



رسانه‌های کارآمد حلقه مفقوده فرهنگ تشیع



مادمردنی

اشاره:

اگر تعریف رسانه پل میان پیام دهنده و پیام گیرنده باشد، باید قدمت آن را در صفحات قدیمی تاریخ جستجو کرد؛ یعنی هر جا که پیامی مبادله شده است، رسانه حضور دارد. اگر چه رسانه از کلماتی است که در قرن بیستم به گفتمان فرهیختگان و صاحبان فرهنگ پیوسته است، اما از حق نمی‌توانیم بگذریم که رسانه در طول تاریخ بشر نقش بسزایی را ایفا کرده است. نقشی که ماندگاری بسیاری از تعالیم و اندیشه‌ها، مدیون آن است.

در یک نگاه گذرا در می‌یابیم که رسانه‌های مکتوب مثل کتاب و نشریات، زندگی بشر را به سمت دریافت‌های جدید سرعت داده است، اما آنچه باعث شده زندگی بشریت از عصر نوسنگی به اعصار مترقی دیگر برسد، کارکرد رسانه‌های سنتی است. با یک نگاه فراخ می‌توانیم خطابه را یکی از رسانه‌های تأثیرگذار بدانیم. با این مقدمه متوجه می‌شویم که بسیاری از حرکت‌های تاریخی به وسیله رسانه‌های سنتی اشاعه یافته است که تحلیل آن مجال دیگر را می‌طلبد. آنچه در این مقاله مطرح می‌شود تا نگاه صاحبان فرهنگ به آن جلب شود، در واقع اتفاقاتی است که بعد از کشف رسانه‌های مدرن در عرصه تبلیغ باید به آنها توجه کرد.

و این اصلاح‌طلبی در حقیقت همان اصلاح نگاه‌های منفعلانه به دین و مکتب است.

عرفی‌گرایی‌های افراطی

در واقع یکی از آسیب‌های اصلی که رسانه‌ها به آن دامن زده‌اند و ناخواسته مخاطب خود را به ورطه‌های ناپسند کشانده‌اند، عرفی‌گرایی ناهمگونی است که در بین مخاطبان دیده می‌شود. عرفی‌گرایی دو محصول عمده دارد: اول اسطوره‌سازی‌های ناهموار، مثل هم طراز کردن پهلوانان با یکی از ائمه یا تشبیه ستبری بازوان آن شهید با یک قهرمان ملی و افسانه‌ای که به نظر می‌رسد وجه بسیار تأسف بار آن را در تمثال‌هایی که از ائمه و شهدای کربلا در اندازه‌های وسیع بر در و دیوار است، می‌بینیم. دوم همزاد پنداری با شخصیت‌های بزرگ تاریخ تشیع توسط انسان‌های سطحی. فاجعه آن وقتی است که مداح به جای معصوم تصمیم می‌گیرد و عمل می‌کند و متأسفانه رسانه‌ها هم بدون توجه آن را منتشر می‌کنند.

و از این دست آسیب‌ها فراوان است و برای جلوگیری از اطاله کلام از بیان آن خودداری می‌شود.

یک پیشنهاد

رسانه‌های مکتوب مثل نشریات، مجلات، هفته‌نامه‌ها و روزنامه‌ها یا رسانه‌های دیداری و شنیداری مثل رادیو، تلویزیون، اینترنت، سینما، ماهواره، مولتی‌تانتار مدیا و... باید با یک راهبردی دقیق و حساب‌شده، مفاهیم مذهبی به خصوص واقعه عاشورا را در دستور کار خود قرار دهند. نپرداختن این دست رسانه‌ها بهتر از بد پرداختن آنهاست و اگر مثل تا امروز با بخواهیم خود را در عرصه رسانه‌ها به گذشت زمان بسپاریم، حتماً دچار خسران شده‌ایم، اما حق آنست که متولیان رسانه در یک نشست مشترک با تجمیع اندیشه‌ها و امکانات، رسالت اصلی خویش را به سرانجام برسانند.

اگر به عملکرد رسانه‌های غرب به خصوص یهود و مسیحیت دقت کنیم، درمی‌یابیم که چگونه تفکرات عمیق رسانه‌ای آنها مفاهیم سطحی و ناپخته مذهبی‌شان را فراگیر کرده است و ما با اتصال به این منبع عظیم، نتوانسته‌ایم هنوز گامی مؤثر در عرصه رسانه‌های مدرن برداریم. امیدواریم صنعت سینما، صدا، و سیما، مطبوعات شبکه جهانی اینترنت و هر نهاد رسانه‌ای دیگر، قدر قدرت رسانه را بشناسند و با به کارگیری درست آن، از تحریف‌ها و کج رویها جلوگیری نمایند و این امکان ندارد مگر با عزم جدی متولیان امور و دلسوزان عرصه فرهنگ تشیع که جهانیان را از مفاهیم اهل بیت سیراب نمایند.

سطحی‌نگری رسانه‌هاست، می‌پردازیم.

رواج خرافه‌پرستی

وقتی رسانه‌ها برای جذب مخاطب در حوزه مذهب، از پرداختن به بدیهیات و مسلمات به سمت بیان نواذر رهنمون شوند، نتیجه آن می‌شود که بسیاری از خواب‌ها و دریافت‌های شخصی انسان‌ها، به عنوان حجت در جان مخاطب می‌نشینند و آنگاه که مخاطب نتواند روابط علی و معلولی حادثه‌ها را تحلیل نماید، به خرافه‌پرستی می‌افتد. خرافه‌پرستی یکی از بزرگترین زاینده‌های رسانه‌ها است که متأسفانه ذائقه مردم را تغییر داده است. سخنران و مداحی خوب است که در بیان حوادث، شائبه‌هایی از تخیل و خرافه را بیان نماید و به بهانه‌های مختلف، از بیان واقعیت‌ها چشم‌پوشد و خیال‌پردازی‌ها و خواب‌زدگی‌هایش را به خورد مخاطب دهد.

استفاده از آزاری از مجالس مذهبی

در گذشته اگر مجلسی برای تعظیم شعائر برپا می‌شد، واقعاً در آن شعائر عظیم شمرده می‌شد، اما امروز خیلی وقت‌ها حاشیه مراسم‌ها برای افراد جذاب‌تر از متن آنهاست. روی آوردن به سبک‌های مختلف برای جذب جوانان، از این دست توجهات است که متأسفانه با همراهی رسانه‌ها همواره این بهره‌های آزاری گسترده‌تر می‌شود و کار به جایی می‌رسد که برتری مجالس مذهبی در مبلغ هزینه شده در آن دیده می‌شود، نه در محتوای منتشر شده توسط مجالس و تأسف بزرگ‌تر آنکه رسانه‌های مکتوب و غیر مکتوب، برای ایجاد جذابیت بیشتر به این سمت و سوا می‌روند.

گسترش تفکر منفعلانه

وقتی رسانه‌ها کارکرد اصلی خویش را در این موضوع از دست می‌دهند، ناخواسته به ترویج تفکر منفعلانه می‌پردازند. حال آنکه حماسه‌های تشیع همیشه سرشار از شعور و شور و بالندگی و حماسه بوده است. اگر منفعلانه نگاه کنیم، شاید به این نکته رسیده باشیم: آنقدر که مفاهیم احساسی و شخصی کربلا بیان می‌شود، جنبه‌های انسان‌ساز آن موشکافی نمی‌شود و شاید کمتر کسی باشد که تحلیل درستی از حماسه عاشورا بیان کند. این موضوع موجب می‌شود که بین عوام این تفکر گسترش یابد که در ماه محرم عزاداری می‌کنیم و بعد از آن هر کاری انجام دهیم، اشکالی ندارد؛ حال آنکه حسین بن علی علیه السلام در سخنان و خطبه‌هایشان در صحنه کربلا، تأکید کرده‌اند ما علیه بی‌دینی و تفکر مسامحه برخواستیم تا آن را اصلاح نماییم

حوادث تاریخی که تاکنون به دست ما رسیده، حاصل تلاش کسانی است که با نگاهی جهانی، قصد فراگیری آن را داشته‌اند و از جمله این حوادث، حادثه عاشورا است. شاید در تاریخ تشیع، وسیع‌ترین، فراگیرترین و تأثیرگذارترین حرکت رسانه‌ای را حضرت زینب (س) انجام داده باشد. پس از ۱۳۶۶ سال، هنوز پل میان مخاطب و پیام‌دائر است و هر روز ارتباط با منبع پیام ایجاد می‌شود. اما با وجود تراکم ابزارهای رسانه‌ای در عصر حاضر، به نظر می‌رسد حرکت شیعیان در استفاده از ابزار رسانه بسیار کند پیش می‌رود و اگر تأثیر در مخاطب ایجاد می‌شود، بیشتر از منابع سنتی رسانه است تا ابزارهای عریض و طویل رسانه که امروز در دورترین نقاط و روابط انسان‌ها حکم فرمایی می‌کند.

این قلم اگر چه نقدهای گسترده‌ای به نحوه استفاده از رسانه‌های سنتی در عصر مدرن امروزی دارد، اما مجال حراج آن را در این نوشتار مناسب نمی‌داند و بیشتر می‌خواهد ابعاد کم‌کاری‌های رسانه‌های شنیداری و دیداری و مکتوب را در حوزه عاشورا بازگو نماید.

با نگاهی به گذشت ربع قرن از انقلاب اسلامی درمی‌یابیم که هرچه از آغاز انقلاب می‌گذرد، تأثیر عاشورا در آن بیشتر هویدا می‌شود. ادبیات انقلاب اسلامی، ارزش‌های انقلاب اسلامی، پایدها و نبایدهای انقلاب اسلامی و هزاران موضوع دیگر، از جمله مواردی است که مستقیماً از عاشورا گرفته شده است، اما حلقه مفقوده این حرکت عظیم، رویکرد ضعیف و منفعلانه رسانه است. آنچه در نگاه سطحی و آزاری به چشم می‌خورد، ساعت‌های فراوانی است که در بیان کارهای سازمان‌ها آمده است، اما باز خورد این حرکت‌ها چه شده است؟ باید با تأمل جدی این مسایل را مرور کرد تا متوجه شد که برخورد ضعیف و سطحی رسانه‌ها، چه ضررهای جبران‌ناپذیری را به این مفاهیم ناب می‌زند.

اگر چه همواره در طول تاریخ تحریف‌ها و تهدیدها منابع اصلی را مورد هجوم قرار می‌دهند، اما در عصری که ذائقه مردم را رسانه تعیین می‌کند، باید دقت شود که چه خوراک معنوی در اختیار عموم قرار می‌گیرد. یک نگاه گذرا به آسیب‌های مجالس یاد بود و پاسداشت عزای امام حسین علیه السلام، همه چیز را برای ما روشن می‌کند. اما قبل از آن، بیان این نکته ضروری است که سلامت و دیانت‌های امروز ما از نسل‌های قبل، بی‌شک مدیون کارکرد دقیق رسانه‌های آن زمان بوده است. منبر و کتاب دو عنصر اصلی رسانه در گذشته این تاریخ بوده که در اندازه‌های خود دقیق و قابل تقدیر بوده است. حال به بیان مصداقی برخی اتفاقی‌هایی که حاصل