک رسانه دینی تمام‌عیار، باید علاوه بر مضمون و محتوا، در روح، شکل، قالب، زبان، بیان و مجموع آرایه‌ها و ضمام نیز دینی یا تابع و متأثر از دین باشد.



با توجه به گسترش ارتباطات رسانه در شعاع جهانی و تکثر ادیان و مذاهب، رسانه چه امکانات فرهنگی و اجتماعی برای دین می‌تواند فراهم نماید؟

فرآیند برگستره جهانی شدن به دلیل کوچک شدن و آب‌رفتگی تدریجی جهان، فشردگی زمان و مکان، مغلوب شدن مرزهای جغرافیایی و فرهنگی و دهها و صدها تحول ریز و درشت دیگر که عمدتاً به یمن ظهور وسایل ارتباطاتی و مواصلاتی مدرن و رسانه‌های پر قدرت جهان گستر به وقوع پیوسته، امکانات و در عین حال، چالش‌هایی را برای فرهنگ، عموماً و برای دین، خصوصاً فراهم ساخته است. برخی از امکاناتی (و گاه محدودیت‌هایی) که رسانه‌ها به ویژه رسانه‌های جهان گستر به طور مستقیم و غیر مستقیم برای دین فراهم ساخته‌اند، از این قرار است: ترغیب و تحریص مومنان متعهد به تبلیغ دین و مرام ایدئولوژیک خود، تعدد و تکثر روزافزون کانال‌های تبلیغ و ترویج دین، امکان‌یابی پراکنش اطلاعات دینی در شمارگان وسیع، امکان‌یابی بیشتر برای تبلیغ آموزه‌های دین، آسان‌تر شدن دستیابی به اطلاعات بیشتر از تعالیم و موقعیت دیگر ادیان (کمیت و پراکندگی پیروان، حوزه نفوذ، سیاست‌های تبلیغی، امکانات)، رشد فزاینده دانش مذهبی و اطلاعات دینی توده‌ها و افراد غیر متخصص (که خود به تنزل جایگاه و کاهش موقعیت فکری و اجتماعی متخصصان مذهبی منجر شده است)، کاهش اتصال سنتی مذهب به تاریخ و فرهنگ ملت‌ها و گروه‌های قومی، وقوع تغییر در



ساختار سنتی ادیان تاریخی (بعضاً وقوع تغییر در محتوای اعتقادات، ارزش، مناسک، شعائر و رسوم تحت تاثیر ارتباط با فرهنگ‌های مختلف)، گسترش ارتباطات متنوع میان پیروان یک دین در سراسر جهان، تعمیق پیوند میان ملل دارای دین مشترک، برهم خوردن مرزهای جغرافیایی ادیان، ورود کنترل‌ناپذیر ادیان به قلمرو نفوذ و حوزه استحفاظی یکدیگر، نزدیکی بیشتر ادیان به ویژه ادیان الهی با یکدیگر، و وقوع پدیده چندملیتی‌شدن تدریجی ادیان، امکان‌یابی تلفیق و آمیزش نوین ادیان و شکل‌گیری ادیان التقاطی، امکان‌یابی ظهور ادیان بی‌سرزمین یا فاقد مرکزیت مشخص، توسعه روزافزون معنویت‌گرایی دینی یا متأثر از دین، شیوع پدیده می‌لغ‌شدن همگانی و ورود فزاینده افراد و گروه‌های مختلف به جرگه مبلغان دینی، کنترل‌ناپذیری جریان تبلیغ دین توسط کانال‌های مختلف، شیوع تبلیغ غیر مستقیم دین از طریق برنامه‌های متنوع رسانه‌ای، روند روبه رشد تکثرگرایی و پلورالیزم مذهبی، تقویت همزیستی در عین رقابت آزاد ادیان در مقیاس جهانی، توسعه جهانی جنبش‌های مذهبی بدون تکیه بر روحانیان و متخصصان مذهبی، مشارکت بیشتر ادیان و مومنان در جنبش‌های اجتماعی (هم‌چون جنبش‌های صلح، حفاظت از محیط زیست، تبعیض نژادی، تروریسم، جنگ و...)، کالایی‌شدن اقلام فرهنگی دین، بالارفتن میزان مصرف اطلاعات دینی، شیوع دیدگاه‌های انتقادی به مذهب و مولفه‌ها و تفسیرهای سنتی آن، امکان بازخوردگیری فرستندگان پیام دینی از

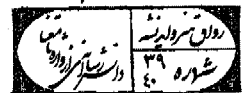
مخاطبان متنوع، کاهش خودسانسوری در طرح دعاوی دینی مخالف با قرائت‌های رسمی و ترجیحی، امکان پالایش یا سیقل‌دهی پیام‌های دینی پیش از ارسال، استفاده بیشتر از هنر در تبلیغ آموزه‌ها و پیام‌های دینی، امکان دریافت پرسش‌های مختلف معطوف به دین از طریق مخاطبان، توده‌ای شدن دین رسانه‌ای و...

### ظرفیت رسانه‌های دیداری - شنیداری در انتقال مفاهیم دینی تا چه میزان است؟

رسانه‌های دیداری - شنیداری (تلویزیون، سینما و اینترنت) به دلیل ویژگی‌های هستی‌شناسی، اقتضائات تکنیکی، قابلیت‌های ساختاری، ظرفیت‌های بیانی، زبان فنی، مختصات زیبایی‌شناختی، منطقی نشانه‌شناختی، الزام به خلق فضاها و مصنوعی و تخیلی، ماهیت این‌جهانی و غلظت ویژگی‌های سکولار، محدودیت دانش فنی و آکادمیک گردانندگان و... با وجود امکانات و ظرفیت‌های بسیار زیاد برای انعکاس تصویری پدیده‌ها و واقعیات مشهود و ترجمه‌ی امور ذهنی و انتزاعی، واقعیات نامرئی این‌جهانی؛ معمولاً برای عینی ساختن و تصویر پردازی از واقعیات جهان فراسو، عالم غیب، حقایق متافیزیکی و استعلایی و یافتن مابه‌ازاهای تصویری متناسب با مشکلات زیادی مواجه‌اند. معادل‌سازی تصویری برخی از حقایق و معارف بلند فلسفی، عرفانی و کلامی مندرج در منابع اصیل دینی و برخی از یافته‌ها و مواجید تجربی و شهودی اهل معرفت و تبدیل آن به تصاویر عینی و رئالیستی اگر نه محال، دست‌کم بسیار مشکل و در مواردی با دخل و تصرف‌های زیاد و بعضاً تحریف‌گرانه توأم خواهد بود. بی‌شک، حقایقی که حتی تصور و ادراک عقلی آن برای سالکان طریق و فرهیختگان متاله خالی از صعوبت نیست، به راحتی نمی‌تواند در تور تخیل برنامه‌نویسان و تصویرسازان رسانه‌ای صید شود. البته وجود این سنخ محدودیت، تا کنون مانع ورود ارباب رسانه به این عرصه نشده و نباید بشود. دراماتیزه کردن باورها، ارزش‌ها و حقایق دینی و تصویرپردازی متوازن از شخصیت‌های تاریخی و چهره‌های الگویی در قالب‌های مختلف برنامه‌ای و ادبیات نمایشی، موجب می‌شود تا عموم مخاطبان به ویژه کسانی که به راحتی امکان سلوک فکری برای نیل به این حقایق را ندارند، به راحتی دست‌کم به سطحی از این حقایق دیرپاب وصول یابند. بی‌شک، تصویرسازی و معادل‌یابی دیداری نیز همچون همه انواع ترجمه‌ها مشکلات و محدودیت‌های خاص خود را دارد و ارباب رسانه باید ضمن وقوف و آگاهی دقیق به کاستی‌ها و آسیب‌های محتمل این قبیل برنامه‌ها، تا حد امکان از بروز تبعاتی که خلاف مطلوب را نتیجه می‌دهد، اجتناب ورزند. نیازی به ذکر نیست که بخش قابل توجهی از حقایق و معارف دینی، به دلیل اقتضائات ویژه، قابلیت زیادی برای سوزپردازی و پذیرش چهارچوب‌ها و قالب‌های متنوع رسانه‌ای دارند.

### تحلیل و ارزیابی شما از حضور دین در رسانه (دین رسانه‌ای) چیست؟

دین رسانه‌ای، به استناد تجزیهات کلیسایی و قطع نظر از الگوهای مفروض و متخیل، دینی است که



به صورتی انضمامی در قالب برنامه‌های مختلف رسانه‌ای توزیع و انتشار می‌یابد. به بیان دیگر، دین رسانه‌ای مظلومی است که در ظرف رسانه و در چهارچوب قابلیت و محدودیت‌های آن به صورت مستقل یا ضمنی ابلاغ و تبلیغ می‌شود. دینی که رنگ رسانه را بر خود دارد و متناسب با اقتضات، ضرورت‌ها، ماموریت‌ها و انتظارات فرهنگی - اجتماعی رسانه، مفهوم‌سازی، تفسیر، قالب‌یابی، برنامه‌نویسی، تصویربرداری و اقیاء می‌شود. در مفهوم دین رسانه‌ای که ظاهراً معرف ورود ناخواسته و غیر منتظره دین به نظام رسانه‌ای سکولار در جوامع غربی است، این دین است که به منزله بخش انفکاک‌ناپذیری از فرهنگ عمومی جامعه به رسانه راه یافته و در چهارچوب برنامه‌های معمول آن انعکاس می‌یابد. در مقابل مفهوم رسانه دینی که بیشتر مبین بهره‌گیری آگاهانه دین‌مداران از رسانه‌های مدرن در تبلیغ و ترویج تعالیم دینی در قالب‌های مختلف رسانه‌ای است، این رسانه است که باید به تبع دین و ظرفیت‌های درونی آن، خود را سازمان داده و در جهت انتشار مطلوب آن برنامه‌سازی کند.

رسانه‌ها در جوامع سکولار عمدتاً با هدف تامین مطالبات و انتظارات مخاطبان دینی، کاهش حساسیت‌ها و اعتراض‌ها، تنوع بخشیدن به برنامه‌های رایج، جامعه‌پذیر کردن توده‌های دارای پیشینه فرهنگ دینی، بسط و تعمیق باورهای مذهبی، ارائه تفسیرهای متافیزیکی از حوادث و رخدادهای تاریخی - اجتماعی، معنا بخشیدن به زندگی، تقویت بنیادهای اخلاقی، مهار بوج‌گرایی روزافزون، پاسخ‌یابی برای شبهات ملحدان، تقویت آمیزه‌های مذهبی فرهنگ غالب، مرتبط ساختن دین با زندگی روزمره، کاهش روند فزاینده کج‌روی‌ها و انحرافات اجتماعی، ترغیب عموم به تامل و تفکر در حقایق دینی، انعکاس فعالیت‌های متنوع سازمان‌های دینی و... به معرفی دین (باورها، ارزش‌ها، هنجارها، مناسک، آداب، حکایات تاریخی، احوالات اولیای دین) در قالب‌های مختلف رسانه‌ای هم‌چون خبر، سخنرانی، میزگرد، مصاحبه، پرسش و پاسخ، آموزش، مستندسازی، جنگ، فیلم و سریال، قصه‌گویی، موسیقی، کارتون و... روی آوردند. با ارجاع به تجربیات کلیسایان، این ورود تبعی با وجود خدمات نسبی به نشر و تبلیغ دین و تقویت جایگاه آن در ذهنیت توده‌ها، به دلیل ارجاعات نامتوازن، بهره‌گیری‌های کلیشه‌ای، قالب‌سازی‌های نامناسب، تفسیرهای مادی‌گرایانه و سکولار، در دسترس نهادن حقایق بلند، سطحی‌نگری و... پیامدها و تبعات ویرانگری را به بنیادهای اعتقادی مومنان و ظرفیت‌های دینی جامعه متوجه ساخت. انتظار می‌رود که در جامعه انقلابی ایران، کارگزاران فرهنگی به ویژه ارباب رسانه با هوشمندی و درایت، ضمن بهره‌گیری کامل از ظرفیت‌های رسانه‌ای موجود در جهت تبلیغ و ترویج معارف دین متناسب با اقتضات زمان و نیاز مخاطبان، از بروز چنین پیامدهای نامطلوبی جلوگیری کنند.

