

دیالکتیک شکل و محتوای مذهبی در تلویزیون

دکتر اصغر فهیمی فر



مقدمه: در هیچ برهه‌ای از تاریخ، رسانه تلویزیون در کشور ما تا این اندازه عامدانه و آگاهانه در خدمت انتقال ادبیات و آموزه‌های مذهبی به مخاطب نبوده است؛ و اما سؤال اینجاست آیا به همین میزان در متأثر کردن مخاطب هم موفق بوده است؟ قدر مسلم بین انتقال پیام به مخاطب با تأثیر بر آن تفاوت وجود دارد.

به عنوان مثال چرا تأثیر یک سخنرانی در منبر به مراتب قوی‌تر است از زمانی که این سخنرانی تلویزیونی (Televised) می‌شود به عبارت دیگر چه فرایند فنی‌ای طی می‌شود و چه تأثیراتی، رسانه تلویزیون بر سخنرانی یک منبری می‌گذارد که تأثیر آن کاهش می‌یابد؟ و چه باید کرد که در روند انتقال محتوا از یک مدیوم به مدیوم دیگر مانند تلویزیون با کاهش تأثیر بر مخاطب مواجه نباشیم. به نظر می‌رسد محتوای هر پیامی با مدیوم و قالب بیانی خاصی سنخیت دارد و هنگامی که قالب‌های بیانی تفاوت می‌کند بخش قابل توجهی از محتوا قابلیت انتقال خود را از دست می‌دهد. تلویزیون در کشور جمهوری اسلامی ایران به مثابه فراگیرترین رسانه، مأموریتی استراتژیک در انتقال مفاهیم ملی و ارزش‌های دینی بر عهده دارد. این مقاله به دنبال آن است که آیا صرف اعمال اراده مدیریتی در تحقق اهداف دینی در رسانه تلویزیون کافی است و آیا صرفاً سوار کردن محتوای دینی بر قالب تلویزیون می‌تواند ما را کمک کند تا روح زیبایی شناختی (Aesthetic) تلویزیون را تسخیر کنیم که مولود سیر تاریخی و نتیجه اقتضانات فلسفی و اجتماعی غرب است؟

گرچه بیشتر تحقیقات رسانه‌ای در مسائل مربوط به دین بی‌اعتنا بوده‌اند با این وجود بسیاری از صاحب نظرانی که در این مقوله غور کرده‌اند به نظر می‌رسد علی‌الاصول قائلند که نسبت دین

با تلویزیون نسبت عرضی است نه جوهری. کارشناسان یاد شده گاه با تکیه بر تجارب بعضی از شبکه‌های تلویزیونی در آمریکا و جاهای دیگر که جهت انتشار عقاید دینی کلیسایی به وجود آمده‌اند به مقوله کارآمدی و ناکارآمدی تلویزیون در انتشار آموزه‌های دینی پرداخته‌اند، آنها دین را به مثابه یک مظهر در نظر گرفته‌اند که تلویزیون به عنوان یک طرف آن را منتقل می‌کند. قائل شدن تنها نقش میانجی‌گرانه برای تلویزیون دقیقاً به این معنی است که به محض تغییر در محتوای پیام، رسانه تلویزیون تغییر شخصیت داده و رنگ پیام جدید را به خود می‌گیرد. این نگاه ابزار انگارانه به تلویزیون معتقد است که تکنولوژی تلویزیون فی حد ذاته دارای هویت فرهنگی نیست و برای آن تفاوتی نمی‌کند که پیامی و محتوایی باشد در صورتی که این مسئله چه از نظر فلسفی (تکنولوژی به مثابه یک مقوله فلسفی) در افکار بسیاری از فلاسفه و صاحب نظران امثال هایدگر^۳ (Heidegger) و چه از نقطه نظر مطالعات رسانه‌ای در افکار مک لوهان^۴ و شمار بسیار دیگری از اندیشمندان در حوزه هنر این گونه نیست.^۵ از بعد هنری، اگر معتقد باشیم که تلویزیون با زبان هنر حرف می‌زند پس باید قائل باشیم که این رسانه دارای یک شخصیت خاص زیبایی شناختی نیز هست که این شخصیت بیشتر با محتوای فرهنگی خاص نسبت دارد. اگر معتقد به این نظر نباشیم و برای واسطه‌های هنری (Medium) هویت فرهنگی قائل نباشیم، تنوعات و تفاوت‌های ساختاری و زیبایی شناختی قالب هنری که هر کدام متعلق به حوزه‌های فرهنگی و اجتماعی متفاوت هستند را نمی‌توانیم توجیه کنیم. بالاخره بین صورت هنر هندی با صورت هنر آفریقایی و هر دو آنها با صورت هنر اقوام دیگر تفاوت‌های آشکاری هست. سؤال اینجاست منشاء این تفاوت‌ها در کجاست. پاسخ آیا این نیست که این صورت‌های هنری مدلول دلالت‌های فرهنگی اقوام است و آیا این قالب هنری با شخصیت‌های خاص زیبایی شناختی خود به گونه‌ای شکل نگرفته‌اند که بتواند مبین و آشکار کننده هویت قومی مذهبی هر ملتی در حوزه زیبایی و هنر باشد. بنابراین زبان تکنیکی هر مدیوم هنری نتیجه و برآیند فرهنگی که در ورای آن وجود دارد است. به تعبیر دیگر شاید بتوان گفت که هر مدیوم دارای هستی‌شناسی خاصی است که در عطف به آن اقتضات تکنیکی به وجود می‌آید.

تکنولوژی مدرن زاده جامعه مدرنیته و سکولاریزاسیون روح و مبنای این جامعه است. بنابراین عجیب نخواهد بود که زبان تلویزیون به مثابه فرآیند تکنولوژی مدرن دارای زبانی سکولار باشد. برگر می‌گوید: «منظور از سکولاریزاسیون (Secularization) فرایندی است که طی آن بخش‌های مختلف جامعه و فرهنگ از سیطره نمادها و نهادهای دینی خارج می‌شود. همان گونه که دین زدایی در جامعه و فرهنگ به وقوع می‌پیوندد، در ذهن هم رخ می‌دهد. معنای دیگر آن است که غرب مدرن اغلب افراد را چنان تربیت کرده که فارغ از تعبیر و تفسیر مذهبی به جهان و زندگی خود می‌نگرد»^۶ تلویزیون مولود و معلول غرب مدرن است و عطف به نیازها و تکامل تاریخی آن به وجود آمده است بنابراین طبیعت و شخصیت آن در تعامل با ساختارهای فلسفی و فرهنگی غرب شکل گرفته، لذا نباید انتظار داشته باشیم که به سهولت و به صورت ماهوی در خدمت ارزش‌هایی قرار گیرد که گاه کاملاً مغایر با روح مدرنیته است.

به رغم نظر عده‌ای از صاحب نظران که به رسانه به چشم صرفاً ابزاری می‌نگرند^۷ عده دیگری معتقدند، از تکنولوژی تلویزیون نباید صرفاً تلقی ابزاری داشت، آنها تنها وسیله نیستند که عطف به

اراده کاربر آن مأموریت بپذیرند و بلافاصله در خدمت انتقال هر گونه پیامی در آیند. این ابزار به تعبیر مک لوهان خود پیام‌اند. واقعیت این است که تلویزیون در غرب برای این هدف اختراع نشده که مبلغ ارزش‌های دینی باشد بلکه به گونه‌ای شکل و تکامل یافته تا مروج مقاصد دنیوی غرب و اهداف کاپیتالیستی و بورژوازی باشد. میشل بیکس در مقاله «غرب، تلویزیون و فرهنگ» می‌نویسد: هزینه تلویزیون عمدتاً از سوی شرکت‌های تجاری بزرگ تأمین می‌شود، بنابراین تصاویری را خلق می‌کند که به نفع و در جهت رضایت این شرکت‌ها باشد. زبان تلویزیون به مثابه کانال انتقال پیام دارای ظرفیت‌های بیانی خاصی است که این ظرفیت‌ها در روند مأموریت‌های اجتماعی، فرهنگی و هنری شکل یافته و متکامل شده‌اند. بنابراین با این ظرفیت‌های بیانی نمی‌توان پیام‌های مبتنی بر جهان بینی‌های مغایر را به خوبی منتقل کرد. در نتیجه لازم است که این ابزار تا حدی تغییر ماهوی پیدا کند و زبان و قابلیت‌های زیبا شناختی خاص پیام جدید را بیاورد تا بتواند در انتقال آن موفق باشد. این مسئله تنها مختص رسانه تلویزیون نیست و جنبه‌های دیگر از تکنولوژی وارداتی را نیز در بر می‌گیرد.

در حقیقت تکنولوژی عطف به نیازها و اقتضانات فرهنگی، اجتماعی و سیاسی در غرب شکل می‌گیرد که پس از ورود به جوامع شرقی و جهان سومی بسته به میزان فاصله فرهنگی باینگونه کشورها رو در روی ارزش‌های فرهنگی قرار می‌گیرد. بنابراین لزوماً ورود تکنولوژی به کشورهای شرقی به منزله ابزاری جهت توسعه فرهنگ سنتی و ایضاً به معنای سهولت و راحتی در اجتماع و یا سعادت جامعه نخواهد بود. این موضوع حتی در خصوص جوامع مولد تکنولوژی نیز کامیاب صادق است. ژان فرانسوا لیوتار در مقاله «معنای پست مدرن» می‌نویسد: «توسعه علم و تکنولوژی نه تنها به غلبه بر رنج‌های بشر منجر نشده، بلکه برای رنج‌ها افزوده است. ما دیگر نمی‌توانیم این توسعه را با همان نام قدیم، یعنی پیشرفت، بخوانیم به نظر می‌رسد که این توسعه خود به خود اتفاق می‌افتد، توسط «موتور» یا نیرویی خود مختار. دیگر به نظر نمی‌رسد که این توسعه در خدمت پاسخ به نیازهای انسان باشد. بر عکس، به نظر می‌رسد که هستی انسان (چه هستی فردی و چه هستی اجتماعی) مدام توسط پیامدهای مادی آن، متزلزل می‌شود. آنچه تضمین‌کننده بهره‌مندی صحیح از تکنولوژی است کنترل و هدایت آن است. این در حالی است که امکان کنترل از بسیاری از جوامع واردکننده تکنولوژی و حتی سازنده تکنولوژی سلب شده است. هود (Hood) می‌نویسد از دهه ۱۸۹۰ به این طرف، سرعت پیشرفت‌های فنی در جوامع صنعتی چنان افزایشی یافته که مجال اندکی برای اعمال محدودیت و سمت و سویی خاص بدان باقی گذاشته است. از دیدگاه سنتی ما در برابر پیچیدگی و تسلط فناوری و رواج خیر و شر و گرایش‌ها و تمایلات سازنده و مخرب به خود و آنها شده ایم و ساختارمند شدن فناوری از کنترل ما خارج شده است».

تلویزیون به عنوان نتیجه و یکی از نمادهای تکنولوژی از حیثه این تعریض‌ها بیرون نیست. تلویزیون یکی از مهم‌ترین ابزارهای تبلیغاتی مدرنیته است و مأموریت آن نشر و ترویج فرهنگ مدرنیته می‌باشد. یومن (Bauman) می‌گوید: قهرمانان مدرنیته در دفاع از سیطره عقل، مبارزه بی‌امانی را علیه راز و سحر و ایمان آغاز کردند. شرایط عقلانی شدن جهان به رسمیت شناخته شدن حق نوآوری و ابتکار عمل و حق اظهار نظر درباره «معنا» و تجزیه و تحلیل روایت‌ها

بود. برای حصول همه این شرایط، باید از جهان به بهترین وجه معنویت زدایی (despiritualization) می‌شد.^{۱۳} تردیدی نیست که تلویزیون نقش مهمی در معنویت زدایی از جوامع بازی کرده است.

بعضی از صاحب نظران، با منظر و رویکردی صرفاً فلسفی که به تلویزیون و سینمای کنتداصولاً اعتقاد دارند که به دلیل اینکه تکنولوژی مولود اقتضانات روند تاریخ مادی غرب است تحول در ذات آن هرگز امکان‌پذیر نیست و ما تنها می‌توانیم با هوشمندی تا حدی آن را بدل به حامل آموزه‌های خود کنیم. البته اتحاد ذاتی حامل و محمول و صورت و معنا در مبانی زیبایی‌شناسی هنر (Easthetic) یک اصل مهم است.^{۱۴} به اعتبار دیگر هم صورت و شکل (Form) و هم محتوی (Content) می‌باید از یک آبشخور واحد فلسفی سیراب شده باشند؛ فیشر (۷۰۸۱ - ۷۸۸۱) (Vischer Friedrich Tehodor) منتقد زیبایی‌شناس آلمانی معتقد به وحدت شکل و محتوا است. او به شکل مداری (Formalism) جدید زیبایی‌شناسی هرباتی (۶۷۷۱ - ۱۴۸۱) (I-F-Herbart) حمله کرده است. در نظر فیشر، شکل ناب (Pure Form) به منزله داده زیبا شناختی وجود ندارد زیرا شکل به ماده نمی‌چسبد بلکه از آن نشأت می‌گیرد. شکل نیست مگر شکل محتوا، ساخت بیرونی امر درونی (از کتاب تاریخ نقد جدید، رنه والک، ترجمه س. الف. شیرانی، جلد سوم، ص ۲۹۱، تهران، نیلوفر) اما این نکته را نباید فراموش کرد که تصرف در جوهر و اقتضانات زیبا شناختی یک مدیوم، با به‌کارگیری آن مدیوم در جهت مأموریت‌های تازه و بار کردن محتواهای تازه بر مدیوم آغاز می‌شود. این حقیقتی است که تاریخ هنر و تحولات زیبا شناختی و ریخت‌شناسی بر آن گواهی می‌دهد همانطور که فلسفه اسلامی بر میراث فلسفه غربی (یونانی) بنیاد داشت اما در نهایت این فلسفه اسلامی بود که توانست آن آموزه‌ها را در یک نظام فکری دیگرگون به‌نظم در آورد دارای شخصیت مستقلی گردد، می‌توان امیدوار بود تجارب جهت‌دار در رسانه‌تلویزیون سرانجام منجر به بروز قالب‌ها و ظرفیت‌های بیانی جدید شود که به‌طور ذاتی با پیام‌های ایرانی - اسلامی سنخیت بیشتری داشته باشد. نیل به این مهم منوط به شناخت توأمان مبانی پیام‌دینی در فرهنگ ایرانی، درک قابلیت‌های ساختاری مدیوم‌های سنتی در انتقال پیام و آگاهی از اقتضانات ذاتی مدیوم‌های جدید مانند تلویزیون است.

نگاهی به تحولات هنر در بستر تاریخ نشانگر آن است که هنر متعلق به اقوام و فرهنگ‌ها دائماً در حال داد و ستد، تأثیر متقابل و گاه تهاجم بر یکدیگر بوده‌اند اما در نهایت آن هنری باقی‌مانده است که مبتنی بر فرهنگ قویتری بوده است. هنر سنتی سرزمین ما به دلیل تحولات سیاسی و اجتماعی دائماً در حال بده بستان با حوزه‌های هنری پیرامونی قرار داشته است اما از آنجایی که مستظهر به فرهنگی مشخص بوده از استحاله در هنر بیگانه‌رهایی یافته است.

در کنار ضرورت وجود یک فرهنگ قوی به‌عنوان زیر بنای هنر، اراده سیاسی نیز نقش بارزی در این ارتباط بازی کرده است. به همین علت است که در تاریخ هنر ایران نام سبک‌ها و مکاتب هنری مرادف و مأخوذ از سلسله‌های سیاسی مانند مکتب سلجوقیان، مکتب صفویان و غیره است که در حقیقت اراده سیاسی آنها نقش اساسی در تأسیس و رشد این مکاتب داشته است. از این‌روی اعتقاد دارم چنانچه اراده‌ای سیاسی مأخوذ از اراده ملی در کنار فرهنگ باشد می‌تواند منجر به تکوین مکاتب هنری با شخصیت خاص زیبایی‌شناختی بشود.^{۱۵}

سیر فرهنگ ایران در بستر تاریخی خود اقتضای بروز مدیوم‌های خاصی را کرده است که فرهنگ سنتی توانسته در قالب آنها به خوبی عرضه شود، به تعبیر دیگر زبان این واسطه‌های هنری با محتوای فرهنگ سنتی هم ساز و هم سنخ بوده‌اند، در صورتی که این هم‌سنخی در مورد تلویزیون وجود ندارد.

اختراع و رواج تلویزیون که عمدتاً بر فرهنگ دیداری و تصویری تکیه دارد در کشور ما راه‌جدیدی را فراروی انتقال فرهنگ سنتی به طبقات اجتماعی عرضه کرده است. انتقال پیام و مفهوم در فرهنگ ما که عمدتاً بر زمینه‌ای از فرهنگی شنیداری استوار بوده است مبتنی بر واسطه‌های کلامی و غیر تصویری بوده است و دقیقاً از این روست که زبان فارسی تا این اندازه از نظر صورخیال غنی است.^۳ مثلاً شعر که هنر ملی ما محسوب می‌شود و در طول تاریخ به دلیل تعامل با فرهنگ ملی مبذل به بهترین کانال در انتقال روح فرهنگ سنتی شده است، اصولاً هنری شنیداری و غیر دیداری و متکی بر کلام است، که به درستی با این واسطه (Medium) سنخیت یافته است. ذکر این نکته مهم است که در عرصه انتقال پیام بر اساس مدیوم کلام، پیام‌گیر این فرصت و مجال را می‌یابد که با تکیه بر تجربه زندگی خود، روحیه و شخصیت معنوی اش و آن چیزی که یونگ از آن به حافظه جمعی تعبیر می‌کند در تکمیل پیام مشارکت کند. در اینجا لازم است مثالی برزیم تا موضوع روشن‌تر گردد. مفهوم بهشت که از مضامین و مفاهیم بنیادین (Concepts Key) در آموزه‌های دینی است چنانچه از طریق تصویر عینی منتقل شود وافی به مقصود نخواهد بود. اما چنانچه این مفهوم از طریق کلام انتقال یابد مخاطب در ساخت آن مفهوم مشارکت می‌کند و باتکیه بر تجربیات ذهنی خود، فضاهایی رؤیایی خلق خواهد کرد که این فضاها را نمی‌توان معمولاً به صورت بصری آفرید زیرا از جنس تخیل و خیال‌اند و چنانچه آفریده شوند و مصور گردند ممکن است یخ و سبک درآید و چه بسا نقض غرض شود. مفهوم بهشت به سختی از طریق تصویر قابل انتقال است اما در یک ارتباط کلامی تجربه شخصی پیام‌گیرنده، در خلق مفهوم بهشت مشارکت خواهد کرد و مفهوم کلی (بهشت) در هنگام انتقال کامل تر منتقل خواهد شد. تصویر قرآن از بهشت «جنات تجری من تحت الأنهار»^۴ است اصولاً انتقال این تصاویر ذهنی از طریق تصویر عینی چه بسا غیر قابل دستیابی باشد زیرا حیطه تصویر عینی حیطه محدودی است. تصور کنیم که فیلم‌سازی باغی سرسبز بسازد با چند جوی آب، آیا واقعاً بهشتی که هر کدام از ما در خیال خود تصور کرده‌ایم این است. آیا مخاطب ممکن نیست که بگوید من در همین دنیای روی زمین باغ‌هایی سراغ دارم که از این باغ چه بسا به مراتب زیباترند پس:

«من که امروز بهشت نقد حاصل می‌شود

وعده فردای زاهد را چرا باور کنم»

وقتی خیال بهشت را در قاب یک تصویر عینی و کاملاً رئالیستی محدود می‌کنیم عملاً بخشی از محتوای پیام بیرون از قالب محدود تصویر باقی می‌ماند اما وقتی بهشت را از طریق کلامی تصویر می‌کنیم نقش مایه (Motif) باغ، نه یک باغ خاص بلکه مجموعه تمامی باغ‌های زیبایی است که در تجربه شخصی ما (چه خیالی و چه واقعی) وجود دارد و این خاطرات در ساخت این عنصر ذهنی

دخالت و مشارکت می‌کنند و مجموعه لذتی که در روح ما عطف به این فضاها شکل می‌گیرد در شکل‌گیری تصویر و مفهوم بهشت مشارکت خواهد کرد. این مسئله تا حدی شبیه‌تصور مفهوم انسان کلی است که علمای منطق به آن پرداخته‌اند. تصور انسان کلی بسیار متفاوت‌تر از انسان جزئی است. بنابراین کلام در انتقال مفاهیم کلی و ذهنی قدرت بیشتری دارد و تصویر مؤانست و سنخیت بیشتری با جزء‌پردازی دارد.

بخش قابل توجهی از موارث فرهنگ و عرفانی ایران خاصیت ذهنی و روایی دارد که تبدیل آن به عین از طریق تصویر تلویزیونی لازمه‌اش تصرف در زبان این رسانه است. همانطور که می‌دانیم تحول و تطور شعر سنتی به شعر معاصر نتیجه تغییر ذهنی‌گرایی عرفانی به عینی‌گرایی مدرن دوره رضاخانی بود که زبان سنتی شعر ایرانی را به شدت عوض کرد و از آسمان به زمین آورد. بنابراین نباید فکر کنیم که تلویزیون تنها و بهترین مدیوم در انتقال همه فرهنگ‌ها است مثالی دیگر از نسبت زبان تلویزیون با مفاهیم دینی: قرار است قصه حضرت یوسف علیه السلام که در قرآن کریم آمده است را به تصویر برگردانده و در تلویزیون پخش کنیم. چنانچه بخواهیم براساس معیارهای نمایشی رئالیستیک غرب آن را بسازیم چاره‌ای نخواهد بود تا واقعیت ماجرا را عریان منعکس کنیم. زیبایی تن و چهره زلیخا و یوسف بالاخره باید به نمایش در آید تا مخاطب متقاعد شود و برایش کنش و واکنش‌های شخصیت‌های داستانی باورپذیر باشد. همانطور که گذشت یاباید این موضوع را از طریق واسطه (Medium) کلامی عرضه کرد و یا اینکه در تصویر عینی به قدری تصرف کرد تا بتوانیم به بیانی پاک و بدون شائبه تصویری دست یابیم. این مهم مستلزم تصرف در ذات فرم از طریق نمادسازی و مفهومی کردن (conceptualization) آن است. جالب است بدانیم که ملت‌های صاحب هنر، هنر متشخص خود را از این طریق به دست آورده‌اند و این آن چیزی است که می‌خواهم نام آن را مکتب‌سازی بگذارم. چنانچه به تاریخ گسترده هنر و سینما نظر کنیم مکاتب نه به لحاظ صرف محتوا بلکه عمدتاً به دلیل تفاوت در مبانی ساختاری و زیبایی‌شناختی از هم متمایز می‌شوند. اقتضانات پیام و محتوای هر دوره و انعکاس روح هر عصر در هنر، سبب تغییر تدریجی مبانی شکلی (Formic) و زیبایی‌شناختی هنر آن دوره شده است، مانند مکتب کلاسیک، رئالیسم، امپرسیونیسم، مدرنیسم و غیره. انعکاس پیام دینی، مستلزم اخذ زبانی دینی است. در مکتب تلویزیونی دینی ایرانی روح شکل و قالب، باید دینی باشد، و نه صرفاً موضوع آن. در این صورت تلویزیون دینی فارغ از محتوای خود دینی خواهد بود. بنابراین آثار دینی نه به اعتبار موضوع بلکه به اعتبار قالب و ظرف بیانی دینی خواهند بود. اگر روزی این اتفاق بیفتد دیگر تفاوت بین برنامه‌های روزهای عزا با روزهای عادی تا این حد متفاوت نخواهد شد. اگر قالب و فرم مسلمان شود با اندک تغییری خواهد توانست هم‌چنانکه در روزهای عادی کاربرد دارد در روزهای عزای نیز از کاربرد نیفتد.

به اعتقاد راقم به دلیل زیر پوشش بودن تلویزیون بعد از انقلاب تحت یک چتر دینی، تجارب عدیده‌ای شکل گرفته که لازم است مورد تجزیه و تحلیل زیبا شناختی قرار گیرند و ابداعات فرعی با رویکردهای دینی و بومی مشخص شود. بومی‌سازی تکنولوژی در تلویزیون و سینما یعنی نزدیک کردن ظرفیت‌های فنی این رسانه‌ها به طبیعت پیام ایرانی و دینی. الفبای زبان تلویزیون در حوزه‌های برنامه‌های نمایشی و غیرنمایشی در نورپردازی طراحی صحنه، میزاسن،

حرکت دورین، بازیگری، مونتاژ، فوالب داستانی، موسیقی، ترکیب‌بندی، ریتم و غیره است. به منظور انتقال هر چه بیشتر ارزش‌های دینی و ملی ناچار باید نسبت درستی بین مفاهیم و ارزش‌های فرهنگی با این خصوصیات فنی ایجاد کرد. در ادامه به بعضی از مشکلات ناشی از عدم توافق در انعکاس ارزش‌ها با هویت ساختاری تلویزیون اشاره شده است.

پس از انقلاب یکی از مأموریت‌های تلویزیون در جامعه ما بازتاب زندگی ائمه و مقدسین بوده است که گاه با توفیق و گاه با ناکامی توأم بوده است. وجود موانع فقهی در نزدیک شدن به شخصیت ائمه اطهار و تصویر کردن چهره آنان عده‌ای از صاحب‌نظران را به سوی این نظر سوق داده است که اصولاً نمی‌توان شخصیت ائمه را دراماتیزه و نمایشی کرد. معنای شخصیت شدن یک قهرمان داستان در ادبیات نمایشی و فیلم یعنی قابلیت داشتن شخصیت در تحول است. این مسئله یعنی مادی و خاکی انگاشتن او، که با چهره اثیری ائمه در تضاد است و الا شخصیت‌نمایشی (Character) تبدیل به تیپ (Type) می‌شود. همانطور که ملاحظه می‌شود شخصیت‌پردازی در درام غربی با نحوه انعکاس شخصیت معصوم مشکل دارد. برای حل این مشکل در بعضی از آثار سعی شده به بهانه پرداختن به شخصیت‌های پیرامونی تا حدی شخصیت امام منعکس شود. در بعضی از نمونه‌های کار شده مانند فیلم الرساله (محمد رسول الله) یا امام علی، فیلم‌سازان سعی کرده‌اند این تجربه را به کار گیرند. به اعتقاد این نگارنده این نگاه که معنای شخصیت در درام یعنی صرفاً تحول او، بیانگر تنها وجهی از شخصیت‌پردازی در داستان است. تعریف شخصیت محوری در یک نمایش به این معناست که مجموعه کنش‌ها و انرژی‌های نمایشی معلول شخصیت اصلی باشد و یا در ارتباط ارگانیک با او قرار گیرد به عبارت دیگر نقش شخصیت محوری در داستان و نمایش به گونه‌ای باشد که بتواند اکسیون‌های مختلف را تحت یک وحدت دراماتیک به نظم در آورد.

با این نگاه فیلم محمد رسول الله... تا حد بسیار زیادی موفق است، اما در سریال امام علی به این موضوع کمتر توجه شده است. در فیلم محمد رسول الله معنا، مفهوم و مقصد نمایشی حوادث در سایه حضور نامرئی پیامبر (ص) معنا می‌شد در حالی که در سریال «امام علی» بسیار حوادثی بودند که گرچه مبین چهره سیاسی اجتماعی عصر بود اما ارتباط ارگانیکی با شخصیت حضرت پیدانمی‌کردند. در هر صورت مقصود تأکیدی است بر این نکته کلیدی که اگر قرار است تلویزیون به مأموریت‌های نمایشی خود در حوزه انعکاس زندگی معصومین و مفاهیم قدسی برسد جامعه عمل‌پوشاند باید زبان قدسی در کام داشته باشد و لازم است در فرم‌ها و ضوابط زیبایی‌شناختی درام اروپایی دخل و تصرف کند. به عبارت دیگر ایجاد ارتباط دیالکتیکی بین زبان تلویزیون و ظرفیت‌های فنی آن با مفاهیم معنوی یک ضرورت حیاتی است و نیل به این مهم البته بسیار دشوار است. نمونه دیگر که مبین ضرورت تصرف در زبان تلویزیون است این است که به دلیل تفاوت زیباشناختی ریتم در مونتاژ با ریتم در موسیقی ایرانی ما نمی‌توانیم به طور گسترده از موسیقی ایرانی در فیلم و سریال‌های خود استفاده کنیم. در بسیاری از سریال‌ها مانند سریال «ملاصدرا» ریتم موسیقی ایرانی روی فیلم با کلیت ریتم تصاویر تقریباً ارتباطی برقرار نمی‌کند. ریتم در زیبایی‌شناسی حرکت تصاویر و مونتاژ، با مختصات زیباشناختی ریتم در موسیقی ایرانی متفاوت است. یا باید از یکی از آن دو صرف نظر کرد و یا باید با تصرف در زبان و قابلیت‌های

استتیک هر دو، آنها را به هم نزدیک ساخت.

این نوشتار پیش در آمد کوچکی بود از درآمدی بزرگ که آن بحث مفصل و عمیق راجع به تک تک الفبای نمایش در حوزه تلویزیون است. بنده بسیاری میزانشن های تلویزیونی در حوزه آثارنمایشی و غیر نمایشی را مفصل از پشتوانه های فرهنگی ایرانی می دانم وقتی طراح صحنه و کارگردان مفهوم ایرانی فضای نمایشی و هنر (conception of space) را ناخودآگاه درک کرد و یا آگاهانه به آن رسید آنگاه موفق به طراحی میزانشنی خواهد شد که مخاطب احساس خواهد کرد فضای نمایش، فضایی کاملاً ایرانی است. باز می گردم به سخن برگر که می گوید در جوامع سکولاریستی آدم ها را چنان تربیت می کنند که فارغ از تعبیر و تفاسیر مذهبی به جهان و زندگی خود می نگرند. بنابراین جای تعجب نیست که در روند آموزش تعلیم غربی، مفاهیم سنتی و ارزش های تاریخی که موجب همبستگی های قومی می شود و در ضمیر ناخودآگاه ما وجود دارد فراموش می شود. امید است مجالی و توفیقی فراخ تر باشد جهت بحث های کاربردی تر راجع به الفبا و مبانی فرم در تلویزیون که هنوز تحت تأثیر آموزه های فرم غربی است گر چه تجارب ارزنده ای در خصوص ایرانی سازی آنها شده است.

پی نوشت ها:

- ۱- استورات ام هوور نات لاند بای / ۱۳۸۲، «بازاندیشی درباره رسانه، دین و فرهنگ»، ترجمه مسعود آریایی سینا، تهران سروش
- ۲- بای سی، الکساندر، ۱۳۸۲ «تلویزیون دینی مناسک جبران گر در نمایش بزرگ تر اجتماعی» از کتاب «باز اندیشی درباره رسانه، دین و فرهنگ»
- ۳- هایدگر، پرسش از تکنولوژی (Harperrow/Heidegger M.C (1977) the Question Concerning Technology (W. Lovittrans) New York
- ۴- مک لوهان - هریت مارشال «برای درک رسانه ها» ترجمه سعید آذری - مرکز تحقیقات
- ۵- رضا داووری اردکانی «درباره غرب» تهران هرمس / ۱۳۸۲ / رضا داووری اردکانی «شمه ای از تاریخ غرب زدگی ماه تهران ۱۳۷۵ - سروش / مرتضی آوینی «حکمت سینما» تهران، برگ / ۱۳۷۴ / مرتضی آوینی «آینه جادو» تهران، برگ ۱۳۷۵
- ۶- برگر به نقل از لین اسکافیلد کلارک
- ۷- لین اسکافیلد کلارک، استورات ام هوور
- ۸- مک لوهان «برای درک رسانه ها» سروش / ۱۳۷۹
- ۹- میشل بیکنس «غرب، تلویزیون و فرهنگ» ماهنامه سیاحت غرب شماره ۲ / ۱۳۸۲
- ۱۰- نک شایگان، داریوش. آسیا در برابر غرب، تهران، امیر کبیر، ۱۳۸۰
- ۱۱- ژان فرانسوا الیوتار، «معنای پست مدرن»، ترجمه نیما ملک محمدی از کتاب مجموعه مقالات مطالعات فرهنگی تهران اداره کل پژوهش های سیما

12- Hood, W. F. (1972) The Aristotelian Versus the Heidegerian approach to the Problem Of Technology.

New York. Free Press.

13- Bauman .z. (1992) . in timations of Postmodernity . London : Routiedge & Kegan Paul.

14- A. Fahimi - Far . Continuity and discontinuity in Persian art . Ph. D Thesis

- ۱۵- عبادیان، محمود، زیبایی‌شناسی به زبان ساده، مرکز مطالعات و تحقیقات هنری، ۱۳۸۱
- ۱۶- مراد من از اراده سیاسی فقط اراده دولتی نیست. فرهنگ به علاوه قدرت منجر به اراده سیاسی می‌گردد.
- ۱۷- نک، شفیع کدکنی - صور خیال در شعر فارسی *Discovery* به قلم تعدادی از دانشمندان و ویراستار هربرت رید
- ۱۸- قرآن، بقره آیه ۲۵، آل عمران، آیه ۱۹
- ۱۹- حافظ
- منوچهر آتشی، نبرد عین و ذهن، روزنامه ایران.
- ۲۰- نک، سید حسین نصر *Islamic art and spirituality*

منابع:

- اسکافیلد کلارک، لین - هوور، استوارت ام، فصل مشترک رسانه، فرهنگ و دین، یک مقاله کتاب‌شناختی (۱۳۸۲) - بازاندیشی درباره رسانه، دین و فرهنگ. تهران، سروش.
- استوارت ام هوور، نات لاندن بای / ۱۳۸۲، «بازاندیشی درباره رسانه، دین و فرهنگ»، ترجمه مسعود آریایی سینا، تهران، سروش.
- بای سی، الکساندر، ۱۳۸۲ «تلویزیون دینی مناسک جبران گر در نمایش بزرگتر اجتماعی» از کتاب «بازاندیشی درباره رسانه، دین و فرهنگ».
- مک لوهان هربرت مارشال «برای درک رسانه‌ها» ترجمه سعید آذری، مرکز تحقیقات ۱۳۷۹
- رضا داوری اردکانی «درباره غرب» تهران، هرمس
- رضا داوری اردکانی «شمه‌ای از تاریخ غرب زدگی ما» تهران، سروش
- مرتضی آوینی «حکمت سینما» تهران، برگ
- مرتضی آوینی «آینه جادو» تهران، برگ
- برگر به نقل از لین اسکافیلد کلارک
- لین اسکافیلد کلارک، استوارت ام هوور
- مک لوهان «برای درک رسانه‌ها» سروش، ۱۳۷۹
- میشل بیکس «غرب، تلویزیون و فرهنگ» ماهنامه سیاحت غرب، شماره ۲ / ۱۳۸۲
- شایگان، داریوش. آسیا در برابر غرب، تهران، امیرکبیر، ۱۳۸۰
- ژان فرانسوا لیونار، «معنای پست مدرن»، ترجمه نیما ملک محمدی از کتاب مجموعه مقالات مطالعات فرهنگی تهران، اداره کل پژوهش‌های سیما
- نک، شفیع کدکنی، صور خیالی در شعر فارسی
- قرآن، بقره آیه ۲۵، آل عمران، آیه ۱۹
- حافظ
- نک، سید حسین نصر *Islamic art and spirituality*
- منوچهر آتشی، نبرد عین و ذهن «نگاهی به بنیان‌های فکری شعر روز» روزنامه ایران شماره ۲۶۸۷
- عبادیان، محمود، زیبایی‌شناسی به زبان ساده، مرکز مطالعات و تحقیقات هنری، ۱۳۸۱

- W.F. (1972) the Aristoteilian versus the Helde Heideggerian approach to the Problem Of Technology . Hood , New York Free Press.
- Bauman . Z. (1992) . in imitations of Postmodernity . London : Routiledge & Kagan Paul.
- A. Fahimi - Far . Continuity and discontinuity in Persian art . Ph. D. Thesis
- Berger/ P. (1969) . the Scared Canopy; Elements of sociological theory of celigrion . Lranaden City / Ny : Anchor.
- Heidegger M.C(1977) The Question Concerning Technology (W.Lovittitran) New .York : Harperirow.