

می‌تواند زیرمجموعه بحثی گسترده‌تر یعنی رابطه دین و فناوری قرار بگیرد. تلویزیون به‌عنوان فناوری نوین، محصول قرنی بوده است که با سلطه عقلانیت و تجربه‌گرایی، سکولاریسم و به حاشیه رانده شدن دین در جامعه همراه بوده است. از این منظر، نسبت تلویزیون با دین می‌تواند بحث برانگیز و جالب توجه باشد. یکی از پیامدهای جامعه مدرن که با صنعتی شدن و پیشرفت علم و فناوری تحقق یافته است ظهور و بروز وسایل ارتباط جمعی و تلویزیون بوده است (کیویستو، ۱۳۸۷). به نظر می‌رسد تعبیر از رسانه‌های نوین به عنوان فناوری و در نظر گرفتن وسایل ارتباط جمعی در شکل تظاهراتی از تفکر عصر مدرنیته، دین و رسانه را در نقطه مقابل هم قرار می‌دهد. تامپسون درباره‌ی این مسأله می‌گوید:

«یکی از میراث‌های تفکر کلاسیک اجتماعی، وجود این اندیشه است که با تحول جوامع مدرن، اهمیت سنت به تدریج رو به زوال می‌گذارد و سرانجام از ایفای نقشی نمایان در زندگی افراد باز می‌ماند. سنت بر حسب آنچه پنداشته‌اند چیزی است مربوط به گذشته (به انحاء مختلف) و جوامع مدرن به شیوه‌ای کلی با جوامع سنتی پیش از آن در تضاد قرار داده شده است.» (تامپسون، ۱۳۸۰: ۲۲۱)

تصویر متحرک، چنان‌که در تلویزیون نیز به کار گرفته می‌شود به طور مشخص توسط کسانی به وجود آمد که رابطه مشخصی با نهادهای دینی نداشته‌اند. هرچند می‌توان حضور کلیسا و روحانیون مذهبی را در پیدایش چند اسباب ایجاد نقاشی متحرک رهگیری کرد اما اختراع تصویر متحرک در سینما و تلویزیون به تلاش‌های مخترعانی مربوط می‌شود که نه هنرمند و عکاس بلکه دانشمند و طبیعی‌دان بوده‌اند. این نکته جالبی است که ابزار سینما از سوی کسانی اختراع شده است که متخصص در علوم طبیعی بوده‌اند. باور غالب ما این است که فیلم متحرک با تلاش ادوارد مایبریج عکاس برای ثبت چگونگی حرکات دویدن اسب شکل گرفته است اما در این میان مبدعان دیگری نیز بوده‌اند که شاید دعوت برادران لومیر از آن‌ها در گردهم‌آیی ۱۸۹۵، برای معرفی اختراع دوربین فیلمبرداری‌شان، دلیل محکمی برای ایفای نقش موثر آن‌ها در پیدایش سینما باشد. از این مخترعان می‌توان به پیر ژول سزار جانسن منجم فرانسوی، اتبن ژول ماره فیزیولوژیست فرانسوی، و دستیارش ژرژ دمنی اشاره کرد.

جالب این است که ماره در سال ۱۸۷۷ نوار سلولوئیدی را به جای کاغذ عکاسی به کار برده است. امری که تأثیر قابل توجهی در پیدایش فیلم متحرک داشت. البته این اقدامات همه به دلایلی غیر از فیلمسازی انجام شده‌اند. جانسن از تپانچه عکاسی برای ثبت تصویر عبور زهره از مقابل خورشید در سال ۱۸۷۴ استفاده نموده، ماری به قصد عکسبرداری از نحوه پرواز پرندگان و ثبت فیزیولوژیک حرکات آنها، فیلم را به کار گرفته و دمنی فیلم را برای آموزش لب‌خوانی به ناشنوایان به کار برده است.

بنابراین شاید بتوان نتیجه گرفت که پیدایش سینما و تصویر متحرک به نوعی پاسخ به نیازهای تجربه‌گرایانه علمی بوده است و این در حالی انجام شده که دین در اروپا و آمریکا موضعی منفعل داشته است. بی‌توجهی دین به رسانه‌های نوین، در مورد رسانه‌های دیداری بیشتر جلوه‌گر بوده است. این مساله البته در اسلام نیز مصداق‌هایی داشته و در برخی بیانات و احادیث، تصویرسازی صورت‌گرایانه در اسلام تقبیح شده است. گفته می‌شود چنین دیدگاهی سبب گردیده، هنگام ورود اسلام به ایران، نقاشی شکلی انتزاعی و ملهم از خوشنویسی به خود بگیرد. آنچه بارز است این نکته است که تصویر متحرک به سبب خصوصیات ماده‌گرایانه خود، چندان در ابتدای پیدایش خود مورد توجه نهادهای دینی قرار نگرفت و حتی تقبیح شد.

رابطه دین و رسانه‌های نوین، یا به عبارتی مواجهه دین و فناوری مساله جدیدی نیست و شاید بتوان پیشینه آن را به پیدایش و رشد صنعت چاپ نسبت داد. در برخی از مباحث با طرح دین به عنوان «ادیان ابراهیمی صاحب کتاب»<sup>۱</sup> قدمت این رابطه، تا زمان پیدایش کتاب‌های دینی به عنوان شکلی از ارتباط جمعی به عقب برده شده است (گیویان، ۲۰۰۶). با این حال به نظر می‌رسد دین در برخورد با رسانه‌های نوین برای ارتباط با مخاطب خود و رساندن پیام معنوی‌اش دچار چالش شده است. این عقیده رایج است که دین در معنای ادیان صاحب کتاب، همواره خود را از طریق کلام، زبان و نوشتار به مخاطب خود عرضه کرده است. بر این مبنای این‌طور بیان شده است که قالب ارتباطی کلام و نوشتار، که وسیله‌ای ارتباطی متنوع و متکی بر فهم است توانسته

سازگاری مناسبی با محتوای ماورایی دین پیدا کند. در بسیاری نظرات مانند آنچه کریسل مطرح می‌کند تصویر همواره سطح مفهومی و معنایی نازل‌تری نسبت به کلام داراست (گریسل، ۲۰۰۶). نظریه‌های پستمن، موگریچ و دیگران که خصلت ارتباط دینی را بر اساس ارتباط انتزاعی معرفی می‌کنند، دین را در مواجهه با رسانه‌های نوین مانند سینما و تلویزیون در تضاد می‌بینند چرا که بر عینیت و واقع‌گرایی حواس دیداری تأکید بیشتری دارند تا معنا و فهم انتزاعی. نظریات هایدگر نیز مبنی بر این‌که فناوری ماهیتی غیرخشی دارد و بر مبنای تفکر عقل‌گرایانه عصر روشنگری شکل گرفته است، مساله فقدان تجانس بین دین و رسانه‌های نوین را بیشتر دامن می‌زند (هایدگر، ۱۹۷۷).

حال این سوال مطرح است که دین و در شکل خاص آن ادیان ابراهیمی صاحب کتاب، که با تکیه بر کلام و فهم ارتباط خود را با مخاطب شکل داده‌اند چگونه می‌توانند در عرصه‌های رسانه‌های نوین وارد شوند. رسانه‌هایی که ارتباط خود را با مخاطب بر اساس حواس دیداری و آرمان مشاهده عینی جهان تعریف کرده‌اند (گریسل، ۲۰۰۶). هدفی که اساساً زاییده تفکر تجربه‌گرا، مشاهده‌گر و عینیت‌گرای قرن بیستم بوده است.

از دهه ۱۹۹۰ به بعد، با وجود نظراتی در خصوص به حاشیه رفتن دین در طی توسعه جوامع صنعتی، حضور دین و نهادهای دینی در عرصه رسانه‌ی نوین بارز و فزاینده بوده است (گیویان، ۲۰۰۶). اکنون این پرسش می‌تواند مطرح باشد که دین چگونه حضور خود را در عرصه رسانه‌های نوین تبیین می‌کند و این رابطه چه نسبتی با مفاهیم سنت، معنا، قداست و ماورا در دین دارد.

## مبانی نظری

### دیدگاه‌های ابزارنگر و غیر ابزارنگر به رابطه‌ی دین و تلویزیون

به طور کلی دو دیدگاه را می‌توان در تبیین رابطه دین و تلویزیون از یکدیگر متمایز کرد. دیدگاه ابزاری به تلویزیون و دیدگاه غیرابزاری. مانی مبارکه به تفصیل این دو رویکرد را شرح داده و دیدگاه‌های صاحب‌نظرانی چون هایدگر، مایگریچ و پستمن را

درباره آن نقل کرده است (مدنی، ۱۳۸۶). مدحجی (۱۳۸۱)، جعفری (۱۳۸۳)، پیرحیاتی (۱۳۸۷) و باهنر (۱۳۸۵) نیز به این موضوع پرداخته‌اند. در تشریح رویکردهای ابزارنگر و غیرابزارنگر می‌توان گفت دیدگاه اول تلویزیون را ابزاری می‌داند که برای انتقال هر نوع محتوا یا پیام ارتباطی می‌تواند مورد استفاده قرار بگیرد و دیدگاه دوم بر این عقیده است که فناوری تلویزیون ماهیت خنثی ندارد و پیام و محتوایی که به وسیله آن منتقل می‌شود خارج از تأثیر ماهیت رسانه نیست. دیدگاه‌های هایدگر را نسبت به فناوری می‌توان شاخص دیدگاه‌های دوم یعنی نگاه غیرابزاری به تلویزیون دانست. به اعتقاد هایدگر، فرهنگ صنعتی مبتنی بر فن‌سالاری ماهیتی به فناوری داده است که مبتنی بر ریشه‌های تفکر ماده‌گرایانه آن در یونان باستان است. او معتقد است ماهیت فناوری به هیچ وجه خود امری فنی و تکنیکی نیست. هایدگر معتقد است که ماهیت فناوری، مقدم بر ظهور فناوری است و به لحاظ تقویمی ماهیت فناوری ممکن است سال‌ها قبل از فناوری به وجود آمده باشد (بیمل، ۱۳۸۱). عاملی در توضیح آن می‌گوید: «در صنایع مدرنیته، این معنا کاملاً محسوس است. می‌توان گفت که ماهیت فناوری‌های جدید مثل تلویزیون، رادیو و یا حتی سینما با ظهور پدیده‌ای به نام نظام سرمایه‌داری فرهنگ غرب ظهور پیدا کرده است.» (عاملی، ۱۳۸۳: ۷)

دیدگاه هایدگر در مورد فناوری در میان نظریه‌پردازان داخلی نیز طرفدارانی دارد. اردکانی می‌نویسد: «فناوری کنونی برخلاف آنچه معمولاً می‌پندارند و مسلم می‌انگارند کاربرد علم نظری بی‌طرف در کار و حرفه و صنعت و معاش نیست بلکه تحقق اندیشه فن‌سالارانه است که در قرون شانزدهم و هفدهم ظهور کرد و تا این زمان بسط یافته است.» او همچنین می‌گوید: «این که معمولاً تصور می‌شود که رادیو و تلویزیون صرف وسیله هستند که می‌توان از آن‌ها در راه نیل به هر غایتی مدد گرفت ناشی از جهل نسبت به ماهیت وسیله در تمدن جدید است» (داوری، ۱۳۷۹: ۶، ۹۰). مدنی از آوینی نقل می‌کند که «ورود غیرمترقبه فناوری جدید با آن غایتی که در غرب برای آن منظور شده است به جامعه‌ای مثل ایران که هنوز فرهنگ و ساختار سنتی مبتنی بر دین دارد، به یک تعارض ناپیدای فرهنگی در باطن آن جامعه منجر خواهد شد.» (مدنی، ۱۳۸۶: ۷۸)

علاوه بر دیدگاه‌های هستی‌شناسانه به فناوری و رسانه‌های نوین ارتباطی، نظرات

برخی از محققان علم ارتباطات نیز در این زمینه قابل توجه است. گفته مک‌لوهان که «رسانه خود یک پیام است»، به طور ضمنی این تعبیر را در خود دارد که رسانه نمی‌تواند یک ابزار خنثی و یک ظرف تهی برای انباشت و انتقال پیام باشد (سورین و تانکار، ۱۳۸۱). مک‌لوهان از میان دو عامل پیام و وسایل ارتباطی، به وسیله ارتباطی توجه خاصی دارد و معتقد است آنچه در اجتماع نوع معرفت را تغییر می‌دهد مجموع پیام‌ها نیست بلکه ماهیت خاصی است که از طریق وسایل ارتباطی به آن‌ها داده می‌شود (کازنو، ۱۳۷۷). وی معتقد است: «اگرچه فناوری منبعث از ذهن و عمل انسان است ولی انسان هر عصر و دوره‌ای، خود زاینده فناوری زمان خویش است. به عبارت دیگر، هر شکل فناوری بشر را به تدریج در فضای تازه‌ای قرار می‌دهد و هر فضای تازه، عاملی تعیین کننده در سرنوشت و زندگی بشر به شمار می‌رود.» (دادگران، ۱۳۷۴: ۹۰) پستمن نیز به فقدان تجانس بین دین و رسانه‌های نوین می‌پردازد و با بدبینی به حضور دین در رسانه می‌نگرد. پستمن با آن‌که تمایلات مذهبی و دین‌گرایانه دارد اما با نگرانی به رسانه‌های جمعی می‌نگرد. او می‌نویسد: «درست است که فرهنگ محصول زبان است اما هر وسیله و تکنیک ارتباطی جدید، می‌تواند آن را نوآفرینی کند...» (پستمن، ۱۳۷۵: ۷۶). او معتقد است که رسانه علاوه بر توانایی در تغییر پیام، توانایی شکل‌دهی به افکار و برداشت‌های مخاطب را هم دارد.

پیرحیانی معتقد است پستمن میان عملکرد و ماهیت دین و تلویزیون تفاوت ذاتی قائل است و به همین دلیل منتقد اساسی حضور دین در رسانه است. او می‌نویسد به عقیده پستمن بنیاد تلویزیون بر تصویر است حال آن‌که ادیان به طور عمده بر محور کلام و کلمه به بیان مفاهیم دینی پرداخته‌اند. او با اشاره به کتاب «تحقیر کلام» اثر فیلسوف فرانسوی ژاک الول که به تجربه و سلوک دینی دلمشغولی بسیار داشت می‌گوید دین یهودی و مسیحی و نیز فرهنگ یهودی - مسیحی‌ای که به ما رسیده است مبتنی بر این اندیشه است که از طریق سخن و کلام می‌توانیم فرهنگ خود را بشناسیم ... اما همین که فرهنگ از کلام و کلمه فاصله می‌گیرد و به تصویرهای متحرک نزدیک می‌شود یک تحول جدید رخ می‌دهد. این تحول ممکن است در جهت عکس انجام شود که در این صورت به درک و تلقی سنتی ما از دین آسیب جدی می‌رساند. (پیرحیانی، ۱۳۸۷: ۳۰)

پستمن با بیان این‌که تلویزیون تنها بر سرگرمی تکیه دارد می‌گوید: «مشکل اساسی تلویزیون این نیست که برنامه‌های سرگرم‌کننده هدیه می‌کند بلکه مشکل اساسی آن‌جاست که هر موضوعی را به عنوان موضوعی سرگرم‌کننده و به صورت سرگرمی به نمایش درمی‌آورد» (پستمن، ۱۳۷۵: ۱۹۸). قداست معنوی، نکته‌ای است که پستمن در انتقادش بر تلویزیون تأکید زیادی بر آن می‌کند. او می‌نویسد: «دیر و کنشت و کلیسا، مکان‌های خاصی هستند که برای انجام عبادات و مناسک مذهبی و متناسب با آن‌ها ساخته و آماده شده‌اند به گونه‌ای که هرچه در این مکان‌ها رخ می‌دهد حال و هوای دینی و تأثیری ماورایی پیدا می‌کند» (پستمن، ۱۳۷۵: ۲۶۱). مدنی از پستمن نقل می‌کند که «هر مراسم مذهبی در رسانه نیازمند یک محیط با تقدس معین است. برای انجام این مراسم قوانین رفتاری خاصی لازم است که با شرایطی که در آن یک برنامه مذهبی تماشا می‌شود مغایر است. مردم می‌خورند، صحبت می‌کنند یا حواس خود را به سایر فعالیت‌ها می‌دهند و در این شرایط، رفتاری که برای یک مراسم مذهبی لازم است وجود ندارد.» (مدنی، ۱۳۸۶، ۸۶)

مدنی در توضیح ویژگی مردم‌پسند بودن برنامه‌های تلویزیون از پستمن نقل می‌کند: «هیچ یک از بنیانگذاران مذهبی، نه بودا و نه موسی، نه عیسی و نه محمد و نه حتی لوتر هیچکدام هرچه را مردم می‌خواستند به آن‌ها هدیه نمی‌کردند بلکه چیزی را به آنان عرضه می‌داشتند که برای آن‌ها ضروری و مفید بود اما تلویزیون این وظیفه و مسئولیت را ندارد که آنچه را مردم بدان نیازمند هستند و برای آن‌ها ضروری و مفید است به آن‌ها عرضه کند. زیرا تلویزیون دوستدار مصرف‌کننده است.» (مدنی، ۱۳۸۶، ۸۶). دیدگاه‌های انتقادی پستمن در مجموع مخالف حضور دین در رسانه است، چه به صورت نمایش مراسم مذهبی و چه به صورت برنامه‌های تبلیغی دینی.

مهم‌ترین تفاوت‌هایی که دیدگاه‌های ابزارنگر به رابطه بین دین و تلویزیون در مقایسه با دیدگاه غیرابزارنگر دارند، می‌توان در دو مورد خلاصه کرد:

- ۱- خوشبینی دیدگاه‌های ابزارنگر به رابطه دین و تلویزیون
- ۲- دیدگاه ابزارنگر دین را نهادی قدرتمند می‌داند که می‌تواند ماهیت جدیدی به

رسانه بدهد.

در دیدگاه ابزاری بین دین و رسانه تعارضی وجود ندارد و دین می‌تواند به حضور رسانه و ماهیت آن معنا ببخشد. در این دیدگاه‌ها علاوه بر سرگرمی، بر رویکردهای دیگری برای تلویزیون تأکید شده است مانند رویکردهای آموزشی و ارشادی. بر اساس این دیدگاه فناوری نه ذاتاً خوب است و نه بد، بلکه همه چیز بستگی به این دارد که چگونه از فناوری استفاده شود. حضور دین و تبلیغات مذهبی در شبکه‌های تلویزیونی و روند رو به رشد آن خود عاملی بوده است تا دیدگاه‌های خوشبینانه به رابطه دین و تلویزیون مجال طرح بیشتری پیدا کنند. عامل دیگری که سبب گردیده، دیدگاه‌های ابزارنگر به رابطه دین و رسانه خوشبین باشند، تغییر در روند سکولار شدن جوامع مختلف، با وجود حضور رسانه‌های نوین بوده است.

گیویان در معرفی سکولاریسم می‌نویسد، سکولاریسم به شیوه‌های مختلف معرفی شده است و بسیاری از کاربران، آن را با معانی متفاوتی به کار برده اند (گیویان، ۱۳۸۷). سکولاریسم مثل بسیاری دیگر از پدیده‌های رایج، خاستگاهی دینی دارد. از این اصطلاح برای اشاره به ارجاع به دانش و دانشوران دین استفاده می‌شد. به تدریج حوزه مفهومی این اصطلاح تغییر کرد: این واژه ابتدا برای اشاره به دانشی که مخالف ارباب کلیساست و پس از آن علمی که الزاماً مغایر دین و دینداری است به کار رفت. سپس این اصطلاح در معنای خاص به نوعی جامعه دلالت کرد که در آن نسبت ویژه‌ای بین دین و نهادهای مبتنی بر عقلانیت<sup>۱</sup> برقرار است. امروزه دو تلقی عمده و رایج این اصطلاح عبارتند از: سکولاریسم به‌عنوان یک توصیف تاریخی و سکولاریسم به‌عنوان یک ایدئولوژی. در تلقی از سکولاریسم به‌عنوان یک توصیف تاریخی فرض بر این است که جوامع انسانی به تدریج به سمت خاصی می‌روند و ما را به جایی می‌رسانند که در آن‌ها دین نهاد مسلط و تعیین کننده نیست بلکه حداکثر، هم عرض دیگر نهادها قرار می‌گیرد. در تلقی دیگر، سکولاریسم پروژه‌ای دیده می‌شود که غایت ایدئولوژیک مدرنیزاسیون است. به عبارت دیگر، قدرت‌های حاکم و منادیان جهان مدرن از همه امکانات و قوت خود استفاده می‌کنند تا آرمان و خواسته خود را در قالب جهانی

سکولار ترویج کنند (گیویان، ۱۳۸۷). برای وقوع این فرآیند شواهدی ذکر شده است که اهم آن‌ها عبارتند از:

الف: کاهش سهم ثروت مادی، وقت و نیروی کار اختصاص داده شده به نهادها و فعالیت‌های دینی

ب: کاهش نفوذ مراجع و نهادهای دینی در سیاست، اقتصاد، امور عمومی و زندگی روزمره

پ: افزایش میزان نفوذ وقایع و رویه‌های غیر دینی بر فعالیت‌های دینی

ت: جایگزینی تفکر دینی و مابعدالطبیعی با تفکرات تجربی و علت و معلولی و نگرش‌های واقع‌گرا و عمل‌گرا (گیویان، ۱۳۸۷)

روند سکولار شدن در جوامع مدرن به همان شکل مورد نظر پیش نرفت. انقلاب اسلامی ایران، یکی از نقاط عطف تاریخی در این مورد بود که با ایجاد یک حکومت دینی، پیش‌فرض‌های سکولاریسم درباره روند غیر دینی شدن جوامع رو به توسعه را به هم ریخت. این دیدگاه‌ها با تکیه بر فقدان قطعیت در ماهیت سکولار رسانه، بر این باور هستند که دین می‌تواند به‌عنوان عامل معنابخش و برساننده ماهیت رسانه عمل کند. آشنا معتقد است: «در دیدگاه ابزارنگرانه، دین به عنوان مهم‌ترین نهاد معنابخش در زندگی انسان مطرح است. حال اگر کارکرد اصلی دین معنابخشی به زندگی باشد و این معنابخشی با هر ابزاری صورت گیرد ما می‌توانیم خانواده دینی، آموزش و پرورش دینی و رسانه‌هایی با رویکردهای دینی داشته باشیم و هیچ‌گونه تقابل ذاتی میان دین و رسانه وجود ندارد.» (آشنا، ۱۳۸۲: ۸)

دیدگاه‌های دین‌گرایانه در ایران بعد از انقلاب اسلامی، تلویزیون و در مجموع فناوری را مشروع می‌داند و آن را می‌پذیرد. گیویان بر این باور است که گفته امام خمینی در مورد این‌که انقلاب اسلامی بر علیه تمدن نیست در واقع مشروعیت دادن به استفاده از فناوری‌های نوین بود. مدنی از مطهری نقل می‌کند: «علم قدرت ندارد بر طبیعت بشر مسلط بشود. طبیعت بشر، علم را، به هر درجه که برسد، در اختیار خودش می‌گیرد، استخدام می‌کند و مثل ابزار از آن استفاده می‌نماید. عقل، قانون فلسفه، فکر، صنعت و تکنیک از این قبیل است.» او همچنین اضافه می‌کند: «در واقع رادیو و



تلویزیون به عنوان ابزار فی حد ذاته از نظر اسلام مشروع هستند و می‌توان در تبلیغ دین از آن‌ها استفاده کرد.» (مدنی، ۱۳۸۶: ۷۴)

البته بعد از گذشت تقریباً سه دهه از انقلاب اسلامی این نظرات تغییراتی نیز پیدا کرده است. مولانا این دیدگاه را که رسانه مانند ابزاری خنثی عمل می‌کند نمی‌پذیرد. با این وجود معتقد است دین نهادی قدرتمند است که می‌تواند ماهیت تلویزیون را تغییر داده و آن را به عنوان ابزاری مشروع در خدمت آموزش‌ها و تبلیغات دینی درآورد (مولانا، ۱۳۸۲). مارشوسو، استاد موسسه ارتباطات دانشگاه سنت پل کانادا می‌نویسد: «تصویر رسانه‌ای ضرورتاً در قلب تمامی رسانه‌های دیداری و شنیداری، مانند تلویزیون یا سینما می‌تواند به شکل متقاعد کننده‌ای در مسیر ایمان مسیحی خدمت کنند یا برای تمامی انواع فعالیت‌های روحانی مفید باشند... اگر ایمان مذهبی می‌خواهد در دنیای مدرن وجود داشته باشد باید در رسانه‌ها حضور یابد» (مارشوسو، ۱۳۸۴: ۹). هور هم معتقد است: «اگر کلیساها بخواهند در شرایط کنونی حاضر باشند نخست باید در رسانه‌ها حضور یابند.» (هور، ۱۳۸۲: ۱۶۷)

در دیدگاه‌های ابزارنگر به رابطه دین و رسانه نیز می‌توان تأثیر آراء مک‌لوهان را دید. به نظر می‌رسد دیدگاه‌های ابزارنگر با این عقیده که تلویزیون امتداد ظرفیت‌های تبلیغی و ارتباطی برای دین است، نظریه امتداد کمی و کیفی مک‌لوهان را به نوعی تداعی می‌کنند. ساروخانی در مقاله «جهان امروز و ارتباطات» درباره مفهوم امتداد کمی و کیفی در نظرات مک‌لوهان می‌نویسد مک‌لوهان معتقد است در پرتو تجلی دنیای ارتباطات، انسان‌ها توانایی‌هایی می‌یابند که هرگز در تاریخ سابقه نداشته است. یعنی گوش انسان می‌تواند صداها را در هزاران فرسنگ دورتر ببیند. این توانایی‌های بی‌سابقه، موجبات بروز تغییراتی عظیم را در جهان فراهم می‌آورد... انسان‌ها در دنیای ارتباطات نه تنها می‌توانند توانایی‌های بی‌سابقه‌ای از نظر کمی یابند بلکه از نظر کیفی نیز دگرگونی‌های وسیعی را تجربه می‌کنند. بدینسان با احراز آگاهی و با کسب تخصص می‌توانند از نوعی بینایی یا شنوایی تازه برخوردار شوند. به عنوان مثال: آنگاه که انسان‌ها با هنر آشنا شدند می‌توانند آثار بزرگ هنری را درک کنند و از آنان لذت ببرند (ساروخانی، ۱۳۸۴). این نظرات مک‌لوهان از سوی نظریه‌پردازان اسلام‌گرا نیز

مورد توجه قرار گرفته است. کریم خان محمدی در مقاله «جامعه اطلاعاتی و دین» می‌نویسد:

«در متون اسلامی از یک جامعه جهانی خبر داده شده است که در آن ارتباطات به اوج می‌رسد. شاید تصور چنین جامعه‌ای که در احادیث اسلامی به تصویر کشیده شد، چند دهه پیش خیال‌پردازانه به نظر می‌رسید اما امروز با توجه به رشد فناوری، تحقق عینی آن وعده‌ها نویدبخش به نظر می‌رسد. ابوریح شامی می‌گوید: از امام صادق شنیدم که فرمود: «زمانی که قائم ما ظهور نماید، خداوند گوش‌ها و چشمان شیعیان ما را به گونه‌ای تقویت می‌کند که میان آنان و قائم(ع) نیاز به پیک نیست. آن حضرت با آنان سخن می‌گوید و آنان سخن او را می‌شنوند در حالی که وی در جایگاه خویش قرار دارد او را می‌بینند» این حدیث «نظریه امتداد» مک‌لوهان را تداعی می‌کند...» (خان‌محمدی، ۱۳۸۵: ۱۶)

به عبارت دیگر می‌توان گفت از این دیدگاه، رسانه‌های نوین نه تنها در تعارض با قالب ارتباطی ادیان ابراهیمی یعنی کلام و کتابت نیست، بلکه ابزاری برای امتداد و گسترش آن نیز هست.

در مجموع، با توجه به حضور دین در رسانه تلویزیون و در نظر گرفتن مفاهیم فضای عمومی<sup>۱</sup> و فضای مجازی<sup>۲</sup>، این پرسش پیش می‌آید که حضور دین در رسانه تلویزیون تا چه حد شبیه حضور آن در فضای عمومی است. آیا این حضور دین در تلویزیون از آن شکلی جدید و منطبق با آرمان‌های تجربه‌گرایی و سکولاریسم ساخته است یا دین در تلویزیون، همچنان اصالت ماهیت خود را حفظ کرده است.

### روش گردآوری اطلاعات

برای پرسش به چگونگی حضور دین در تلویزیون و یا رابطه دین و تلویزیون، پنج مقاله با موضوع دین اسلام و تلویزیون در نظر گرفته شده و با مقوله‌بندی و کدگذاری

- 
1. public sphere
  2. virtual sphere

متن آن‌ها، داده‌ها استخراج شده است. متن‌ها نوشته‌ی طاهری (۱۳۸۴)، خان محمدی (۱۳۸۵)، بهادروند (۱۳۸۳)، بیات (۱۳۸۵) و غفاری (۱۳۸۵) بوده‌اند. در انتخاب متن‌ها سعی شده از نام‌های شاخص و شناخته شده کمتر استفاده گردد تا نام افراد، کمتر بر تحلیل داده‌ها اثرگذار باشد. در روش‌های کیفی برای پیاده کردن داده‌ها توصیه می‌شود «از ویراستاری یکدستی استفاده گردد» همچنین قسمت‌هایی را که به نظر غیر مرتبط می‌رسند می‌توان از متن حذف کرد (لیندلف، تیلور، ۱۳۸۸: ۲۶۲). به همین منظور در ارائه یافته‌ها مطالب بدون ذکر نام و به شیوه نقل به مضمون بیان شده‌اند.

### یافته‌ها

بررسی مقاله‌ها نشان داده‌است که رابطه دین و تلویزیون در این متون به طور عمده بر محور سرفصل‌های زیر بیان شده است:

- لزوم حضور دین به ویژه دین اسلام در عرصه رسانه‌های نوین
  - شکل مطلوب تلویزیون دینی و معیارهای آن
  - چالش‌ها و مسائلی که در تلویزیون اسلامی تاکنون وجود داشته‌است
- در بیان لزوم حضور دین اسلام در تلویزیون به این نکته اشاره شده که بازنمایی جوامع غربی از مسلمانان و اسلام منجر به ارائه تصویری منفی از اسلام و پیروان آن شده است. از همین رو مسلمانان می‌بایست تلاش کنند تا خود، تصویری از اسلام چنان‌که مطابق با دریافت مسلمین است ارائه کنند. از دیگر دلایلی که برای حضور دین اسلام در تلویزیون به آن اشاره شده جلوگیری از نمایش مسائلی است که دین با آن‌ها مخالف است. در مورد صدا و سیما نقل شده، پس از انقلاب اسلامی، تلویزیون با وظیفه اصلی تبلیغ و ترویج اسلام و رفتارهای دینی شیعی شروع به کار کرده است. همچنین اشاره شده پس از این زمان جلوگیری از نمایش رفتارها و تبلیغات ضد دینی به عنوان دستورالعملی محوری پیش روی این رسانه قرار گرفته است.
- در چندین مورد از تلویزیون به عنوان نهادی یاد شده که با استیلای فرهنگ سکولار و ترویج بی‌دینی در جامعه اسلامی مقابله می‌کند. عملکرد مطلوب در تلویزیون اسلامی

با دو عامل مقابله با تهاجم فرهنگی و ارتقاء گرایش‌های دینی تعریف شده است. در یک مورد شکل مطلوب فعالیت تلویزیون با ایجاد نفرت نسبت به دشمنان دین توصیف گردیده و از واژه‌های «بیم» و «امید» برای تشریح آن استفاده شده است. در شرح آن گفته شده تلویزیون در واقع می‌تواند با امید ایجاد کردن نسبت به تحقق وعده‌های الهی و بیم از پیامدهای گرایش به لذات دنیوی، انگیزها و تمایلات افراد در جامعه را در یک جهت همسو کرده و سبب قدرتمند شدن جامعه اسلامی گردد. در واقع تلویزیون به‌عنوان ابزار قدرت در جامعه معرفی شده به شکلی که با ایجاد همسویی فکری در بین افراد در سه سطح اعتقادات شخصی، روابط خانوادگی و تعاملات نهادی، جامعه را در برابر روند بی‌دینی مصون نگه می‌دارد. در دو مورد، کارکرد تلویزیون در جامعه اسلامی با مفهوم «دهکده جهانی» مک‌لوهان تطبیق داده شده و تلویزیون ابزاری مناسب برای هدایت تمایلات فردی در جهت تشکیل یک هویت واحد جمعی در نظر گرفته شده است. در یک مورد ماده ۹ قانون اساسنامه سازمان صدا و سیما نقل گردیده و هدف آن را علاوه بر تزکیه و تعلیم انسان، شتاب بخشیدن به حرکت انقلاب اسلامی در سراسر جهان دانسته شده است. همچنین روایاتی از امام صادق و امام حسین مورد استناد قرار گرفته و این تفسیر از آن برداشت شده است که ظهور وسایل ارتباط جمعی زمینه‌ای برای گسترش دین می‌تواند باشد.

با این حال، در یک مورد نیز از فرآیند جهانی شدن به عنوان عاملی مخاطره‌انگیز یاد گردیده و گفته شده که هویت فرهنگی و دینی در جوامع به واسطه جهانی شدن مورد تهاجم و خطر قرار گرفته است. تقریباً در همه موارد از فناوری ارتباطات و رسانه‌های نوین به عنوان عاملی مثبت برای تبلیغ و ترویج دین یاد شده و بین رسانه‌های نوین و شکل‌های ارتباط سنتی در دین تعارضی دیده نشده است. در یک مورد، رادیو و تلویزیون شکل گسترش یافته و مطلوب «منبر» برای تبلیغ مباحث دینی در نظر گرفته شده است. این پرسش نیز مطرح گردیده که دین در جهانی که به وسیله ابزار ارتباط جمعی، روز به روز رسانه‌ای تر می‌شود، استفاده از شکل‌های ارتباطی سنتی برای تبلیغ دین آیا می‌تواند کافی باشد؟

در یک مورد از همخوانی محتوای برنامه‌های تلویزیون با هنجارهای دینی و

شریعت با واژه کیفیت یاد شده است. علاوه بر این، توجه به کارکردهایی مانند آموزش، اطلاع‌رسانی و تزکیه اخلاقی نیز به عنوان معیار کیفیت برنامه‌های تلویزیون دینی در نظر گرفته شده است. برای رسیدن به کیفیت مطلوب در تلویزیون دینی به سه مورد اشاره شده است. نخست تمرکز نکردن صرف بر جنبه سرگرمی برنامه‌های تلویزیون، دوم نظارت مراجع و علمای دینی بر تلویزیون و سوم قرار ندادن میزان مخاطب به عنوان معیار اصلی کیفیت برنامه. در دو مورد اشاره شده یعنی نظارت مراجع دینی و وابستگی رسانه به مراکز و نهادهای معتبر مذهبی می‌تواند معیاری برای کیفیت مطلوب برنامه‌های تلویزیون دینی باشد. در یک مورد از آیت‌الله جوادی آملی نقل گردیده که در تلویزیون دینی، نهاد تلویزیون تنها مسئولیت «توزیع» محتوا را بر عهده دارد و «تولید» محتوای آن بر عهده دو نهاد حوزه و دانشگاه است. بر این نکته نیز تأکید شده که رسانه دینی به دلیل اقتضائات و محدودیت‌های خود در جذب مخاطب با مشکل روبروست بنابراین نمی‌توان و نبایست معیار میزان مخاطب را برای سنجش کیفیت برنامه‌های آن مورد استناد قرار داد. از این رو پیشنهاد شده است که نظرات نخبگان در این باره مورد توجه قرار گیرد.

در نهایت روند رو به رشد شکل‌گیری تلویزیون‌های دینی به خصوص در جوامع اسلامی به عنوان دلیلی بر تعارض نداشتن دین اسلام و رسانه‌های نوین ذکر شده است. این‌گونه ذکر شده که در کشورهای اسلامی از مجموع تلویزیون‌های این کشورها، کمیت تلویزیون‌های دینی بین ۶/۹ تا ۲۰ درصد متغیر بوده است در حالی که این نرخ در مورد کشورهای مسیحی ۳/۲ تا ۶ درصد بوده است. ویژگی‌های اجتماعی دین اسلام به عنوان عاملی که این کمیت را توجیه می‌کند در نظر گرفته شده است. گفته شده با وجود نظرات مختلف در مورد حضور دین در تلویزیون، روند رو به رشد این تلویزیون‌ها خود دلیلی است بر این‌که تبلیغ دین با رسانه‌های نوین ممکن است و تعارضی بین آن‌ها وجود ندارد هرچند این نوع از رسانه از اقتضائات خاص خود برخوردار است.

اگرچه حضور دین در تلویزیون متعارض با ماهیت دین دیده نشده است اما چالش‌هایی نیز درباره آن مطرح شده است. در یک مورد با آن‌که نظارت مراجع دینی بر

محتوای تلویزیون دینی لازم شمرده شده است اما از طرفی این عقیده بیان گردیده که نوع محتوا در تلویزیون و شکل ارائه آن نیز بایست با ویژگی‌های این رسانه تنظیم گردد. به عبارتی، این گونه بیان شده که ناظران تلویزیون دینی علاوه بر معارف اسلامی بایست بر دانش تلویزیون نیز آگاهی داشته و اقتضائات رسانه را هم در نظر بگیرند. گفته شده هرچند، عالمان دینی در استفاده از وسایل ارتباطی سنتی از مهارت و دانش خوبی برخوردارند اما به نظر می‌رسد که در استفاده از رسانه‌های نوین در ابتدای راه هستند.

با آنکه حضور دین اسلام در تلویزیون و گسترش آن به خصائص اجتماعی و ملزومات جمعی دین اسلام ارجاع داده شده است اما این فرض نیز مطرح گردیده است که با حضور دین اسلام در تلویزیون این ویژگی اجتماعی بودن به سوی شخصی شدن و فقدان حضور در اجتماعات عمومی می‌تواند بیانجامد. از این قضیه به «زوال سنت» یاد شده است. این فرض مطرح گردیده که با نمایش مناسک دینی در تلویزیون، افراد ترجیح می‌دهند که این مراسم‌ها را در فضای شخصی خود تجربه کنند و کمتر به حضور در اجتماعات عمومی تمایل پیدا می‌کنند. البته ذکر شده است که کم شدن مناسک مذهبی به معنای زوال آن نیست و به این معناست که با شکل دیگری از تمایلات مذهبی مواجه هستیم که توسط رسانه‌ها تداوم پیدا می‌کند. درباره آینده مذهب در جامعه رسانه‌ای نقل شده است که دین ممکن است غیرسیاسی گردیده، در وضعیت مناسکی آن دگرگونی ایجاد شده و یا تمرکز سازمان‌های تفسیرش تضعیف شود اما دین همچنان به قوت خود در عرصه رسانه‌ای باقی خواهد ماند.

## نتیجه گیری

بررسی یافته‌ها در مورد نمونه‌های تحقیق حکایت از آن دارد که دیدگاه‌ها در این نمونه‌ها با نگاه ابزاری به رابطه دین و تلویزیون بیشتر نزدیک بوده است تا نگاه غیر ابزاری. به نظر می‌رسد هرچند ماهیت سکولار رسانه‌های نوین چنان‌که هایدگر به آن اشاره می‌کند (هایدگر، ۱۹۷۷)، کاملاً در یافته‌ها رد نشده است اما این ماهیت مطلق دیده نشده و نهاد دین به‌عنوان عاملی بر سازنده در نظر گرفته شده است که می‌تواند هویت دیگری برای فناوری رقم بزند. رابطه دین و تلویزیون بر خلاف آنچه پستمن مطرح می‌کند متضاد با ماهیت دین و بر اساس سرگرمی و قداست زدایی دیده نشده است (پستمن، ۱۳۷۵). در این دیدگاه‌ها با تأکید بر کارکردهای دیگر تلویزیون مانند اطلاع‌رسانی و آموزش، تفاوت ماهوی بین دین و تلویزیون دیده نشده و اجتماعی بودن دین اسلام به‌عنوان خصیصه‌ای توصیف گردیده که حضور رو به رشد تلویزیون‌های دینی را در جوامع اسلامی توجیه می‌کند.

گرایش‌های دینی در رسانه‌ها و جوامع، نشان از آن داشته است که پیش‌بینی روند سکولار شدن در جامعه‌های در حال توسعه فرض درستی نبوده است. با این حال همین نکته، برخی از فرض‌ها در مورد جهانی شدن، همسو کردن هویت‌ها و قدرت رسانه‌دینی را که در یافته‌ها مطرح شده است، با تردید مواجه می‌کند. در اینجا این پرسش پیش می‌آید که چگونه تلویزیون دینی که خود در برابر جهانی شدن و تضعیف هویت‌های غیرسکولار تبیین شده است می‌تواند به عنوان ابزاری برای یکسان‌سازی و جهانی کردن یک هویت مورد استفاده قرار بگیرد. علاوه بر این، با آن‌که در یافته‌ها با استناد به نظریه امتداد کمی مک‌لوهان، بر این نکته تأکید شده است که تلویزیون دینی امروز در امتداد وسایل ارتباطی سنتی مانند منبر قرار دارد اما به نظر می‌رسد چنان‌که با مفهوم زوال سنت استدلال شده است، حضور دین در رسانه‌های نوین به شکلی متفاوت از عرصه‌های عمومی سنتی با مخاطب خود ارتباط برقرار می‌کند و چه بسا باعث کم شدن حضور در مناسک و عرصه‌های عمومی گردد. به این ترتیب شاید

نظریه‌های غیرابزارنگر که حضور دین در رسانه‌های نوین را در امتداد سنت دین نمی‌داند چندان بپسندیده نشود.

در پایان می‌توان گفت رابطه‌دین و تلویزیون می‌تواند رابطه‌ای تعاملی و دوسویه باشد. این ارتباط اگرچه با توجه به شرایط زمینه اجتماعی و تاریخی می‌تواند متفاوت و متعدد باشد اما به نظر می‌رسد کمتر یکسویه بوده است.

### منابع

- آشنا، حسام‌الدین (۱۳۸۲). *میزگرد مبانی رسانه دینی، فصلنامه پژوهش و سنجش*، شماره ۳۵
- باهنر، ناصر (۱۳۸۲). *تاریخ تحول رادیو و تلویزیون دینی در دنیای معاصر: جستجوی یک الگو، فصلنامه پژوهش و سنجش*، شماره ۳۵
- بهداروند، محمد مهدی (۱۳۸۳). *رسانه‌ها، نظام اسلامی، کاستیها و بایستیها*، دو ماهنامه رواق اندیشه، شماره ۳۹
- بیات، حجت الله (۱۳۸۵). *رادیو معارف، گامی به سوی تبلیغ رسانه‌ای دین*، دو ماهنامه مبلغان، شماره ۸۰
- بیمل، والتر (۱۳۸۱). *بررسی روشنگرانه اندیشه‌های نارتین هایدگر (ترجمه بیژن عبدالکریمی)* تهران، انتشارات سروش.
- پیرحیاتی، ناصر (۱۳۸۷). *بررسی ارتباط گرایش دینی جوانان شهر تهران و میزان توجه به سریال‌های مذهبی تلویزیون*، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته ارتباطات، دانشکده صدا و سیما
- پستمین، نیل (۱۳۷۵). *تکنوپولی: تسلیم فرهنگ به تکنولوژی* (ترجمه صادق طباطبایی) تهران: انتشارات اطلاعات
- تامپسون، جان بروکشایر (۱۳۸۰). *رسانه‌ها و مدرنیته* (ترجمه مسعود اوحدی) تهران: انتشارات سروش
- خان‌محمدی، کریم (۱۳۸۵). *جامعه اطلاعاتی و دین*، فصلنامه ره‌آورد نور، شماره ۱۴



- داوری اردکانی، رضا (۱۳۷۸). فرهنگ، خرد و آزادی، تهران: نشر ساقی
- ، (۱۳۸۰). تمدن و تفکر غربی، تهران: نشر ساقی
- سورین، ورنر و جیمز تانکارد (۱۳۸۱). نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران: انتشارات دانشگاه تهران
- ساروخانی، باقر (۱۳۸۴). جهان امروز و ارتباطات، کیهان فرهنگی، شماره ۲۷۷-۲۷۸،
- صدیقی، محمد احمدالله (۱۳۸۵). رسانه قدرت است، ماهنامه سوره، شماره ۲۹
- طاهری، محمدرضا (۱۳۸۴). تلویزیون دینی یا دین تلویزیونی، ماهنامه سوره، شماره ۲۱
- عاملی، سیدرضا (۱۳۸۳). تکنولوژی همزمان ارتباطات و دوفضایی شدن فرهنگ، فصلنامه دیدگاه، شماره ۲۰۱
- غفاری، جلال (۱۳۸۵). رسانه ملی در افق هنجارگرایانه دینی، فصلنامه اندیشه صادق، شماره ۲۴
- کازنو، ژان (۱۳۷۷). جامعه‌شناسی وسایل ارتباط جمعی (ترجمه باقر ساروخانی و منوچهر محسنی) تهران: انتشارات اطلاعات
- کریستیانز، جی کلیفورد (۱۳۸۲). فناوری و نظریه سه وجهی رسانه در بازاندیشی درباره رسانه، دین و فرهنگ، ترجمه مسعود آریایی، تهران: انتشارات سروش
- گیویان، عبدالله (۱۳۸۷). سکولاریسم و تله‌ونجلیسم: آشنایی ضدین یا همنشین دینا و دین، مرکز تحقیقات و مطالعات رسانه‌ای همشهری، <http://hccmr.com/print-99.aspx>
- لیندلف، تامس، تیلور، برایان (۱۳۸۸). روش‌های تحقیق کیفی در علوم ارتباطات، (ترجمه عبدالله گیویان) تهران: همشهری
- مدنی مبارکه، سید سجاد (۱۳۸۶). حضور رسانه سنتی منبر، در رسانه‌های مدرن رادیو و تلویزیون - بررسی استفاده و رضامندی مخاطبان از حضور منبر در برنامه‌های دینی رادیو و تلویزیون، پایان نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشکده صدا و سیما
- مدحی، مریم (۱۳۸۱). بررسی کارکردهای دینی تلویزیون: دیدگاه مخاطبان،

کارشناسان و برنامه سازان درباره برنامه‌های دینی تلویزیون، پایان نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشکده صدا و سیما  
مجتبی‌زاده، عبدالکاسم (۱۳۸۱). تعامل دین، فرهنگ، ارتباطات و دولت در ایران معاصر، دانشگاه اسلامی، شماره پانزدهم  
مولانا، حمید (۱۳۸۲). الگوی مطبوعات و رسانه‌های اسلامی، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی

*Heidegger, Martin (1977). The Question Concerning Technology and Other Essays, Translated by William Lovitt, New Translated by William Lovitt, New York: Happer and Row*

*Guivian, Abdullah (2006). Television and Culture in Post-Revolutionary Iran, PhD Thesis: London University*

*Crisell, Andrew (2006). A Study of Modern Television, Thinking inside the Box, New York: MCMILLAN*