



اشاره

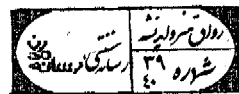
پیگیری مطالبه مهم پژوهشگران حوزه رسانه، یعنی رسیدن به مرزهای نظریه‌پردازی درباره رسانه دینی، ما را بر آن داشته تا در سلسله‌گفت‌وگوهایی که به همت برادر گرامی مجتبی جانباز - از دانش‌آموختگان حوزه علمیه قم و پژوهشگر حوزه رسانه که خود دستی بر تهیه‌کنندگی برنامه‌های رسانه‌ای دارند - شکل گرفته‌اند، از منظر مقایسه رسانه‌های سنتی‌مان (مانند عزاداری‌ها) با رسانه مدرنی چون تلویزیون، پایه‌های آغازین این نظریه‌پردازی را بگذاریم. پیش از این در شماره ۲۲ ماهنامه رواق هنر و اندیشه - ویژه همایش رسانه تلویزیون و سکولاریسم - بخشی دیگر از این سلسله‌گفت‌وگوها به چاپ رسیدند (در گفت‌وگو با دکتر ناصر باهنر و دکتر علی اصغر فهیمی‌فر)... اکنون بخش سوم این گفت‌وگوها، با حضور دکتر حسام‌الدین آشنا، استاد و پژوهشگر نام‌آشنای حوزه مطالعات رسانه‌ای تقدیم می‌شود.

و اما بعد...

به نظر شما ما می‌توانیم بین رسانه‌های سنتی از جمله مراسم عزاداری و مداحی با رسانه‌های مدرن به طور خاص تلویزیون، هم‌گرایی و تعامل ایجاد کنیم؛ یعنی از ظرفیت تلویزیون برای انتقال و انعکاس مفاهیم دینی با همان شیوه سنتی استفاده کنیم؟

مراسم عزاداری رسانه نیست و آیین است. باید ببینیم که بین آیین‌ها و رسانه‌ها را می‌شود جمع کرد یا نه! آیین‌ها گاهی وقت‌ها مذهبی هستند، گاهی ملی، گاهی بومی و منطقه‌ای. آیین‌ها کارکردهای مختلفی دارند. به نظر می‌رسد بر رسانه‌ها نگاهی آیینی حاکم است. گاهی وقت‌ها ما

حسام‌الدین آشنا، متولد سال ۱۳۳۳ در شهر تهران، کارشناسی‌ارشد معارف اسلامی و تبلیغ، دکترای فرهنگ و ارتباطات از دانشگاه امام صادق (ع). وی عضو هیات علمی دانشگاه امام صادق (ع) است.



رسانه را برای انتقال پیام می‌خواهیم و گاهی وقت‌ها می‌خواهیم رسانه فضایی ایجاد کند. از وقتی که می‌خواهیم رسانه یک فضا و حال و هوایی ایجاد کند، ما وارد حوزه ارتباطات آیینی می‌شویم. ارتباطات آیینی را نمی‌شود به راحتی زیرمجموعه ارتباطات رسانه‌های تلقی کرد. شاید هم عرض ارتباطات رسانه‌ای باشد. منتهی از آن‌جایی که نهاد رسانه یک نهاد تجاوزگر است، یک نهاد استیلاطلب است، گاهی رقیب آیین‌ها می‌شود و گاهی وقت‌ها رفیق آن‌ها. هر چیزی که قابلیت دیده شدن داشته باشد، قابلیت شنیده شدن داشته باشد، رسانه‌های صوتی و تصویری علاقه دارند که آن را درون خودشان جذب کنند. منتهی مشکل این است که رادیو و تلویزیون قالب‌های خودشان را دارند؛ یعنی بخشی از آیین‌ها را برمی‌دارد یا بخشی از آیین‌ها را برمی‌تابد که به ساخت و جنسش بخورد. تصویر، ماهیت جذابتش به تحرک است. پس رسانه تلویزیون آیینی که بیشترین حرکت را دارد، بیشترین جذابت را برای دوربین دارد، انتخاب می‌کند. دوربین شما که دارد از من تصویر می‌گیرد، خیلی از من خوشش نمی‌آید؛ چون من نشستم، آرام دارم حرف می‌زنم، تحرک زیادی دیده نمی‌شود. شما وقتی می‌خواهید یک تمایزی ایجاد بکنید، مجبورید با افکت‌هایی که در تدوین می‌گذارید، یک حرکت مصنوعی و تصنعی به این صحبت‌های من بدهید تا این‌که قابلیت دیده شدن رسانه‌ای را پیدا کند. پس آیین‌ها توسط تلویزیون گزینش می‌شوند و بخش‌هایی از آیین‌ها بزرگنمایی می‌شوند که قابلیت تلویزیونی شدن داشته باشند. اگر ما بخواهیم دین را از طریق تلویزیون تبلیغ و ترویج کنیم، عملاً تلویزیون می‌آید و از بین همه مفاهیم و کارکردهایی که دین دارد، آیین‌هایی را انتخاب می‌کند که نمایشی هستند و از میان آیین‌ها آن را انتخاب می‌کند که در آن حرکت و هیجان وجود دارد.

با توجه به تشابه و تفاوت‌های کارکردی که بین تلویزیون و مراسم عزاداری و مداحی وجود دارد، آیا ظرفیت استفاده از کارکرد مراسم عزاداری و مداحی در تعامل با تلویزیون وجود دارد یا نه؟

شما وقتی به عزاداری نگاه می‌کنید، باید مجموعه فرهنگی‌ای را حول و حوش عزاداری ببینید که به عزاداری معنا می‌دهند. چیزی که به آن می‌گوییم زمینه‌های فرهنگی یک آیین. اگر شما آیینی را از آن زمینه‌هایش خارج کنید، درباره آن بسیار سوءتعبیر می‌شود. حتی شما نمی‌توانید با آن ارتباط برقرار کنید. این‌که ما آیین‌ها را نمایش بدهیم، یک بحث است و این‌که ما فکر کنیم اگر آیین‌ها را نمایش دادیم، چیزی جای آن آیین نشست، چیز دیگری است. آیا تلویزیون می‌تواند عزاداری را نشان بدهد؟ گفت ما کردیم و شد! هم زنده پخش کردیم هم غیرزنده. هم در استودیو عزاداری پخش کردیم هم از مجلس عزاداری. پس هر جایی که دوربین بتواند تصویر بگیرد، قابلیت پخش از تلویزیون به صورت تکنیکال را دارد.

درست که در حوزه کارکردی تشابه‌هایی بین این دو مجموعه وجود دارد ولی نوع تعامل ما جهت بهره‌گیری از هر یک از آن‌ها، متفاوت است و شرایط خاص خودش را می‌طلبد.

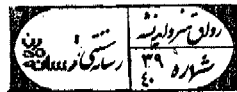
این‌که عزاداری تلویزیون با عزاداری حسینیّه تفاوت دارد یا ندارد، قضاوت در این باره را واگذار می‌کنم به کسانی که این را تجربه کرده‌اند؛ یعنی کسی که رفته در مجلس عزاداری و شب، آن مجلس عزاداری را از تلویزیون دیده است. کسانی که هم از آیین بهره‌برداری می‌کنند و هم در آیین مشارکت می‌کنند و هم آن مراسم آیینی را مصرف رسانه‌ای می‌کنند، این‌ها عده‌ای هستند که برای آن‌ها پخش مراسم مذهبی و عزاداری از تلویزیون، کاملاً امری پسندیده است؛ چراکه در کتبان از موضوع (در کنار تجربه واقعی‌شان از محیط زیسته‌شده) تکمیل می‌شود. تجربه تلویزیونی، مکمل تجربه واقعی در صحنه است. برای کسانی که آن تجربه را ندارند، فاقد تجربه مشارکت در مراسم آیینی هستند، مراسمی که از تلویزیون پخش می‌شود، فاقد جنبه‌های بسیار جدی منابعش است؛ از جمله لذت حضور. زاویه دیدی که دوربین تلویزیون به ما می‌دهد، متعلق به هیچ کدام از مشارکت‌کنندگان یا آفرینندگان مجلس نیست.

یکی دیگر از تفاوت‌های آن‌ها به ویژگی‌های دریافت برمی‌گردد. ویژگی دریافت من در مراسم آیینی این است که به طور داوطلبانه آدم و در مراسم شرکت کردم، خودم را به لوازمی ملّتمز دانسته‌ام. رعایت برخی آداب را می‌کنم. در حالی که در مراسم رسانه‌ای این گونه نیست. شما ملّتمز به رعایت هیچ آدابی نیستید. ممکن است سر سفره شام باشم، ممکن است دراز کشیده باشم. همه آن مزاحمت‌های محیطی در مشارکت مراسم آیینی حذف می‌شوند در حالی که در مراسم رسانه‌ای همه آن موانع دریافت وجود دارند.

مسئله بعدی این است که تصویر مراسم یک پیش دارد و یک پس و یک هم‌عرض‌هایی. قبلاً چیزی نشان می‌دهید و بعدش چیزی. هم‌عرض آن، در کانال‌های دیگر، چیزی را نشان می‌دهند. به اضافه این‌که گاهی وقت‌ها زیرنویس خبر دارید، آگهی دارید و... در واقع شما دارید آیین را در قاب تصویر بیان می‌کنید. این تفاوت هم بر انتقال حال و هوای مجلس تاثیر جدی دارد.

آسیب‌هایی که ممکن است در فرآیند پخش مراسم عزاداری و مداحی از تلویزیون اتفاق بیفتند را چطور تحلیل می‌کنید؟

مراسم عزاداری، رخدادی است که در حوزه ارتباطات رودررو و چهره‌به‌چهره محدود واقع می‌شود. ولی ارتباطاتی از جنس رسانه تلویزیون، عمومی است. مراسم عزاداری امام حسین (ع)، یک مراسم خاص شیعی است. هر عزاداری که اتفاق می‌افتد، در یک سطحی اتفاق می‌افتد. برای





نمونه شما ممکن است منزلتان روضه داشته باشید؛ روضه خانگی، در روضه‌های خانگی ماهانه آدم‌هایی می‌آیند که تعدادشان محدود است، ارتباطات میان‌فردی و بین‌فردی‌شان محدود است. می‌دانند برای چه در آن جلسه شرکت کرده‌اند و چرا به جلسه دیگری نرفته‌اند. اگر شما یک هیئت محلی داشته باشید، سطح به اصطلاح توقع صاحب منزل، مداح و عزاداران از مجلس، در اندازه‌های یک مجلس محلی است. اگر صنف کفاش‌ها برنامه عزاداری داشته باشند، مخاطب اولش اعضای آن صنف هستند یا کسانی که در شهر تصمیم می‌گیرند به خاطر ویژگی آن مداح خاص شرکت کنند. حال اگر شما با دوربینتان به عزاداری این صنف بروید، ناگهان سطح نازل یک عزاداری را به سطح **Mass Media** کشانده‌اید. در حالی که اصلاً برای چنین بخشی طراحی نشده است. تعارض و تراحم میان اقتضائات بخش سراسری و تولید کاملاً بومی خاص، تعارضی است که می‌تواند منجر به مشکلات مذهبی و... شود. پس رسانه تصمیم می‌گیرد بین مداحی‌ها، بخشی را انتخاب کند که با معیارهای بخش سراسری هم‌خوانی داشته باشد. البته وقتی دوربین تلویزیون رفت در داخل مجلس، دیگر مداح و عزاداران از فضای محیط خارج می‌شوند و مسئله تبدیل می‌شود به یک نمایش، یک بازنمایی از یک آیین که این بازنمایی در مرحله تولید، تدوین و پخش فیلتر می‌خورد و تغییر می‌کند. به همین دلیل مجلس تلویزیونی یک مجلس تصنعی دیده می‌شود. هر چقدر هم که شما سعی کنید، مراسم را طبیعی جلوه دهید، حضور مزاحم دوربین تلویزیون خود را به رخ می‌کشد. خلوص مجلس از بین می‌رود. حالا این نمایش چقدر با دقت کارگردانی شده باشد تا مشکلات تصنعی بودنش را کم کند، بحث دیگری است.

برای تعامل مطلوب بین دو رسانه سنتی و مدرن، چه راهکارهایی را توصیه می‌کنید؟

نکته اول این که باید در تلویزیون تعریف مجددی از مذهب داشته باشیم. در تعریف مفاهیم، از پایه تا تکنیک باید بازنگری شود. نکته دوم این که ارزان‌ترین نوع برنامه‌سازی را در حوزه آیین‌های مذهبی انجام ندهیم.

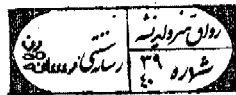
در طبقه‌بندی برنامه‌سازی (بر اساس الف، ب، ج، د) برنامه‌های آیینی به عنوان طبقه دال حساب می‌شوند. با این اوصاف چطور می‌توانیم توقع یک برنامه خلاق داشته باشیم؟

سال ۱۳۷۴ یک مصاحبه چهارقسمتی با روزنامه ایران داشتم با نام «گاهی از دال هم آن طرف‌تر»!!!

به طور خلاصه، غیر از برنامه یا سریال‌های سینمایی در حوزه مذهب، برنامه‌های رایج مذهبی معمولاً ارزان‌ترین برنامه‌ها هستند. یک دوربین کاشته می‌شود، یک نفر حرف می‌زند. یا یک مراسمی وجود خارجی دارد، ما می‌رویم با یک دوربین ضبط و بعد پخش می‌کنیم. همه حرف ما در آن مصاحبه این بود که به اندازه هزینه و کار حرفه‌ای که برای پخش یک مراسم فوتبال در ایران می‌شود، اگر برای تولید و پخش یک آیین مذهبی کار شود، علاقه‌مندی افزون‌تری در افراد برای حرکت به سمت دین ایجاد می‌شود.

یکی دیگر از مباحث مهم آیینی، خرده‌فرهنگ‌های گوناگونی است که در حوزه عزاداری وجود دارد. وقتی به طور خاص بخشی از مراسم‌های مذهبی را پخش می‌کنیم، آیا این باعث حذف آن خرده‌فرهنگ‌ها - که بخش عمده‌ای از آن‌ها دارای پیشینه قوی‌ای است - نمی‌شود؟

به هر حال شبکه ملی رادیو و تلویزیون، قصد ندارد خرده‌فرهنگ‌های نابینجار را نمایش دهد. خودش را در یک تعریف بهنجاری نگه می‌دارد ولی اصل این است که آن هنجارها را چه کسی تعیین می‌کند؟ اگر یک هیئت کارشناسی از جمیع جهات یا از وجوه مختلف بالای سر این موضوع باشد، می‌شود از آن دفاع کرد، می‌شود آن را نقد کرد ولی وقتی جامعه خبر نداشته باشد که چرا این مداح آری و آن مداح نه! انتقادها شروع می‌شوند.



ادعایی هست که با پرداختن تلویزیون به مراسم عزاداری و مداحی، مشارکت مردم در مراسم مذهبی بیشتر می‌شود.

پیگیری این نظریه یا ادعا بدون تحقیق جواب نمی‌دهد. باید این را به یک موضوع تحقیق تبدیل و بررسی کرد ولی تحقیقاتی که دیگران دربارهٔ مجالس کلیسایی انجام داده‌اند، نشان می‌دهد عملاً کسانی که مشارکتشان در مراسم مذهبی از دیگران بالاتر است، به مراسم رسانه‌ای دینی نیز توجه می‌کنند؛ یعنی آدم وقتی مذهبی است، تلویزیونش هم مذهبی است. زندگی‌اش مذهبی است. تفریحش مناسب با فضای مذهبی است. این تعامل بین مصرف رسانه‌ای و صرف اوقات فراغت در حوزهٔ مذهب، در تحقیقات دیگر هم نشان داده شده است.

ادعای دیگر این است که وقتی رسانهٔ سنتی (مجالس، عزاداری و مداحی) بیش از حد در رسانهٔ مدرن (تلویزیون) حضور پیدا کند، آن کارکرد ارشادی مراسم مذهبی تبدیل به کارکرد سرگرمی می‌شود؛ یعنی تلویزیون خاستگاه مخاطب را از حوزهٔ ارشادی مراسم عزاداری به حوزهٔ سرگرمی تغییر می‌دهد؟

به هر حال تلویزیون گزینش می‌کند. تلویزیون بخش سرگرم‌کنندهٔ مذهب را برمی‌دارد و بخش می‌کند. نه این که دین سرگرم‌کننده شود ولی تلویزیون بخشی را برمی‌دارد که با آن بتواند برای خود مخاطب به دست بیاورد.

پس تلویزیون می‌تواند نسبت به این نوع مراسم کارکرد ارشادی داشته باشد؟ باز تاکید می‌کنم که تلویزیون در حوزهٔ مراسم تلویزیونی، آن بخشی از دین را برمی‌دارد که کارکرد سرگرم‌کننده هم دارد.

