

کد خبر: ۱۵۵۶۴۶

تاریخ انتشار: ۱۴ فروردین ۱۳۹۰ - ۱۲:۲۱

رسانه ملی و سکولاریسم رسانه ای

رضا سیف پور

**مقدمه:**

ایران در دنیا به عنوان نمونه ای از یک جامعه مبتنی بر تفکرات دینی - و یا به طور خاص اسلامی - مطرح و مورد توجه است. در یک جامعه دینی؛ انتظار می رود که دین در تمام عرصه های اجتماعی سیاسی و فرهنگی جامعه حضور داشته و نقش مهم و اثرگذاری ایفا نماید. از همه مهمتر این که بتواند در همه ابعاد، پاسخگوی نیاز روز جامعه باشد.

هم اکنون تلقی های گوناگون از دین، تحت تأثیر تفکرات برگرفته از نگرش غرب در مواجهه با دین، باعث شده تا عرصه دین و انتقال مفاهیم دینی در سطح جامعه از طریق رسانه های گروهی همراه با چالش هایی باشد، به ویژه اینکه خود رسانه نیز امری خنثی نبوده و یقیناً با تاثیری ذاتی بر محتوای پیام تلاش می کند تا دین را آن گونه که خود می پسندد ارایه نماید و متجلی سازد.

این نوشتار بر پایه دو پیش فرض شکل گرفته است؛ نخست این که سکولاریسم یعنی جریان فکری غالب جهان غرب با تعریف و تعبیری مهم و خاص از دین هم اکنون به عنوان جریانی اثر گذار در سطح جامعه محسوب می شود و از این روی، لازم است ابعاد گوناگون آن مورد بررسی و دقت نظر قرار گیرد و دوم آنکه رسانه ملی - و به طور خاص تلویزیون - به عنوان اصلی ترین رسانه ارتباط جمعی در ایران که تماماً دولتی بوده و حداقل در داخل کشور رقیبی برای خود احساس نمی کند هم اکنون بیشترین نقش را در شکل پذیری افکار عمومی، باورها و اندیشه حاکم بر جامعه می تواند داشته باشد و از آنجا که امروز شاهدیم در فضای فکری و فرهنگی جامعه الگوهای مختلفی از نگرش غربی در حوزه های علمی؛ فرهنگی؛ هنری و مناسبات اجتماعی در حال شکل گیری است این امر می تواند به نوبه خود مناسبت های حاکم بر یک جامعه دینی را به چالش بکشد و لذا این نگرانی وجود دارد که انعکاس و گسترش این فضا در رسانه ملی با توجه به گستره وسیع نفوذ و پوشش آن در جامعه عوارض و پیامدهای نامطلوبی را با خود به همراه داشته باشد.

هرچند هم اکنون صدا و سیما در تبیین استراتژی های رسانه ای و تدوین افق رسانه ای خود تلاش می کند تا با اصلاح مداوم رویه و طرح مناسب موضوعات تا حد امکان از این آفت بپرهیزد لیکن اهمیت موضوع آنچنان است که همواره لازم است تا با دقت نگرش ها و شیوه های اجرایی مورد بررسی و بازنگری قرار گیرد. این امر به سیاست گذاران رسانه ملی کمک می کند تا از ایجاد هرگونه انحراف در جهت گیری مبانی رسانه جلوگیری کرده و تحقق الگوی مطلوب و عملی یک رسانه دینی - در مقابل رسانه سکولار - را مطابق با تعالیم اسلامی شتاب بخشند.

با این هدف در این نوشتار ابتدا سعی می کنیم تعریفی ساده از واژه سکولاریسم و ابعاد گوناگون اثرگذاری آن بر رسانه ارایه دهیم و سپس با بررسی نمودهای گوناگون نگرش سکولاریستی در رسانه به برخی آسیب های پیش روی رسانه ملی در حوزه تولید و پخش برنامه های گوناگون تلویزیونی نگاهی خواهیم داشت.

### مفهوم سکولاریسم:

در حوزه علوم انسانی بسیاری از واژه ها هستند که تعاریف متعددی را با خود به همراه دارند. سکولاریسم (secularism) نیز یکی از همین واژه هاست که هنوز تعریف واحد و جامعی از آن مورد موافقت تمام صاحب نظران قرار نگرفته است. به خصوص که این واژه گاهی به غلط معادل الحاد (atheism) و یا در کنار لائسیسم (laisism) قرار می گیرد و این امر باعث پیچیده تر شدن موضوع می شود. با این حال برای این واژه در زبان فارسی اصطلاحات معادل مختلفی به کار برده می شود برخی از این اصطلاحات که کاربرد بیشتری دارند عبارتند از «دین زدایی؛ غیر دینی کردن؛ دنیوی سازی؛ دنیا گرایی و نیز عرفی شدن.» هرچند هر کدام از واژه های فوق به تنهایی حاوی معانی متعددی در درون خود هستند اما هیچ کدام به تنهایی نمی توانند آن گونه که باید معادل مناسبی برای سکولاریسم محسوب شوند.

از میان تعاریف مختلفی که توسط اندیشمندان غربی برای سکولاریسم ارایه شده است نیز هر یک در برگیرنده وجهی از این واژه می باشند. «ویلسون» معتقد است سکولاریسم جریانی است که از آن طریق نهادها تفکرات و آداب دینی اهمیت اجتماعی خویش را از دست می دهند (۱). از طرفی «پیتر برگر» سکولاریسم را جریانی می داند که از طریق آن بخش هایی از جامعه و فرهنگ از اقتدار نهادها و سمبول های دینی خارج می شود. (۲) اما گروهی نیز وجود دارند که بیشتر به پیامدهای سکولاریسم در حوزه دینی

توجه دارند. از میان این اندیشمندان شاید یکی از بهترین تعاریف را «پارسونز» ارائه نموده است. به نظر پارسونز حاصل فرآیند سکولاریزاسیون فردی شدن دین است (۳).

از اینها که بگذریم اندیشمندان ایرانی نیز تعاریف مختلفی از واژه سکولاریسم ارائه کرده اند که شاید بیشتر به فضای بحث ما نزدیک باشد. «آیت الله جوادی آملی» سکولاریسم را در سه حوزه جدا انگاری دین و دنیا؛ جدایی دین از امور اجتماعی و جدایی دین از سیاست مورد بررسی قرار می دهد و آنها را در طول یکدیگر می داند. (۴) «دکتر عبدالکریم سروش» نیز تعریفی جالب از سکولاریسم ارائه داده است که علی رغم برخی وجوه تناقض شباهت های بسیاری با تعریف فوق دارد.

به نظر سروش، سکولاریسم عبارت است: از توجه را به این عالم معطوف کردن و از عوالم دیگر به فرض وجود چشم گرفتن و غفلت ورزیدن. خواه آن عوالم دیگر موجود باشد یا نباشد. آن عوالم دیگر مشخصا دو تا بیشتر نیستند یکی عالم و رای ماده و دیگری عالم آخرت (۵). از مهمترین ویژگی های تعریف ارائه شده از سوی سروش بی توجهی وی در این تعریف به جنبه های سیاسی سکولاریسم است که به دقت مورد توجه آیت اله جوادی آملی قرار می گیرد.

### اما مبانی اصلی سکولاریسم کدام است؟

پاسخ به این سوال شاید به ما در درک بیشتر حقیقت امر درباره مفهوم سکولاریسم کمک کند. صرف نظر از تعاریف متعددی که تاکنون از سکولاریسم ارائه شده است تقریبا تمام اندیشمندان معتقدند که اندیشه های سکولاریستی بر پایه های مشخصی استوار است. این ارکان هرچند غالبا در اندیشه های غرب کاملا پذیرفته شده و در مناسبات اجتماعی سیاسی و فرهنگی شان کاملا نمود پیدا کرده اند اما هنوز برای جوامع شرقی و به ویژه جوامع اسلامی به آن شکلی که در تفکر غرب بیان می شوند، به طور کامل پذیرفتنی نیست:

۱- علم زدگی (SCIENTISM) یا اصالت علم

۲- خرد گرایی (RATIONALISM) یا اصالت عقل

۳- انسان گرایی (HUMANISM) یا اصالت انسان

۴- فرد گرایی (INDIVIDUALISM) یا اصالت فرد در جامعه

نکته مهم این است، هر چند تمام مبانی فوق هر یک به تنهایی در تفکرات اسلامی و تعالیم دینی اسلام از

ویژگی های بسیار مهم و بارزی برخوردارند، اما به آن گونه که در اندیشه غرب مطرح می شود و آن اصالت بخشیدن به هر یک از آنها در معنای تام و تمام است مورد قبول متفکران اسلامی نیست. با این تعاریف، می توان مهمترین مشخصه سکولاریسم را تغییر در مرجعیت دانست. مطابق تفکر سکولاریستی رویکرد انسان از آسمان به زمین از خدا به انسان از آخرت به دنیا از کتب مقدس به دانش صرف تجربی از نهادهای دینی به نهادهای دنیوی و در کل از مرجعیت های دینی به مرجعیت های دنیایی سوق پیدا می کند.

### سکولاریسم و رسانه

حال که به نگاهی نسبتاً مناسب از سکولاریسم و تعاریف مرتبط با آن دست پیدا کردیم و نیز با مبانی اصلی تفکر مبتنی بر سکولاریسم آشنا شدیم، به نظر می رسد که بهتر می توانیم به بحث اصلی خود یعنی سکولاریسم رسانه ای و جنبه های گوناگون «سکولاریته شدن رسانه» پردازیم اما قبل از آن یادآوری چند نکته لازم است.

واژه سکولاریسم به طور خاص در نیمه دوم قرن نوزدهم در غرب شکل گرفت، اما در اصل پیشینه تاریخی این تفکر به مراتب بیشتر از این است. سکولاریسم یک اندیشه فلسفی است که تلاش می کند، تعریفی خاص از هستی و بیانی از فلسفه زندگی ارائه دهد.

به عبارت دیگر نگاه یک متفکر سکولار یک نگاه عام است که می خواهد به کل جامعه انسانی پیشنهادهایی درباره چگونه زیستن ارائه کند. اگر چه این پیشنهادها در تعارض کامل با اندیشه های اسلامی و حتی دین مسیحیت و دیگر ادیان ابراهیمی است اما در نوع خود بسیار مهم و به خصوص در سده های اخیر بسیار اثرگذار بوده است. سکولاریسم تمام سعادت بشر را در همین دنیا و کاملاً دست یافتنی می داند. ساده تر بگوییم حتی سکولاریسم به تعبیری الزاماً منکر آنچه تحت عنوان سعادت از سوی ادیان الهی مطرح می شود نیست بلکه آنچه برای تئوریسین های سکولاریست مهم است این است که تمام آنچه بشر می خواهد در جهانی دیگر به آن دست یابد، در همین دنیا و البته به یاری نیروی عقل دست یافتنی است.

با این تعبیر، دیگر سکولاریسم با دین سرستیز ندارد (درست برخلاف لائیسزم) و از اینجاست که با واژه هایی همچون «دین سکولار؛ معنویت سکولار و یا اخلاق سکولار» مواجه می شویم. بدیهی است در اینجا

می‌توانیم واژه‌هایی نظیر «رسانه دینی و رسانه سکولار» را هم ببینیم و حال اگر خوب دقت کنیم دیگر رسانه سکولار الزاما در مقابل رسانه دینی قرار نمی‌گیرد به عبارت دیگر یک رسانه (به طور خاص تلویزیون) می‌تواند تمام برنامه‌هایش دینی باشد اما در عین حال کاملا سکولار هم باشد و آن بر می‌گردد به مبانی اصلی اندیشه سکولاریستی در عناصر شکل دهنده آن برنامه‌ها و به عبارت دیگر نحوه پرداخت به موضوع دین در برنامه‌ها.

این گونه است که امروزه حتی در جهان سکولار غرب هم شاهد پیدایش و رشد روز افزون رسانه‌های دینی و شبکه‌های تلویزیونی با موضوع دین هستیم شبکه‌هایی که در نهایت به تعریفی سکولار از دین منتهی می‌شوند اما در جامعه ما که یک جامعه دینی محسوب می‌شود مطابق نظریاتی همچون نظریه تکامل تلویزیون و سایر رسانه‌های دینی که از سوی اندیشمندان گوناگون مطرح شده در یک کلام امکان حضور دین در وسایل ارتباط جمعی به صورت یک ضرورت ارتباطی خود را نشان می‌دهد (۶) و مطابق با آنچه ذکر شد دیگر ساده‌انگاری است که تصور کنیم برای حضور دین در رسانه، تنها برخی برنامه‌ها با کارکردهای ارشادی و اخلاقی کفایت می‌کند.

در سال‌های اخیر، «مک لوهان» این اندیشه را قوت بخشید که پیام همان رسانه است. به عبارت دیگر یک رسانه می‌تواند سبک روابط اجتماعی را شکل دهد و معیارها و عملکردهای موجود در این روابط را مشخص نماید. (۷) از این روی، اگر قرار است در رسانه‌ای کار دینی انجام شود، باید ویژگی‌ها و ظرفیت‌های پیام رسانه‌ای نیز کاملا مشخص شود. از طرف دیگر باید توجه داشت که در جهان امروز تلاقی رسانه‌های گوناگون و بی‌شمار که نماینده فرهنگ‌ها و اندیشه‌های متفاوت هستند گاه شکل متعارضی به خود می‌گیرد. به عبارت دیگر به همان اندازه که در رسانه‌های متعددی برای دینی کردن رسانه وجود دارد الگوهای سکولار کردن رسانه نیز یافت می‌شود. نکته اینجاست که در فرایند رسانه‌ای شدن دین ناگزیر تغییرات چشمگیری نیز در نمود خارجی دین بروز می‌کند، از این روی، دین و رسانه تاثیرات متقابلی می‌توانند بر هم داشته باشند.

آنچه از رسانه (به طور خاص تلویزیون) انتظار می‌رود، این که بیشترین تأثیر را بر دین در حوزه معنا و آرایه تصویری اثرگذار از آموزه‌ها و باورهای دینی داشته باشد و البته دقیقا در همینجاست که ممکن است این معانی به طور کامل و یا نسبی در تعارض با آموزه‌های اصیل دینی قرار گیرند و در همینجاست که می‌توان آغاز رویکرد سکولاری شدن رسانه (تلویزیون) را مشاهده نمود. این امر البته تا حدودی ناگزیر است

و در اصل برمی گردد به ذات تلویزیون.

به طور کلی اگر تلویزیون را از بعد تکنولوژیک نگاه کنیم، اختراعی است که از همان آغاز، بیش از هر چیز با هدف تفریح و سرگرمی و پر کردن اوقات فراغت مخاطبین خود طراحی شده است. از این روی، شاید طبیعی به نظر برسد که این ابزار نتواند به طور کامل با هوشمندانه ترین و جدی ترین مقوله انسانی یعنی دین قرابت کامل داشته باشد، به ویژه که دین همواره دارای کارکردی واقعی بوده و رسانه تلاش دارد تا با تصویر سازی و خلق یک فضای مجازی نقش واسطه ای را برای انتقال مفاهیم بر عهده گیرد، اما می توانیم در نگاهی دیگر تلویزیون را یک رسانه به معنای خاص کلمه بدانیم که می کوشد، پیامی را از مبدأ به مقصد برساند. در این حالت، دو عنصر اصلی نقش خواهند داشت؛ یکی پیام (content) و دیگری نمادها (symbol) که این پیام از طریق آنها منتقل می شود.

اینجاست که این پرسش مهم بحث ما پیش می آید که آیا رسانه ملی پیام هایی مناسب و متناسب با تعاریف یک «رسانه دینی ناب» را به مخاطب خود ارائه می دهد یا پیام های یک رسانه «دینی سکولار» را؟ و از همه مهمتر، نمادهایی که در انتقال پیام ها به کار برده می شوند، بیش از هر چیز مبین چه نوع پیامی هستند؟

### بروز مفاهیم سکولاریستی در رسانه

همان گونه که گفتیم، تلویزیون پدیده ای حاصل از تکنولوژی غربی و برگرفته از فرهنگ غرب؛ اما این به آن معنا نیست که ناگزیر تلویزیون باید از همان چیزی تبعیت کند که ریشه در آن دارد با این حال، گستردگی تولیدات برنامه ای و لزوم استفاده از تولیدات رسانه ای کشورهای غربی، مستقیم یا غیر مستقیم با اثرپذیری از شیوه برنامه سازی غربی باعث می شود که گاهی ناگزیر و ناخواسته، رسانه ملی به سوی نوعی سکولاریسم در عرصه انتقال پیام و به کارگیری از نمادهای رسانه ای پیش رود که می تواند در درازمدت، باعث آسیب های جدی در جامعه شود، ولی شیوه های بروز این مفاهیم کدام است و آیا این تنها مختص برنامه های تأمینی (خارجی) رسانه ملی است یا اینکه این رویکرد در برنامه های تولیدی تلویزیون نیز می تواند نمود پیدا کند؟

در ادامه، تلاش خواهیم کرد تا پاسخ به این پرسش ها را در عرصه های گوناگون و حتی المقدور با ذکر برخی مصادیق و نمونه ها بررسی کنیم، ولی لازم است پیش از آن به برخی مفاهیم اصلی مرتبط با نگرش

سکولاریستی - که بیشترین نمود را در محتوای پیام محصولات رسانه ای می تواند داشته باشد و از این روی از بیشترین اثربخشی بر مخاطب و افکار عمومی جامعه نیز می تواند برخوردار باشد - نگاهی داشته باشیم:

### ۱- پلورالیسم دینی:

در یک تعریف ساده پلورالیسم (pluralism) یا تکثرگرایی به معنای قبول همه اندیشه ها و نگاه های گوناگون به مسأله ای واحد است. در پلورالیسم دینی به طور مشخص اعتقاد بر این است که همه ادیان از یک درجه اعتبار برخوردارند و هیچ دینی بر دین دیگر به طور ذاتی برتری ندارد (۸).

به عبارت دیگر، همه ادیان و مکاتب آسمانی و زمینی نمودی از یک حقیقت واحد هستند، ولی نگرانی اندیشمندان دینی نسبت به نگاه پلورالیستی به دین به ویژه از آنجا تشدید می شود که در این فهرست الحان و ادیان انحرافی و خودساخته نیز قرار می گیرد. با این توضیح مختصر می توان گفت، روشن ترین جنبه پلورالیسم نسبی بودن درک نسبت به دین است که همین امر بستر لازم برای سکولاریسم را فراهم می سازد .

از این روی «آیت الله جوادی آملی» نسبت در فهم (دین) را به عنوان یکی از ریشه های اصلی سکولاریسم می نامند (۹)

هرچند هر از گاهی در برنامه های گوناگون خارجی که از شبکه های گوناگون سیما نیز پخش می شود و حتی برخی سریال های تلویزیونی داخلی چنین رویکردی را با شدت و ضعف گوناگون آن هم در محتوای برنامه ها می توان یافت؛ اما شاید در این عرصه هیچ برنامه ای نتوانسته همچون فیلم سینمایی مارمولک به حوزه پلورالیسم دینی در رسانه نزدیک شود؛ هرچند فیلم سینمایی مارمولک تا کنون از طریق رسانه ملی پخش نشده است ولی بارها در شبکه های تلویزیونی ماهواره ای و از طریق شبکه تلویزیون خانگی به نمایش درآمده است .

البته ناگفته نماند، فیلم سینمایی مارمولک در یک نگاه نقادانه قصد داشت تا نهبی به جامعه - به ظاهر - دینی داشته باشد و برای این کار مبنای خود را جمله معروف «راه های رسیدن به خدا بسیار است» (۱۰) قرار داده بود، لیکن همان گونه که گفتیم بیش از هر اثر دیگری در حوزه سینما و تلویزیون به نگاه پلورالیستی نسبت به دین نزدیک شد که در زمان خود مخالفت هایی را نیز برانگیخت .

## ۲- تقابل دین و عقل:

در آموزه های دین اسلام و نیز در متون قرآن و احادیث، جایگاه ویژه ای برای عقل و معرفت عقلانی لحاظ شده است تا جایی که عقل به عنوان یکی از منابع مهم فقهی به شمار می رود و بالاتر از آن، حتی دیگر منابع فقهی نیز با استعانت از عقل است که قابل بهره برداری قلمداد می شود ( ۱۱ ) ولی به رغم این موضوع، متأسفانه نگاه غرب نسبت به عقل و ایمان و نسبت آن در جامعه، به گونه ای دیگر است. به طوری که می دانیم در آموزه های کلیسای مسیحی، همواره بین عقلانیت از یک سو و دین از سوی دیگر، فاصله بوده و این نگرش ناگزیر در آثار گوناگون سینمایی و تلویزیونی غرب نیز تسری یافته است.

با این توضیح، به تصویر کشیدن داستان هایی در رسانه ملی که در آن عقل به کناری نهاده می شود و تنها احساس است که قصه را به پیش می برد، این خطر را به وجود می آورد که در پایان، مخاطب تفکر دینی را ذاتا جدای از عقل و منطق بداند و ناخواسته نگاه جامعه به سوی نوعی سکولاریسم پیش رود .

این در حالی است که متأسفانه، تقریباً همه آثار نمایشی تلویزیونی در عرصه موضوعات دینی به ویژه سریال ها و تله فیلم های مناسبی در سال های اخیر عملاً به این سو رفته اند و فضای درام به گونه ای طراحی می شود که در لحظه گره داستان قهرمان قصه که از قضا فردی مذهبی نیز هست، در کنش بین عقل و احساس ناگهان عقل را به کنار نهاده و بر مبنای احساس خود عمل می کند .

توجیه نویسنده و کارگردان نیز این است که آنچه در ابتدا بر قهرمان داستان نهیب می زده عقل دنیاگرایی! او بوده که نباید به آن توجه شود. متأسفانه، سیاستگذاران رسانه و تهیه کنندگان این گونه آثار نمی دانند که به این ترتیب ناخواسته مخاطب را به سوی این باور سوق می دهند که دین در تقابل با منطق است و نمی توان هم دیندار بود و هم تصمیمات منطقی بر پایه باورهای دینی اتخاذ نمود. نمونه این تولیدات را به وفور و تقریباً در تمام سریالهای با تم مذهبی که در ایام ماه رمضان و یا مناسبت های دیگر مذهبی پخش می شوند، می بینیم.

## ۳- اخلاق سکولاریستی:

نحوه حضور دین مسیحیت در جامعه غرب آن گونه که هم اکنون کلیسای مسیحی آن را تعریف و ارایه نموده و بروز دین در جامعه به عنوان یک تفکر صرفاً اخلاقی و پرهیز عملی آن از مداخله در امور گوناگون



( اقتصاد، سیاست و ... ) باعث شده تا شکلی از دین در جامعه ارایه شود متکی بر اخلاق و معنویت صرف و به دور از هر گونه آموزه های دیگر اجتماعی. این نگرش باعث می شود تا اخلاقی با نام «اخلاق سکولاریستی» در جامعه شکل گیرد. اخلاق سکولاریستی اخلاقی است که مبنایش هیچ چیز جز عقل نیست؛ نه پایبند آموزه های سنتی و فرهنگی است و نه به تعالیم ادیان بسنده می کند (۱۲) بلکه آنچه اهمیت دارد، نوعی معنویت خود ساخته و اخلاق فردی است.

به این ترتیب، به هر دلیل و هر شیوه ( به ویژه بر پایه تعالیم ادیان و نحله های بشری ) این اخلاق صرف است که در جامعه گسترش می یابد و دیگر جایی برای دین باقی نمی ماند.

هم اکنون از این حیث خطر بزرگی تمام جوامع را تهدید می کند که از قضا از طریق رسانه ملی نیز ناخواسته در حال گسترش است و آن سوق پیدا کردن جوامع به یک جامعه دینی متکی بر اخلاق صرف است. گسترش دهندگان این تفکر در جهان از طریق تولیدات سینمایی و تلویزیونی تلاش دارند، نشان دهند که اخلاقیات به عنوان وجه مشترک تمام ادیان بوده و این وجوه مشترک با کنار نهادن مناسک و آموزه های دینی پیامبران و کتب الهی می توانند، به دین واحد جهانی تبدیل شوند ( اصالت معنویت و اخلاق ).

در این عرصه، بیش از همه هالیوود تلاش کرده تا با خلق آثار پر هزینه با مخاطب جهانی ذهن و اندیشه مخاطبین خود را در سیطره گیرد.

متأسفانه، توجه صرف به اخلاقیات به دور از آموزه های دینی در سریالهای خارجی و حتی داخلی و نیز گفت و گوی مجریان و کارشناسان در برنامه های تلویزیونی آنجا که معنویت را زبان واحد تمام جوامع قرار می دهد و خواسته یا ناخواسته آموزه های دینی را به کنار می نهند، باعث گسترش پدیده ای در جامعه به نام «اخلاق سکولاری» می شوند.

با توجه به آنچه آمد، اکنون این پرسش مهم در ذهن متبادر می شود که یک رسانه (و به طور خاص تلویزیون) چگونه می تواند شکل سکولاریستی به خود بگیرد؟

برای پاسخ به این، باید بتوانیم نمودهای رسانه ای سکولاریسم را در حوزه های گوناگون بررسی و مطالعه کنیم. اندیشه های سکولاریستی می تواند از راه های گوناگون در برنامه های گوناگون رسانه ای نمود پیدا کرده و از آنجا که امروزه رسانه و در رأس آن، تلویزیون، یکی از اثرگذارترین ابزارها در شکل گیری افکار عمومی جامعه به شمار می رود، می تواند به راحتی در سطوح گوناگون جامعه به عنوان یک باور ذهنی

حتی بطور بالقوه رسوخ نماید. رسانه و به طور مشخص، تلویزیون با نشر ارزش های عرفی، به تصویر کشیدن هنجارهای عرفی، تقدس زدایی از فرهنگ دینی و برجسته سازی گروه های مرجع عرفی و از همه مهمتر ایفا نمودن نقش واسطه ای در اشاعه فرهنگ عرفی، می تواند به یک رسانه با کارکردهای سکولاریستی در جامعه تبدیل شود.

در اینجا تلاش خواهیم کرد، فهرست وار به برخی از نموده های رسانه ای سکولاریسم در حوزه های گوناگون از جمله چهار حوزه مهم اندیشه و معارف اسلامی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی اشاره ای داشته باشیم:

### الف) حوزه معارف:

- حذف بخش هایی از دین در برنامه های تلویزیونی که ممکن است در مقطعی از زمان فاقد مقبولیت عمومی در جامعه باشند. برای نمونه، اکراه از نشان دادن برخی حدود اسلامی در برنامه های تلویزیونی و حتی تبیین آنها در برنامه های مرتبط.

- بی توجهی به لزوم تقارن در دین به گونه ای که بی توجهی متوازن و متناسب به اصول و فروع دین در برآیند کلی برنامه های سیما به خوبی مشخص است؛ برای نمونه، هیچگاه دیده نشده است که در یک سریال خوب و موفق تلویزیونی، اشاره ای درست و اثرگذار به موضوع تولی و تبری و یا حتی حج و جهاد شود، حال آن که رسانه ملی به یک نگاه حداقلی نسبت به دین در برنامه های خود بسنده کرده و از این روی، بیننده در فضای کلی برنامه های تلویزیونی تنها با حداقلی از دین شامل التزام به نماز و روزه روبه رو می شود و همان گونه که گفتیم اثری از دیگر آموزه های دینی همچون خمس و زکات و جهاد و امر به معروف نیست و یا اگر هست بسیار کمتر و کم اثر.

- نگاه ابزاری به دین در برنامه های گوناگون به عنوان مثال به نمایش درآوردن شخصیت هایی حق به جانب که به پشتوانه استفاده ابزاری از دین صاحب مال و مکتب شده اند ( حاجی بازاری های موجه! در سریال های ماه مبارک رمضان نمونه ای از این دست است.)

- بی توجهی به کارکردهای سیاسی اجتماعی و فرهنگی دین و انحصار برنامه های تلویزیونی تنها به امور مربوط به معنویت و آخرت و یا استفاده از مظاهر دینی تنها در آن قسمتهایی که نیاز به القای احساس

عاطفی در مخاطب است. ( این کاستی بزرگی است که به خصوص در برنامه های نمایشی سیما به چشم می خورد.)

- پذیرش همه قرائتها از دین و عدم تفکیک آموزه ها و متون مقدس اسلامی از متون سایر ادیان. (به نظر نگارنده این کاستی مهم به طور خود خواسته و مصلحت جویانه بخصوص در برنامه های گفت و گو محور و میزگردهای موضوعی که از قضا جای بسیار مناسبی برای تبیین بهتر موضوع است به چشم می خورد، حال آنکه لازم است هرچه بهتر و دقیق تر به آن در برنامه های گوناگون توجه شود.)

- تأکید افراطی بر برخی مناسک و نگاه ظاهر گرایانه به آموزه های دینی به طوری که این امر اغلب باعث انزجار مخاطب فرهیخته و رویگردانی آن از رسانه می شود.

- افراط در به نمایش در آوردن الگوی رفتاری سایر ادیان و مذاهب به خصوص هم اکنون آیین بودا و نوعی عرفان مسیحی که در برخی فیلم ها و سریال های خارجی پخش شده از رسانه ملی حتی پس از سانسور های نامناسب به چشم می خورد). همچون سریال معروف جواهری در قصر، انیمیشن جذاب! ای کیو سان و مجموعه پر مخاطب افسانه جومونگ که هر کدام در زمان خود از مهمترین برنامه های شبکه های سراسری محسوب می شدند و نیز برخی فیلم های سینمایی معروف هالیوودی که غالباً با موضوعات آخرالزمانی تهیه می شوند.)

#### ب) حوزه اجتماعی:

- غفلت از جایگاه خانواده در تربیت فرزندان که هم اکنون متأسفانه به شدت در اغلب سریال های تلویزیونی به چشم می خورد. شاید بتوان گفت سریال طنز خوش نشینها که در ایام تابستان ۸۹ از شبکه سوم سیما پخش شد، نمونه بارزی از بی توجهی به نقش تربیتی خانواده و ارتباط درست اعضای خانواده با یکدیگر بر مبنای ادب و احترام باشد. ( از این دست سریال ها ظاهراً به عرف رایج در برنامه های تلویزیون برای خندانان! مخاطب تبدیل شده است که خود، حاکی از فقر در عرصه نویسندگی و کارگردانی طنز نیز هست.)

- ترویج الگوهای نامناسب و عموماً غربی در روابط میان افراد خانواده، فامیل و همسایگان که آن هم در

سریال های امروز رسانه ملی به طور نامناسبی به چشم می خورد.

- ترویج موضوع زندگی با هم به جای ازدواج که سالهاست به شکلی نامحسوس در برنامه های پر مخاطب به خصوص طنزهای شبانه شبکه سوم سیما به چشم می خورد.

- ترویج مصرف گرایی مطابق الگوهای غربی که متأسفانه در آگهی های بازرگانی میان برنامه ها و نیز نحوه نمایش زندگی خانواده ها در سریالهای تلویزیونی به وفور دیده می شود.

- بی توجهی به کارکردهای فرهنگی سیاسی و اجتماعی مساجد و تبدیل آنها به مکانی صرفاً برای عبادت همانند کارکرد کلیسا در جهان غرب و یا نهایتاً مکانی برای عزاداری! تقریباً این نگاه در تمام برنامه های نمایشی سیما به چشم می خورد و هر کجا که تلاش شده تا به گونه ای غیر از این عمل شود؛ آنچنان داستان بدپرداخت شده است که از حداقل باور پذیری برای مخاطب نیز برخوردار نیست.

- ارایه تصویر دینداری تنها در میان اقشار سطح پایین جامعه و عدم نمایش افراد دیندار در سطوح نخبه جامعه که متأسفانه هم اکنون به وجه غالب سریالهای نمایشی سیما تبدیل شده است.

#### پ) حوزه سیاسی:

- ترویج و تأیید حکومت های لیبرال در جهان به خصوص با به نمایش درآوردن فیلمها و سریال های آمریکایی که ناگزیر این مفاهیم را در ذهن مخاطب القا می کند.

- تلاش برای ارزیابی انقلاب اسلامی با معیارهای لیبرال رایج در جهان غرب. این برنامه ها به خصوص در ایام سالگرد پیروزی انقلاب و هفته دولت در قالب برنامه های مستند گزارشی و یا ترکیبی برای بازتاب دستاوردهای نظام و یا میزگردهای تحلیلی به نمایش درمی آید، حال آنکه اصلی ترین دستاورد انقلاب اسلامی می تواند خود جمهوری اسلامی باشد که کمتر به تبیین آن در برنامه های پرمخاطب و اثرگذار سیما پرداخت می شود و مهمتر از آن تبیین حکومت اسلامی در دوران حضرت رسول اکرم (ص) و امام علی (ع) به عنوان نمونه های بسیار بارز در دمکراسی اسلامی است که متأسفانه از آن و معیارهای مرتبط با آن هم برای تبیین و سنجش بهتر موضوع غفلت شده است.

- تلاش ناآگاهانه برای ایجاد تقابل بین ناسیونالیسم و دین مداری به گونه ای که در کمتر برنامه های رسانه ملی، شاهد ترویج وطن دوستی هستیم و تلاش می شود اگر عشقی به وطن در هر یک از آثار نمایشی به تصویر کشیده می شود، در پوششی از دین پرورده شود ( مثل سریال نه چندان موفق چهل سرباز و یا اغلب آثار دفاع مقدس که در آن انگیزه های پاسداری از اسلام به مراتب بیشتر و پررنگ تر از صیانت از وطن نمود پیدا می کند).

این گونه است که اثری از تاریخ باستان ایران در آثار نمایشی، انیمیشن و برنامه های اثرگذار رسانه ملی نمی بینیم و مخاطب ناخودآگاه دین را مقابل وطن می بیند و اندیشه ای تحت عنوان ناسیونالیسم دینی در جامعه شکل می گیرد که ناگزیر با مخالفت بخشی از افکار عمومی جامعه نیز مواجه می شود و تنها یکی از نتایج آن به کنار نهاده شدن جنبه های سیاسی دین در جامعه می تواند باشد.

البته ناگفته نماند تأکید بر ناسیونالیسم ایرانی در مقابل ارزش های دینی نیز به اصطلاح از آنطرف بام افتادن است که باید از آن هم به شدت پرهیز شود.

- پررنگ شدن مفاهیم حقوق بشر غربی در مقابل حقوق بشر اسلامی در برآیند آثار به نمایش درآمده در رسانه ملی.

### ت) حوزه اقتصادی:

- تفسیر دنیایی رفاه و سعادت صرفاً بر مبنای اقتصاد و بی توجهی به مباحث فرهنگی و آموزه های دینی در تعریف رفاه که متأسفانه به شدت در آثار نمایشی و اثر گذار رسانه ملی ( تولیدی یا تأمینی ) به چشم می خورد.

- ترویج مصرف گرایی با هدف رونق بخشیدن به اقتصاد مشابه الگوی غرب که به وفور در بخش های تبلیغاتی و آگهی های بازرگانی تکرار می شود و در واقع بیانی از تفکر لیبرال حاکم بر اقتصاد غرب در راستای موازی با اندیشه سکولاریستی به شمار می رود.

- بی توجهی به آموزه های اقتصاد اسلامی ( خمس و زکات و...) در مقایسه با مالیات و سپرده و سهام و... به طوریکه جنبه های اقتصادی دین ( بطور مشخص اسلام ) عملاً فراموش شده و در عوض جنبه های

اقتصادی تفکرات لیبرالیستی در تمام آثار اثر گذار رسانه ملی پررنگ می شود.

- بی توجهی به موضوع بانکداری اسلامی و اساسا تلاش برای تغییر تدریجی و محو تعریف واقعی این واژه در اذهان جامعه، به گونه ای که هم اکنون بانکداری اسلامی به عنوان اصل ناکارآمدی از اقتصاد - اسلامی - در مقابل اقتصاد غربی به تصویر کشیده شده و از آن تنها به عنوانی ظاهری در نظام بانکداری کشور بسنده شده است.

- بی توجهی به جنبه های عبادی و دینی کار و حتی آداب و حقوق معاملات بر پایه معیارهای اسلامی به رغم اینکه این امر در سیره و روش معصومین (ع) بسیار مورد تأکید قرار گرفته است. در عوض، اصالت بخشیدن به قوانین رایج غربی در مبادلات اقتصادی در کلیه برنامه های تولیدی و به خصوص آثار نمایشی.

- بی توجهی به مضامین دینی توسعه و تأکید هرچه بیشتر برآموزه های تکنوکراتی توسعه که در آن عملا نقشی برای تفکرات دینی دیده نمی شود.

### سخن پایانی:

امروزه می بینیم که در فضای فرهنگی، هنری و فکری جامعه مان متأسفانه الگوهای غربی به آرامی در حال نفوذ و اثرگذاری هستند و این امر به دغدغه اصلی دلسوزان و کسانی که به آینده این مملکت امید بسته اند تبدیل شده است. بی شک، تغییر در نگرش جوانان جامعه نسبت به مقوله دین و سوق دادن جامعه به سوی سکولاریسم یکی از اهداف اصلی طراحان جنگ نرم است. این حرکت دیربازی است که آغاز شده و یقینا همچنان نیز ادامه می یابد.

امروزه ابزار اصلی این جنگ چیزی نیست جز رسانه و رسانه ملی به جهت برخورداری از پتانسیل بالا در میزان نفوذ بر سطوح گوناگون جامعه می تواند به خوبی نقش مهم و اثرگذاری در مقابله با این فرایند پیچیده ایفا نماید، به شرط آنکه به ظرایف موجود بیندیشد و بنا بر استراتژی مدون و اصولی مشخص حرکت نماید.

آوردن این نکته در اینجا لازم است که آنچه در این نوشتار ذکر کردیم نباید به معنای محدود نمودن حوزه عملکرد رسانه (تلویزیون) و سوق دادن آن به یک فضای بسته و کلیشه ای تلقی شود.

همان گونه که دیده شد، در بخش های گوناگون تلاش کردیم تا حتی الامکان از ذکر نام و مصادیق گوناگون برنامه ها پرهیز کنیم و آنجا هم که نامی برده شد، تنها با هدف تبیین بهتر موضوع بود و یقیناً فرآیند سکولاریزه شده یک رسانه فرآیند پیچیده و منسجمی است که لازمه آن در کنار هم قرار گرفتن کلیه اجزاست و اگر نامی از یک برنامه خاص برده می شود قطعاً به آن معنا نیست که آن برنامه یک برنامه سکولار! است و با آن یک برنامه رسانه به یک رسانه سکولار! تبدیل شده است. حتی وقتی از سریال های جذاب و پر مخاطبی همچون افسانه جومونگ؛ جواهری در قصر و یافیلیم های جذاب هالیوودی صحبت می کنیم، به هیچ وجه منظورمان این نیست که رسانه باید از این برنامه های جذاب تهی باشد، بلکه همین برنامه ها می توانند در یک فرآیند هدفمند و استراتژی مدون به هدف رسانه ملی در رسیدن به یک جامعه دینی و دینمدار کمک نماید به شرط آنکه:

۱- رسانه ملی بتواند در تولید برنامه های گوناگون از پتانسیل های بومی به مراتب استفاده بیشتر و اثربخش تری نماید و برای نمونه، اگر قرار است افسانه جومونگ پخش شود افسانه رستم نیز تولید شود و اگر قرار است، انواع انیمیشن های خارجی برای کودکان ما به نمایش در آید، در جهت تولید انیمیشن های باکیفیت و جذاب ایرانی با بهره گیری از فرهنگ و فولکلور ایرانی تلاش جدی صورت پذیرد.

۲- رسانه ملی همگام با دیگر نهادهای فرهنگی جامعه تلاش کند تا سطح «سواد رسانه ای» مخاطبین افزایش یابد. اینگونه است که بیننده به راحتی می تواند به تحلیل آنچه می بیند پردازد و به یک «رژیم رسانه ای» مختص برای خود و خانواده خود دست یابد .

امروزه «سواد رسانه ای»، از مهمترین مبانی و مولفه های فرهنگی جامعه است که متأسفانه در کشور ما کمتر به آن توجه شده است .

دقت و تیزبینی در اموری که به طور خلاصه ذکر شد، می تواند کمکی باشد جهت طرح ریزی و الگوبندی آنچه سال هاست با نام رسانه دینی در معنای واقع کلمه مورد انتظار است. همان گونه که گفتیم، رسانه دینی رسانه ای نیست که در آن تنها برنامه های دینی پخش شود بلکه منظور رسانه ای است که در حوزه های گوناگون مطابق آموزه های دینی تعریف و شکل دهی شده باشد؛ بنابراین، از رسانه ملی انتظار می رود تا با بررسی مداوم عملکرد خود نه تنها به عنوان سدی محکم در مقابل جنگ نرم رسانه ای جهان غرب عمل کند، بلکه خود بتواند با معرفی الگوهای عملی و مفید رسانه ای جهان را متوجه حقیقت اسلام ناب و آموزه

های متکی بر تفکر اصیل اسلامی نماید .

\*رضا سیف پور، کارشناس رسانه

### فهرست منابع:

- ۱- ویلم ژان پل؛ جامعه شناسی ادیان، ترجمه عبدالکریم گواهی، تیبان، ۱۳۷۷
- ۲- همان
- ۳- همان
- ۴- جوادی آملی؛ عبدالله، نسبت دین و دنیا، مرکز نشر اسراء، قم ۱۳۸۱
- ۵- سروش عبدالکریم، معنا و مبنای سکولاریسم، انتشارات صراط، تهران ۱۳۸۱
- ۶- باهنر ناصر، رسانه ها و دین، مرکز تحقیقات صداوسیما، تهران ۱۳۸۵
- ۷- مک لوهان مارشال، برای درک رسانه، ترجمه سعید آذری، مرکز تحقیقات صداوسیما، تهران ۱۳۷۷
- ۸- منبع شماره ۱
- ۹- منبع شماره ۴
- ۱۰- دیالوگ و تکیه کلام معروف قهرمان اصلی فیلم سینمایی مارمولک به کارگردانی کمال تبریزی
- ۱۱- رحیم پور حسن، کتاب نقد، شماره ۹، ۱۳۷۷
- ۱۲- کاجی حسین، اخلاق شناسی سروش، روزنه، ۱۳۸۴

[ارسال با پیامک](#) [ارسال به دوستان](#) [ارسال به فیس بوک](#) [ارسال به تویتر](#)

[آخرین اخبار](#) :: [پربحث ترین ها](#) :: [پربیننده ترین ها](#) :: [نسخه اصلی سایت](#)

کلیه حقوق این سایت متعلق به سایت تابناک می باشد