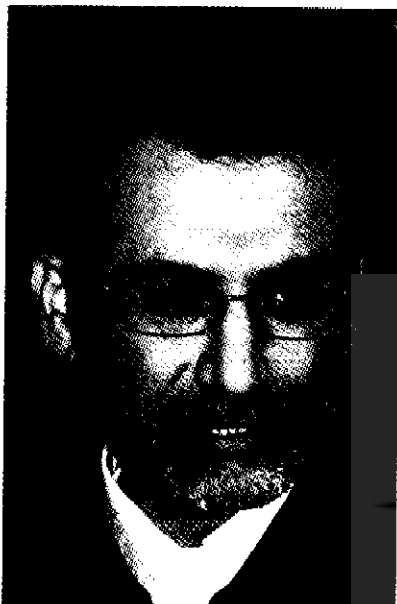


نقش آموزشی فیلم ها و سریال های رسانه ملی

حسین سبحانی



در این میان زبان می‌بندد نه رسانه بلکه ارزش های جمعی است که به صورت ناخواسته و به ناچار جری خود را به ارزش هایی می دهند که رسانه مورد اعتماد مخاطب به و عرضه داشته است و تکرار این گسست باعث بی اعتمادی مخاطبین خواهد شد. برقراری ارتباط که با فرایندی تمش عنصری فرستنده، پیام، رسانه، گیرنده، بازخورد و محیط شکل می گیرد هنگامی بین یک یا چند نفر اتفاق می افتد که فرستنده، منظور و مقصود خود را به صورت یک نماد کلامی مانند واژه ها و کلمات یا غیر کلامی مانند تصویر، رنگ، حرکت به مخاطب خود بین دارد. لذا برقراری ارتباط سالم و القای دیدگاهها و سیاستهای فرستنده پیام، باید ضروری باشد که با ارزش های اعتقادی مخاطب همسو باشد تا گیرنده پیام اعتماد خود را به رسانه ای که پیام را انتقال می دهد حفظ نماید. در این میان رسانه ای موفق خواهد بود که افکار عمومی آن را قبول داشته و به آن به عنوان امین در رساندن پیام نگاه کنند.

شاید به جرأت می توان گفت که در حال حاضر تلویزیون رسانه ای است که بیشترین مخاطب را در سطح دنیا دارا می باشد و به قول مک لوهان این جعبه جادویی، روزانه میلیون ها مخاطب را با عقاید و باورهای مختلف رودرروی خود می نشانند تا به هر شکل ممکن، اطلاعات، اخبار، دیدگاهها و افکار مورد نظر خود را به اشکال و برنامه های مختلف مانند خبر، میز گرد، فیلم و سریالهای مختلف به مخاطبین القا نماید.

موزش و باورهای جمعی انسان های هر جامعه ای، متأثر از شرایط و سنت ها و فرهنگهایی می باشد که آنها را بوجود آورده و در جریان زندگی روزمره، باز تولید می شود. رسانه های ارتباطی به خصوص به دلیل ماهیت خاص خود، بر مخاطبان تأثیر بیشتری داشته و در باز تولیدها نقش مهمی را ایفا می کنند. آنچه که رسانه ها به مخاطبین خود انتقال می دهند، بسته به نوع رسانه و میزان حضور آن رسانه در زندگی افراد جامعه، به برخی بازگو کننده ارزش های جمعی است، به عبارت دیگر رسانه های جمعی یک جامعه پیام هایی را منتقل می سازند که برگرفته از ارزش های آن جامعه است. ارزش هایی که شکل دهنده و سازنده ماهیت، معنا و مفهوم پیامی است که آن رسانه منتقل می کند. در قلم رسانه ها میانجی و تکمیل کننده تولید و باز تولید ارزش های جامعه هستند. اما گاهی ممکن است این چرخه دچار گسست شده و رسانه ها پیام هایی را به مخاطبین شان ارائه دهند که نه تنها با ارزش های آنها سازگاری ندارد بلکه در بسیاری از مواقع مخرب ارزش های موجود پذیرفته شده در جامعه است. برای مثال در جامعه ای که ارزش هایی همچون نوع دوستی، گذشت، توکل، قناعت و ... حاکم است یک رسانه ممکن است صریحاً یا به صورت ضمنی القا کننده منفعت طلبی سود جویی و خودخواهی به مخاطب و یا مخاصمیتش باشد. نتیجه این گسست نفع رسانه و یا نفعی ارزش هاست. اما زمانی که از یکسو مخاطب به رسانه اعتماد و اطمینان داشته باشد و از سوی دیگر پیام های مغایر با ارزش های جمعی از طریق رسانه به خورد مخاطب داده شود آنگاه آنچه

شاید به جرأت می توان گفت که در حال حاضر تلویزیون رسانه ای است که بیشترین مخاطب را در سطح دنیا دارا می باشد و به قول مک لوهان این جعبه جادویی، روزانه میلیون ها مخاطب را با عقاید و باورهای مختلف رودرروی خود می نشانند تا به هر شکل ممکن، اطلاعات، اخبار، دیدگاهها و افکار مورد نظر خود را به اشکال و برنامه های مختلف مانند خبر، میز گرد، فیلم و سریالهای مختلف به مخاطبین القا نماید.

تلویزیون رسانه ای است که با مزیت هایی از قبیل «دسترسی آسان- نفوذ و تأثیر بسزا- هزینه مناسب متنوع بودن برنامه - انتخاب

به عهده مخاطب بودن - توان بودن ارتباطات کلامی و غیر کلامی و ... و معایبی از قبیل تراکم برنامه و شلوغی زیاد دید زودگذر مخاطبان ناخواسته - تداخل برنامه ها و ... توجه مردم را به خود جلب کرده است. بطوری که ساعت ها علاقمندان برنامه های گوناگون را متوجه خود می نماید.

با توجه به موضوع مطرح شده (نقش آموزشی سریالها و فیلم های سینمای جمهوری اسلامی ایران) و با توجه به مقدمه ذکر شده به این نتیجه می رسیم که نقش تلویزیون به عنوان رسانه ملی در کشور عزیزمان بسیار حائز اهمیت است. لذا با عنایت به اینکه کشور ما و اکثریت مخاطبین این رسانه ملی مسلمان می باشند پس باید تلاش کرد برنامه های تولیدی با فرهنگ و ارزش های فرد ایرانی و فرهنگ غنی ایرانی همخوانی داشته باشد.

تقسیم بندی فیلم ها و سریالهای تلویزیون

۱. فیلم ها و سریالهای خارجی

۲. فیلم ها و سریالهای داخلی

۳. فیلم ها و سریالهای خارجی

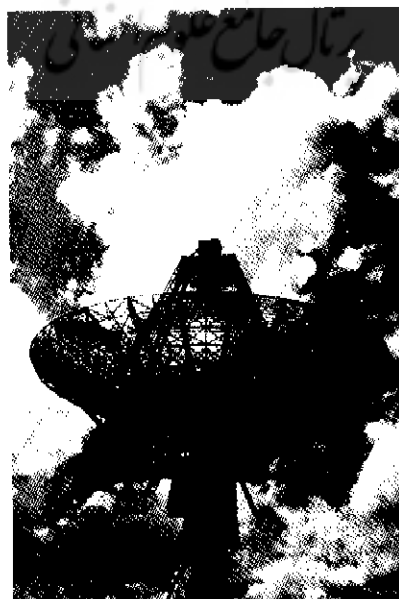
وقتی از تلویزیون فیلم و سریال خارجی پخش می شود بیننده در ذهن خود پیش فرض هایی همچون «عوامل فیلم و سریال از نویسندگان بازرگان و افراد دیگر اغلب مسلمان نیستند فرهنگ و ارزش های آنها با ما تفاوت دارد - مکان و محیط زندگی آنها با ما فرق می کند و ...» دارد و با این پیش فرض ها فیلم ها و سریالها را نگاه می کند که این موضوع شاید در ایران همگانی نباشد، اما باز خورد فیلم ها و سریالها بیان گر آن می باشد.

به هر حال خرید محصولات فرهنگی و هنری خارجی ابتدا باید مورد شناسایی و بررسی قرار گیرد و با توجه به نیاز و همچنین نگاه فرهنگی و اعتقادی موجود بین مخاطبین، نسبت به خرید آن اقدام شود و باید باز خورد و دیدگاههای مخاطبین و بینندگان را پس از پخش جویا شد و درصد اثر بخشی، جنبه های فرهنگی، اجتماعی، یا نشست های مختلف و استفاده از نظرات کارشناسان دینی و فرهنگی را سنجیده تا نسبت به خریدهای بعدی تصمیمی درست اتخاذ شود اما از دیدگاه نگارنده، متأسفانه این موضوع در

بخش فیلم ها و سریالهای خارجی مورد توجه قرار نگرفته است که این امر بیشتر در سریالها دیده می شود. با نمونه های ذیل، جنبه های منفی و مثبت آن را بررسی خواهیم کرد. پخش فیلم یا سریال از یک رسانه ملی باید جنبه های آموزشی مثبت برای سنین مختلف را دارا باشد. متأسفانه در بسیاری از این محصولات جنبه های آموزشی منفی جایگاه خود را در بین اقشار مختلف مردم باز کرده است. بطور مثال چند سالی است سریالهایی از سیمای پخش می شود که محصول کشورهای شرق آسیا می باشند. مانند سریال اوشین در سالهای دور، سریال یانگوم و جدیداً سریال امپراطور دریا و تاجر یوسان که جملگی شاید به یک موضوع پرداخته باشند و آن هم برجسته سازی نقش اول مجموعه و جنبه های مختلفی مانند مقاومت، تحمل سختی، نوع دوستی و ... است که همه جنبه های ذکر شده از نظر ما ایرانی ها خوب و پسندیده باشد اما برداشت و الگو قرار دادن جنبه های مثبت سریالها بسیار کمتر از دیگر مسایل موجود در بین مردم می باشد. خشونت و درگیری و استفاده از ابزار جنگی سرد و گرم و مبارزه فیزیکی از جمله تأثیرات منفی این گونه سریال های شرقی است که متأسفانه هیچ کدام از آنها ارزش های دینی ندارد و رابطه خدا و انسان بسیار کم رنگ می باشد.

فیلم ها و سریالهای داخلی

وقتی از تلویزیون فیلم و سریال داخلی پخش می شود بیننده در ذهن خود پیش فرض هایی



همچون «عوامل فیلم و سریال از نویسندگان بازرگان و افراد دیگر اغلب مسلمان هستند - فرهنگ و ارزش های آنها با ما تفاوت ندارد - مکان و محیط زندگی آنها با ما یکی است - حجاب و نوع پوشش ایرانی است و ...» دارد و با این پیش فرض ها فیلم ها و سریالها را نگاه می کند و دوست دارد الگوهای هنری و شخصیتهای سریالهای مورد علاقه اش را طوری ببیند که با فرهنگ و ارزش های درونی اش همسو باشد. متأسفانه در خیلی از فیلم ها و سریالهای داخلی اینگونه نیست!

فیلم های ایرانی

اغلب فیلم های پخش شده از تلویزیون، فیلم هایی هستند که در سال های گذشته بر روی پرده های سینمای ایران اکران شده و شاید بالغ بر نیمی از ایرانیان آن را از طریق رفتن به سینما و یا اجاره فیلم از کلوب ها، دیده اند و با حداقل تبلیغات فیلم را بارها از صفحه رنگی جعبه جادویی خود نظاره کرده اند. پس با این فرضیه به این نتیجه می رسیم که اکثر فیلم های ایرانی تکراری بوده و هیت تازه ای ندارند. این تنها ظاهر قضیه می باشد و محتوای فیلم ها جای بحث و تفکر دارد.

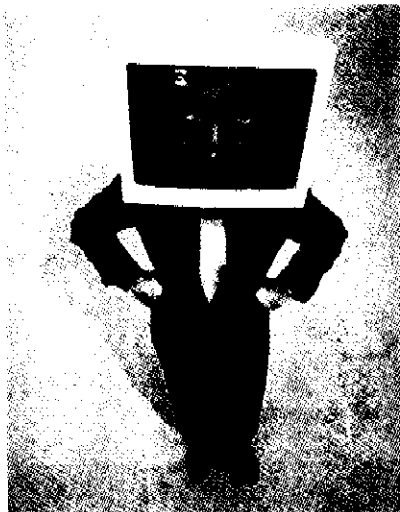
تعداد کثیری از تولیدات سینمایی کشور متأسفانه! با موضوعات عشق و عاشقی و آن هم بدون در نظر گرفتن مسائل شرعی و عرفی که با فرهنگ دینی ما مسلمانان عجین است ساخته می شود و بسیاری از ارزش های اخلاقی از جمله ارتباط های نادرست - استفاده نادرست از الفاظ احترام بزرگتر و کوچکتر، والدین و کودکان - نوع پوشش و حجاب - آرایش های غیر متعارف - استفاده از ایسه غریبی و دامنن موهای سر عجیب و غریب و ... را شاید از روی عمد و یا جهت جلب توجه و فروش فیلم رعایت نکرده اند.

آموختن فرهنگ غلط که از رسانه های پیشرفته جهانی از جمله ماهواره، اینترنت و حتی گوشی های همراه کافی نیست که از طریق رسانه های داخلی به آن پرداخته می شود؟ پس تا کی باید فرهنگ شجاعت، ایثار، مقاومت، توکل به خدا نادیده گرفته شود و یا کم رنگ جلوه نماید تا کی باید هزینه های زیادی خرج تولید فیلمهایی شود که وجهه دینی و اخلاقی ندارد.

فیلم های پخش شده در تلویزیون انسانهای

سؤال

چرا فقط در ماه مبارک رمضان سریالهایی با مضامین دینی پخش می شود؟ آیا قبل از تولید یک اثر چند ده قسمتی با کارشناسان خبره دینی، اجتماعی و فرهنگی مشورت می شود؟ چرا پس از ساخت و هزینه های سرسام آور، از پخش محصول هنری بعثت تضاد مسائل کشوری جلوگیری می شود؟



نتیجه گیری و تذکر

صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران همانطور که از اسمش پیداست رسانه ملی با دیدگاههای ارزش دینی و مذهبی بنا شده است.

پس تولید و پخش برنامه ها باید طبق اصول، قانون و با در نظر گرفتن اعتقادات و باورهای اقشار مختلف مردم با فرهنگ های مخصوص ایرانی باشد و در اشاعه فرهنگ ناب اسلامی بکوشد. لذا با نگاه کلی به مطالب ارائه شده در چند سطر نتیجه گیری می نمایم.

۱. ساخت فیلمها و سریالهای تلویزیون بیشتر سلیقه ای بوده و بعضاً برگرفته از سینما و تلویزیون های خارجی است.
۲. نمادهای دینی و ارزش های فرهنگی کم رنگ هستند.
۳. اصول اخلاقی و شئون اسلامی در برخی رعایت نمی شود.
۴. معایر بودن زندگی شخصیت ها تلویزیونی با اقتضای مشابه در سطح اجتماع

۵. تجمل گرایی با توجه به فرمایشات مقام معظم رهبری در خصوص تهاجم فرهنگی از سوی دشمنان این مرز و بوم و با نگاه به فعالیتهای گسترده در خصوص ساخت فیلم های ضد دینی و ضد ایرانی در کشورهای غربی و اهانت به مقدسات و پیامبر اسلام (ص) از طریق رسانه های مختلف (سینما، اینترنت، بازی های رایانه ای و ...) باید مسئولین وزارت ارشاد و صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، با سیاست های خاص، نسبت به آگاه سازی مردم و خنثی نمودن توطئه های دشمنان اقدام نمایند.

فرهیخته و متمدن، را به افرادی که باید از نظر مالی غنی، خوش تیپ، دارای ماشین های مدل بالا و خانه های میلیاردی با وسائل مجلل منزل اطلاق می شود اما انسان های بی ارزش را در غالب زنان و مردانی که شکل ظاهری مناسبی ندارند اما معتقدند، نشان می دهند. از نمادهای مذهبی مانند مساجد، امامزاده ها و ... هیچ خبری نیست و حتی در اغلب آنها دریغ از یک سجاده و تسبیح، مگر بعضاً جهت تمسخر و ریش خند و کنایه های برگرفته از فرهنگ غربی.

سریالهای داخلی سیما

سریالهای داخلی که سالهای اخیر تولید آنها رو به افزایش بوده و تقریباً هر شبکه برای خود در ایام هفته با پخش سریالها، مخاطبین خاص خود را پیدا کرده است، طوری که به جرأت می توان گفت که در حال حاضر هر شب یک سریال داخلی از سیما جمهوری اسلامی ایران در حال پخش می باشد و هر کدام پیامها و دیدگاههای خود را به مخاطبین بیان کنند.

تقسیم بندی سریالهای تولید داخل

۱. سریالهایی که مخصوص مناسبتهای خاص (ماه مبارک رمضان- اعیاد- و ...) ساخته می شوند.
 ۲. سریالهای طنز
 ۳. سریالهایی که با مضامین فرهنگی اجتماعی (هنجارها و ناهنجارهای موجود جامعه)
 ۴. سریالهای تاریخی و مذهبی
- با عناوین فوق و با نگاه به کلیات و سیاست های سیما جمهوری اسلامی به این نتیجه می رسیم که این رسانه خواهان بیان معضلات اجتماعی- فرهنگی و بعضاً سیاسی بوده و در راستای آگاه سازی و ارائه راه حل های ممکن قدم بر می دارد. اما کارساز بودن برنامه ها از جنبه های مثبت در بازخوردها و باز تولیدها کمی مخاطب را به فکر و آمی دارد. چرا که بسیاری از رفتارها، ابزارها، ارزش ها موجود در اغلب سریالها، با رفتارها، ابزارها و ارزش های کنونی جامعه و اقتضای گوناگون و فرهنگ غنی ایران اسلامی متفاوت بوده و شخصیتهایی که ایفای نقش می کنند با شخصیتهای واقعی در جامعه، اختلاف دارند و مورد پذیرش عموم مردم نیستند که به بعضی از موارد اشاره می کنیم.

۱. تجمل گرایی در اغلب سریالها
 ۲. نادیده گرفتن طبقات اجتماعی
 ۳. نادیده گرفتن مسائل شرعی
 ۴. متناسب نبودن شخصیت واقعی اجتماعی با نقش های موجود در سریالها
 ۵. استفاده از الفاظ و اصلاحات نامناسب
 ۶. پوشش های غیر متعارف
 ۷. آرایش های غلیظ در زنان و مدهای موی غربی در مردان
 ۸. مصنوعی و تبلیغاتی بودن لوکیشن های انتخابی
- مطالبی که در بالا به آن اشاره شد شاید از نگاه خیلی از بینندگان با سلیق و دیدگاههای آنها همخوانی داشته باشد و برای آنها ارزش محسوب شود اما باید دقت کنیم که این گونه برنامه ها از رسانه ای به خورد مردم داده می شود که تأثیر بسیاری روی مخاطب خود داشته و تکرار آن می تواند به عنوان عرف در جامعه اسلامی قلمداد شده (که می شود) و باعث تغییرات گسترده اجتماعی گردد. نشان ندادن نمادهای مذهبی و حتی ملی در سریالهای سیما (به جزء درصد کمی، آن هم در سریالهای مذهبی) اتوماتیک وار بیننده را در مسیری قرار می دهند که ارزش های دینی و مذهبی را نادیده بگیرد.
- متأسفانه نمایش اینگونه رفتارها، مشکلات عمده ای در بین طبقات و خانواده های مختلف اجتماعی به وجود آورده است. بطوری که بسیاری از ارزش های دینی و اخلاقی و حتی قبیله ای در حال نابودی است. نگاهها نسبت به اعتقادات در حال تغییر، آن هم با سرعت نور، که معلوم نیست به کجا خواهیم رفت و با کدام فرهنگ و آیین جدید بیوند خواهیم خورد.