

چالش‌های تعامل دین و تلویزیون با تأکید بر نمایش شخصیت‌های قدسی و معصوم^۱

دکتر اصغر فهیمی فر^۲

مرتضی ترقی^۳

چکیده

محدودیت زبان و ساختار تلویزیون، باعث می‌شود که مفاهیم مجرد و قدسی نتوانند به صورت تمام و کمال در قالب روش‌ها و تکنیک‌های بصری در تلویزیون به نمایش درآیند؛ به همین دلیل، شناخت دقیق و کامل امکانات و ابزار تلویزیون از سویی، و نیز شناخت جایگاه و موقعیت شخصیت‌های قدسی و معصوم از سوی دیگر، جزء مهمترین و البته ابتدایی‌ترین کارها در بحث حضور دین در تلویزیون می‌باشد. این مقاله سعی دارد با روش اسنادی و کتابخانه‌ای، ضمن واکاوی سطوح برخورد دین با تلویزیون، به دنبال کشف راه‌کارهایی باشد که با وجود قابل‌ارائه بودن با زبان تلویزیون، کمترین خدشه را به ساحت شخصیت‌های قدسی و معصوم که از مهمترین بخش‌های هر دین الهی هستند، وارد سازد. جهت دینی پیدا کردن تلویزیون و نه الزاماً دینی شدن آن، بازتفسیر حقایق دینی و ارائه آداپتاسیون‌های امروزی، بخشی از راه‌کارهایی است که می‌توان به کمک آن، از امکانات و محدودیت‌های زبان تلویزیون به نحو شایسته‌ای برای نمایش شخصیت‌های قدسی و معصوم استفاده کرد. کلید واژه: زبان تلویزیون، شخصیت‌های قدسی و معصوم، دین، ساختار تلویزیون

-
۱. مقاله برگرفته از پایان‌نامه با عنوان: «محدودیت‌ها و امکانات زبان تلویزیون در نمایش شخصیت‌های قدسی و معصوم؛ با مطالعه تطبیقی فیلم سینمایی محمدرسول‌الله (ص) با فیلم سینمایی مریم مقدس»، دانشکده صدا و سیما
 ۲. عضو هیئت علمی دانشکده هنر و معماری دانشگاه تربیت مدرس
 ۳. کارشناس ارشد رشته تهیه‌کنندگی، گرایش نمایش (نویسنده مسئول)

مقدمه

هر پژوهشی به نوعی بیانگر برآیند نوع نگاه، احساس نیاز پژوهشگر و نیز محیط و شرایط اجتماعی حاکم بر عصر و زندگی اوست.

آنچه در این مقاله می‌خوانید نتیجه پژوهشی است که برخاسته از احساس نیاز پژوهشگر در برهه‌ای خاص از عصری نوین است. پژوهشگری که در جغرافیای ویژه‌ای از این کره خاکی می‌زید و در مختصات از زمان و مکان که مفهومی ویژه را در ذهن او برجسته کرده‌است؛ در عصری که ارتباطات جمعی به ابزاری قدرتمند در جهان تبدیل شده تا حدی که این عصر را عصر ارتباطات می‌نامند و در جغرافیایی که ویژگی‌های منحصر به فردی در جهان امروز دارد. در کشوری به نام جمهوری اسلامی ایران که دو رسانه پر قدرت آن چون رادیو و تلویزیون یک ویژگی اساسی و غیرقابل مقایسه با دیگر کشورهای جهان دارد و این که به طور دولتی و به شیوه‌ای کاملاً عامدانه و آگاهانه در خدمت انتقال ادبیات و آموزه‌های دینی و مذهبی به کار می‌رود و این وجه از مفاهیم از برجسته‌ترین مفاهیم مطرح شده در دو رسانه رادیو و تلویزیون (صدا و سیما) جمهوری اسلامی ایران، چه به لحاظ محتوا، چه به لحاظ شکل و فرم و چه از دیدگاه سنجش میزان کمیت و حجم اختصاص یافته به این مفاهیم در برنامه سازی است، به طوری که می‌توان به راحتی گفت که وجه مشخصه و ممتاز این دو رسانه در ایران نسبت به دیگر کشورهای جهان وجه مذهبی بودن آنهاست.

در این میان اهمیت تلویزیون در جهان امروز به‌عنوان گسترده‌ترین وسیله ارتباط جمعی از سویی و حساسیت مساله شخصیت‌های قدسی و معصوم و اهمیت این موضوع در پیکره دین اسلام در کنار حساسیت و نگرانی خاص جامعه ایران در این مورد سبب شده تا پژوهشگر به طور خاص به چگونگی نمایش شخصیت‌های قدسی و معصوم در رسانه تلویزیون بپردازد و از آن جا که ابزار تلویزیون در عین حال که به دلیل قابلیت‌های خاصش، نسبت به دیگر رسانه‌ها، محتوایی نزدیکتر به زندگی واقعی ارائه می‌دهد اما به هر حال زبان و محدودیت‌های ویژه خویش را دارد، و نیز با توجه به این موضوع که دین، پدیده‌ای غیر مادی آسمانی و الوهی است و تلویزیون مقوله‌ای کاملاً مادی، عینی و

ساخته دست بشر؛ اساسا این مسئله بنیادین پیش می‌آید که چه طور می‌توان از یک پدیده مادی برای تبیین و انتقال مفاهیم یک پدیده معنوی استفاده کرد؟ از این رهگذر، موضوع این پژوهش براساس تمام این نیازها و شرایط به بررسی محدودیت‌ها و امکانات زبان تلویزیون در نمایش شخصیت‌های قدسی و معصوم به ویژه در کشور ایران تعلق می‌یابد.

بررسی پیشینه

بررسی تحقیقات پیشین

تاکنون پژوهش‌های زیادی درحوزه دین و رسانه - و تلویزیون به طور اخص - انجام شده‌است؛ هرچند که اکثر این پژوهش‌ها، از سوی دانشمندان و پژوهشگران علم ارتباطات انجام شده و بالطبع از زاویه دید این علم بوده است؛ در ادامه به چند نمونه از این آثار با ارائه توضیحاتی مختصر خواهیم پرداخت:

● بازاندیشی درمورد رسانه، دین و فرهنگ؛ نوشته استوارت ام. هوور و نات لاندبای؛ ترجمه مسعود آریایی نیا:

این کتاب ماحصل همایشی است که با عنوان رسانه، دین و فرهنگ در دانشگاه اپسالای سوئد در ماه مه ۱۹۹۳ برگزار شد. در این همایش، اندیشمندانی از کشورهای فرانسه، مجارستان، ایتالیا، نروژ، آمریکای جنوبی، سوئد و آمریکا شرکت کرده بودند. این همایش، منجر به تشکیل «گروه اپسالای» شد. این گروه، شبکه‌ای بین‌المللی از محققانی است که اشاعه، تشویق و نیز پژوهش در باب تعامل و رابطه تحقیقات رسانه‌ای، دین پژوهی و مطالعات فرهنگی را هدف خود قرار داده است.

● رسانه‌ها و دین؛ از رسانه‌های سنتی تا تلویزیون؛ نوشته دکتر ناصر باهنر: این اثر، برگرفته از پایان نامه دکتر ناصر باهنر در دانشگاه امام صادق(ع) می‌باشد که با راهنمایی پرفسور حمید مولانا و دکتر کاظم معتمد نژاد به انجام رسیده است. در این اثر سعی شده به سه پرسش اساسی پاسخ داده شود: اول آن‌که دیدگاه نظری مطلوب برای تبیین فرآیند ارتباطات دینی در عصر نوگرایی چیست؟ دوم، تلویزیون

جمهوری اسلامی ایران، از چه جایگاه ارتباطی در میان رسانه‌های سنتی و مدرن دینی کشور برخوردار است؟ و سوم، امکان مطلوب آموزش دین از وسایل ارتباط جمعی نوین - با تأکید بر تلویزیون جمهوری اسلامی ایران - با چه اصولی تبیین می‌شود؟ بدون اغراق، باید اذعان داشت که این اثر، یکی از بهترین کتب تألیف شده در ایران در حوزه ارتباطات و در مورد خاص ارتباط دو مقوله دین و رسانه می‌باشد.

● دین و رسانه؛ به کوشش محمد رضا جوادی یگانه و حمید عبداللهیان:

این کتاب، ماحصل مقالات نخستین همایش بین‌المللی دین و رسانه می‌باشد. بررسی ارتباط تلویزیون به‌عنوان یک رسانه دینی در ایران با مقولاتی چون خانواده و دولت، اجتماع محوری در محیط سایبر دینی، نقش رسانه‌ها در تهدیدها و فرصت‌های جهانی شدن برای دین، تلویزیون و آبژه‌های دینی و سکولاریسم، رضایت مخاطبان دینی، رسانه دینی یا دین رسانه‌ای، بررسی مطالعه موردی مناسک رسانه‌ای، دین مجازی و دو فضای شدن دین و جهانی شدن محیط دینی، جهان شمولی دین و جهانی شدن رسانه‌های الکترونیک، تعاملی بودن و بازبودگی در بازی‌های رایانه‌ای دینی، ابداع نمادهای مشترک دینی و مخاطبان و رسانه‌ای کردن دین، از جمله مقاله‌های این کتاب می‌باشد.

● رسانه تلویزیون و سکولاریسم؛ مجموعه مقالات نخستین همایش سراسری رسانه تلویزیون و سکولاریسم:

مقالات این کتاب، که حاصل نخستین همایش سراسری رسانه تلویزیون و سکولاریسم است، به بررسی نسبت سکولاریسم با رسانه تلویزیون و تعامل بنیان‌های نظری سکولاریسم در موضوعات و حیطه‌های گوناگون رسانه‌ای می‌پردازد.

● دین و ارتباطات؛ نوشته مجید محمدی:

این کتاب، در ابتدا به بررسی دین و ارتباطات میان فردی، دین و ارتباطات میان فرهنگی و دین و ارتباطات درون دینی می‌پردازد و پس از آن، ضمن واکاوی تاریخچه پخش دینی به بیان سرآغاز پخش دینی و کم و کیف آن، نشر دینی و آگاهی مذهبی، آموزش و تبلیغ دین، رابطه نهاد دین و نهاد رسانه‌ها و انواع گرایش‌های دینی در رسانه‌های همگانی مبادرت می‌کند. همچنین، بررسی جامع برنامه‌ها و مواد دینی رسانه‌ها، برنامه‌های دینی در رادیو و تلویزیون‌های جهان، دین در قالب فیلم، دین در

قالب روایت، دین و زبان هنر و سرانجام بررسی چگونگی و سیر تحول برنامه‌ها و مواد دینی، از جمله مباحث این کتاب می‌باشد. البته بیشتر مطالب مطرح شده در این اثر ناظر به موضوع کلی ارتباطات و پیوند آن با دین، در بستری کلی و جهانی است و کمتر به بحث دین و ارتباطات در حوزه سرزمینی ایران پرداخته است.

● زندگی در عیش، مردن در خوشی؛ نوشته نیل پستمن، ترجمه دکتر صادق

طباطبایی:

هرچند که این اثر به صورت مستقیم و کلاسه بندی شده به بررسی ارتباط دو مقوله دین و رسانه به خصوص تلویزیون نمی‌پردازد اما به لحاظ انسان شناسی و مطالعات فرهنگی، یکی از با ارزش ترین کتبی محسوب می‌گردد که در حوزه ارتباطات و رسانه - به مفهوم کلی کلمه - نوشته شده است.

«نیل پستمن» به عنوان اندیشمندی منتقد که همواره نگاهی انتقادی و صد البته حقیقی به معضلات و حواشی فرهنگ معاصر و تبعات حضور رسانه‌های جمعی، به ویژه در جامعه آمریکا داشته است، در این کتاب نیز، با شالوده قرار دادن این اندیشه که انسان عصر حاضر، حاکمیت و قدرت تعیین سرنوشت خویش را یکسره از دست داده و آن را یکجا به وسایل ارتباط جمعی سپرده است، بحث اصلی خود را این گونه مطرح می‌سازد: این وسایل ارتباط جمعی هستند که در بعد گسترده‌ای، از یکسو، نقش روز افزون خود را بر آنچه بدان وقوف می‌یابیم، با آن آشنا می‌شویم، رویاروی آن قرار می‌گیریم، هرآنچه را که تجربه می‌کنیم و آنچه را که به عنوان تجربه می‌اندوزیم، آنچه را که به عنوان دانش می‌آموزیم و آن گونه که دانسته‌های خود را می‌سازیم و شکل می‌دهیم بر عهده گرفته‌اند و به آنها شکل و جهت می‌دهند؛ از سوی دیگر، به گونه‌ای روبه تزیاید، به ما تحمیل می‌کنند که به چه بیانیشیم، چگونه بیانیشیم، چه و چگونه و چرا احساس کنیم، رابطه ما با خودمان و با دیگران چگونه و به چه میزان باشد و... به بیان کلی، این وسایل ارتباط جمعی هستند که حاکمیت ما را بر خود و اندیشه و احساس و ادراک ما و نیز روابط انسانی و اجتماعی از ما ربوده‌اند.

● تکنوپولی؛ نوشته نیل پستمن، ترجمه دکتر صادق طباطبایی:

نیل پستمن، همین نگرش و باور فوق را در این کتاب، زمینه بررسی ابعاد تأثیر

فناوری نوین، به‌خصوص رایانه قرار داده است. در این کتاب، مؤلف، از زوایای مختلف، اسارت انسان، فرهنگ و تاریخ بشری را در چنگال الهه‌ای به اسم فناوری بررسی می‌کند و زیان‌های جبران‌ناپذیر کاربرد فناوری بدون اخلاق را با بیانی بسیار استوار و منطقی و مبتنی بر شواهد و قرائن و آمارهای علمی بر می‌شمرد و سپس، ضمن اظهار ناامیدی از نجات جامعه آمریکا - به‌عنوان قطب آمال و قبیله تمنیات انسان‌های بی‌شمار این کره خاکی - می‌گوید: «اگر جوامعی که از فرهنگ هشپاری برخوردار هستند و هنوز اسیر چنگال بی‌رحمانه تاریخ ستیز و دین‌کش و فرهنگ‌برانداز نظام انحصارگر فناوری یا همان تکنوپولی نشده‌اند، می‌توانند با بهره‌گیری معقول و آگاهانه از مزایای فناوری‌های جدید، خود را تسلیم توقعات و تمناهای فرا رخصاری آن نسازند و در نتیجه می‌توانند - بر خلاف ملت آمریکا - با حفظ تاریخ و فرهنگ و تمدن و باورهای اعتقادی خود، سرنوشت خود را با تسلط بر عناصر اصلی انسانیت و اهداف عالی انسانی همچنان در دست داشته باشند.»

● دیالکتیک صورت و معنا در هنر، تلویزیون و سینما؛ نوشته دکتر اصغر فهیمی‌فر:

این کتاب نیز به سیاق آثار نیل پسمن، نگاهی غیر مستقیم و البته زیبایی‌شناسانه به حضور عناصر فرهنگی به‌عنوان معنا و شاکله اصلی در آثار هنری دارد. مؤلف، در این کتاب، مفاهیم دینی را به‌عنوان عناصر مطلوب و خاص فرهنگ ما قلمداد کرده و راه صحیح بروز این مفاهیم در آثار هنری کشورمان را کشف بن‌مایه اصلی این مفاهیم و نیز شناخت روش‌های تازه‌ای می‌داند که بیشترین تطبیق و همخوانی را با عناصر فرهنگی ما دارا باشد و این خود مستلزم کشف نوعی زیبایی‌شناسی بومی در آثار سینمایی، تلویزیونی و در مجموع همه هنرها خواهد بود.

● حکمت رسانه‌های مدرن، نوشته دکتر اصغر فهیمی‌فر:

نویسنده در این کتاب به بررسی معناشناختی و زیرساختی شکل‌گیری حکمی و فلسفی رسانه‌های مدرن، از جمله تلویزیون و سینما پرداخته است. مؤلف، به مانند کتاب پیشین، ضمن بررسی زیبایی‌شناسانه رسانه‌های جدید، باز، این چالش بزرگ را مطرح می‌کند که اساساً بسیاری از رسانه‌های مدرن، متولد شده فرهنگ غرب و متناسب با آن اقتضائات می‌باشند و شکل و نوع به کارگیری آنها در حوزه‌های فرهنگی و جغرافیایی

دیگر، از جمله کشور خود ما، نیازمند بازشناسی و بومی کردن دارند. نویسنده این اثر، معتقد است، مادامی که عناصر اصلی و پایه‌ای یک رسانه، به اقتضای شرایط تازه، بومی نگردد، هرگونه تلاش برای انتقال مفاهیم مدنظر دستگاه فرهنگی تازه در جغرافیای نوین خود از این رسانه، که خود، ذاتاً حامل پیام‌های کشور و جغرافیای مبدأ می‌باشد، بیهوده است و شاید این تلاش، به نوعی، آب در هاون کوبیدن باشد!؛ چراکه بی‌شک، رسانه غربی، عناصر و ساختارهای فرهنگی و معنانشناختی خود را به همراه خود به هرگوشه عالم می‌برد. بنابراین، اگر رسانه مدرنی مثل تلویزیون، که تنها براساس مفاهیمی مثل سرگرمی و غیره در کشورهای غربی ساخته شده‌است، چگونه می‌تواند برخی از عناصر اصلی فرهنگ ما، مانند دین را منتقل سازد؟! از دیگر آثار در زمینه ارتباط دین و رسانه‌ها می‌توان به کتب دیگری چون دین، رسانه و مرکز ثقل فرهنگی^۱ نوشته استوارت ام. هوور اشاره کرد که این کتاب، رهیافتی نوین در برقراری تعامل بین عناصر فرهنگی معاصر، به‌خصوص رسانه‌ها و نقش عظیم آنها در جهت‌دهی به افکار انسان امروزی، با مقوله دین داشته است. مسأله اساسی درمورد این کتب و پژوهش‌ها این است که اکثریت آنها حالت نظریه‌پردازانه صرف داشته و تا حدودی از جنبه‌ها و یا دستاوردهای عملی و عینی تهی می‌باشند.

همچنین، باید این مورد را نیز به نواقص چنین تحقیقاتی در ایران اضافه نمود که در موارد فراوانی، مصادیق و معیارهای مورد اشاره و سنجش این آثار، براساس تلویزیون‌های غربی با شکل و مختصات خاص خود - حتی بدون در نظر گرفتن اقتضات این جوامع - می‌باشد که در نتیجه، تکرار یا همسان سازی نتایج این پژوهش‌ها را برای جامعه ما غیرممکن می‌سازد.

البته همان‌طور که پیشتر نیز توضیح داده شد، شکل ارتباطاتی تحقیقات و مطالعات پیشین مطمح نظر ما، پژوهش‌های انجام شده را تا حدود زیادی از فضای تولید تلویزیونی دور ساخته است و همین مسئله، ضرورت انجام پژوهشی مستقل و با نگاه

خاص تولید تلویزیونی را ایجاب می‌نماید. شاید به جرأت بتوان گفت که تا امروز کمتر پژوهشی به‌طور مجزا و کامل، به بحث امکانات و محدودیت‌های زبان تلویزیون در نمایش شخصیت‌های قدسی و معصوم در ایران پرداخته است.

نظریه‌های مربوط به موضوع تحقیق

در این پژوهش، سعی شده است از نظریات اندیشمندان مختلف استفاده گردد. در ادامه برخی از این نظریات به صورت خلاصه ذکر می‌شود:

نظریه «کوچک شدن جهان دین در مقابل جهان واقعیات عصر» دانیل لرنر: لرنر معتقد است که در دوران ما تصور عمومی بر آن است که جهان دین، در مقابل جهان واقعیات عصر، کوچک و کوچک‌تر می‌شود. چون پیشرفت اجتماعی به نوعی عقلانیت شخصی و مجموعه‌ای از ساخت‌های اجتماعی عمل‌گرایانه منتهی می‌شود. گذر از جامعه سنتی مدلی از این نظریه است. به همین دلیل بهتر است هرگونه بررسی دین و مواد دینی در عرصه ارتباطات، به مسائل و تبعات آنها از منظر فرایند سکولار یا عرفی شدن جوامع نگاه کند.

نظریه «تفاوت زبان تلویزیون و زبان دین» هورسفیلد: زبان و ابزارهای تلویزیون، ویژگی‌های مذهبی مانند رمز و وحی و سنت نیستند بلکه تخیل، شوخی، سرگرمی، جذابیت و جلب رضایتند. (هورسفیلد، ۱۳۸۲: ۲۳۱)

نظریه «سرگرمی ساز بودن صرف تلویزیون» پستمن: تلویزیون، حتی مذهب را بدون هرگونه محدودیتی و بدون هرگونه مصلحت‌اندیشی و رعایت حالی و به دور از هرگونه استثنایی به‌عنوان سرگرمی عرضه می‌کند. (پستمن، ۱۳۷۳: ۲۴۹)

نظریه «تفاوت ماهوی تلویزیون سرگرمی ساز با دین منحصرکننده» سومان: دین، ذاتاً انحصاری و تقسیم‌کننده و صنعت سرگرمی دارای ویژگی شمول و تکثر است. اغلب ادیان تبلیغی هستند درحالی‌که سرگرمی‌ها مانع و عطف می‌باشند. (سومان، ۱۹۹۷: ۳۳)

نظریه «هدف تلویزیون تنها خرسندی بشر است» محمدی:

جهت‌گیری رسانه‌های همگانی آن است که این رسانه‌ها، عموماً هدف خویش را خرسندی بشر می‌دانند تا هدایت او به سوی آسمان، و مباحث دینی - حتی در جوامع اسلامی - تنها بخشی از مواد برنامه‌های رسانه‌ها را تشکیل می‌دهد نه همه آن را. (محمدی، ۱۳۸۲: ۱۹۸)

نظریه «ضعف تلویزیون در ایجاد حالات معنوی» اسلین:

تلویزیون آن پیوستار بنیادین و رمز آمیز را ندارد که از رهگذر آن، گروه تماشاگران، در اوج شدت هنری و احساسی و عقلانی به هستی والاتری دست یابند و در بینش شبه عرفانی سهیم شوند. (اسلین، ۱۳۷۵: ۱۶۷)

نظریه «تلویزیون به چالش کشاننده اعتقادات» میلچرت:

تلویزیون به تولید و عرضه ارزش‌هایی می‌پردازد که جهان بینی و اعتقادات دینی را به چالش می‌کشاند.

نظریه «غیرممکن بودن هاله بخشی مذهبی به تلویزیون» پستمین:

مشکل می‌توان تصور کرد که قادر باشیم که تلویزیون را از ساختار و خصلت غیر روحانی آن خارج کنیم و به آن هاله قدسی و ویژگی معنوی ببخشیم. تبدیل شکل «این جهانی» تلویزیون به شکل «آن جهانی» متناسب با معنویت و قداست مذهبی، غیرممکن است.

نظریه «نابودی حصار بین مقدس و نامقدس به وسیله تلویزیون» باربرو:

تلویزیون، تا حدود زیادی تمایز میان امر مقدس و نامقدس را از بین برده است. رسانه، حصاری را که دین پیرامون امر مقدس ایجاد کرده است و به حفاظت از آن می‌پردازد فروریخته است. تلویزیون راز و افسون را به حوزه امور غیرمقدس وارد ساخته و امری را که زمانی مقدس به شمار می‌آمد اینک غیرمقدس کرده است. (باربرو، ۱۳۸۵: ۱۳۷)

نظریه «نسبی کردن حقایق مطلق در تلویزیون» دلوز:

از آنجایی که ذات تصویر خاصیت تحدیدکنندگی دارد و موضوع یا مفهوم را در حیطه قاب محدود و یا مکانمند می‌کند و با توجه به زمان‌دار بودن تصویر

تلویزیون، آن را زمانمند نیز می‌سازد. نتیجه این محدود کردن، نسبی کردن حقایق است. ما جهان را تنها به گونه‌ای استعلایی به‌عنوان جهانی از چیزهایی بیرونی و بعدمند ادراک می‌کنیم. (دلوز، ۱۹۹۴: ۵۰)

نظریه «افول جذابیت قدسی سمبل‌های مذهبی بعد از اختراع دوربین عکاسی»
دانیل بورستین:

بعد از اختراع دوربین عکاسی و در ادامه آن اختراع سینما و تلویزیون و آسان شدن تکثیر تصاویر در میان عموم مردم، سمبل‌های مذهبی و ملی تبدیل به اشیاء و پیکره‌هایی شدند که با نگاه بی‌اعتنایی و اگر نگویم تحقیرآمیز بیننده روبرو گشتند. به همان میزان که مردم به این تصاویر مقدس مانند عیسی مسیح (ع) یا مریم (س) دسترسی فراوان پیدا کردند، رفته رفته از نیروی اثرگذاری آنها کاسته شد و کیفیت برخورد با آنها دگرگون گشت و سرانجام تصاویر اهمیت و اعتبار خود را از دست دادند. (پستمن، ۱۳۷۵، ۷۰)

نظریه «فقدان قدرت تلویزیون در پردازش پدیدارهای انتزاعی و مجرد» نیل پستمن:
قدرت اصلی تلویزیون در این نهفته است که دریچه قلب ما را به روی شخصیت‌ها باز می‌کند و نه دریچه مغز ما را برای ورود و پردازش تصورات انتزاعی و مجرد و همچنین اندیشیدن به این مقوله‌ها؛... نکته اساسی و تعیین کننده این است که گاهی اوقات خصلت‌های متعدد تلویزیون با شرایط آثار درهم می‌آمیزند و سبب می‌شود که تأثیر سازندگی و آثار روانی یک مجموعه مذهبی مستند [در اینجا منظور، قابل استناد می‌باشد نه یک گونه خاص برنامه سازی] و موثق از میان برود. (پستمن، ۱۳۷۳: ۲۴۹)

نظریه «ذات گرایی در تلویزیون» هایدگر:

هیچ نسبت بی‌واسطه‌ای بین مفاهیم مجرد و نمایش آنها در تلویزیون وجود ندارد و رسانه ذاتاً دارای هویت فرهنگی و تاریخی مستقلی است. لذا در تعامل با دیگر ابعاد زندگی انسانی، باید به تناسب داشتن یا نداشتن این ذات و ماهیت با هویت‌های دیگر توجه کامل داشت. (حسینی، ۱۳۷۸: ۱۲)

چارچوب نظری تحقیق

تلویزیون، با قابلیت‌های متنوع و بالایی که نسبت به سایر وسایل ارتباط جمعی داراست، امکان بهره‌گیری از انواع شکل‌ها و فرم‌های برنامه‌ای را برای برنامه‌سازان میسر ساخته است و انتخاب شکل مناسب برای جلب مخاطبان و افزایش تأثیر پیام، عاملی مهم به شمار می‌آید.

همچنین، برنامه‌های دینی نه تنها از شکل سخنرانی، بیش از سایر اشکال برای ارائه محتوای خود استفاده کرده‌اند، بلکه در نمونه‌های مورد بررسی با کارکرد آموزشی و ارشادی نیز تنها به این شکل بسنده شده‌است. در این میان برخی شکل‌ها مانند فیلم، تئاتر و سریال نیز از جذابیت کافی برخوردار بوده و گاهی نیازی به بهره‌گیری از سایر شکل‌ها در کنار آنها نخواهد بود.

از سوی دیگر، حدود دو سوم مخاطبان تلویزیون، نسبت به دین علاقه مندی بسیار دارند و یک سوم باقیمانده نیز اغلب به دین بی‌علاقه نیستند. (باهر، ۱۳۸۷: ۶)

این نکته می‌تواند شاهدی بر بافت دینی جامعه و حضور آن در زندگی آحاد مردم ایران باشد که نظر سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان رسانه‌ای را به عنصر دین به‌عنوان واقعیت مورد علاقه و نیاز جدی مخاطبان، معطوف می‌سازد؛ اگرچه ویژگی متفاوت دینی یک سوم باقیمانده، هشدار برای دیدگاه دینی افراطی و خوش بینانه برنامه‌سازان خواهد بود تا در برنامه‌های تلویزیونی، این بخش مهم جامعه را به دست فراموشی نسپارند.

بی‌شک، تلویزیون، برای اثرگذاری بر فرهنگ عمومی، قابلیت‌ها و امتیازات ویژه‌ای دارد. اما پرسش مهمی که در اینجا پیش می‌آید این است که آیا تلویزیون، رسانه‌ای است که به هر تقدیر، با نظام فرهنگی خاصی سازگار است و خواسته یا ناخواسته در راستای گسترش اندیشه‌ها، گرایش‌ها و رفتارهای سکولاریستی عمل می‌کند یا آن‌که ابزاری بی‌جهت است که اقتضای خاصی را واجد نیست و در هر مسیر، مثلاً در راستای گسترش فرهنگ دین می‌توان آن را به خدمت گرفت؟

در این ارتباط سه نظریه کلی وجود دارد: اول آن‌که تلویزیون، ابزاری کاملاً سکولار

و مناسب نظام غیردینی است. دوم آن‌که تلویزیون، ابزاری کاملاً بی‌جهت و خنثی است و فارغ از هر دغدغه، باید آن را در مسیر پیشرفت جامعه به کار گرفت. و سوم آن‌که تلویزیون، ابزاری است که از قابلیت‌ها و اقتضائات ویژه‌ای برخوردار است که با شناخت و به کارگیری مناسب، می‌توان آن را در راستای اهداف نظام اسلامی به خدمت گرفت. (سلیمی، ۱۳۸۶: ۲۳۰)

قائلین به دیدگاه اول، معتقدند که ابزارهای ارتباطی نوین، در واقع مهره‌ها و عناصری از نظام سکولاریزه شده غرب هستند که کارکردهای آن نیز کاملاً سکولاریستی و غیردینی می‌باشد. آنها کارکردهایی مانند توده‌وارسازی و سلب اراده و امکان تفکر از انسان‌ها و تسخیر اذهان و گرایش عمومی بر حاکمیت کامل بر فرهنگ عمومی را ذکر می‌کنند.

اما طرفداران دیدگاه دوم، تلویزیون را ابزاری بی‌طرف و خنثی می‌دانند و معتقدند که اساساً اندیشیدن در مورد آثار سکولاریستی رسانه‌ها یا هر نوع ابزار دیگری خطاست؛ چه این‌که ابزار و فناوری به دلیل ویژگی‌های ذاتی اش، توان انسان را در تسلط بر جهان، افزایش می‌دهد. از این‌رو، نیل به اهداف و تأمین نیازمندی‌ها را برای انسان تسهیل می‌کنند. مثلاً همان‌طور که با ابزار حمل و نقل، هر چیز را می‌توان حمل کرد، با ابزار رسانه‌ای نیز می‌توان هر نوع پیام را فرستاد و ربطی به سکولار یا غیر سکولار بودن ندارد.

اما طرفداران دیدگاه سوم، معتقدند که رسانه تلویزیون مانند هر ابزار دیگر، متضمن کارکردها، محدودیت‌ها، اقتضائات یا قابلیت‌های خاصی می‌باشد که به بررسی، تحلیل و شناسایی نیاز دارد. حال چنانچه این قابلیت‌ها و ویژگی‌ها به خوبی شناخته گردد و در جهت صحیح و با رعایت کم و کیف‌های مناسب به کار گرفته شود، این رسانه می‌تواند ابزاری مناسب برای تقویت گسترش و بالندگی فرهنگ و نظام دینی باشد. در غیر این صورت، یعنی به کارگیری ناشیانه، بدون تنظیمات و محاسبات لازم و به طور کلی بدون مدیریت و مهندسی فرهنگی دقیق، به آثار سوء فرهنگی و اجتماعی خواهد انجامید.

اما نکته مهم دیگری که نباید از نظر دور داشت، ویژگی‌های خاص تلویزیون

به‌عنوان یک ابزار است که به خودی خود دارای ویژگی‌ها و مختصات خاصی می‌باشد. تلویزیون به دلیل ماهیت فن‌شناختی‌اش، حامل نوعی حس مادی گرایانه است. همه چیز در تلویزیون، یا تصویری می‌شود یا این‌که باساز و کار تصویری و حسی به مخاطب عرضه می‌گردد.

همچنین از آنجایی که ذات تصویر خاصیت تحدیدکنندگی دارد و موضوع یا مفهوم را در حیطه قاب محدود و یا مکانمند می‌کند و با توجه به زمان دار بودن تصویر تلویزیون، آن را زمانمند نیز می‌سازد. نتیجه این محدود کردن، نسبی کردن حقایق است. ما جهان را تنها به گونه‌ای استعلایی به‌عنوان جهانی از چیزهایی بیرونی و بعدمند ادراک می‌کنیم. (دلوز، ۵۰: ۱۹۹۴)

اما امروزه مدیران این رسانه، به محدودیت حیطه کاربرد آن اعتقاد ندارند. امروزه تلویزیون، همه عرصه‌ها را تحت نفوذ خود درآورده است. مفاهیم دینی، از سوی تلویزیون تفسیر و به مخاطبان القاء می‌شود. تجربه‌های دینی و عرفانی از طریق تلویزیون به نمایش درمی‌آید و رهبران دینی با همه ویژگی‌های آسمانی که دارند، در قاب تلویزیون قرار می‌گیرند. به نظر می‌رسد، نمایش بی‌قاعده آن بخش از فرهنگ دینی که کاملاً رنگ قدسی و آسمانی دارد، بیش از آن‌که کمک به اشاعه آن فرهنگ باشد، نوعی تقدس‌زدایی از عناصر و بخش‌های فرهنگ دینی است. البته تقدس‌زدایی از سوی رسانه، همه عناصر فرهنگ دینی را شامل نمی‌شود. تصویری کردن آن بخش از امور دینی که بیشتر امور عرشی و آسمانی هستند، نوعی فرشی‌سازی آن محسوب می‌شود. در این مورد می‌توان، این پرسش را مطرح کرد که نمایش چهره شخصیت‌های قدسی و معصوم مثل ائمه هدی (سلام الله علیهم) و یا حتی برخی مجردات مثل فرشتگان و یا عالم برزخ و غیره از تلویزیون امکان‌پذیر است؟! ساده‌ترین اثری که این عمل دارد، فرو ریختن وضعیت قدسی این امور است که تاکنون در تصور مخاطبان وجود داشته است. اگرچه قدسی بودن امور دینی، هرکدام صورت خاص خود را دارد، اما قدسیت برخی از آنها در همان انتزاعی و آسمانی بودنشان نهفته است.

روش‌شناسی پژوهش

در این پژوهش، سعی شده از روش اسنادی - کتابخانه‌ای برای جمع‌آوری اطلاعات استفاده گردد. اما نکته مهمی که در این پژوهش باید به آن توجه کامل داشت این است که به دلیل موضوع خاص پژوهش و کم دوام بودن عمر آن، به لحاظ معنا شناختی و تبیین نظری و حتی جدید بودن شکل عملیاتی موضوع پژوهش در کشور - چه این که فقط دو دهه از حضور عناصر مذهبی و شخصیت‌های قدسی به صورت ارکان درام و سریال‌های به اصطلاح تاریخ مقدس در تلویزیون کشور ما می‌گذرد - پایه و اساس شروع مباحث را بر مبنای نظریه‌ها و نظریه‌های تقریباً تثبیت شده و قابل قبول تلویزیون‌های غربی گذارده‌ایم و به تدریج سعی کرده تا با تطبیق عناصر مشترک و قابل پذیرش برای هر دو فرهنگ - هم اقتضائات تلویزیون و درام غربی و هم مختصات بومی فرهنگ کشور خودمان، - راهی برای کشف افق‌های تازه که الزاماً متناسب با زبان و ادبیات فرهنگی خاص کشور ایران و تلویزیون منحصر به فرد این فرهنگ باشد بیابیم.

بدیهی است که خواننده فرهیخته اثر، این نکته مهم را از نظر دور نمی‌دارد که صرف نظر از تفاوت فرهنگی دو اقلیم ذکر شده، نگاه به شخصیت‌های قدسی و معصوم در زبان دینی دو فرهنگ نیز تفاوت ماهوی شگرفی دارند. به طوری که مثلاً در ادبیات دینی غرب، مسیح(س)، در عین این که پسر خدا محسوب می‌گردد، از خطا و گناه نیز، مبرا نیست!

در این الهیات، مسیح(س) نیز بشری است که که مانند همهٔ ابناء بشر، ذات و اقتضاء انسانی دارد. بنابراین، این مسیح(س)، نمی‌تواند به دلیل این عقبهٔ فکری، انسانی معصوم، همانند آنچه که در فرهنگ ما لحاظ می‌گردد، باشد.

به عبارت بهتر، می‌توانیم بگوییم که در سرتاسر ادبیات و الهیات مسیحی نوین، نگاهی کاملاً اومانستی و سکولاریستی به این پیامبر الهی وجود دارد. برای کشف این موضوع، کافی است نگاهی گذرا به آثار تولید شده سینمایی و تلویزیونی پنجاه سال گذشتهٔ غرب در این حوزه داشته باشیم.

برخلاف این نگرش، مسلمانان و به‌خصوص شیعیان، نگاهی کاملاً الهی، آسمانی و به دور از هر گونه شائبه دنیاگرایی، به شخصیت پیامبر اسلام(ص)، امامان و حتی پیامبران دیگر ادیان الهی دارند و درست به همین دلیل است که به این‌گونه شخصیت‌ها، لقب شخصیت‌های قدسی و معصوم داده‌اند.

حال با توجه به دو نکته مهم فوق، یادآور می‌شود که در پی ریزی اصول و مبانی اصلی این پژوهش، ضمن واکاوی عناصر قابل قبول در فرهنگ و ادبیات دراماتیک غربی، سعی شده این نظریه‌ها به نحو مقتضی، برای فرهنگ و تلویزیون خودمان با توجه به همه تفاوت‌ها، تعارض‌ها و حساسیت‌های دینی موجود، بومی گردد و یا حداقل به روش و نگاهی درون‌ساختی که متناسب با این فرهنگ است، دست یافت.

ارائه یافته‌ها، تجزیه و تحلیل و تفسیر آن

گام اول برای شناخت امکانات و محدودیت‌های زبان تلویزیون در نمایش شخصیت‌های قدسی و معصوم، آگاهی و بازشناسی سطوح برخورد دین و تلویزیون است که هرکدام فی‌نفسه، از مختصات کاملاً متفاوتی برخوردار هستند. در این باره و در توضیح ارتباط دین و رسانه سه نظریه کلی وجود دارد که عبارتند از: نظریه ذات‌گرایی، نظریه ابزارگرایی و نظریه بینابینی.

در نظریه ابزارگرایی اساساً این مساله مطرح می‌شود که دین و تلویزیون در یک فرایند کلی و پارادایم مشخص، می‌توانند به یک اشتراک مسالمت‌آمیز معنادار دست یابند و این پدیده بدان علت است که رسانه ماهیت کاملاً ابزاری دارد و این ابزار می‌تواند در اختیار مفاهیم و مضامین دینی، از جمله، شخصیت‌های قدسی و معصوم قرار گیرد، همان‌طور که می‌تواند در اختیار مفاهیم دیگر، از جمله معانی متضاد دینی قرار گیرد. (حسینی، ۱۳۸۷: ۱۲)

و اما دومین نظریه در این باره به ذات‌گرایان مربوط می‌شود و این شیوه تفکری که دین و رسانه اساساً نمی‌توانند هیچ نسبت معناداری را با هم برقرار سازند زیرا هیچ نسبت بی‌واسطه‌ای بین مفاهیم مجرد و نمایش آنها در تلویزیون وجود ندارد و رسانه، ذاتاً دارای هویت فرهنگی و تاریخی مستقلی است؛ بنا براین بنادر تعامل با دیگر ابعاد

زندگی انسانی است و باید به تناسب داشتن و نداشتن این ذات و ماهیت با هویت‌های دیگر، توجه کامل داشت.

شاید مشهورترین نظریه‌پرداز این حوزه، هایدگر باشد که با نقد و بررسی مبانی هستی‌شناسی فناوری، الگوی ابزار انگاری را ویران می‌کند. از دیدگاه او انسان با فناوری رابطه بیرونی ندارد بلکه فناوری با ساختار وجودی انسان عجین شده‌است. البته ذات گرایان هر گونه استفاده دینی از رسانه را متناقض ماهیت دینی ندانسته‌اند اما بر این باورند که رسانه، ماهیتی مستقل از دین دارد و تنها ابزار نیست اما می‌تواند به همراه مفاهیم و مضامین دینی در یک تعامل دو سویه قرار گیرد. (حسینی، ۱۳۸۷: ۱۲)

در این میان گروهی هم معتقد هستند که پیام با ابزار نسبت دارد اما می‌توان با شناخت و استحصال ظرفیت‌های تلویزیون این ابزار را نسبت به مفاهیم دینی مجرد، کارآمد نمود. این نظریه بر تعامل رسانه و دین در همه سطوح تأکید دارد. به هر حال آنچه که مشخص است، پیچیدگی‌ها و دشواری‌های ارائه یک الگوی واحد، از ارتباط این دو مقوله در کنار هم می‌باشد، چرا که حتی در فرایند نظریه‌سازی هم که برای آشتی دادن دین و رسانه صورت می‌گیرد، هم دین و هم رسانه، به‌خصوص تلویزیون و یا بخشی از قابلیت‌های ذاتی خود را از دست می‌دهد و یا این که هر کدام از این، دلیل همخوانی و تطبیق بیشتر با مقوله پیش رو، باید بخش‌هایی از ذات و یا ساختار مفهومی و معنایی خود را دچار تحول و یا حتی تخریب سازد. به هر حال، باید همه تلاش‌ها معطوف به ارائه باز تعریفی نوین از ارتباط دین و رسانه گردد. تعریفی تازه، که از سویی هم دربرگیرنده تمام ویژگی‌ها و ملحوظات دین ما باشد و هم از سوی دیگر، اساساً قابل تبدیل و ارائه به زبان رسانه - تلویزیون - باشد.

بنابراین یکی از بحث‌های مهم پیش روی این پژوهش تعامل دین و تلویزیون است زیرا به دین و رسانه‌ها نباید به صورت دو قطب مخالف همدیگر نگرست؛ رابطه این دو بیشتر براساس هم‌زیستی است، رابطه‌ای که می‌تواند به این صورت، ادراک شود که فرد، مهم‌تر از هر چیز دیگری، چگونه پیام رسانه‌ها را درک و تجربه می‌کند، نه این که پیام در اساس چه بوده و چگونه عرضه شده‌است؛ ولی مشاهده این رابطه، از این منظر پدیده نسبتاً تازه‌ای است. در نتیجه، لازم است به خوبی درک کنیم که فصل مشترک

دین و رسانه در کجاست. (لومیس، ۱۳۸۷: ۹۰)

برای درک تعامل دین و تلویزیون، راهی جز مطالعه توأمان این دو پدیده با توجه به همه ویژگی‌ها و مختصات خاص خود، وجود ندارد، چرا که در غیر این صورت، هرکدام از این مصادیق، آهنگ خود را ساز کرده و با عنایت به تفاوت ماهوی هرکدام از آن‌ها، هرآن، شاهد بروز تضادهای گسترده بین این دو مقوله خواهیم بود. بنابراین مطالعه زیر سطحی و عمیق تعامل دین و تلویزیون، تنها در کنار هم و با در نظر گرفتن همهٔ ارکان سلبی و ایجابی این تعامل، به صورت مشترک میسر خواهد بود.

در این میان ضروری است که چالش‌های جدی را که بر سر راه تعامل دین و تلویزیون وجود دارد بشناسیم و بررسی کنیم. برخی از چالش‌هایی که در این پژوهش مورد توجه قرار گرفته اند عبارتند از چالش سرگرمی، بحث زمان در تلویزیون و ویژگی‌های خاص تلویزیون چون تکراری بودن، شرطی سازی ذهن مخاطبان؛ مکان‌مند بودن مفاهیم ترسیم شده توسط تلویزیون و نیز بحثی با عنوان تلویزیون به مثابه ابزار فناوری؛ که از مهم‌ترین چالش‌های سر راه تعامل دین و رسانه هستند و ما به تفصیل هرکدام از این مباحث را توضیح داده از سپس براساس وجود این چالش‌ها و در نظر گرفتن محدودیت‌ها و زبان تلویزیون به چگونگی و ابعاد مختلف نمایش شخصیت‌های قدسی و معصوم در رسانه تلویزیون خواهیم پرداخت.

و اما شاید اصلی‌ترین چالش پیش روی تلویزیون، در تعامل با دین، مقوله سرگرمی محسوب شود. تلویزیون به‌عنوان ابزار مدرنیته، از آغاز، سرگرمی را به‌عنوان مهمترین کارکرد خود به مخاطبان وسایل ارتباطی بازشناسانده است. به عبارت بهتر، یکی از اهداف اصلی رسانه تلویزیون، در کنار دیگر اهداف و اغراض، پاسخگویی به این نیاز اساسی انسان می‌باشد. حال آن‌که اکثریت ادیان الهی، در یک نگاه کلی و عام، به دلیل توجه به بعد متعالی و کمال‌گرای انسان، تضاد و تعارضی ذاتی با بحث سرگرمی یا همان لهو و لعب در بیان اسلام دارند.

به عقیده اکثر کارشناسان، دین، به واسطه الزامات تغییر ناپذیر و موعظه‌های آن ذاتاً متعارض با سرگرمی است و نیز برخی نیز روی آوردن دین به قالب‌های سرگرم کننده را سبب ساده‌سازی و سقوط معنوی آن میدانند. (باهنر، ۱۳۸۷: ۶)

شاید دم دست‌ترین راه حل برای استفاده از دین در تلویزیون توجه به بخش‌های روایی هر دین باشد، چرا که ابعاد روایی و افسانه‌ای ادیان، عمدتاً بر وقایعی تأکید دارند که به زندگی بزرگان و رهبران دینی مربوط می‌شود. این موارد، امکان ارتباط دینی توده‌ای مردم را فراهم می‌آورند (محمدی، ۱۳۸۲: ۷۷) و البته می‌تواند به شکل ملموس‌تر و مشخص‌تری در درون رسانه مورد استفاده قرار گیرد. اما مشکل از زمانی آغاز می‌شود که ابتدا بدانیم و بپذیریم که زبان و ابزارهای اصلی تلویزیون، ویژگی‌های مذهبی مانند رمز و وحی و سنت نیستند؛ بلکه تخیل، شوخی، سرگرمی، و جذابیت و جلب رضایتند. (هورسفیلد، ۱۳۸۲: ۲۳۱)

یکی دیگر از مشکلات اساسی که بر سر راه تعامل دین و تلویزیون وجود دارد، ویژگی منحصر به فرد ادیان به‌عنوان مقولاتی تنها وحدت بخش و به دور از هرگونه شمول و تکثیر ذاتی می‌باشد، این ویژگی باعث شده، ادیان، در تعامل با سرگرمی‌های روزمره و هر آنچه که در ذیل این قالب، طبقه بندی می‌شود، مشکل اساسی پیدا کنند. دین، ذاتاً انحصاری و تقسیم کننده و صنعت سرگرمی دارای ویژگی‌های شمول و تکثر است. اغلب ادیان تبلیغی هستند، در حالی که سرگرمی‌ها مانع وعظ هستند. اغلب ادیان چنین تعلیم می‌دهند که هرکس در دنیا باید ارزش‌های آن‌ها را بپذیرد و سرگرمی به بیننده حق انتخاب می‌دهد. حتی رهبران مسیحی از کارکرد سرگرمی تلویزیون، به واسطه تأکید بر خشونت انتقاد کرده و خواهان برنامه‌ای قابل مشاهده از سوی تمامی اعضای خانواده و حساسیت بیشتر نسبت به ارزش‌های دین هستند. (سومان، ۱۹۹۷: ۳۴)

به هر حال آنچه که مسلم است، این است که در تلویزیون حتی مذهب، بدون هرگونه محدودیتی و بدون هرگونه مصلحت‌اندیشی و رعایت حالی و به دور هرگونه اعتنایی، به‌عنوان سرگرمی عرضه می‌شود. (پستمن، ۱۳۷۳: ۲۴۹)

اعتقاد به سرگرم کننده بودن دین، سبب ایجاد تغییرات بنیادین در تصور این نسل، از آموزه‌های دین شده‌است. در نتیجه، این امر نه تنها فیلم‌های دینی را پدید آورده بلکه نوعی جدید از روزنامه نگاری دینی را نیز پایه گذاری نموده است. طرفداران نسل جدید سرگرمی‌های دینی، ظاهراً هیچ اعتقادی به این امر ندارند که مذهب و سرگرمی به دلیل ماهیت خاص خود، تا ابد با یکدیگر در تضاد کامل هستند. در این پژوهش به

بیان راه‌حل‌هایی خواهیم پرداخت که سطوحی از دین را با رسانه آشتی داده که از رهگذر این همزیستی، کمترین خدشه به ساحت اصل دین وارد گردد. و اما یکی دیگر از چالش‌های موجود بر سر راه تعامل دین و تلویزیون، بحثی پیرامون زمان در تلویزیون است.

زمان در تلویزیون، همان‌آنی است که در حال پخش شدن است و این ویژگی منحصر به فرد زمان در این رسانه، هم به دلیل تباین ساختاری آن با مباحثی چون ابد و ازل و دیگر مفاهیم معنوی و هم به دلیل بعدمندی و مکانمندی آن در عالم تلویزیون، قابل انطباق با بسیاری از مفاهیم مذهبی به مفهوم مطلق کلمه نیست؛ چه این که از بارزترین و عمده‌ترین ویژگی‌های پدیدارهای قدسی، فقدان زمانمند و مکانمند بودن آن‌ها به لحاظ مادی است.

کنش مربوط به مناسک دینی، ما را از دنیای معمول فنا، مرگ و محدودیت جدا ساخته و وارد فضا، زمان، و وضعیتی خاص می‌کند که در آن، جهان مادی و محدود به چیزی با کیفیت جاودانه تبدیل می‌شود. (هورسفیلد، ۱۳۸۷: ۱۲)

تلویزیون، اما به زیستی موقتی و مجازی دعوت می‌کند. جهان مجازی تلویزیون، امکان بازیافت زمان از دست رفته را ندارد، حتی در جایی که برنامه هایش را تکرار می‌کند، نمی‌تواند زمان را نگه دارد و ابدی سازد. (صادقی، ۱۳۸۶: ۴۴)

در کنار مسأله زمان در تلویزیون به طور کلی تلویزیون دارای ویژگی‌های منحصر به فردی است که از سویی هم می‌تواند برای انتقال محتوا و پیام دینی کمک شایانی نماید و هم از سوی دیگر، برخی از ویژگی‌های خاص آن، در تضاد با انتقال پیام دینی قرار دارد. در این میان، گستردگی، انتشار سریع و استفاده از عناصر جذابی همچون تصویر و موسیقی از جمله مؤلفه‌های تلویزیون است که می‌تواند به انتقال پیام معنوی کمک نماید و در کنار این عوامل ذات سرگرمی ساز تلویزیون چنانچه توضیح دادیم در کنار ویژگی بخشیدن ماهیت کالایی و مصرف‌گرایانه به انواع محتوا در تضاد با انتقال پیام‌های مذهبی و قدسی از این رسانه می‌باشد. در این باره باید گفت در دنیای امروز، تلویزیون با وجود داشتن رنگ‌ها و نشانه‌های مذهبی و الوهی، جهانی مادی و تا حدی سکولار محسوب می‌شود. انعکاس دنیای سکولار در جهت‌گیری رسانه‌های همگانی،

آن است که این رسانه‌ها، عموماً هدف خویش را خرسندی بشر می‌دانند تا هدایت او به سوی آسمان. همچنین مباحث دینی، بخشی از موارد و برنامه‌های رسانه‌ها را تشکیل می‌دهند و نه همه آن‌ها را، حتی در جوامعی که حکومت آن‌ها دینی است و حتی همین برنامه‌ها نیز تلاش می‌کنند تا بشر دینی خرسند سازند و به او رضایت از دینداری و حس اتصال به منبع قدسی را القا کنند.

به همین دلیل است که دین امروز در شرایط تعلیق میان دو دنیای سکولار و دینی به سر می‌برد و برنامه‌ها و موارد دینی رسانه‌ها نیز در چنین وضعیتی هستند. (محمدی، ۱۳۸۲: ۱۹۸)

همه این ویژگی‌های خاص تلویزیون در کنار مبحث مهمی که در آن تلویزیون به‌مثابه «ابزار فناوری» معرفی می‌شود، تعامل آن را با دین دچار چالشی جدی می‌سازد. همان‌طور که پیش‌تر نیز اشاره کردیم عده‌ای که سر منشأ آن‌ها را باید / رسطو بدانیم قائل هستند که فناوری فقط وسیله و ابزاری برای رسیدن به مقصود است و از خود هیچ نقشی ندارد اما از سوی دیگر، عده‌ای نیز همچون هایدگر، برای هر گونه فناوری و ابزار، ذات و ماهیتی خاص قائل هستند و معتقدند که این ذات، فی‌نفسه برای انتقال بسیاری از مفاهیم نمی‌تواند مناسب باشد. به همین دلیل برخی از نظریه پردازان حوزه رسانه، معتقدند، تلویزیون به‌مثابه ابزار فناورانه و به دلیل ماهیت و ساختار خاص آن نمی‌تواند برای انتقال برخی از پیام‌ها به‌خصوص محتوای مذهبی و مقدس مورد استفاده قرار گیرد، یا حداقل ماهیت تلویزیون در انتقال این پیام‌ها بدون تأثیر گذاری مستقیم در فحوای پیام نیست.

نگاه این گروه، به ذات سرگرمی ساز و مصرف‌گرایانه تلویزیون است که اساساً با ذات دین در تعارض می‌باشد - همچنین با توجه به این رویکرد کلی، در ایران نیز عده‌ای از صاحب‌نظران معتقدند، از آن‌جا که تلویزیون به‌مثابه ابزار فناورانه، وسیله‌ای ساخته و پرداخته غرب می‌باشد، از این رو برای انتقال برخی از مفاهیم بومی مانند مباحث مذهبی و مقدسات، نمی‌تواند ابزار قابل اعتمادی باشد؛ بنابراین برای استفاده در ایران، این ابزار باید بومی گردد.

در این باره مصداق‌هایی ملموس و تجربه شده را در مبحث نمایش شخصیت‌های

قدسی و معصوم از تلویزیون در بخش‌های بعدی بیان خواهیم نمود. به هر حال به نظر می‌آید که این وظیفه فرهنگ‌های سنتی است که بتوانند رسانه‌ها را هرچه بیشتر در اختیار خود گیرند و از محسنات آن‌ها به بهترین نحو، بهره ببرند و از مضار آن‌ها تا حد امکان بگریزند؛ بنابراین این مسیری محتوم و معقول است که به جای نفی فناوری‌های مدرن و گاه تأکید بی‌منطق بر امتناع ذاتی آن‌ها، در جهت فرهنگ سنتی، راه‌های تصرف در ماهیت این رسانه‌ها را یافت و تاریخ نشان داده است که این مقصود امکان پذیر می‌باشد. (فهیمی فر، ۱۳۸۸: ۱۰۷)

نکته دیگر باقی مانده در خصوص ویژگی‌ها و وجوه تلویزیون که باید در راه تعامل دین و تلویزیون آن را در نظر گرفت، وجوه زیبایی شناسانه این مدیوم است؛ چرا که ممکن است پیام و محتوای مورد استفاده ما به لحاظ زیبایی شناسانه با زبان و ساختار تلویزیون قابل تطبیق و انطباق نباشد و یا ممکن است این پیام به وسیله رسانه‌های دیگر، به شکل بهتری منتقل گردد. بنابراین از اولویت‌های ساخت و تنظیم پیام برای رسانه تلویزیون، شناخت وجوه زیبایی شناسانه آن است.

همچنین، شناخت تفاوت‌های زیبایی شناسانه این رسانه در کشور خودمان با آنچه که برای تلویزیون به‌عنوان اصول زیبایی شناسی در غرب مطرح می‌گردد، این دغدغه را برای برخی از صاحب‌نظران به وجود آورده است که اساساً باید به تعریف تازه‌ای از زیبایی شناسی رسانه تلویزیون در ایران دست یافت تا بدین وسیله، بتوان به شکل بهتر و بیشتری از ظرفیت‌های این رسانه، برای انتقال پیام دینی و مقدس - که در غرب در تبیین اصول زیبایی شناسی تلویزیون مطمح نظر نبوده - استفاده نمود.

در واقع ما باید با ابداع تکنیک‌ها و ظرفیت‌های زیبایی شناسی جدید در تلویزیون، که ریشه در فرهنگ ایرانی - اسلامی داشته باشد و در ضمن مدلول دلالات فرهنگی و بومی ما باشد به تدریج در این رسانه‌های جدید تغییر ماهیت دهیم. (فهیمی فر، ۱۳۸۸: ۸۲)

تلویزیون در مقام سازنده مذهب

آنچه تاکنون گفتیم بیشتر از منظر ویژگی‌های خاص تلویزیون بود که سبب ایجاد

چالش‌هایی در زمینه تعامل دین و تلویزیون می‌شود از جمله ویژگی‌هایی چون بحث زمان در تلویزیون، سرگرم کننده بودن تلویزیون؛ مکان مند بودن مفاهیم ترسیم شده در تلویزیون، تلویزیون به مثابه ابزار فناوری و نیز وجوه زیبایی شناسانه تلویزیون اما در پس ویژگی‌ها ضروری است به این موضوع بسیار مهم بپردازیم که صرف نظر از این که تلویزیون در انتقال مفاهیم دینی و مذهبی تا چه اندازه موفق یا ناموفق است؛ قرار گرفتن این وسیله در جایگاه ایجابی و یا حتی آمرانه اعتقادی و به‌عنوان ارگانی مذهب‌ساز در چیدمان ساختار فرهنگی جوامع بسیار خطرناک می‌نماید؛ چرا که ما همواره به تلویزیون، به‌عنوان یک رسانه، که تنها وظیفه انتقال مفاهیمی خاص را برعهده دارد نگاه می‌کنیم؛ حال آن که به دلایل مختلف فرهنگی، ممکن است این ابزار، به مرور از حالت ابزاری خود خارج شده و به‌عنوان سازنده بنیان‌های اعتقادی مردم عمل نماید. بزرگترین خطر در تعامل و همزیستی تلویزیون با دین این نیست که مذهب مایه و محتوای یک «شو» وارسته تلویزیونی را شکل دهد، بلکه خطر اصلی اینجاست که وارسته و شو تلویزیونی، در مقام سازنده و سامان دهنده محتوای مذهب قرار گیرد. (پستمن، ۱۳۷۷)

برمتولیان کلان فرهنگی کشورهاست که این اجازه را به تلویزیون ندهند که از جایگاه واسطه‌گری خود در انتقال مفاهیم اعتقادی و فرهنگی عدول کند. هر گونه اهمال در این مورد، می‌تواند اثرات و تبعات جبران ناپذیری را به همراه داشته باشد که حداقل آنها، فاصله گرفتن مردم از دین واقعی و مصدر وحی خواهد بود. بدیهی است که دین ارائه شده از تلویزیون هم نمی‌تواند عینا ویژگی‌های دین واقعی و الهی را داشته باشد، چه این که به دلایل برشمرده شده در بخش‌های قبل، تلویزیون بیشتر به انتقال مفاهیمی از دین می‌پردازد که همخوانی بیشتری با ساختارهای خود دارد و البته این اتفاق هم معمولاً، فقط در حوزه مناسک دینی رخ می‌دهد.

آیا تلویزیون مادی می‌تواند دین معنوی را تبلیغ و ترویج کند؟

یک چالش بزرگ دیگر در مسیر استفاده دینی از تلویزیون، بحث تفاوت ساختاری این دو مقوله است. در واقع باید گفت ویژگی‌های مادی تلویزیون و ساختار کاملاً

ابزارانگارانۀ آن، از این رسانه در ظاهر، وسیله‌ای ساخته که گویی به هیچ عنوان نمی‌توان از آن برای انتقال مفاهیم مقدس و مذهبی سود برد. ویژگی‌های چون تقلیل گرا بودن، کوچک نمودن مفاهیم مقدس، عدم پیوستار رمزآمیز آن، تخریب نمودن جهان نمادین و... همه و همه از چالش‌های این ابزار مادی برای انتقال مفاهیم مذهبی به شمار می‌آید.

تلویزیون به دلیل داشتن ویژگی‌هایی چون موقتی و گذرا بودن، تقلیل گرا بودن، توجه فراوان به سرگرمی و تفریح، استفاده از محورهای جذابیت مادی، همچون زیبایی بصری، جاذبه‌های جنسی، زرق و برق مادی در صحنه آرای، ایجاد و تشدید روحیۀ فردگرایی در مخاطبان به دلیل درگیرسازی فردی آنان با خود و قطع پیوندهای اجتماعی میان آن‌ها در لحظۀ تماشای تلویزیون، کثرت، تنوع، حس گرایی، به دلیل اتکا زیاد به حواس بینایی و شنوایی و ویژگی‌های دیگر امور را دنیوی یا دنیوی‌تر می‌کند. هرچه در تلویزیون برود حدی از تنزل دنیوی پیدا می‌کند حتی اگر آن چیز امری ذاتاً غیر دنیوی مانند دین و معنویت باشد. (صادقی ۱۳۸۶: ۴۴)

نکتۀ دیگر این است که تلویزیون، شرایطی فراهم می‌آورد که موضوع در لحظه، تغییر یابد در حالی که ممکن است مرکز ثقل ماهوی موضوع باقی بماند و یا حتی ممکن است از بین برود در حالی که موضوع دین، برای تحلیل شدن به زمان بسیار و حتی دائمی نیاز دارد.

بنابراین باید پذیرفت که از هر ابزار و وسیله ارتباطی با شعاع و حوزه تأثیر خاص آن، نمی‌توان انتظار تبادل هر موضوع و هر محتوایی را توقع داشت. چرا که ساده‌لوحانه است اگر تصور شود که آنچه را که از طریق ابزاری معین می‌توان تبیین کرد از ابزار دیگر عیناً بتوان همان بهره را برد بدون آن‌که معنی و ساختار ارزشی آن دستخوش دگرگونی گردد.

حال با توجه به مطالب مطرح شده در این باره، باید در استفاده از تلویزیون به‌عنوان ابزاری برای انتقال مفاهیم دینی با دقت و درنگ بیشتری عمل کنیم. این دقت، حتی ممکن است ما را به این نکته اساسی رهنمون سازد که اگر هم، تلویزیون، به طور کلی ابزاری قدرتمند در جهت انتقال مفاهیم دینی به حساب آید، باز هم میزان تخریب عناصر و ساختارهای اصلی پیام‌های دینی ارائه شده، ما را از این مدیوم نا امید می‌سازد

و یا حداقل به این جا می‌رساند که همه بخش‌های دین، به طور مطلق کلمه، قابل انتقال از تلویزیون نیست. در کنار این موضوع نباید نقش مخاطبان را در درک پیام‌های رسانه‌ها - خاصه اگر این پیام‌ها دینی بوده و از رسانه تلویزیون ارسال شوند - نادیده گرفت.

در مورد نقش مخاطبان و برنامه‌های دینی تلویزیون باید به چند نکته اساسی اشاره نمائیم.

اول این که معمولاً بینندگان برنامه‌های دینی تلویزیون، دین و منابع دینی خود را از نهادها و ساخت‌های مختلف اجتماع دریافت می‌کنند و تلویزیون نقش چندانی در متدین کردن مردم ندارد.

دوم این که معمولاً بینندگان برنامه‌های دینی تلویزیون، افراد متدین و معتقد به مذهب هستند یا حداقل کسانی می‌باشند که علاقمندی اندکی به دین دارند و بر خلاف تصور، این برنامه‌ها در بین افراد غیر دینی عکس‌العمل چندانی ندارد.

هم چنین، نمایش آداب و رسوم و معتقدات گروه خاص از افراد یک نحله یا مذهب از تلویزیون و نیز ویژگی‌های خاص این وسیله ارتباطی که معمولاً از سوی افراد مختلف و با احساسات مختلف و در شرایط غیر یکسان، دیده می‌شود، باعث ایجاد نوعی گسست در میان کلیت افراد آن جامعه شده و خود از ایجاد تعامل مستقیم و بروز احساسات مشترک در بین مخاطبین جلوگیری خواهد کرد و این خود یک دلیل مخالفت برخی از منتقدین با اساس برنامه‌های دینی تلویزیون است.

فضای مقدس و شخصیت‌های قدسی و معصوم در تلویزیون

همه آن‌چه در خصوص ویژگی‌های رسانه تلویزیون در انتقال برخی مفاهیم، به‌خصوص مفاهیم مذهبی و پیام‌های معنوی گفتیم وقتی پر اهمیت‌تر می‌شود که ما بخواهیم از این ابزار برای معرفی و شناخت برخی از خصوصیات جهان مقدس و شخصیت‌های قدسی استفاده کنیم.

ناگفته پیداست که شخصیت‌های قدسی و کلا هر آن‌چه که ذیل جهان مقدس،

طبقه‌بندی می‌گردد، به دلیل داشتن ویژگی‌هایی کاملاً غیر مادی، مثل نداشتن تقید به زمان و مکان خاص، انتزاعی بودن، شمول قلبی برای مؤمنان به آن باور مقدس و غیره، امکان انتقال تلویزیون و هر رسانه دیگر که ویژگی اصلی آن مادی بودن باشد را ندارد - حداقل به همین شکل عادی و بدون تغییر.

از طرف دیگر، پرداختن با نگاه کاملاً مادی و همساز با تلویزیون به فضا و شخصیت‌های مقدس، حساسیت‌های فراوانی را در برخی از جوامع، مثل جامعه ما برخواهد انگیزد و اصلاً آنچه که با چنین نگاهی - نگاه مادی - و با چنین رسانه‌ای منتقل گردد، دیگر فضا یا شخصیت مقدس نیست!!؛ بلکه آشفته بازاری است کاملاً انسانی، زمینی و غیر مقدس که فقط اسم، فضا یا شخصیت مقدس را یدک می‌کشد!

نکته دیگر این است که نگاه به شخصیت‌های قدسی و معصوم در فرهنگ دینی تفاوت ماهوی و گسترده‌ای با آنچه در ادبیات و الهیات مسیحی به‌عنوان شخصیت‌های بزرگ و آسمانی یاد می‌شود، دارد. در حالی که در الهیات ما مسلمانان، به‌ویژه نگرش شیعی آن، اساساً شخصیت‌های قدسی و معصوم، خواستگاهی کاملاً آسمانی و الهی داشته و به علت همین خواستگاه، از هرگونه گناه و لغزشی مصون دانسته می‌شوند، در نگاه و الهیات غربی، شخصیت‌های بزرگ دینی، به جز داشتن عقبه‌ای الهی، نشان دیگری از آسمانی بودن و تقدس نداشته و حتی به لحاظ برخورد و مواجهه با خطا و لغزش، رویکردی به مانند همه انسان‌های دیگر دارد!

این تفاوت نگاه از آن رو اهمیت به سزایی در موضوع پژوهش می‌یابد که بدانیم خلق یک اثر تلویزیونی، براساس چنین نگاهی، تفاوت آشکار محتوایی با درام و اثر دیگری که بر اساس عقبه دینی و اسلامی تهیه شده باشد، خواهد داشت.

بنابراین، بسیار ساده لوحانه خواهد بود اگر ما بخواهیم شخصیت‌های قدسی و معصوم خود را در تلویزیونی که براساس معیارها و عقبه‌های فکری کاملاً متضاد با فرهنگ ما بنا نهاده شده، نمایش دهیم و باز با این حال، نگران تخریب شخصیت یا فرو کاهش منزلت این شخصیت‌ها نباشیم.

در این میان، بسیاری از آموزه‌های دینی، که به دلیل قامت قاصر تلویزیون یا ناتوانی انسان، در پرداخت هنری - الگوهای اصیل، تن به فروکاهشی مهلک می‌سپرند. ویژگی

قرن ما آن است که شبکه‌های ارتباطات، وجود فضاها را مجازی می‌کنند که در گذشته تنها در رؤیاها و تصورات وجود داشتند و این باعث می‌شود که واقعیت مجازی با شهود عرفانی وابسته به عالم مثال (که در سطح برتر هستی را در هستی‌شناسی عرفانی، اسلامی تشکیل می‌دهد) شباهت ظاهری پیدا کند و بنابراین، ما با دو جهان موازی سر و کار پیدا کنیم که با وجود شباهت‌های ابتدایی، از لحاظ کیفی متفاوتند و به مرتبه واحدی از هستی تعلق ندارند (دارابی، ۱۳۸۷: ۱۲)

و اما یکی از دلایلی که تلویزیون، حتی در انتقال گوشه‌هایی از این ماهیت آسمانی مشکل جدی دارد این است که با وجود این که زمان و مکان را در زمان واقعی در هم می‌فشد، در سطح افق، یعنی محسوسات باقی می‌ماند، در حالی که دیگری حلقه انتقال است برای دستیابی به سطوح عالی‌تر مشاهده و بصیرت. جهان مجازی به گفته «بودریار»، توهم را از میان می‌برد؛ زیرا واقعی را به واقعی مشدد وانمود و بدیل می‌کند ولی عالم مثال از توهم، تخیلی را فعال می‌سازد که با عالم فرشتگان همساز می‌شود. با این حال، باید اذعان کرد که شیوه‌های مجازی سازی آنان، شباهت‌های حیرت‌انگیزی دارند (شایگان، ۱۳۸۰: ۶)

از سوی دیگر، مدرنیته با عقلانی کردن جهان، تا حدود زیادی معنا و مضمون مقدس را از بین برد و فرو کاستن ارزش‌ها، به کارآمدی و کفایت ابزار، جهان را از راز و افسون تهی ساخت. (باربرو، ۱۳۸۵: ۱۳۷)

رسانه‌های جمعی از طریق برجسته سازی نقش الگویی، واقعی، اجتماعی و اثرگذار مناسک دینی و کاهش نقش اسطوره‌ای، نمادین، رمزگونه و تزئینی و فردی دین باعث باز تعریف مفهوم قداست و از بین بردن تمایز مقدس - نامقدس در فرآیندهای اجتماعی می‌گردند.

با این وصف باید پذیرفت که رسانه، حصاری را که دین، پیرامون امر مقدس ایجاد کرده است و به حفاظت از آن می‌پردازد، فرو ریخته است. این امر، به ویژه در مورد تلویزیون، صادق می‌باشد که راز و افسون را به حوزه امور غیر مقدس وارد ساخته و امری را که زمانی مقدس به شمار می‌آمد، اینک غیر مقدس کرده است. (باربرو، ۱۳۸۵: ۱۳۷)

این فرمول و قاعده یعنی ناتوانایی تلویزیون - از نظر ساختاری - در نمایش و پردازش تصورات انتزاعی و غیر محسوس، در مورد برنامه‌های دینی ایران نیز کاملاً صدق می‌نماید. به طوری که عده‌ای از منتقدین، موفق نبودن برنامه‌های دینی در ایران را اتکا بیش از حد این برنامه‌ها بر چارچوب‌های انتزاعی می‌دانند. دانش‌ها و معارف مبتنی بر مفاهیم، مقولات و انگاره‌ها هستند ولی باورهای دینی مردم، از این امور فاصله دارند. عامه مردم تمایل ندارند باورها و رفتارهای دینی خود را از چارچوب‌های عقلانی اخذ کنند. به این دلیل برنامه‌های موفق و جذاب تلویزیونی در باب دین باید بر دین عینیت یافته متکی باشد. (محمدی، ۱۳۷۹: ۱۹۸)

از مأموریت‌های تلویزیون، در جامعه ما، بازتاب زندگی ائمه (علیهم السلام) و مقدسین بوده است که عمدتاً با توفیق توأم نبوده. قدر مسلم، تصویر فضای قدسی، زبان قدسی را طالب است که ساخت آن زبان، بسیار دشوار می‌باشد و مشکل زمانی جدی‌تر می‌شود که متوجه شدیم براساس ساختار درام غربی، شخصیت معصوم که با توجه به اعتقادات ما به دور از هرگونه نقطه ضعف، خطا و حتی بی‌ثباتی و تحول می‌باشد، نمی‌تواند بار درام را بر دوش بکشد؛ چرا که فاقد این ویژگی اصلی یعنی تحول شخصیت است - تحول به این معنی، که شخصیت قدسی، مثلاً نقصانی داشته باشد اما به مرور زمان، این نقصان را در وجود خود، از بین ببرد و شخصیتش به اصطلاح متحول گردد. ساخت شخصیت در ادبیات نمایشی، یعنی متحول انگاشتن شخصیت و تا حدی مادی انگاشتن آن‌ها. پس چگونه می‌شود که به شخصیت قدسی این افراد، نزدیک شد و اقتضائات درام را نادیده نگرفت، مگر آن‌که آنها را در حد تیپ و نه کاراکتر محدود سازیم. (فهیمی فر، ۱۳۸۶: ۳)

البته درباره این چالش و راه‌کارهای مواجهه با آن و دیگر چالش‌های موجود بر راه نمایش شخصیت‌های قدسی در تلویزیون در بخش بعدی نکات مهمی بیان و بررسی می‌شود.

مشکلات خاص تلویزیون ما در نمایش مقدسات

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؛ به همین دلیل لازم است تا به طور دقیق تری مشکلات این حوزه را بررسی کنیم.

نخستین محدودیت هر جامعه متدین - از جمله جامعه ما - در استفاده از تلویزیون، فقدان دانش رسانه‌ای سازگار با ارزش‌های فرهنگی آن است. گردانندگان رسانه در این نوع جوامع، با وجود میل به گسترش ارزش‌های دینی، از روی ناچاری از الگوهای غربی در برنامه‌سازی استفاده می‌کنند؛ چرا که دانش رسانه امروزی را نمی‌توان به طور کامل جدا از ارزش‌های عرفی جامعه پدید آورندگان آنها تصور کرد. بنابراین، اگر تلویزیون در یک جامعه اسلامی بر عرفی شدن فرهنگ اثر می‌گذارد، ناشی از همین نوع محدودیت است. (زکی، ۱۳۸۶: ۱۶۹)

یکی دیگر از مشکلات اساسی ما در این حوزه، تنگی افق‌های تجربه شده، و مبهم بودن قالب‌های مناسب هنری والکن بودن زبان هنری است که مسلماً باید با تجارب گسترده و جهت دار به بیان‌های جدید دست یافت.

نگاهی به انبوه آثار نمایشی تلویزیون در حوزه دین، نشان می‌دهد که نویسندگان و سازندگان آن‌ها به معانی شخصیت‌پردازی دینی و قرآنی در طراحی پرسوناژهای داستانی نه واقفند و نه اعتنا دارند. این مسئله سبب می‌شود که گاه، شخصیت‌های منفی در کنار نمایشی بارز شده و جای شخصیت مثبت را می‌گیرند و به‌عنوان شخصیت الگو، مخاطب را تحت تأثیر قرار می‌دهند. (فهیمی‌فر، ۱۳۸۸: ۵)

اما شاید مهم‌ترین مشکل ما در نمایش مقدسات در تلویزیون، تصویر ویژه مسلمانان از شخصیت‌های مقدس و مذهبی خویش باشد. این تصویر، مبهم اما از جهاتی ممتاز است. به نمایش‌گذاران شخصیت این بزرگان، تصویر ذهنی مردم را در هم می‌شکند و ممکن است شخصیتی کمتر از حد انتظار از آنان ارائه می‌دهد. برای مثال، به تصویر کشیدن زندگی بزرگان دینی خصوصاً حضرات معصومین(ع) در قالب تولیدات نمایشی، موجب صدماتی به برداشت‌ها و عقاید مردم نسبت به آن بزرگان شده و نوعی تنزیل و

تقلیل گرایی در بازتاب چهره آن‌ها صورت می‌گیرد و به تعبیر دورکیم پدیده فرسایش امر قدسی و عرفی سازی بروز می‌کند (ابوطالبی، ۱۳۸۶: ۱۰۸). هرچند علمای اسلام نیز بازیگری در نقش معصومان را منع و یا در مورد آن حکم به احتیاط صادر کرده‌اند. (شالچیان، عباسی، ۱۳۸۲: ۱۹۳)

برخلاف تصور عموم، بازیگری در این زمینه نیز مشکلات و تبعات خاص خودش را دارد. بازیگر، برای بازی در یک فیلم یا سریال دینی باید شخصیت اصلی خود را مخفی نموده و شخصیت دیگری را تقلید نماید. تظاهر به عبادت، تقلید خدا ترسی و نمایش گذاشتن پرستش باریتعالی در برابر دوربین، به منظور تحت تأثیر قرار دادن دیگران برای قالب خاص انسان بسیار تکان دهنده است. (عمید، ۱۳۸۶: ۷۶)

ضعف بازیگری و چهره‌پردازی، وجود صحنه‌های ساختگی، نمایش صحنه‌های سبک و نامتناسب، استفاده از بازیگران نامناسب - به لحاظ چهره و اندام و یا حتی دارای نقش‌های منفی در گذشته - برای ایفای نقش معصومان و شخصیت‌های مقدس، از مشکلات اساسی کار در مجموعه‌ها و برنامه‌های نمایشی دینی است. (شالچیان، عباسی، ۱۳۸۲: ۱۹۳)

تلویزیون جذابیت محور، وقتی به دین و مفاهیم دینی که اساسی‌ترین عناصر و مؤلفه‌های فرهنگ را تشکیل می‌دهد، می‌رسد، به جای معنی و مفاهیم اصلی، جنبه‌های سطحی، بصری و نمایشی آن را که برای ایجاد جذابیت از طریق تلویزیون، سهل‌تر بوده احتمالاً مخاطبان بیشتری خواهد داشت کانون توجه خویش قرار می‌دهد و جنبه‌های اصلی و معنایی آن را مهجور می‌گذارد. افزون بر این، این جنبه‌ها را نیز در صورتی که ظرفیت تحمل اجتماعی آن وجود داشته باشد، به جذابیت‌های منفی آلوده می‌سازد.

ساختن فیلم‌هایی مربوط به سرگذشت پیامبران و شخصیت‌های بزرگ دینی و ترکیب آن با ماجراهای عشقی یا جنسی، یا لودگی و طنزهای سخیف، که حتی سریال‌های مذهبی داخل نیز از رویکرد آن بی‌بهره نمانده است، از جمله مواردی می‌باشد که تلویزیون‌های جذابیت محور در برخورد با مواد و مفاهیم دینی، نشان می‌دهند. (سلیمی، ۱۳۸۶: ۲۳۰)

نکته دیگر در این زمینه آن است که اگر نمایش چهره این شخصیت‌ها مرسوم شود

و سد مقابله با آن در کشورهای اسلامی شکسته شود، شرکت‌های فیلم‌سازی غربی، آزادانه اقدام به ساختن فیلم‌هایی از تاریخ اسلام می‌کنند و چهره‌های دینی را آن‌گونه که خود می‌خواهند به تصویر می‌کشند. به این ترتیب ممکن است وضعیتی شبیه آن‌چه در کشورهای غربی نسبت به پیامبران بزرگ رخ داده، در کشورهای اسلامی نیز روی دهد. (شالچیان، عباسی، ۱۳۸۲: ۱۹۳)

اما نکته دیگری که در اینجا مطرح می‌گردد، باز طرح مسأله ساختار ابزاری تلویزیون و زیبایی‌شناسی خاص آن است. 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، از این رو نباید انتظار داشته باشیم که به سهولت و به صورت ماهوی، در خدمت ارزش‌هایی قرار گیرد که کاملاً مغایر با روح مدرنیته باشد.

واقعیت این است که تلویزیون در غرب برای این هدف اختراع نشده که مبلغ دین و ارزش‌های دینی باشد، بلکه به گونه‌ای شکل و تکامل یافته تا مروج مقاصد دنیوی غرب و اهداف کاپیتالیستی و بورژوازی باشد. تلویزیون به مثابه کانال‌های انتقال پیام، دارای ظرفیت‌های بیانی خاص هست که این ظرفیت‌ها عمداً در روند مأموریت‌های اجتماعی، سیاسی، و فرهنگی خاص فرهنگ غرب شکل گرفته و متکامل شده‌اند.

بنابراین با این ظرفیت‌های بیانی نمی‌توان پیام‌های مبتنی بر جهان بینی مغایر را به خوبی منتقل کرد. در نتیجه لازم است که این ابزار، تا حدی تغییر ماهیت پیدا کند و زبان و قابلیت‌های زیبایی‌شناسی خاص پیام جدید را بیابد تا بتواند در انتقال آن موفق باشد. (فهیمی‌فر، ۱۳۸۶: ۷)

بنابراین، فقدان دانش بومی سازگار با مفاهیم و مصادیق مذهبی و قدسی ما که ناشی از ظهور تکامل تلویزیون در غرب به لحاظ زیبایی‌شناسی و ساختاری است، همچنین وجود چالش‌های جدی در نمایش چهره شخصیت‌های مقدس در جامعه، ضعف تکنیکی ما در استفاده از ابزارهای مکانیکی و فنی برای ایجاد فضاهای مورد نیاز و فقدان تسلط کافی به زبان و ابزارهای زیبایی‌شناسی در تلویزیون، همه و همه از مشکلات و موانع بزرگ ما در ایجاد فضاهای مقدس و یا نمایش چهره‌های قدسی و

معصوم در تلویزیون است.

خلاصه و نتیجه‌گیری

در این مقاله به طور مفصل، از امکانات و محدودیت‌های زبان تلویزیون در نمایش شخصیت‌های قدسی و معصوم صحبت کردیم و سعی نمودیم افق‌های پیش روی این مقوله پیچیده را در جنبه‌های مختلف مورد بررسی و مذاقه قرار دهیم و پیشنهادهای برای سازگاری هرچه بیشتر دین و به‌خصوص شخصیت‌های قدسی و معصوم، با رسانه تلویزیون، ارائه دهیم. اما پیش از ورود به وادی پیشنهادات بهتر است به طور خلاصه مباحث مطرح شده در مقاله را جمع بندی کرده و به نتیجه‌ای روشن و مشخص برسانیم.

از ماحصل مسائل مطرح شده در بخش‌های گذشته می‌توانیم چنین نتیجه بگیریم که اساساً تلویزیون، ابزار و امکانی کاملاً مادی و زمینی است که بالطبع، تنها می‌تواند به‌عنوان رسانه، در انتقال مفاهیم و محتواهایی به کار بیاید که از همین خصیصه مادی و عینی بودن بهره مند باشد. بدیهی است که محتوای مفاهیم مجرد و انتزاعی مانند فضاهای قدسی و یا شخصیت‌های مقدس و معصوم، به دلیل ذات فرامادی و عدم انقیاد آن‌ها به برخی از پارامترهای دنیای مادی مثل زمانمند و مکانمند بودن نمی‌تواند به شکل شایسته و بایسته و به طور تمام و کمال از تلویزیون به نمایش درآید و در نهایت منتقل گردد.

از سوی دیگر برخی از امکانات و بهره مندی‌هایی که تلویزیون در اختیار ما می‌گذارد - مانند سرعت و قدرت پخش پیام، شمول و همه‌گیری آن، استفاده از همه عناصر جذابیت مثل نور، تصویر، و غیره - همه و همه از جمله مسائلی است که ما را برای استفاده از تلویزیون، و به کارگیری آن در انتقال مفاهیم مورد نظر، به‌شدت اغوا می‌کند!

در نهایت برآیند همه این امکانات و محدودیت‌ها که تلویزیون برای انتقال مفاهیم مقدس، در ذات خود دارد ما را به سویی چاره اندیشی و خلق راه‌های شگرفی

می‌کشاند که بتوانیم با روش‌هایی مسالمت آمیز، از این ابزار برای انتقال چنین پیام‌های استفاده نماییم.

نیازی به توضیح نیست که این روش‌های مسالمت آمیز، باید دارای مختصاتی باشند که از سویی هم، با ذات مادی‌گرا و کاملاً زمینی تلویزیون منطبق باشند و هم از سوی دیگر، کمترین خدشه را به ماهیت و اصل محتوای پیام مذهبی و مقدس وارد کنند. در ذیل سعی خواهیم نمود برخی از این راهکارها را به تفصیل بیان نماییم.

۱- پذیرش همه ادیان به عنوان تجلیات الهی

در این مقاله از نوعی نگرانی در مورد ایجاد و تقویت فرقه‌گرایی که به واسطه پخش برخی از برنامه‌های دینی خاص از تلویزیون صورت می‌گیرد صحبت کردیم. این نگرانی در برخی از موارد به زد و خورد‌های اجتماعی و رفتارهای قهری نیز منتهی شده‌است. به همین علت عده‌ای از صاحب نظران حوزه رسانه همزمان با شکل‌گیری و پیدایش نگاه‌های مدرن‌تر و تازه‌تر به دین، به‌عنوان یک مقوله اجتماعی قابل اعتنا و تأثیرگذار در همه شئون زندگی افراد، با جایگزینی نگرش‌های لطیف‌تر و انسانی‌تر نوعی تفکر همزیستی مسالمت آمیز بین همه ادیان الهی را مطرح می‌سازند.

بنابراین در یک رسانه دینی، به جای طرح آموزه‌های انحصاری ادیان باید به غایات و اهداف و معانی دینی توجه کرد این توجه در رسانه دینی حتی می‌تواند از طریق برنامه‌های غیر دینی و غیر مذهبی نیز صورت پذیرد. (حسینی، ۱۳۸۷: ۱۲)

توجه تام و تمام به فحوا و محتوای ادیان به جای توجه به شکل و پوسته ظاهری آن، باعث به وجود آمدن نوعی تجلی‌گرایی اخلاقی می‌گردد که در موارد بسیاری، ریشه‌ها و غایات مشترک مشابه در بین همه ادیان آسمانی دارند. مثلاً دروغ‌گفتن در همه ادیان امری مزموم و ناپسند شمرده می‌شود. بنابراین تولید و ساخت برنامه دینی بر محور نهی از منکر مزمونی مثل دروغ، نه باعث ایجاد تنش‌های اجتماعی می‌گردد و ساخت برنامه دینی بر محور نهی از امر مزمومی مثل دروغ، نه باعث ایجاد تنش‌های اجتماعی می‌گردد و هم این‌که خود، به وجود آورنده نوعی همگرایی در بین ادیان گوناگون الهی در سطح اجتماع خواهد شد.

بنابراین، پذیرش همه ادیان به‌عنوان تجلیات الهی، و انعکاس چنین دیدگاهی در حوزه برنامه سازی تلویزیون، از مهمترین پیشنهادات ما در به کارگیری منطقی و صحیح از این مدیوم در جهت انتقال پیام دینی می‌باشد.

۲- بازتفسیر حقایق دینی

نهاد دین برای حضور بهتر و موثرتر در تلویزیون باید دو ویژگی عمده را در خود تقویت کند. نخست این که، اعتقادات را مناسب با شرایط جدید متمدن سازد و آن‌ها را منعطف و لطیف گرداند، و دوم این که به باز تفسیر حقایق بپردازد.

البته ناگفته پیداست که منعطف نمودن و باز تفسیر حقایق دینی به هیچ عنوان لطمه‌ای به اصل و ساحت مقدس دین وارد نخواهد ساخت؛ بلکه به نوعی حقایق دینی را با نگرش‌های تازه‌تر جوامع آشتی داده و نوعی برداشت منطبق بر زمان را به ارمغان می‌آورد.

امروزه نهاد دین با خرید امواج و پرداخت هزینه برای پخش برنامه‌ها، به دنبال شکل دادن به عقاید و اخلاق و مقابله با فرهنگ سکولار است و در مقابل، زمانی که تلویزیون، در برنامه‌های سکولار خود از دین سخن می‌گوید؛ به دنبال ترسیم چهره‌ای منعطف، باز و تا حدی توریست گونه از انسان دیندار است و یا زمانی که وظیفه بیان اسطوره‌ها و مراسم دینی را بر عهده می‌گیرد، تعارض‌ها و پرسش‌هایی را در این خصوص دامن می‌زند. (روف، ۱۹۷۲: ۵۶)

ناگفته پیداست که هر چقدر افکار و باورهای دینی و مقدس در شرایط فعلی منعطف گردند- البته همان گونه که گفته شد، این انعطاف نباید لطمه‌ای را به ساحت اصل دین، و ریشه‌های قدسی آن وارد سازد - و بتوانند خود را با الگوهای هنجاری امروزین اجتماع، منطبق سازند، به شکل بهتری می‌توانند از تلویزیون به نمایش درآیند.

۳- ارائه آدپتاسیون‌های امروزی از متون دینی

یکی از راه‌کارهایی که می‌تواند برای استفاده از مفاهیم دینی و مقدس در تلویزیون به شکل کارآمدی ما را یاری رساند، ارائه آدپتاسیون‌های امروزی از مفاهیم دینی و تاریخی می‌باشد.

از موارد مهمی که باید در تحویل و تبدیل متون مذهبی به متون دراماتیک مدنظر قرار گیرد، مقتضیات زمان و تحولاتی است که در شیوه زندگی جدید و نیز باورهای فکری انسان نو روی داده است.

تاریخ در سینما و تلویزیون، یک بهانه است که استمرار هویتی و فرهنگی، دچار انقطاع نشود. از این رو باید به جای کالبد تاریخ، بیشتر به روح تاریخ بیااندیشیم. (فهیمی فر، ۱۳۸۶: ۱۰۵).

بدون قرائت جدید از تاریخ بسیاری از حوادث و شخصیت‌های تاریخی بی‌معنا و حتی مضحک جلوه خواهند کرد. عنصری که در آدپتاسیون‌های مدرن مورد توجه قرار می‌گیرد، تعمیم‌پذیری است؛ بدین معنا که سعی می‌شود بسیاری از رویدادها و مضامین باستانی که در قصص دینی به آنها اشاره شده، در شکل جدید و با یافتن بدیل‌هایی در زندگی معاصر بشر قرن بیست و یکم، بازسازی شوند. نتیجه این ترفند رضایت‌بخش بوده زیرا فاصله مخاطب امروزی را با روایات کهن از میان برداشته و امکان همذات‌پنداری و درک ملموس‌تری از آنچه روی داده، به ایشان داده است.

در بسیاری از موارد، نمونه‌های مشابهی از نام شخصیت‌ها و مکان‌های شناخته مذهبی، کافی است که مخاطب، اصل رویداد را به یاد آورد و اساس متعالی مدنظر را تجربه کند. (ارجمند، ۱۳۷۸: ۲۲)

بدیهی است که ارائه آدپتاسیون‌های تازه از حوادث تاریخی، هم به لحاظ هزینه‌ای مقرون به صرفه خواهند بود زیرا دیگر نیازی به ساخت دکورهای عظیم تاریخی و چهره‌پردازی‌های سنگین و اسب سوار و لباس فاخر و... نیست و هم این که به سادگی بحث وجود شخصیت‌های قدسی و معصوم را بدون کمترین تنش حل خواهد کرد.

۴- ساخت مستندهای قوم نگارانه

بسیاری از صاحب‌نظران پیشنهاد می‌کنند که برای درک دقیق مفاهیم مذهبی و ویژگی‌های آئینی و مناسکی پیروان یک دین فیلم‌های مستندگرایانه مردم‌شناختی مورد استفاده قرار گیرند نه فیلم‌های مبتنی بر درام. این فیلم‌ها اغلب فقط با اهداف مذهبی و عموماً توسط افراد مذهبی ساخته می‌شوند.

عمده‌ترین ویژگی این گونه مستندها، بیان نزدیک به واقعیت آن‌ها می‌باشد که بدون ایجاد هیچ گونه حساسیتی صرفاً به بازگویی گوشه‌ای از آداب و رسوم و یا حتی باورهای قوم و یا گروه خاصی می‌پردازد. در صورتی که بیان چنین دیدگاه‌هایی در قالب یک درام تلویزیونی، شدت حساسیت‌زا و جنجال برانگیز خواهد بود و حتی می‌توان اذعان کرد که در این حالت، تا حدودی از مصدر آغازین قومی خود نیز فاصله معناداری گرفته‌اند.

مستند دینی را می‌توان طبقه یا مقوله‌ای در نظر گرفت که اشتراکات زیادی با فیلم‌های قوم نگارانه مردم شناختی و گاه فیلم‌های تاریخی، در گستره فیلم‌های مستند بازسازی دارد. (غندالی، میرزین العابدین، ۱۳۸۲: ۲۳۷)

جهت دینی پیدا کردن تلویزیون، نه دینی شدن صرف آن با تأکید بر اخلاق و فضائل انسانی: از دنیوی بودن در تلویزیون گریزی نیست ولی از دنیوی گرایی آن گریزگاه وجود دارد؛ یعنی نمی‌توان با تلویزیون جهانی متعالی و آن سویی ساخت، حداکثر کار تلویزیون آن است که جهانی مجازی که نازله‌ای از حقیقت باشد را بسازد، نه بیشتر. به عبارت بهتر، تلویزیون می‌تواند رویکردهای دینی مختلفی را با تأکید بر اخلاق و فضائل انسانی - که خود از اخلاق شخصیت‌های قدسی و معصوم می‌باشد - پیدا کند و بدون طرح مسائل حساسیت‌زا مروج دین و مسائل معنوی و حتی منش و روش شخصیت‌های قدسی باشد.

البته این امر مستلزم این باور است که برای ما آثار و نتایج انسان‌های بزرگ ملاک و اصل باشد و نه چهره و اندام آنها! مثلاً اخلاق و سیره علوی به‌عنوان الگو و روش برتر اخلاقی و انسانی در همه ادوار مطرح خواهد بود که باید برای همه ما تجلیات امروزین نیز داشته باشد تا حداقل به لحاظ روحی و مسلکی نیز خود را به مصدر الهی و انسان کامل نزدیک سازیم. بدیهی است که وجود این نگاه، در همه سریال‌ها، و آثار نمایشی تلویزیون متعلق به هر اثری هم که باشد، به آن سمت و سوی دینی و در مورد این مثال، جهت علوی خواهد داد.

فهرست منابع و مآخذ

- ارجمند، مهدی (۱۳۷۸). تبدیل و تحول متن مذهبی به متن دراماتیک. تهران: حوزه هنری.
- اسلین، مارتین (۱۳۷۵). دنیای درام، نشانه‌شناسی عناصر نمایشی در سینما، تلویزیون و تئاتر (محمد شهباء، مترجم). تهران: بنیاد سینمایی فارابی. (نشر اثر اصلی: بی‌تا).
- الکساندر، بابی سی (۱۳۸۵). تلویزیون دینی، مناسک جبرگرا در نمایش بزرگتر اجتماعی در استوارت ام هورر و لاندبای (گردآورندگان)، بازاندیشی درباره رسانه، دین و فرهنگ (مسعود آریایی نیا، مترجم)، (ف ۳، ص ۲۵۸-۲۴۷). تهران: سروش. (نشر اثر اصلی ۱۹۹۷).
- باربرو، جیزس مارتین (۱۳۸۵). رسانه‌های گروهی به مثابه جایگاه مقدس سازی دوباره فرهنگ معاصر در استوارت ام هورر و لاندبای (گردآورندگان)، بازاندیشی درباره رسانه، دین و فرهنگ (مسعود آریایی نیا، مترجم). (ف ۲، ص ۱۳۷-۱۵۳). تهران: سروش. (نشر اثر اصلی ۱۹۹۷).
- باهنر، ناصر (۱۳۸۷). رسانه‌ها و دین، از رسانه‌های سنتی تا تلویزیون. تهران: مرکز تحقیقات صدا و سیما.
- پستمن، نیل (۱۳۷۳). زندگی در عیش، مردن از خوشی (صادق طباطبایی، مترجم). تهران: سروش. (نشر اثر اصلی: بی‌تا).
- پستمن، نیل (۱۳۷۵). تکنوپولی، تسلیم فرهنگ به فناوری (صادق طباطبایی، مترجم). تهران: اطلاعات. (نشر اثر اصلی: بی‌تا).
- حسینی، سیدحسن (۱۳۸۷). رسانه دینی یا دین رسانه‌ای. اطلاعات حکمت و معرفت، (۷)، ۱۷-۱۲
- زکی، محمد باقر (۱۳۸۶). نقش تلویزیون در عرفی شدن فرهنگ در رسانه تلویزیون و سکولاریسم (ص ۲۰۷-۱۶۹). قم: مرکز پژوهش‌های اسلامی.
- سلیمی، محمد (۱۳۸۶). فرهنگ، رسانه و فرآیند سکولاریزاسیون در رسانه

- تلویزیون و سکولاریسم. (ص ۲۶۸-۲۳۰). قم: مرکز پژوهش‌های اسلامی.
- شالچیان، علی و عباسی، ملوک (۱۳۸۲). بررسی برخی از احکام و مسایل فقهی فیلم و نمایش با نگاهی به جایگاه رسانه دینی. پژوهش و سنجش (۳۶)، ۲۰۶-۱۹۳.
- شاه محمدی، عبدالرضا (۱۳۸۲). عصر ارتباطات و اطلاعات و جهانی شدن دین. پژوهش و سنجش، (۳۵)، ۴۸-۳۳.
- شایگان، داریوش (۱۳۸۰). افسون زدگی جدید (فاطمه ولیانی، مترجم). تهران: فرزانه. (نشر اثر اصلی: بی تا)
- صادقی، هادی (۱۳۸۶). جهان مجازی تلویزیون در رسانه تلویزیون و سکولاریسم (ص ۷۳-۴۴). قم: مرکز پژوهش‌های اسلامی.
- عاملی، محمد رضا (۱۳۸۶). دین مجازی، دو فضای محیط دینی و ارتباطات درون دینی و بین دینی. محمد رضا جوادی یگانه و حمید عبداللهیان (گردآورندگان). دین و رسانه (ص ۳۰۲-۲۷۱). تهران: دفتر پژوهش‌های رادیو.
- عباسی، شهاب الدین (۱۳۸۲). دین و فناوری تلویزیون از دید نیل پسمن. پژوهش و سنجش، (۳۵)، ۹۷-۷۹.
- عمید، حسین (۱۳۸۶). تهدید و تحدید. رواق هنر و اندیشه، (۱۰)، ۹۵-۷۶.
- غندالی، رؤیا و میرزین العابدین، شبنم (۱۳۸۲). نسبت دین و رسانه با تکیه بر قالب مستند. پژوهش و سنجش (۳۶)، ۲۵۶-۲۳۷.
- فهیمی فر، اصغر (۱۳۸۶). دیالکتیک صورت و معنا در هنر، تلویزیون و سینما. تهران: مؤسسه فرهنگی منادی تربیت.
- فهیمی فر، اصغر (۱۳۸۸). حکمت رسانه‌های مدرن. تهران: مارلیک.
- کازنو، ژان (۱۳۶۴). جامعه‌شناسی وسایل ارتباط جمعی (باقر ساروخانی و منوچهر محسنی، مترجمان). تهران: سروش. (نشر اثر اصلی: بی تا).
- کازنو، ژان (۱۳۶۴). قدرت تلویزیون (علی اسدی، مترجم). تهران: سروش. (نشر اثر اصلی: بی تا).
- کولبروک، کلر (۱۳۸۷). ژیل دلوز (رضا سیروان، مترجم). تهران: مرکز. (نشر اثر اصلی ۲۰۰۲).

لومیس، کنت (۱۳۸۷). دانشجویان اهل معنویت و رسانه‌های غیر دینی. رواق هنر و اندیشه، (۲۶-۲۵)، ۹۰-۱۱۲.

محمدی، مجید (۱۳۷۹). سیمای اقتدار گرایی، تلویزیون دولتی ایران. تهران: جامعه ایرانیان.

محمدی، مجید (۱۳۸۲). دین و ارتباطات. تهران: کویر.

مک لوهان، مارشال (۱۳۷۷). برای درک رسانه‌ها (سعید آذری، مترجم). تهران: مرکز مطالعات و سنجش برنامه‌های صدا و سیما. (نشر اثر اصلی: بی‌تا).

مورداک، گراهام (۱۳۸۵). رازآمیز شدن دوباره جهان دین و تحولات مدرنیته استوارت ام هوور و لاندبای (گردآورندگان)، بازاندیشی درباره رسانه، دین و فرهنگ (مسعود آریایی نیا، مترجم). (ف ۱، ص ۱۱۵-۱۳۳). تهران: سروش. (نشر اثر اصلی ۱۹۹۷).

هورسفیلد، پیتر (۱۳۸۷). فراتر از زندگی: کارکردهای مذهبی تلویزیون (مقداد مهربابی، مترجم). رواق هنر و اندیشه، (۲۷)، ۱۲-۲۱.

Deleuze, G. (1994). *Difference and Religion*, Trans. P. Patton. New York: Colombia University press.

Hoover, Stewart & Lundby Knut (1997). *Rethinking Media, Religion and Culture*. London: Sage Puplication.

Hoover, Stewart (1996). Mass Media and Religion Pluralism, in Lee Philip, (ed.) *The Democratisation of Communication*. (pp.18-20) Cardiff: University of Wales Press.

Hoover, S.M.(2001). *Religion, Media, and The Cultural Center of Gravity*. Ames: Iowa State University Press.

Postman, Neil (1995). *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in The Age of Show Business*. London: Penguin Book.

Roof, Wade Clark (1972). *American Voluntary Establishment*. New York: Harper Row.

Suman, Michael, ed. (1997). Religion and Prime Time Television.
London: Prager.

Horesfild, Piter (1991). Religion Functions of Television ,http:
//www.religion.org/cgi-bin/re/search.

