

هنر و زیبایی در مدار دین و رسانه

حبیب الله صداقت^۱

چکیده

از دیرباز، زیبایی و زیبا خواهی در نگاه دینی، از موجودات، طبیعت، کهکشان‌ها، رفت‌وآمد فصول، برآمدن و افول خورشید و ماه گرفته تا هنرهای تجسمی و سازه‌های داخلی و تزیینی، همه و همه حکایت از عنایت خداوند و اهتمام انسان‌ها به زیبایی و هنر دارد. امروزه پیشرفت‌های جامعه بشری در خلق زیبایی‌های هنری حیرت‌انگیز با فناوری‌های نوین، مانند پویانمایی، تولید برنامه‌های رسانه‌ای در قالب هرچه بیشتر بسته‌های جذاب و داستان (تیزرهای تبلیغاتی - ژانرهای خانوادگی و...) های پریننده. مطمئناً در دنیای جدید با ابزارهای قدرتمند، آشنا خواهیم شد که طبیعت، سازه‌های سر به فلک کشیده و آسمان خراش، که خاک را با هنر شان کیمیا ساخته در تزیین بیرونی و داخلی، بهترین بهره را می‌برند. تولید سریال‌های انیمیشنی، خلق نرم‌افزارهای حیرت‌انگیز در قالب اپلیکیشن و بسته‌های هرچه زیباتر و جلوه‌های مزین در اختیار توده‌ها و انبوهی از بشریت قرار خواهد داد.

کلید واژگان: زیبایی، هنر، دین، رسانه، هنرمندان.

^۱ کارشناسی ارشد تبلیغ و ارتباطات

مقدمه

بی‌شک، در پژوهش‌های زیبایی‌شناختی، هنر، دین و رسانه، تعامل میان هر کدام، دستاوردهای بزرگی حاصل می‌شود. هنر و زیبایی از دیدگاه اسلام، کارکرد رسانه‌ی دینی پازل ارزشمندی را به وجود می‌آورد که دست آخر تصویر بسیار با شکوه در برابر دیدگان هنر جویان، کاربران رسانه‌های جمعی خلق می‌کند. هنر و زیبایی در مدار دین و رسانه در واقع یک پارادایم و جهان‌بینی جهان‌گستری را تشکیل می‌دهد. ارباب هنر و صاحبان رسانه‌های جمعی به‌خوبی متوجه این ظرفیت و قابلیت در مدار دین، رسانه و هنر هستند که اگر به‌خوبی از آن بهره گرفته شود، رهاوردهای گران‌بهای را خواهد داشت. زیرا هم هنر با زیبایی و جذابیت خودش، هم رسانه با محصولات روزآمدش، هم‌چنین دین با نفوذ دیرینه‌اش بر افکار و اندیشه‌های بشری، تأثیرات بسیار شگفت، مثبت و ماندگاری را به ارمغان می‌آورد. با مطالعه اندک در باره این ظرفیت و تعامل رسانه، دین و هنر، می‌توان پیشنهاد کرد که دغدغه‌مندان مسائل دینی در قالب‌های جذاب و هنرمندانه می‌توانند معارف دینی را برای مردم ارائه کرد و از بسته‌های تبلیغی خشک و خشن به‌سوی برنامه‌های تولید شده با فن‌آوری‌های نوین روی آورد. این جستار نشان می‌دهد که چنین ظرفیت وجود دارد و هنر پیشرو و پیرو افق جدیدی را برای بحث در این عرصه می‌گشاید.

مفاهیم و تعاریف

پیش از این‌که معیاری برای زیبایی ترسیم کنیم و تعریفی ارائه نماییم، سؤال‌های مطرح می‌شود در این‌که زیبایی چیست؟ و درک انسان از زیبایی چگونه است؟ ملاک‌ها و ضوابطی برای تشخیص آن وجود دارد؟ آیا با قاطعیت می‌توان ادعا کرد که فلان شیء زیباست و فلان چیزی زشت؟

از سویی در میان تعاریف موجود، نسبت به بسیاری از عنوان‌ها مانند؛ زیبایی و هنر وحدت نظر وجود ندارد تا اشتراک‌ها و موانع آن (جامع و مانع) روشن و آشکار باشد، زیرا؛ در این تعریف‌ها مشکلاتی از این دست وجود دارد که آیا زیبایی مطلق است یا نسبی؟ ثابت است یا متغیر؟ درک همه انسان‌ها از زیبایی یکی است یا متفاوت؟

با توجه به موضوع این جستار، این سؤال نیز پیش می‌آید که آیا زیبایی فقط یک نوع است، آن‌هم صوری و مادی، یا زیبایی‌هایی غیر مادی و جمال‌های برتر و معنوی هم داریم؟ (محدثی، ۱۳۸۶: ۱۹)

بنا براین، منزلت زیبایی را در حد صورت مادی و ظاهری مانند خوشکلی و قشنگی با تنزل دادن مقام زیبایی معنوی که داریم، الله جمیل و یحب الجمال، جفای فاحش خواهد بود. گفتنی است که ما انسان‌ها در برخورد‌های مان با اشیاء ممکن است شیء را زیبا حس کنیم، اما دلیلی روشنی در واقع برای آن نداشته باشیم، احساس ما چنین است که فلان چیز زیبا است، مانند فلان تابلو، منظره، خط و گل، از آن‌سو دستگاهی به نام زیبا سنجی هم در درون انسان‌ها تعبیه نشده تا از هر حیث ملاک‌های زیبایی را محاسبه نماید یا بسنجد تا بگوید معیار زیبایی چیست؟ در یک جمع‌بندی، پرسش‌های متفاوت در این باره وجود دارد که اساساً زیبایی چیست؟ آقای جواد محدثی از چند دانشمند خارجی تعریف‌هایی را ارائه می‌کند:

- ✓ زیبایی، عبارت است از وحدت روابط صوری در مدرکات ما.
- ✓ چیزی به جز از حقیقت، زیبا نیست؛ یعنی زیبایی یک حقیقت و امر دو قطبی است. (بوآلو)
- ✓ آنچه که از تعادل و هماهنگی اجزاء و دقیق بودن برخوردار باشد، زیباست. (ارسطو) (همان:

(۲۰)

در این تعریف‌ها، عناصری مانند نظم، ترتیب، تناسب، وحدت در تنوع، انسجام، توازن و... معیار زیبایی قرار گرفته که جای نگاه دینی یا زیبایی‌ها معنوی و اخلاقی خالی دیده می‌شود.

ملاک‌های زیبایی در مدار دین

قلمرو دیگری در مدار هستی‌شناسی و کیهان‌شناسی، وجود دارد که با ملاک‌ها و معیارهای خودش سنجیده می‌شود، او چیزی است که در آیین مبین اسلام از آن به جمال معنوی (الله جمیل) یاد می‌شود.

حال ببینیم زیبایی‌های معنوی و فضیلت‌های اخلاقی چگونه تحلیل می‌شود؟ تناسب و هماهنگی آن با چیست؟ قبل از پرداختن به این مطلب خاطر نشان می‌شود، تمام تعاریف و مفاهیمی که از هنر و زیبایی می‌شود، خالی از اشکال نیست، اگرچه هر کدام به گوشه‌ای از آن اشاره می‌کند، به تعبیر منطقیون؛ جامع افراد و مانع اغیار، نیست. به‌طور کلی اگر بخواهیم زیبایی یک شیء را تعریف کنیم، یا مورد بررسی و کنکاش قرار دهیم شرایط و لوازم ویژه‌ای در پدید آمدن زیبایی ضروری به نظر می‌رسد. نظم و انسجام، تقارن و توازن، هماهنگی و تناسب بین اجزای یک شیء از لوازم اولیه و ضروری شیء زیبا است.

با توجه به این ضرورت‌ها، زیبایی‌های معنوی را در این قالب‌ها به ارزیابی می‌گیریم و تسری آن را به برنامه‌های رسانه‌ای و تولید محتوا در خصوص فیلم و سریال‌های دنباله دار تلویزیونی نیز در تحقیق حاضر ارزیابی می‌کنیم.

از آنجایی که یک ذهن حسابگر و اندازه سنج کامل و تمام عیار برای درک جمال و زیبایی معنوی و فراتر از آن نداریم، پای روح عمیق هستی (همان: ۲۰) پیش کشیده می‌شود. زیرا حسن باطنی و شعور فطری، یعنی فطرت زیباجویی و زیباخواهی انسان بدون آن‌که از ذهن حساب گر بهره بگیرد و محاسبه و سنجشی در میان باشد، یک‌باره زیبایی را درک و به‌طور شگفت‌انگیزی روح الهی و معنوی در قالب جمال، هماهنگی اجزاء شکل می‌گیرد. در این حس و حال معنوی همه نظم هستی به گونه اعجاز آمیزی ارزیابی می‌شود. زیبایی روشنایی چشم و شفتن صداها با گوش و... زیبای طبیعت در متن وجود و چهره هستی، روح انسان را با روح هستی پیوند می‌دهد، آن‌چنان این پیوند و رابطه جذب یکدیگر می‌شوند که حس زیبایی شناختی انسان را اسیر خود کرده باشد و وابستگی ایجاد می‌کند. (همان: ۲۲)

زیبایی و هنر در مدار دین

چیستی دین

پیروان ادیان بزرگ، هرکدام تلقی خاصی از «دین» دارد. در دین وحیانی و ماورائی اسلام تعریف ویژه‌ای از دین ارائه شده. از پیامبر گرامی اسلام صلی‌الله علیه و آله و سلم، در قرآن عظیم‌الشان که کلام خدا از شفتین حضرت برای پیروانش ابلاغ شده، آمده: إِنَّ الدِّينَ عِنْدَ اللَّهِ الْإِسْلَامُ. (آل عمران/ ۱۹)

نزدیک‌ترین مسیر برای تعریف دین و راه یافتن به معنای صحیح آن، مراجعه به قرآن کریم – از عمده ترین منابع اسلام و برنامه اصلی آن – است. کلمه دین در قرآن ۹۳ بار به‌صورت اسم (مضاف و غیر مضاف) و سه بار همه به‌صورت غیر اسمی و به معنای گوناگون آمده است. (آقایی، ۱۳۹۲: ۱۰۷)

واژه دین در قرآن کریم زیاد استعمال شده و در معانی مختلفی به‌کار رفته است. دین در آیه مَالِكِ يَوْمِ الدِّينِ. سوره مبارکه حمد آیه ۴ به معنای جزا آمده و خدای سبحان به‌عنوان مالک روز جزا معرفی شده است. در سایر منابع دینی هم همین معنا را از دین اقتباس کرده‌اند و دین را به معنای جزا گرفته‌اند. در سوره مبارکه توبه آیه ۳۳ دین به معنای شریعت و قانون ذکر شده. و در سوره مبارکه یونس آیه ۲۲ به معنای بندگی و اطاعت به‌کار رفته است. (نبوی، ۱۳۹۳: ۴۳-۴۴)

کتاب آسمانی پیروان خاتم پیغمبران محمد مصطفی^(ص) که کلام و سخن خداوند است، «اسلام» را «دین» معرفی می‌کند و می‌فرماید: إِنَّ الدِّينَ عِنْدَ اللَّهِ الْإِسْلَامُ، (آل عمران/ ۱۹) می‌توان گفت؛ دین اسلام است و اسلام دین، در معنای تحت اللفظی آیه شریفه، استاد بهرام پور، می‌فرماید: در حقیقت «دین» در نزد خداوند همان است، اهل کتاب در آن اختلاف نکرده‌اند. سپس دین را در لغت و اصطلاح چنین بیان می‌کند؛

دین در لغت: به معنای جزا و پیروی از فرمان خداست.

دین در اصطلاح: عبارت است از مجموعه عقائد و تکالیف آسمانی (بهرام پور، ۱۳۸۹: ۵۸۰) و دستورات

عملی که بنا بر ادعای آورنده و پیروان آن از سوی آفریدگار جهان می‌باشد. (نبوی، ۱۳۹۳: ۴۴)

دین را معادل (Religion) به‌عنوان یک مفهوم فراگیر در خارج تجلی می‌یابد، البته قبل از آن که تلقی‌های متفاوتی شکل بگیرد و چیزی به‌عنوان مذهب به وجود آید. (خیری، ۱۳۸۹: ۹۴) تلقی‌های متفاوتی از سوی صاحب‌نظران اسلامی و غیر اسلامی از دین ارائه شده:

ابن سینا، قلمرو دین را در عرصه عبادات، معاملات و سیاسات می‌پذیرد، که هدفش تحقق نظام اجتماعی و سیاسی می‌باشد.

✓ ابن رشد، با تکیه بر معانی تأویلی قرآن، حقایق و ساحت وسیعی برای دین قائل است.

✓ ابن طفیل اندلسی، قلمرو دین را حقایقی می‌داند که به سعادت انسان‌ها منجر می‌شود.

✓ سهروردی، قلمرو دین را مشتمل بر دنیا و آخرت می‌داند، آخرت را غایت دنیا معرفی می‌کند.

✓ ویلیام جیمز، یونگ و الکسیس کارل، نظریه فطری بودن دین را مطرح می‌کند.

✓ کی‌یر کیگور، معتقد است، انسان با گذار از دو عالم حس و عقل به عالم عشق رسیده است و این

مرحله دینی است که پس از زیبایی شناختی اخلاقی حاصل می‌شود. ایشان، جنبه‌هایی را بر شمرده که جنبه‌ی چهارم آن، جنبه معنوی و فردی دین به شمار می‌آید.

✓ شلایر ماخر، که به‌عنوان ناجی دین در غرب شناخته می‌شود، رویکرد شهودی نسبت به دین دارد.

✓ استوارت هوور، دین را مجموعه‌ای از نمادهای نظام‌های اعتقادی دانسته که به لحاظ فرهنگی معنا

داد است.

✓ دورکیم، باورمند است، دین امور مقدس را از نامقدس تمیز می‌دهد و برای حفظ انسجام اجتماعی

دارای کارکرد ویژه است. (خیری، ۱۳۸۹: ۹۵-۹۷)

در جوامع بشری، دین به گونه‌ی چشم‌گیری همه‌گیر شده و نقش بی‌بدیلی در تغییرهای اساسی در ساختار

اجتماعی، وحدت اجتماعی، به وجود آورده. دین در ساحت‌های مختلفی افراد بشر نفوذ داشته که از جمله

زیبایی‌های معنوی، جلال و جمال شهودی از ذات هستی بخش را می‌توان نام برد که به‌عنوان آرمان، در حد قربانی کردن خود، به هدف قرب بارگاه الهی انجام می‌شود.

خوب است دیدگاه جامعه‌شناس معاصر، آنتونی گیدنز را نیز در سلسله‌ی تلقی‌های متفاوت از دین ذکر کنم، ایشان با توجه به این‌که معتقد است تعریف همه‌پذیر از دین دشوار و دست‌نیافتنی است، از نظرگاه مسیحیت به معرفی دین می‌پردازد و برداشت اکثر مردم را شاخص قرار می‌دهد که، دین، یعنی؛ عقیده به موجود متعالی و برتر که به ما فرمان می‌دهد؛ در این جهان رفتار اخلاقی در پیش بگیریم (زیرا) وعده‌ی فرا رسیدن رستخیز عظیم پس از مرگ را می‌دهد. (گیدنز، ۱۳۸۹: ۷۶۸) آقای گیدنز به دور از سوگیری پیشنهاد می‌کند، عقیده به خدای یگانه، دستورهای اخلاقی که عوامل کنترل‌کننده است، یا پیدایش جهان و منشأ وجود بشر را شالوده‌ی دین بدانیم، زیرا؛ چند خدایی، بی‌اعتنایی به خدا به اعمال ما، اسطوره‌های دیگر درباره خلقت بشر، بنای واحدی را شکل نمی‌دهد. هم‌چنین عقیده به فراسوی نهفته، با پذیرش توازن طبیعی جهان در آیین کنفوسیوس به هم می‌خورد. (همان: ۷۶۹) مفهوم شناسی دین، دامنه بس درازی دارد، که در این وجیزه، بررسی گسترده از مفاهیم دین نیست، لذا به همین مقدار بسنده می‌شود.

در مدار دین و رسانه

دین نیز به‌عنوان مجموعه‌ای از معارف قدسی و وحیانی که از سنخ پیام است، در چرخه‌های ارتباطی در قالب نثر آهنگین (قرآن) در میان نوع بشر توزیع و نشر شده، در شکل سنتی آن که متولیان نشر و ابلاغ آموزه‌های وحیانی اقدام نموده‌اند، از قالب‌های زیبایی شعر، نقاشی، هنرهای تجسمی، بهره گرفته‌اند. این قالب‌ها به‌عنوان رسانه‌های موجود، آموزه‌های مورد اعتقاد دین باوران و مبلغان را در اختیار مؤمنان ادیان الهی قرار می‌دهد. آموزه‌های دینی و مناسک مذهبی تماماً از هنر و زیبایی فوق‌العاده برخوردارند.

برگزاری آیین‌های مذهبی، مانند نماز جماعت و تشکیل صف‌های منظم، ریتم صدای هماهنگ در گفتن تکبیره الاحرام و... فریاد لبیک اللهم لک لبیک در مناسک حج از هنر زیبایی دین است. نظم، هماهنگی و... کاملاً مشهود است و نشان دادن این آیین‌ها و مناسک از درجه رسانه‌های نوین خلق زیبایی دیگری است.

امروزه بسیاری از نهادها، سازمان‌ها و مراکز دینی و مذهبی علاقه‌مند به بسط و توسعه تبلیغ دین بر این امر اهتمام دارند تا با استفاده از ظرفیت‌های گوناگون رسانه‌ای بخش قابل‌توجهی از جوامع و توده‌ها را در معرض تعالیم دینی قرار دهد. آن نوع از تعالیمی که با مسائل روزمره زندگی اجتماعی آن‌ها ارتباط تنگاتنگ داشته و می‌تواند به بخشی از نیازها قرن‌ها پاسخ دهد. (باهنر، ۱۳۹۰: ۱۷)

این تعالیم در بسته‌های نرم‌افزاری، مانند، فیلم و سریال‌های دنباله‌دار پخش و نشر می‌شود، از زیبایی‌نگری این ظرفیت‌ها نظم و هماهنگی زمانی و مکانی آن است که به دقت تمام در کنداکتور به‌طور ثانیه‌ای، دقیقه و ساعت به گونه ماهرانه و تخصصی تنظیم شده، صاحبان رسانه به‌طور جد پایبند اجرای محصولات و محتوای موجود در ساعات و قالب‌های زمانی معین می‌باشد. دقت در اجرای محصولات رسانه‌ای از کارکردهای مهم ارباب این ظرفیت است که خود از عناصر زیبایی به شمار می‌آید.

دقت و زیبایی در مدار رسانه

از عناصر مهم در مدار زیبایی «دقت» است. واژه دقت دقیقاً همان مفهومی را یدک می‌کشد که زیبایی و هنر به دنبال آن است. در لغت‌نامه دهخدا واژه دقت را به ظرافت، نازکی، باریک‌بینی، دشواری دقت فکر، نکته‌بینی، نازک‌اندیشی، توجه کامل، راستی، صحت، درستی، تمرکز، فکر، لحاظ می‌کند. (دهخدا: ذیل واژه)

بدیهی است در هنر و زیبایی یا هر شیء زیبا، این‌گونه دقت‌های لازم به کار رفته و لزوماً باید وجود داشته باشد. در مدار رسانه «دقت» بسیار حائز اهمیت است، صاحبان و اصحاب رسانه به این عنصر توجه ویژه دارد که اگر دقت لازم را در ارائه و ارسال برنامه و تولیدات خود نداشته باشد، دوام نخواهد آورد.

آنان در همه زوایای ارتباط، «دقت» و ظرافت را در بولتن نخست کار خود دارد. کاستی و نقص در توضیحات، معناهای پیشنهاد شده واژه موجود در ذهن فرستنده یا مخاطب، روشن و ساده بودن پیام، همه این‌ها در نوع خود می‌تواند به پیام آسیب برساند و دقت در ارسال پیام را خدشه‌دار نماید. با توجه به این که به دلایل زیادی از جمله فاصله رسیدن پیام، عدم دریافت دقیق پیام، عدم دقت در زمان‌بندی ارسال پیام و ... هنر زیبایی ارسال پیام را از بین برده، گیرنده دیگر قادر به هضم و بازیافت آن نیست.

جای دیگری که زیبایی پیام را که در قالب «دقت» ارسال می‌شود، دچار آسیب می‌کند، عدم وجود فرهنگ مشترک بین گیرنده و فرستنده می‌باشد. اگر ارسال پیام دقت لازم را در خود داشته باشد، بایستی کلمات به‌طور واضح، روشن، قابل فهم، در کنار هم قرار گیرد و از کلمات، جمله، پاراگراف، ساختارهای ادبی و همه فهم، با مفهوم و معنای روشن، با رعایت اصول ادبیاتی (صرف و نحو و...) ساخته و پرداخته شود. ساختارها به‌طوری باشد که معنای واحدی را ارائه نماید، یعنی گیرنده؛ همان مفهومی را دریافت کند که فرستنده در ذهن خود دارد. چنین تک تک کلمات در مجموع مفهوم جامع و منسجمی را می‌رساند. در این صورت اگر «دقت» در ساختار و چینش کلمات نباشد، هرکدام معنای متفاوتی می‌دهد. مثلاً «جمله؛ «پسر مار را کشت» و معنای جمله‌ی «مار پسر را کشت»

لذا در فرایند ارسال پیام، سازوکارهای لازم باید رعایت شود و الا عنصری به نام دقت که از عناصری مهم در هنر و زیبایی است، صدمه می‌بیند، چون مفهومی که فرستنده در پیام خود منظور می‌دارد و تفسیر و معنایی که در گیرنده به آن توجه می‌شود ممکن است دقیقاً با هم نخوانند در این صورت روند ارتباط و پیام‌رسانی از عاملی یا عنصری به نام «بی‌دقتی» صدمه خواهد دید.

سنجش دقت

اصولی مهمی در عنصر «دقت» وجود دارد که در درستی معناهای پیام‌های ارسالی از سوی فرستنده و دریافت آن از سوی گیرنده مؤثر است. دلایلی زیادی برای بی‌دقتی در ارسال پیام وجود دارد که درستی معنای پیام ارسالی را از بین می‌برد. مثلاً اموری مانند؛ نور کم، صداها، مزاحم، اکوستیک، شرایط جانبی فیزیکی و... همه در کار انتقال پیام مؤثر است.

کمبود دقت در دریافت، به دلیل مشکلات ضبط و نگهداری اطلاعات، برداشت غلط یا نا‌آشنایی با زبان، آداب و رسوم گیرنده‌ی پیام حتی زبان فرستنده برای دریافت کننده از عوامل بی‌دقتی شمرده می‌شود. بی‌بهره بودن گیرنده و فرستنده از یک فرهنگ مشترک به‌کارگیری زبان در جوامع چند فرهنگی پدیده‌ی است که بی‌دقتی در هنر زیبایی ارسال پیام رسانه‌ای را می‌رساند.

نبود «دقت» می‌تواند از هر یک شرایط فیزیکی، روانی، اجتماعی، یا فرهنگی حادث شود که پیام به همان مفهوم ذهنی فرستنده برای گیرنده منتقل و دریافت نشود؛ اگر دریافت از دقت لازم برخوردار نباشد عمل فرایند ارتباطات، منظور اصلی فرستنده را در انتقال پیام برآورده نکند، ارسال پیام ناموفق خواهد بود. فقدان دقت در ارتباط میان فردی و میان فرهنگی نیز به توقف و نارسایی ارتباط می‌انجامد.

اصل دقت

در دل واژه «دقت» همسانی و هماهنگی که خود از عناصر زیبایی در هنر رسانه می‌باشد، جا دارد و نهفته است. دقت و سلامت پیام دریافت شده از سوی گیرنده، سطوح همسانی و هماهنگی میان معانی مورد نظر فرستنده پیام، تفسیر پیام، از سوی گیرنده اصل دقت را می‌رساند که در فرایند ارسال پیام از سوی اصحاب رسانه بایستی رعایت شود.

دقت دو جانبه

کاملاً روشن است که هم برای فرستنده و هم برای گیرنده، بسیار مهم است که در دریافت و ارسال پیام دقت کافی مبذول دارند. هر دو جانب عنصر دقت را در فرایند ارسال و دریافت خود داشته باشد و در این

امر بکوشند. گیرنده بکوشد پیامی را که دریافت می‌کند، به دقت تحلیل و تفسیر نماید تا منظور نهایی فرستنده را بفهمد، فهم پیام از دغدغه‌های جدی اصحاب رسانه است که دامنه‌ی وسیع و گسترده‌ای دارد. از ابتدای شکل‌گیری ارتباطات جمعی پژوهشگران در این راستا قلم فرسایی کرده‌اند، دانشمندان را در انگلیس و آمریکا تربیت کرده‌اند که در سطح دکترا دانش‌افزایی نموده‌اند، او عبارت است از «سواد رسانه‌ای». امروزه تمامی تیزرهای تبلیغاتی، تلویزیون‌های تبشیری عنصر دقت را در جدولی به نام کنداکتور خود دارد که ثانیه، دقیقه و... را در برنامه‌های ارسالی خود لحاظ می‌کند.

دقت در دریافت، فهم پیام، دقت در ارسال محتوای پیام در انجام موقعیت‌آمیز کار ارتباطی، نفوذ و تأثیر آن‌که منظور نهایی هر دو جانب است حائز اهمیت است، مؤثر می‌باشد. خلاصه در یک ارتباط کامل نه تنها باید برای ترکیب پیام‌ها، از کلمات دقیق و روشن استفاده کرده و آن‌ها را به نحو صحیح جمله‌بندی و ترکیب نموده، تا بتواند به بالا بردن دقت امید بست. بلکه دو راه خیلی دقیق نیز برای بالا بردن کیفیت مد نظر است:

۱) گیرنده بتواند از سیستم باز خورد استفاده کند، این امکان وجود داشته باشد تا نقص در دریافت پیام به فرستنده اطلاع داده شود.

۲) دوم این‌که فرستنده درگیر این امر شود که پیام‌های پس داده‌ی گیرنده را پاسخ دهد. یعنی هم گیرنده و هم فرستنده از همدیگر با خبر باشند. جدا بافته از هم نباشند، یعنی هر کدام نقش فعال داشته باشند. (همان: ۳۶)

این مهم در ارتباطات فیس تو فیس بسیار ساده و آسان است، رسانه سنتی منبر به راحتی این امکان را در اختیار گیرنده و فرستند پیام قرار می‌دهد، هر دو جانب در این ساحت فعال هستند، طبعی است، گم‌شده‌ی ما که همان دقت باشد پیدا خواهد شد.

اصل بازخورد

اصل بازخورد از زیبایی‌های هنری پیام است که در روند ارتباطات بین فردی، جریان پویایی را شکل می‌دهد. در طول مدت ارسال پیام، حرکات بدنی گیرنده پیام، خود پیامی (بازخورد) برای فرستنده است که می‌فهمد آیا پیام‌های که فرستاده، تأثیر مثبت داشته یا خیر! مثلاً حرکات فیزیکی مانند اخم در صورت، بالا انداختن شانه‌ها، نشان دهنده‌ی این است که مخاطب از پیام ارسالی ناراحت و ناراضی است. یا محتوای پیام را نفهمیده، در این صورت فرستنده تلاش می‌کند مطلب را واضح‌تر به شکل دیگر تشریح نماید، که با

آوردن مثال و بیان روشن مطالب را تفهیم نماید. روشن شدن موضوع کمک می‌کند دریافت کننده به نشانه رضایت و به علامت رضایت سرش را تکان دهد. البته این در ارتباط و موقعیت رو در رو اتفاق می‌افتد که فرستنده همه علائم شفاهی و غیر شفاهی گیرنده را دریافت می‌کند، چون گیرنده حساس و هوشیار است که علائم بازخورد خود را ایجاد می‌کند که در واقع یک نوع مبادله اطلاعات صورت می‌گیرد.

در اصل بازخورد، هر دو طرف ارتباط، یعنی هم فرستنده و هم گیرنده نقش‌های شان را مرتباً عوض می‌کنند و در هر نقشی از پدیده بازخورد برای دریافت در «دقت» و ارسال استفاده می‌کند. ممکن است (پیام) با ظرافت و دقت بالا (دقت کافی) انتخاب شود، یا ممکن است چنین نباشد، در هر حالتی فرستنده به بازخوردها توجه می‌کند تا دقت ارتباط را بالا ببرد، پدیده بازخورد واقعاً راه حل مهمی است. استفاده از بازخورد در بالا بردن «دقت» در ارتباطات می‌انجامد و برعکس بدون بازخورد، دقت ارتباط کاهش خواهد یافت. اگر بازخورد به صورت فوری از سوی گیرنده پیام فراهم شود، دقت دریافت پیام بالا خواهد رفت. بدین معنا که معانی مورد نظر فرستنده امکان بیشتری خواهد یافت تا درست نظیر پیامی باشد که توسط گیرنده دریافت شده است. (همان: ۳۷)

دقت و هماهنگی که از عناصر هنر و زیبایی می‌باشد، در مدار دین و آیین و حیانی، از ارسال پیام‌های الهی طبق مقتضای حال، مانند مکی، مدنی بودن کتاب آسمانی پیامبر مسلمانان، تدریجی بودن نزول آیات و سوره‌ها، دقت و هماهنگی در پدیده‌های جوی، مانند؛ کهکشان‌ها، حرکت سیارات، حرکت خورشید و... در همه، نوعی دقت نهفته است. حرکات قلب، دفعات تنفس، دقت و ظرافت نقش و نگار بال‌های پروانه‌ها، پرهای پرندگان، از جمله طاووس و... همه و همه شگفت آفرین است. از سوی دیگر هماهنگی شگفت و بدیع در منظومه شمسی، آمدن شب و روز به لحاظ زمان، فصول چهارگانه، طلوع و غروب خورشید و... خود بهترین گواه برای انسان دارای عقل سلیم است که دقت در پیام رسانی و ارتباط را خاطر نشان می‌کند.

مفهوم شناسی هنر

هنر در لغت: یعنی علم، معرفت، دانش، فضل و فضیلت، کیاست، فراست، زیرکی. می‌شود گفت؛ این کلمه در واقع (در اصطلاح) به معنای آن درجه از کمال آدمی است که هشیاری-فراست، فضل و دانش را در بر دارد و نمود آن، صاحب هنر را برتر از دیگران نمایاند. (دهخدا: ذیل واژه)

فیلیسین شاله، فیلسوف فرانسوی می‌گوید: هنر، کوششی است که برای ایجاد زیبایی، یا ایجاد عالم ایده-آل، می‌شود.

تولستوی، نویسنده روسی می گوید: وقتی انسان آگاهانه و به معیت علائم خارجی، احساساتی را که خود تجربه کرده است به صورت زیبا به دیگران انتقال دهد، به طوری که این احساسات به ایشان سرایت کند و آنان را از همان مراحل حسی و عاطفی که او گذشته است، عبور دهد، عملش به نام هنر و خود او به نام هنرمند نامیده می شود.

هربرت رید، می گوید: هنر، بیان هر آرمانی است که هنرمند توانسته باشد آن را در صورت تجسمی تحقق بخشد، یا کوششی است برای آفرینش صور لذت بخش، یا مخابره (ارتباط) انسان به انسان است. محمد قطب می گوید: هنر کوشش بشری است برای تصویر تأثیرات ناشی از حقایق هستی که در حس ایجاد می شود، تصویر زیبا، زنده و مؤثر.

اینولدز گفته: همه ی هنرها کمال خود را از یک زیبایی آرمانی می گیرند که از آن در طبیعت منفرد یافت می شود، بالاتر است. (محدثی، ۱۳۸۶: ۵۷-۵۸)

هنر و زیبایی

همان گونه که در تعاریف موجود اشاره شد، هنرمند کسی است که یک اثر هنری را خلق می کند تا از این طریق تأثیرات شگرف خود را بر احساسات، ادراک انسان ها بگذارد. برای این که احساس خود را نیز در پنجه های توانمند خویش داشته باشد و به خوبی آن را مهار کند، لازم ضروری است، سوژه را از گسیختگی، پراکندگی و بی شکلی نجات دهد، در این صورت توازن، دقت، هماهنگی، شکل زیبا و جذاب را به بار می آورد. متراکم بودن صور، ارتباط منسجم خطوط، توازن رنگ ها، سایه روشن ها و مهار کردن فضای تصویر از گسیختگی از ضروریات هر اثر هنری است.

دقت که نقطه ی شروع هر هنر است، چیزی نیست جز انتقال از «ابهام» به «تشخیص». (همان: ۵۹) در مورد دقت و اثرگذاری آن بر گیرنده و دریافت کننده در مدار رسانه بحث مفصلی شد که در باره آن از اطاله کلام پرهیز می شود.

هنر در مدار رسانه

مفهوم رسانه

رسانه (media) در لغت به معنای رساندن است، به آن دسته از وسایلی گفته می شود که انتقال دهنده ی هرگونه پیام باشد؛ فرهنگی، اجتماعی، افکار، و... رسانه محصول تمدن جدید بشر است، مصداق برای این تعریف، وسایلی همانند، روزنامه، مجلات، رادیو، تلویزیون، ماهواره، اینترنت، CD ها، ویدئو، و... می باشد.

(<https://www.yjc.ir>)

واژه‌ی رسانه در زبان فارسی واژه نسبتاً جدیدی محسوب می‌شود، این واژه که گاه به معنای مفرد و گاه به معنای جمع به کار می‌رود، معادلی برای واژه مدیوم (medium) "رسانه" و نیز همان‌گونه که ذکر شد، معادلی برای واژه‌ی (media) رسانه‌ها است. مأموریت رسانه، رساندن است، رساندن حرف‌ها، پیام‌ها، دیدگاه‌ها، از فرد یا افراد به فرد یا افراد دیگر.

امروزه آنچه معمولاً به‌عنوان رسانه در گفتگوها، مقالات و نوشته‌های ما مورد استفاده قرار می‌گیرد، به رسانه‌های ارتباطی (communication) اشاره دارد. (<http://motamem.org>)

متخصصان رسانه تأکید دارند که بین رسانه (به‌عنوان بستر ارتباط) و ابزارهای رسانه‌ای (مثلاً میکروفون، موبایل، رادیو، تلویزیون، و...) تمایز قائل شویم. از سویی، کارشناسان امور رسانه‌ای، در رابطه با چیستی رسانه و پیوند آن با دین، نظریه‌هایی را پرورش داده‌اند که در پی به‌خوانش می‌گیریم.

چیستی رسانه

مجموع دیدگاه‌های ارائه شده در خصوص ماهیت رسانه‌ها را در سه نظریه خلاصه می‌کنم:

الف) نظریه ابزارگرایی

این تلقی از فناوری، میراث ماندگار ارسطو است که معتقد بود؛ فناوری نه هدف بلکه وسیله‌ای در خدمت اهداف انسان است، می‌گوید؛ فناوری فی‌نفسه خنثی و فاقد معناست، این دیدگاه معتقد است تکنولوژی ظرفی است که بدون هیچ‌گونه تعینی، مظروف خویش را منعکس می‌سازد. از نگاه ارسطو، دین به‌عنوان جهان نمادین ارزش‌های غایی، بیش از هر چیز دیگری برای هدایت فناوری پیچیده در جهت نیل به اهداف مطلوب ضروری است. (باهنر، ۱۳۸۶: ۱۸) خاطر نشان می‌شود، رسانه به‌عنوان یک ظرف، قابلیت تام برای انعکاس پیام دین در سطح ممکن دارد.

ب) نظریه ذات‌گرایی

نظریه هستی‌شناسانه یا ذات‌گرایی تکنولوژی منسوب به هایدگر، فیلسوف معاصر آلمانی است، از نظر وی فناوری نوین نخستین عطیه فرهنگ معاصر و قلمرو اصلی مواجهه خردمندانه با هستی انسان بوده است. رابطه یا فناوری، رابطه‌ی است عجین شده با ساختار وجودی او، یعنی نوآوری‌های فنی ریشه در زندگی انسان دارد. ایشان معتقد است، فن، متعلق به قوه آفرینش است که امر ممکن را آشکار و تجلی می‌بخشد، فن و هنر، امری شاعرانه است. (همان: ۱۹)

ایشان فناوری را تجلی داده‌ها و دستاوردهای تمدنی بشر امروز می‌داند که تحت تأثیر پیشرفت‌های علمی، تجاری، عقلانیت و عرفی شدن به ظهور رسیده است. می‌گوید: فن‌آوری منبع آماده برای کشف طبیعت مانند نمودهای هنری که با دستان و انگشتان توانمند هنرمند از طبیعت الهام گرفته می‌شود. طبق این نظریه، ماهیت فناوری رسانه تسخیر طبیعت و فرهنگ است که به جهان‌بینی انسان شکل ویژه می‌بخشد، لذا تلاش برای دینی ساختن رسانه، بی‌فایده و بی‌معنا است. دین نیز نمی‌تواند آن را با خود همسو و هم‌جهت سازد. با توجه به دیدگاه؛ ما "رسانه دینی" نداریم، بلکه "دین رسانه‌ای" خواهیم داشت، جمله مک لوهان که رسانه پیام است، همین معنا را می‌رساند.

ج) نظریه اقتصادگرایانه

رسانه، همانند هر مصنوع تکنولوژیک دیگر، اقتضائات، ظرفیت‌ها و محدودیت‌های خود را دارد که با شناخت و مدیریت آن‌ها از حداکثر قابلیت آن در انتقال پیام دین بهره‌گیری نمود. از آنجایی که رسانه ماهیت پویا و قابلیت‌های جدید است، همواره امکان توسعه و تغییر آن وجود دارد. اقتضائات و قابلیت‌های موجود رسانه به تبع اوضاع و شرایط متغیر فرهنگی، اجتماعی و... (جامعه استفاده کننده از رسانه) همواره امکان قبض و بسط داشته و همه جوامع به یک اندازه از ظرفیت آن استفاده نمی‌کند. این نظریه در مقایسه با دو نظریه مزبور، از واقع‌نمایی و مقبولیت بیشتری برخوردار بوده و در تحلیل رابطه میان دین و رسانه مبنای مناسب و تأیید شده‌ای دارد. (همان: ۲۱)

چیزی که حائز اهمیت است در مدار رسانه به آن توجه شود و در فرایند خلق هنر نیز ضرورت دارد، بحث احساس، تأثیر، انسجام و... است، آن حس خاصی می‌باشد که هنرمند به آن دست می‌یابد. در مدار رسانه، نیز برانگیختن احساس، صدر جدول اصحاب رسانه را به خود اختصاص داده. با استفاده از نور، رنگ، تکرار، به‌ویژه نظم و هماهنگی و... سعی بر این است که در هنگام ارسال پیام بیشترین بازخورد را در زمینه‌های فوق از دریافت کنندگان بسته‌های خود دریافت نماید. در رابطه با اصل بازخورد مطالبی در حد قد و قواره‌ی این جستار ارائه شد، که بیشتر ظرفیت آن اقتضا نمی‌کند.

تأثیرات رسانه‌ای

تأثیرات رسانه از جنبه‌های نام‌برده شده، چیزی نیست که بر کسی پوشیده باشد، اگر بخواهیم به دلیل اختصار فقط جنبه‌های تأثیرگذاری رسانه را برشمارم، مطمئناً فهرست بلندی تهیه می‌شود.

ایجاد وابستگی

از آنجایی که رسانه وابستگی ایجاد می‌کند، خود از نوع تأثیرگذاری عمیق آن است، دلیل وابستگی، رابطه‌ی دراز مدت میان رسانه و مخاطبان است. نیز قرارگیری مخاطبان در معرض مستقیم محتوای رسانه‌ای است که باعلاقه و دلخواه خودش آن را مصرف و پیگیری می‌کند، رضامندی مخاطبان که بذری و ریشه‌ی وابستگی است، پیامدهای از قبیل؛ اعتماد و باورمندی را به دنبال دارد. در این مرحله مصرف کنندگان بسته‌های رسانه‌ای، هرگونه اطلاعات موردنیاز خود را از هوا شناسی گرفته تا اخبار و... از این منبع دریافت می‌کند. این وابستگی باعث می‌شود که خانواده هزینه‌های رنج‌آوری برای تهیه گیرنده‌های ماهواره‌ای و غیره تحمل نماید.

فرهنگ‌سازی

در تأثیر عمیق و ژرف رسانه همین بس که فرهنگ ساز، می‌شود، نظریه کاشت و تحلیل فرهنگی محصول همان تأثیر است که در روانشناسی رسانه‌ای به آن توجه شده، استفاده طولانی مدت، قرارگیری مستقیم در معرض تولیدات رسانه‌ای (پیام‌های دریافت شده) باعث می‌شود ادراک مردم در برخورد با واقعیت‌های اجتماعی شکل پویایی به خود بگیرد، زیرا استفاده از محتوای رسانه واکنش‌های پایدار و دراز مدت به جا می‌گذارد. همان‌گونه که گربنر استدلال کرده، جامعه و فرهنگ که رسانه اکنون جزء لاینفک آن گردیده به‌طور دائم و به شکل پویایی باهم درآمیخته و در تعامل هستند. (حکیم آرا، ۱۳۸۸: ۳۴-۳۵)

برجسته‌سازی

از مهم‌ترین تأثیرات رسانه‌ای، تأثیر آن بر فهم آدمی (مصرف‌کنندگان) است، رسانه آن‌چنان مقتدرانه تعیین می‌کند که چه موقعی به چه چیزی از دنیای اجتماعی بیندیشیم، مبنای نظریه برجسته‌سازی همین است. رسانه حقایق، هنجارها، ارزش‌های اجتماعی را هنرمندانه، همان‌گونه که به لحاظ تخصصی انتظار می‌رود (زیرا اصحاب رسانه شناخت کافی از فرهنگ، آداب و رسوم جوامع دارد) جمع‌آوری، گزینش، بسته‌بندی کرده با مردم در میان می‌گذارند، چون منبع اصلی اطلاعاتی که مردم به آن باورمند است و اعتماد دارد به شمار می‌رود. (همان: ۳۵) جنبه‌های مهم دیگری می‌توان بر شمرد، مانند تأثیرات احساسی، عاطفی، همزاد پنداری، اخلاقی، تأثیرات آگاهانه، ناخودآگاه و... که جای بحثی بس گسترده‌ای دارد.

هنر در مدار دین

در مدار دین، هنر، آن نمود دلگشایی است که در نگاه بیننده عظمت ایجاد نماید، نمودهای هنری از پشتوانه‌ی برخوردار باشد که از زاویه‌های مختلف آن، هستی و مسائل وجود (جهانی که انسان در آن زیست می‌کند) تجلی نماید. هنرمند آنچه از بیرون (طبیعت و...) الهام می‌گیرد و انتزاع می‌کند، بعد از پردازش در درون خلاق خود آن را در بیرون نمود ببخشد، تا هر آنچه از دل هنرمند تراوش می‌کند، بر دل دریافت کننده بنشیند. هنرمند بایستی مجهز به نگاهی باشد که زیبا را از نا زیبا باز شناسد تا جمال آشنا را با دید زیبا شناختی زینت ببخشد. هستی را زیبا و حکیمانه ببیند، چنین نگاه می‌تواند اثر گذار باشد. چنین بینشی را در کسی می‌توان سراغ گرفت که چشم باطنش روشن و دیده‌ی حقیقت بینش بینا است.

به گفته‌ی شاعر:

چشم دل باز کن که جان بینی ** آنچه نادیدنیست آن بینی
گر به اقلیم عشق رو آری ** همه آفاق، گلستان بینی
(هاتف اصفهانی)

خدای بزرگ بهترین نقاش، بلکه خالق هر نقش و نگاری است که در این مدار دست همه تصویرگران را از پشت بسته است. چه کسی منکر نقاشی زیبا در بال‌وپر پروانه‌ها و اندام زیبای طاووس است!

سعدی می‌گوید:

این همه نقش همه بر درودیوار وجود ** هرکه فکرت نکند، نقش بود بر دیوار
برای هنرمند واقعی، مساحت هستی محدود است، او را سزاوار است آینه‌ی جانش را در برابر تابش فروغ‌های نا محدود و ازلی قرار دهد. آن وقت است که هنرمند از روزمرگی بیرون آمده با درک کلیات روابط و هماهنگی کل جهان هستی را درک کرده، روح جاری در تمام ابعاد هستی و آیه‌های شگفت آفریدگار ازلی و ابدی را با چشم دل ببیند.

مردم، هنر و رسانه

اگر از دریچه‌ی بینش فلسفی به هنر بنگریم متوجه خواهیم شد، این هنرمندان آگاه و فهیم هستند که هویت و عظمت‌های هنر واقعی و حقیقی را درک می‌کنند، اکثر، بلکه همه مردمان اعم از شرق و غرب

جهان، آثار و نمودهای هنری را به عنوان یک پدیده‌ی ثانوی و جذاب می‌نگرند که می‌تواند لحظاتی آن را به خود مشغول کند و حس زیبا جویی آنان را به‌طور ابهام انگیزی اشباع نماید. ممکن است افراد در این لحظات پر نشاط و زود گذر بتوانند تا حدودی طرز تفکر و آرمان‌های هنرمندان را از واقعیت‌های موجود جامعه به خوانش بگیرد و شاید اظهار نظر نموده تلقی خود را از آثار هنری بیان دارد. در نهایت این‌گونه تماشاگران نمودهای هنری از تماشای آن نمودها دست آوردی جز احساس شورش و تموج بهره‌ای نخواهد برد.

این برانگیختگی ابهام‌گونه دستاوردی جز تنوع بخشی نخواهد داشت، زیرا تنها می‌تواند ایشان را (تماشاگر) از حالت احساس یکنواختی زندگی که به‌نوعی ملال‌آور گردیده بیرون آورد و لحظاتی سرگرم شده، این‌گونه احساس و شوری از سوی مردم و تماشاگران به‌زودی فروکش می‌کند، همانند به خلسه رفتن تماشاگر سریال‌های خانوادگی است که لحظاتی اعضای خانواده را از هم بیگانه می‌کند. جوشش درون و علاقه‌ی خالق هنر و نمودهای هنری و برخورد مردم با آثار هنری نیازمند دانش‌افزایی آحاد مردم است تا با احساس تکلیف و ضروری دانستن آن شرایط ذهنی سازنده‌ای را در برداشت‌های خود از نمودهای هنری به وجود آورند.

همان‌گونه که برای استفاده درست و سازنده از محصولات رسانه‌ای به‌ویژه تلویزیون نیازمند دانش‌افزایی است که تحت عنوان مواد رسانه‌ای مخاطبین و مربیان جامعه آن را ضروری تلقی نماید، هنر در مدار دین و رسانه از کاستی‌هایی رنج می‌برد که برداشت و نگاه سرگرمی و تلویزیون دینی (باور بر این‌که تلویزیون دینی هم سرگرم‌کننده باشد) از آن آزردہ خاطر است.

خیلی جای تأسف است که یک هنرمند نابغه، همه نبوغ و انرژی‌های روانی و عصبی و ساعات عمر گران‌بهایش را صرف شورانیدن بی‌نتیجه‌ی درون کند و از این راه تنها به جلب شگفتی‌های مردم قناعت ورزد. (علامه جعفری، ۱۳۹۰: ۲۰-۲۱)

آن‌سوی بحث که مربوط به سخن درباره‌ی رسانه در مدار دین می‌شود، نیز جای این تأسف وجود دارد، زیرا برخی صاحب‌نظران امور رسانه باورمندند، نقش اصلی رسانه تلویزیون در زندگی مردم، سرگرمی است، معتقدند تلویزیون دینی نیز لازم است برنامه‌های سرگرم‌کننده‌ی میان‌تهی را ارائه نماید، چون هدف مردم از خرید تلویزیون این است که به‌وسیله‌ی آن سرگرم شود و لحظات خود را در یک حالت بی‌هدفی بگذرانند. متأسفانه این عده تا آنجا پیش رفته‌اند که اگر تلویزیون دینی قابلیت سرگرم‌کنندگی را نداشته باشد، اطلاق نام تلویزیون بر آن بی‌مورد خواهد بود. (مختاری، مجله رواق هنر و اندیشه، ش ۳۹- ۴۰: ۷۹)

این باور از تلویزیون، متأثر از نظریه ذات‌گرایان است که می‌گویند؛ ذات تلویزیون سرگرمی است و الزاماً چنین باید باشد. عده‌ای پا را فراتر گذاشته می‌گویند؛ هدف از برنامه‌های جذاب که از سوی صاحبان رسانه روی آنتن می‌رود سرگرم کردن مردم است، که لحظاتی آنان را به خلسه ببرد و جز به برنامه‌های سرگرم‌کننده‌ی تلویزیونی نیندیشند. من می‌گویم اگر چنین هدفی منظور باشد، خوب است از واژه‌ی غفلت استفاده شود تا سرگرمی!

وقتی مخاطب از جوانی امور زندگی، اعم از مادی و معنوی در یک بی‌تفاوت و بی‌خبری قرار گیرد، بی‌تردید غفلت سراغش می‌آید. ممکن است بسیاری از برنامه‌های دارای اولویت در زندگی را کنار بگذارد یا فراموش کند. اینجاست که تمام همت او این خواهد بود که هنرمندان رسانه‌ای به‌خوبی بشناسد، خانواده‌اش را بشناسد، سطح سواد، رنگ موردعلاقه‌اش را بداند. این‌که طرفدار کدام جناح یا تیم است، بداند. در نهایت با او همزاد پنداری نماید و خیال کند به همان اندازه که من او را می‌شناسم و به او علاقه‌مندم، او نیز مرا بشناسد و هنگام رو در رویی نسبت به من ابراز علاقه و محبت نماید.

او از تماشای برنامه‌های موردعلاقه‌اش لذت می‌برد، آن‌چنان محو آرایه‌گری و سبک لباس و استایل مجری‌های برنامه‌های تلویزیونی می‌شود که خیال می‌کند، هر آنچه در عالم است تنها در او وجود دارد.

در گفتگوهای خانوادگی یا جمع دوستان چنان از او به دفاع و تمجید می‌پردازد که از پیامبر مفروض الطاعه دفاع می‌کند. همان‌گونه که استاد علامه جعفری می‌فرماید: کسی مخالف تمجید و تقدیر از هنر و هنرمندان رسانه‌ای و خالق آثار و نمودهای اخلاقی نیست، تشویق و تحسین، قدردانی از هنرمندان رسانه‌ای و نمودهای هنری امر پسندیده است و ارزش اخلاقی و انسانی دارد، اما این امر و نحوه برخورد و همزاد گرایی ارزش‌نهایی و پاداش واقعی هنرمند نیست. نگارگر، وقتی یک اثر ارزشی و دینی خلق می‌کند، یا هنرمند رسانه‌ای از دریچه‌ی تلویزیون محتوای دینی و ارزشی به خانه‌های مردم می‌فرستند، آنجاست که شور درون تماشاگران اثر هنری و برنامه تلویزیونی و تحیر آنان در برابر نم‌های هنری و محتوای ارزشمند تلویزیونی مقدمه‌ای می‌شود برای دگرگونی تکاملی و حیات معقول. آن‌وقت است که شور درون از آثار هنری، تبدیل به شعور و خلسه‌ی میان‌تهی، بدل به لذت درونی و ارزش‌های معنوی می‌شود. (همان: ۲۲)

بحث در باره زیبایی و هنر در مدار دین و رسانه، از زاویه و جنبه‌های گوناگون قابل بازخوانی و پرورش است. جستار حاضر نیم‌نگاهی از چشم‌انداز اباحت زیبایی، هنر، رسانه و دین را به بررسی گرفته که به یقین بسیار ناقص و نا تمام است. امیدوارم کارکرد هنر و رسانه را هرچه بیشتر و بهتر به خوانش گرفته زاویه‌های پیدا و پنهان آن را در معرض دید قرار داده، کارکردهای هر کدام را در فضای دین و رسانه تبیین نمود.

نتیجه

از مطالعات هنر، دین و رسانه و تعامل آنان در فرایند ایجاد یک تحقیق و پروژه‌ی کلان می‌توان دستاوردهای بسیار ارزشمندی را در اختیار هنرمندان، اصحاب رسانه و دغدغه‌مندان دینی قرار داد، و ثابت کرد که ظرفیت بس عظیمی در این زاویه‌ها وجود دارد. از وارد شدن در فضای مطالعه زیبایی و هنر در مدار دین و رسانه به این نتیجه رسیدم که می‌توان تحقیق دامنه‌دار و گسترده‌ای را در این ابواب باز کرد و ظرفیت هرکدام را به بررسی گرفت. تعامل میان رسانه، دین، زیبایی و هنر در امور تبلیغ، جذابیت پیام، تأثیرگذاری، فرهنگ‌سازی و ... بسیار مفید و قابل توجه است.

فهرست منابع

قرآن کریم

۱. بهرام پور، ابوالفضل، نسیم حیات، (تفسیر قرآن کریم) جلد اول، نشر آوای قرآن، چ اول، ۱۳۸۹ش. ص:

۵۸۰

۲. گیدنز، آنتونی، جامعه‌شناسی، (ترجمه‌ی حسن چاوشیان) تهران، نشر نی، چ پنجم، ۱۳۸۹ش. ص: ۷۶۸

۳. جعفری، محمد تقی، زیبایی و هنر از دیدگاه اسلام، تهران، مؤسسه نشر آثار علامه جعفری، چاپ هفتم،

۱۳۹۰ش. ص: ۲۱/۲۰

۴. محدثی، جواد، هنر دینی، واکاوی هنر در قلمرو مکتب. قم، نشر دفتر تبلیغات (بستان کتاب)، چاپ دوم، ۱۳۸۶ش.

ص: ۱۹

۵. خیری، حسن، دین، رسانه، ارتباطات اجتماعی، پیش درآمدی بر نظریه ارتباطات اسلامی، قم، نشر پژوهشگاه علوم و

فرهنگ اسلامی، چ اول، ۱۳۸۹ش. ص: ۹۴

۶. باهنر، دکتر ناصر، دین، رسانه و کودک، تهران، نشر اتحادیه رادیو و تلویزیون‌های اسلام، چاپ اول، ۱۳۹۰ش. ص:

۱۷

۷. دهخدا، علی‌اکبر، لغتنامه، زیر نظر دکتر معین، ج ۴۹ (و - ه) تهران، نشر دانشکده ادبیات (سازمان لغت‌نامه) ۱۳۴۵ش.

ص: ۳۱۶ ذیل واژه هنر.

۸. نبوی، محمد هادی، صراط مستقیم (مروری بر عقاید امامیه) قم، نشر نهان، چ اول، ۱۳۹۳ش. ص: ۴۴/۴۳

۹. آقایی، محمدرضا، انسان‌شناسی فرهنگی، با رویکرد تبلیغ بین‌المللی، قم، نشر المصطفی (ص) چ اول، ۱۳۹۲ش. ص:

۱۰۷

۱۰. حکیم آراء، محمد علی، روانشناسی رسانه، (نگارش، گردآوری و ترجمه حکیم آراء) تهران، نشر دانشکده‌ی صدا و

سیمما، چ اول، ۱۳۸۸ش. ص: ۳۵/۳۴

۱۱. ملوین دفلور- اورت ای دنس، شناخت ارتباطات جمعی، ترجمه سیروس مرادی، تهران، نشر دانشکده صدا و سیما، چ دوم، ۱۳۸۷ش. ص: ۳۵

۱۲. مختاری، مهدی، مجله رواق هنر و اندیشه، بازشناسی جایگاه سرگرمی در تلویزیون دینی، شماره ۴۰/۳۹، ص: ۷۹

۱۳. اصفهانی، هاتف، دیوان، ترجیع بند، که یکی هست و هیچ نیست جز او...

سایت

۱- <https://www.yjc.ir>

<http://motamem.org>