تاریخ دریافت: ۹۴/۱۲/۲۷
تاریخ پذیرش: ۹۵/۴/۱۹

فصل‌نامه علمی ـ تخصصی عصر آدینه
سال نهم، شماره ۱۸، تابستان ۱۳۹۵

آسیب‌شناسی رسانه سینما از منظر دینی و موعودگرایی؛ محتمل در عرفی‌شدن ایران از مسیر سینما

(مطالعه موردی فیلم سینمایی طلا و مس)

ظهیر احمدی [۱]

چکیده

اگر دین را «فرارَوی» از منیّت، مادیت و موقعیت» تعریف کنیم و با امعان نظر به تعالیم دین مبین اسلام، بُعد شریعت و مسئولیت‌های انسان (در برابر خود، خدا و دیگران) را به این تعریف منضمّ کنیم و با توجه به اینکه دین مبین اسلام، داعیه‌دار هدایت و مدیریت تمام ابعاد زندگی فردی (شخصی) و اجتماعی پیروان خود و نویدبخش آینده روشن برای انسان است؛ آنگاه «عرفی‌شدن» را می‌توان «ماندن در منیت، مادیت و موقعیت، دم غنیمت شمردن» و بالتّبع «فروگاهی نقش هدایتی و مدیریتی دین و آموزه‌های آن در گستره و ابعاد زندگی فردی و اجتماعی پیروان و عدم توجه به آینده موعود و آینده روشن» قلمداد کرد.

برای اینکه بدانیم آیا در جامعه ایران احتمال «عرفی‌شدن» از مسیر «سینما» وجود دارد یا نه؟ ناگزیر از اتخاذ تعریفی از «عرفی شدن» و از «دین» بوده و پس از آن گریزی بر مبانی هنر غرب مسیحی مدرن داریم، برای تمهید ورود به بحث «سینما» به‌عنوان رهاورد مدرنیته و غرب و بررسی ماهیت و خاستگاه سکولار آن شدیم.

---

۱. دکتری فرهنگ و ارتباطات، مدرس دانشگاه و پژوهشگر ارتباطات و رسانه (z.ahmadi.sahba@gmail.com).

در ادامه این سیر بر اصل «تجسّدگرایی»، «تجسّم‌گرایی»، «قدسیت‌زدایی» و «غیب‌گریزی» در مبانی فلسفه هنر غرب مسیحی واقف شده، ادامه این سیر نزولی را دوره رنسانس و پس از آن در عصر جدید که بر «لذّت‌گرایی» و «رومانتیسم» تاکید دارد؛ پی‌گیر شده و این روند را در راستای عرفی‌شدن دین، فرهنگ و جامعه می‌دانیم.
به نظر می‌رسد با امعان نظر به مبانی فلسفه هنر اسلامی که بر «نفی تجسّد» بلکه بر «تجلّی»، «محاکات از غیب»، «تمثّل» و «وعده آینده روشن» تأکید دارد؛ در جریان سینمای امروزین ایران بدون توجه به این مبانی، خواسته و ناخواسته (یا نادانسته) از آن مبانی تبعیت شده و لاجرم مسیر و جریانِ نه تمهید بر جامعه منتظران، نه موعودگرایی و جامعه موعود مهدویت، بلکه «عرفی‌شدن» حتی در سینمایی که ادعای دینی بودن دارد؛ طیّ می‌شود. این فرایند به دلایل زیر در سینمای ایران اتفاق می‌افتد: ۱. عدم توجه به تفاوت بنیادین مبانی فلسفی اسلامی و غربی ۲. ماهیت و خواستگاه تصویر و سینما که سکولاراست ۳. تاختن بر آموزه‌های دینی که به نوعی پرستیژ و کلاس «روشنفکر» بودن را دارد.

واژگان کلیدی
عرفی‌شدن، فلسفه هنر اسلامی، موعودگرایی، فلسفه هنر مسیحی، تمثّل، تجسّد، رسانه‌های ارتباط جمعی، سینما، ایران.

مقدمه

ادیان ابراهیمی از دسته ادیان اشتمالی (نه تجزّی‌گرا) هستند که داعیه‌دار هدایت، راهنمایی و مدیریت زندگی فردی و اجتماعی انسان‌ها همراه با وعده «آینده مطلوب و روشن» برای پیروان خود هستند و از مجتمع مومنان می‌خواهد که علاوه بر سعی و تلاش وافر برای زندگی متدینانه و بهره‌برداری مشروع از نعمت‌های الهی بر روی زمین، نگاهی هم علاوه بر جهان دیگر، بر آینده مطلوب و روشنی که موعود این ادیان است داشته باشند. بر همین اساس از نهادهای اولیه و ثانوی جوامع مقید به ادیان ابراهیمی تخلّق به این لوازم و اقتضائات مورد انتظار است.

رسانه‌های ارتباط جمعی از جمله رسانه سینما، به عنوان نهادی ثانوی در کنار نهادهای اولیه تشکیل دهنده اجتماعات، نقش‌هایی همچون انتقال ارزش‌ها، هنجارها، فرهنگ و... را به افراد جامعه بر عهده دارند. از آنجا که ماهیت و خواستگاه این رسانه،

غرب مدرنیته و سکولارشده است؛ بالتبع ماهیت این‌گونه ابزارها در ورود به جامعه دینی مانند جامعه اسلامی، در صورتی که مورد مراقبت و اصلاح قرار نگیرد؛ خود را بر دین و فرهنگ و جامعه میزبان تحمیل خواهد کرد.

سینما به عنوان یکی از موثرترین نهادهای رسانه‌ای غرب است که با ذات و ماهیت خاص خود وارد جامعه اسلامی ایران شده است و عقلانیت اقتضاء می‌کند که باید در استفاده از این رسانه به اقتضائات فرهنگی، ارزشی و دینی جامعه توجه شود و مبانی هنر اسلامی، ارزش‌ها، هنجارها و فرهنگ جامعه را در محتوای آن گنجاند و از تسلیم شدن بر اقتضائات ذاتی و ماهوی این رسانه ـ که به نظر می‌رسد غالباً در مسیر عرفی‌سازی دین است ـ امتناع شود.

از جمله ارزش‌ها، هنجارها و مبانی دینی در اسلام، توجه به آینده روشن و به اصطلاح «موعودگرایی» و «انتظار فرج» و... برای جوامع انسانی و امیدواری به «آینده مطلوب» همراه با اقدام و عمل مجدّانه پیروان است. «ارائه و معرفی هنرمندانه فرهنگ مهدوی و شخصیت‌های قدسی و معصوم مانند حضرت حجت عجل‌الله‌تعالی‌فرجه در قالب ساختارهای تلویزیون و تبلیغ آنها از زبان این رسانه یکی از مهم‌ترین اهداف در کشور ما محسوب می‌شود. البته به همان میزان نیز نگرانی و حساسیت در شیوه ارائه آن وجود دارد تا منجر به آسیب و خدشه به ماهیت قدسی آنان نشود.» (فهیمی‌فر، ۱۳۹۳: ۲) به نظر می‌رسد این مفاهیم و مبانی در جریان سینمای ایران کمتر مورد توجه قرار می‌گیرد؛ بلکه جریان غالب در آن، در مسیری غیر از این مفاهیم جریان و سریان دارد.

طرح مسئله

ـ یکی از عوامل و مسیرهای عرفی‌شدن ایران (در حوزه دین، سطح میانی و خرد)، رسانه‌های ارتباط جمعی است. خاستگاه و ماهیت این رسانه‌ها اساسا سکولار بوده و از آنجا که «رسانه خود، پیام است»؛ به دنبال خود، فرهنگ مندمج در خود را نیز به جامعه هدف منتقل می‌کند.

ـ سینما به‌عنوان رسانه‌ای مبتنی بر تصویر، رهاورد مدرنیته، جامعه سرمایه‌داری و سکولار، یکی از محتمل‌ترین و هموارترین مسیرهای عرفی‌شدن جامعه ایران و در نتیجه در خلاف جهت زمینه‌سازی ظهور است.

ـ با توجه به ذات و ماهیت سینما و ابتنای آن بر تجسم‌گرایی و اقتضائات تصویر و... از مفاهیم ناملموس از جمله مفاهیم غیب و عالَم عِلوی از جمله از «آینده موعود مهدوی» غفلت می‌شود.

دوگونه فرایند و دال‌های عرفی‌شدن در فیلم سینمایی «طلا و مس» قابل ردگیری است.

سوالات پژوهش

ـ چه فرایندی در مسیر تنزل از ساحت معقول و معنا به ساحت محسوس (لفظ، تصویر و...) صورت می‌گیرد؟

ـ چه نقطه افتراقی بین فلسفه هنر اسلامی با فلسفه هنر مسیحی قابل تصور و ردگیری است و آیا به این نقاط افتراق در سینمای ایران توجه می‌شود؟

ـ آیا رسانه تصویری (عکس، تلویزیون، سینما) می‌تواند یکی از عوامل و مسیرهای عرفی‌شدن ایران باشد؟

ـ آیا در فیلم سینمایی «طلا و مس» دال‌های مبنی بر عرفی‌شدن جامعه ایران می‌توان یافت؟

ـ آیا می‌توان با استفاده از روش «تمثّل‌گرایی» یا «سمبلیسم» برخی از مفاهیم ناملموس و غیب را در سینما، حکایت کرد؟

چارچوب نظری پژوهش

ـ تفاوت بنیادین مبانی هستی‌شناختی، معرفت‌شناختی و انسان‌شناختی در مبانی فلسفه هنر مسیحی و هنر اسلامی

ـ نادیده گرفتن این تفاوت‌ها و عدم توجه به ماهیت و خواستگاه «سینما» منجر به تبعیت «تابع‌النعل‌بالنعل» و سیر در مسیر عرفی‌شدن به‌ویژه در حوزه هنر و رسانه‌های تصویری است.

ـ ضرورت توجه به روش‌ها، سازوکارها و ابزارهای بازنمود مفاهیم عالی و عِلوی از جمله «آینده روشن» و «جامعه موعود مهدوی» در سینمای دینی و موعودگرا از طریق سبک «سمبلیسم».

مدّعا و فرضیات پژوهش

ـ در سیر نزولی معقول به محسوس، فرایندی از تقلیل معنا، عرفی‌شدن امر قدسی

صورت می‌گیرد.

ـ ماهیت تصویر مبتنی بر حسّ بینایی، انبعاث و لذت بصری است.

ـ تفاوت بنیادینِ مفروض در فلسفه هنر مسیحی و اسلامی در رسانه تصویری (سینما) مغفول واقع می‌شود.

ـ خاستگاه و ماهیت تصویر و سینما اساساً سکولار و مشدِّد عرفی‌شدن جامعه است.

ـ در فیلم سینمای «طلا و مس» دوگونه فرایند عرفی‌شدن می‌توان مشاهده کرد (۱. عرفی‌شدن فرد، جامعه، ۲. نوع پرداخت این فیلم که غیرمستقیم در مسیر عرفی‌شدن است).

می‌توان از رسانه سینما هم در راستای ارائه و اشاعه مفاهیم عالیه دینی از جمله مباحث مهدوی و موعودگرایی با استناد به روش «سمبلیسم» و «نمادگرایی» استفاده نمود.

روش تحقیق

در این تحقیق از دوگونه داده‌ها بهره جسته‌ایم: ۱. داده‌های اسنادی و کتابخانه‌ای و ۲. مطالعه موردی

در گروه اول، از داده‌هایی با طیف نسبتاً گسترده و متنوعی از منابع در حوزه‌های مختلفِ مرتبط با مباحث استفاده کرده‌ایم از قبیل منابع مربوط به جامعه شناسی دین، عرفی‌شدن، فلسفه هنر، تئوری‌های ارتباطات، تئوری‌های تصویر، تئوری‌های سینما و تلویزیون و... با استفاده از کتابخانه‌های دانشگاه امام صادق علیه‌السلام و کتابخانه‌های موجود در سازمان صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران و کتابخانه شخصی نگارنده، به گردآوری اسنادی داده‌ها پرداخته‌ایم.

در گروه دوم، فیلم سینمایی «طلاومس» ابتدا طبق روال عادی ملاحظه و تماشا شد. سپس با امعان نظر به مباحث و محورهای مربوط به نشانه‌شناسی و تحلیل فیلم به تماشای مجدد فیلم اقدام نموده و یادداشت‌برداری از آن انجام شد.

در مرحله سوم با مطالعه فصل‌نامه‌ها و مجلات مرتبط با مبحث «سینما» و «نقد فیلم» و مراجعه به برخی از نقدهایی که در خصوص این فیلم موجود بود؛ به بازبینی مجدد آن پرداخته و با مواجه‌شدن با پلان‌ها و سکانس‌های دالِّ بر «عرفی‌شدن» به یادداشت از آن

پلان وسکانس با ارجاع به لحظه زمانی آن، اقدام نمودیم.

درمرحله نهایی با امعان نظربه مباحث وداده‌های گروه اول وگروه دوم، به استخراج یافته‌ها وجمع‌بندی ونتیجه‌گیری ازمجموع آنها می‌پردازیم.

پیشینه مسئله[1]

رسانه‌های ارتباط جمعی و مسئله تأثیرات آنها

رسانه‌های ارتباط جمعی(رادیو، تلویزیون، سینما ومطبوعات) دارای تأثیرات تغییری وتخدیری برمخاطبان است، دیدگاه‌ها ورویکردهای مختلفی ازتأثیرحداقلی تا تأثیر مطلق، نیرومند وسحرکنندگی این رسانه‌ها ارائه شده است. ازنظریه‌های اولیه لاسول، شانون، نظریه «گلوله جادویی» تا نظریه‌های «جامعه توده‌وار»، «پروپاگاندا»، «دستکاری‌ذهنی مخاطب»، «امپریالیسم فرهنگی»، «نظریه هژمونی گرامشی»، «امپریالیسم رسانه‌ای» تا طیفی ازنظریات قائل به تأثیرمحدود رسانه‌ها، همگی دراین نکته اشتراک دارندکه رسانه‌های ارتباط جمعی می‌توانند با تغیرنگرش، رویکرد، ارزش‌ها ورفتارمخاطبان به تغیرفرهنگی آنها منجرشده ویا افکارعمومی آنها را شکل دهد.

دیپلماسی رسانه‌ای ودیپلماسی عمومی‌که مبتنی بررسانه‌های جمعی است ونیز«جنگ نرم» و«جنگ سایبر»، «تهاجم فرهنگی» ازنظریات ومباحث دیگری است‌که اززوایای گوناگون به تأثیرات رسانه‌های ارتباط جمعی به‌ویژه تلویزیون، سینما، و رادیوو... می‌پردازد.

درخصوص رابطه، نوع تعامل ودادوستد «**دین وسینما**» یا «**سینما وسکولاریسم یا عرفی‌شدن**» منابع قابل استناد واستفاده‌ای یافت نشد. اما درخصوص «**دین ورسانه**»، «**دین وتلویزیون**»، «**تلویزیون وسکولاریسم**»، با توجه به اهمیت نسبی‌که احساس می‌شده است؛ همایش‌ها وسمینارهای مختلفی برگزارشده است‌که دراین خصوص نیزچند عنوان کتاب درقالب مجموعه مقالات چاپ ومنتشرشده است. لذا برخی ازمباحث تئوریک آن برای این نوشتارهم قابل استفاده بود.

۱. مباحث این بخش با توجه به این‌که مرورپیشنیه مساله مدنظراست با رویکرد مطالعات انتقادی ارتباطات از منابع مختلف ـ که به تفصیل در بخش منابع پایان مقاله آمده است ـ به صورت گزارش اجمالی ونه نقل قول، استفاده می‌شود.

اما مهم‌ترین و اصولی‌ترین مطالعاتی که مبتنی بر پیمایش‌ها و شواهد تجربی در خصوص رابطه، تعامل و... «**رسانه و فرهنگ**»[1] صورت گرفته است؛ «**مطالعات انتقادی در ارتباطات**» است که ما در مباحث ذیل به صورت گزارش‌گونه به مهم‌ترین مکاتب این حوزه، اشاره‌ای می‌کنیم.

مطالعات انتقادی در ارتباطات و مکاتب آن

مطالعات انتقادی در ارتباطات، بر نقد جایگاه و آثار فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی ارتباطات و رسانه‌ها استوار است. مفهوم مشترک تمامی مکاتب و نظریه‌های انتقادی از مارکسیسم و اقتصاد سیاسی رسانه‌ها گرفته تا مکتب فرانکفورت و مطالعات فرهنگی مفهومِ تغییر فرهنگ، تخدیر مخاطب و سلطه بر جامعه است که توسط رسانه‌ها ایجاد، بازتولید، تحکیم و تثبیت می‌شود.

مارکسیسم کلاسیک: مارکس و پیروان او ضمن تفکیک زیربنا و روبنا در جامعه، نقش اصلی را به زیربنا می‌دهند. به عقیده آنان ساختار اقتصادی موجب تغییرات فرهنگی می‌شود. در این مکتب زیربنا همان شیوه معیشت قلمداد می‌شود و روبنا ایدئولوژی. طبقه‌ای که ابزار تولید را مالک است؛ یعنی بر زیربنا مسلط است برای بقا و ماندگاری خود، اندیشه‌های متناسب با آن را تولید می‌کند. اندیشه هیئت حاکمه، اندیشه حاکم بر جامعه است که از طریق وسایل ارتباط جمعی تولید، بازتولید و تثبیت می‌شود.

مکتب فرانکفورت:[2] با نقد پوزیتیویسم و اثبات‌گرایی، خواهان تفسیر جدیدی از الگوی مارکس بود. لذا نقد تئوریک خود را بیشتر متوجه ساختارهای روبنایی، به‌ویژه رسانه‌های ارتباط جمعی کرد. هورکهایمر[3] و آدرنو[4] با مطرح کردن صنایع فرهنگی و فرهنگ توده، بر نقش مخرب اقتصاد حاکم سرمایه‌داری که از طریق نهادهای سلطه به‌ویژه رسانه‌های ارتباط جمعی بازتولید و ارائه می‌شود؛ تأکید کردند. اندیشمندان این مکتب، نقش رسانه‌ها را در جوامع معاصر، حفظ وضع موجود و تثبیت آن دانسته و بر این عقیده‌اند که نظام سلطه در جامعه با اقدام به تولید «صنعت فرهنگ» در سطح انبوه باعث انفعال و

۱. در تمام این مطالعات، دین، بخشی از فرهنگ قلمداد می‌شود.

۲. برای مطالعه و بررسی بیشتر نگاه کنید به باتومور، تام(۱۳۸۰). «مکتب فرانکفورت» و سودین ورنر؛ تانکارد جیمز(۱۳۸۱). «نظریه‌های ارتباطات».

3 . Max Horkheimer

4 . Theodor L.W. Adorno

مصرف‌گرایی و در نتیجه تنزل فرهنگی(فاخر به نازل) و همسانی افکار می‌شود.

مارکوزه با طرح موضوع «انسان تک ساحتی»، هورکهایمر و آدرنو با مفاهیم «فرهنگ بسته‌بندی شده و صنعت فرهنگی»، هابرماس با نظریه «کنش ارتباطی و حوزه عمومی» سعی داشتند تا ضمن انتقاد از جامعه مدرن و رسانه‌های ارتباط جمعی، راه برون‌رفت از این وضعیت را بیابند.

نظریه اقتصاد سیاسی رسانه‌ها:[1] این نظریه بر وابستگی جهان‌بینی و نظام ارزشیِ جامعه به زیرساخت اقتصادی تاکید دارد و توجه پژوهش و تحقیق را متوجه تحلیل تجربی ساختار مالکیت و انواع عملکرد نیروهای بازار رسانه‌ها می‌داند و به همین دلیل است که نهاد رسانه‌ای را بخشی از نظام اقتصادی می‌پندارد که با نظام سیاسی پیوند تنگاتنگ دارد. ویژگی بارز اطلاعاتی که رسانه‌ها برای جامعه تولید می‌کنند از طریق ارزش مبادله‌ای پیام‌های مختلف رسانه‌ای و منافع پنهان اقتصادی مالکان و تصمیم گیرندگان روشن می‌شود.

مطالعات فرهنگی: در مقایسه با نظریات مارکسیسم کلاسیک و اقتصاد سیاسی رسانه، جایگاه مستقل و آزادتری برای فرهنگ در نظر گرفته می‌شود و به اقتصاد صرف، تاکید نمی‌شود. در این نظریه کسانی مثل هوگارت، ویلیامز، تامپسون، گرامشی، آلتوسر هرکدام عامل فرهنگی را موثرتر از اقتصاد می‌دانند. این مکاتب به جای پرداختن به عوامل ساختاری و اقتصادی که گرایش به طبقه دارد؛ بیشتر به خود جهان‌بینی نظر دارند. و وسایل ارتباط جمعی را جزو ابزارها و دستگاه‌های ایدئولوژیک سرمایه‌داری و مدرنیته محسوب می‌کنند.

مکاتب جهان سوم:[2] از اواخر دهه ۱۹۶۰ به دنبال عمیق‌تر شدن مبارزات استقلال‌طلبی ممالک جهان سوم، موج انتقاد نگری وسیعی در زمینه ارتباطات پدید آمد و سبک‌های روزنامه‌نگاری و روش‌های انتقال اخبار بین المللی و انعکاس رویدادهای کشورهای غیرغربی در وسایل ارتباط جمعی جهانی نیز، مورد انتقاد قرار گرفتند. اندیشمندانی مانند

۱. برای بررسی و مطالعه بیشتر نگاه کنید به: بار، رمون(۱۳۷۵). «اقتصاد سیاسی» و معتمد نژاد، کاظم(۱۳۷۱). «مطالعات انتقادی در ارتباطات و برخی منابع دیگری که در بخش منابع مقاله آمده است.

۲. برای مطالعه بیشتر در خصوص این مکتب و نظریه پردازان آن، علاوه بر منابع فوق، نگاه کنید به: «چالش‌ها و چشم اندازهای مطالعات انتقادی در ارتباطات»

انورعبدالمک، متفکر مصری؛ چودری عنایت‌الله پاکستانی؛ پائولوفریره برزیلی، و... از جمله اندیشمندانی هستند که نظام ارتباطات و رسانه‌های ارتباط جمعی سرمایه‌داری و کشورهای غربی را به جهت تهاجم بر نظام ارزشی و فرهنگی جوامع به شدت مورد انتقاد قرارداده‌اند.

و در نهایت با دیدگاه‌های «دینی‌اندیشان رسانه‌مدار یا رسانه‌دار» مواجه هستیم که در این طیف کسانی همچون استوارت هوور، جان تامپسون، مبشّرین، و اونجلیست‌ها، کلیساها، حمیدمولانا، برخی از اساتید دانشگاه امام صادق علیه‌السلام، برخی از مدیران فرهنگی کشور، مدیران رسانه ملی و... قراردارند و بر این عقیده هستند که می‌توان از این رسانه‌ها به‌عنوان «ابزار» و «ظرفی» برای ارائه مفاهیم و آموزه‌های دینی، بهره جست.

دین، عرفی‌شدن؛ تعریف و شاخص‌های آن

دغدغه دین راهنمایی و هدایت انسان درگستره زندگی فردی و اجتماعی او در همین دنیا و با بشارت آینده روشن و موعود برای صیرورت در مسیر تکامل و رسیدن به رستگاری در این دنیا و با توجه به الگوها و پیشواها و بالتبع در سَرای دیگر است. انسان حتی اگر بر ستیغ عقلانیت انسانی خویش نیز قرارگیرد؛ از راهنمایی و هدایت دین بی‌نیاز نمی‌گردد. دین منبع و مخزن اندیشه‌های صاف و زلالی است که نسبیت عقلانی انسان و خطاهای ادراکی او در آن راه ندارند و به همین دلیل دین بیشتر به تجلی و رفع ستر از حقایق، تمایل دارد و بدین طریق از قالب‌های مختلفی برای تجلّی و اظهار حقایق خود بهره می‌گیرد چون:

ـ عبادت که آدمی را به درگاه عبودیت فرا می‌خواند تا حقیقت انسانیت را در قالب بندگی بدو آموزد.

ـ و تفکر در آیات الله که بدو بینشی شگرف می‌بخشد تا حقیقت حیات خویش را دریابد.

ـ و عرفان که نسبیت عقل را با حقیقت عشق پیوند می‌زند تا آدمی را واصل درگاه حقیقت نماید.

ـ و هنر که حقیقت را با زیبایی و راز درهم می‌آمیزد تا جلوه‌ای بدیع از همنشینی حقیقت و جمال ارائه دهد. لذا هنر دینی تجلی زیبایی‌شناسانه حقایق دینی است.

تعریف از «دین»

لازمه رسیدن به تعریفی از «عرفی‌شدن»، داشتن تعریفی از «دین» است.

شجاعی‌زند می‌نویسد:

> عرفی‌شدن پدیده‌ای تبعی است و ناظر به دین؛ پس تعریف آن منطقاً تابع تلقی و تعریفی است که از دین ارائه می‌شود (شجاعی‌زند، بی‌تا: ۴).

حال اگر «دین» را به تعبیر کانت[1] به «بازشناسی تمام وظایف‌مان به‌عنوان فرامین الهی» (شجاعی‌زند، ۱۳۸۸: ۲۱۱) یا به تعبیر دورکیم[2] به «نظام یکپارچه‌ای از عقاید و اعمال مرتبط با امور مقدس و ممنوع که موجب شکل‌گیری یک اجتماع اخلاقی واحد به نام کلیسا می‌گردد» (همان، ۲۱۸)؛ استاد شجاعی‌زند به «فرارَوی»، (فرارَوی انسان از منیت، از مادیت و از موقعیت)، «میل به رفعت»، «خودتعالی جویی» (همان، ۲۴۹-۲۴۷) تعریف کنیم؛ آنگاه با امعان نظر به آموزه‌های ادیان ابراهیمی، به این نتیجه می‌رسیم که در هر صورت، انواعی از تقید و مسئولیت در قبالِ خود، دیگران (جامعه) و خدای؛ خالق و ربِّ خود و همه، در همه این تعاریف و آموزه‌ها به نحوی ترسیم شده است.

حال، «عرفی‌شدن» را با توجه به این تعاریف، مقابل و متضاد این مفاهیم به‌کار خواهیم برد؛ یعنی هرگونه نگرش، ارزش و رفتاری که حاکی از عدول از توجه و تقید و مسئولیت در قبالِ خود، دیگران و خدا (دین خدا)، بوده باشد.

عرفی‌شدن

اگر از تعدد اصطلاحات، معادل یابی‌ها و بالتبع از مناقشات مطرح شده برای این عنوان بگذریم و به یک تعریف به اصطلاح «اقلّ و ادلّ» برسیم، به نظر می‌رسد تعریف ذیل حائز امتیازات سابق‌الذکر خواهد بود:

> عرفی‌شدن در یک بیان عام، فرایندی است که طی آن، موقعیت و اهمیت دین، نزدِ فرد و در عرصه اجتماع تنازل می‌یابد و برداشت‌هایی صرفاً دنیوی از تعالیم و غایات دینی غالب می‌گردد (شجاعی‌زند، ۱۳۸۵: ۳۳).

با توجه به اینکه ما در این نوشتار در صدد انطباق فرایند عرفی‌شدن و یافتن «مسیرهای

1 . Immanuel Kant
2 . David Émile Durkheim

محتمل درعرفی‌شدن ایران» هستیم، لذا باید تعریف و شاخص‌هایی ارائه گردد که مناسب با بستر جامعه اسلامی باشد.

> براساس روح حاکم برتعالیم ادیان اِشتمالی، شاید بتوان عرفی‌شدن را با دو شاخصه «اُفول» اهمیت و موقعیت دین در سطح فردی و اجتماعی و غلبه «قرائت‌های یکسویه و تقابلی» در سطح دین که به معنی عدول از رویکرد توأمانی و اِندماجی است، تعریف کرد. پس منظور از عرفی‌شدن در اینجا، اُفولِ اهمیت و موقعیت دین است نزد فرد و در حیات اجتماعی. (شجاعی‌زند، ۱۳۸۵: ۳۴)

مهم‌ترین شاخص‌های «عرفی شدن»

در این بخش تلاش می‌شود به برخی از مهم‌ترین شاخص‌هایی که امکان انطباق آن برای «بستر اجتماعی ـ دینی اسلام» و جامعه ایران وجود دارد، اشاره شده و برای مطالعه موردی (فیلم سینمایی طلا و مس) به برخی از این شاخص‌ها ارجاع خواهیم داد:

۱. در حوزه دین

حمایت از تمایلات شدید اومانیستی، ترغیب «درون‌گرایی محض» یا «برون‌گرایی مفرط»، ترغیب «فردگرایی افسارگسیخته» و یا تحمیل «جامعه‌گرایی بسته»، تبلیغ «آخرت‌گرایی دنیاگریز» و یا «دنیاطلبی غافلانه».

۲. در حوزه فرد

اقتناع به مقدورات خود در برابر خداوند، انکار اصول اخلاقی ثابت و لایتغیر، زیرپا گذاردن اخلاق و عدول از نظام ارزشی دینی، کاهلی و سبک سری در انجام تکالیف دینی.

۳. در حوزه اجتماع

به لحاظ ساختاری: تنازل دین از موقعیت فرانهادی به یک نهاد هم طراز یا نهاد فرعی، تبدیل‌شدن دین به یک امر خصوصی و شخصی.

به لحاظ فرهنگی: بی‌اعتباری تدریجی مرجعیت‌های دینی در مشروعیت بخشی، کاهش تدریجی سهم آموزه‌ها و ارزش‌های دینی در فرهنگ عمومی و نظام ارزشی جامعه، کم‌شدن نقش اخلاق دینی در مناسبات اجتماعی.

به لحاظ روابط اجتماعی: افول تدریجی ارزش دینداری در سلسله مراتب اجتماعی، زائل‌شدن تدریجی مرزبندی‌های دینی در مناسبات و گروه بندی‌های اجتماعی

(شجاعی زند، ۱۳۸۱: ۶۹).

ازبین شاخص‌های متعدد ومتنوعی که برای جامعه اسلامی مطرح می‌شود ونیزاز منتخب موارد فوق‌الذکر، موارد ذیل برای مطالعه موردی مدنظراین مقال، بیشترقابل انطباق است:

درحوزه دین

ـ دنیاطلبی غافلانه

درحوزه فرد

ـ زیرپاگذاردن اخلاق وعدول ازنظام ارزشی دینی

ـ کاهلی وسبک سری درانجام تکالیف دینی

درحوزه اجتماع

ـ بی‌اعتباری تدریجی مرجعیت‌های دینی درمشروعیت‌بخشی

ـ کاهش تدریجی سهم آموزه‌ها وارزش‌های دینی درفرهنگ عمومی ونظام ارزشی جامعه

ـ کم‌شدن نقش اخلاق دینی درمناسبات اجتماعی

ـ زائل‌شدن تدریجی مرزبندی‌های دینی درمناسبات

تنزل معقول به عالم محسوس ازمسیرتمثیل وتمثل

دراین بحث درصددیم اشاره‌کوتاهی داشته باشیم برفرایندی که درآن «معنا و معقول» درحین تنزل به «عالم محسوس» با «تقلیل معنا» مواجه می‌شود.

چومحسوس آمد این الفاظ مسموع — نخست ازبهرمحسوسند موضوع
ندارد عالم معنا نهایت — کجا بیند مراورا لفظ غایت
معانی هرگزاندرحرف ناید — که بحرقُلزم اندرظرف ناید
هرآن معنی که شد ازذوق پیدا — کجا تعبیرلفظی یابد اورا
چواهل دل کند تفسیرمعنی — بمانندی کند تعبیرمعنی
که‌محسوسات‌ازآن عالم چه‌سایه‌است — که‌این‌چون‌طفل‌وآن‌مانندداید‌است [1]

۱. «گلشن راز، شیخ محمود شبستری» ۷۲.

مرتبه عالیه و نازله قرآن کریم

مفسر و فیلسوف متألّه، حضرت آیت‌اله جوادی آملی (حفظه‌الله) «قرآن را تجلّی ذات اقدس اله» (جوادی‌آملی، ۱۳۸۸: ۲۴) دانسته و با اشاره به این نکته که «مبدأ نزول قرآن اسمای حسنی الهی است.» (همان، ۲۷) مفاهیم حقیقی و عالیه آن را «هماهنگ با تکوین و عوالم هستی» (همان، ۲۸) برمی‌شمارند و با استناد به آیات متعدد قرآن کریم، می‌فرمایند:

> قرآن کریم کتابی الهی و دارای مراتب است، «مرتبه والا و مرحله اعلایش همان «امّ الکتاب» است[1] این مرحله اعلی که اصل قرآن و مادر و ریشه آن است؛ وجود و حقیقتی «لدی الله» دارد و نزد ذات اقدس اله است.
> مرحله عالیه قرآن، همان است که در دست فرشتگان «کرام برره» است و مرحله نازله‌اش، «لدی الناس» و به لفظ عربی مبین ظهور کرده است... تا زمینه فهم و تعقل و ترقی و تکامل انسان فراهم شود (همان، ۳۷ـ ۳۵).

در ادامه این مباحث ضمن اشاره به «لزوم همراهی انسان کامل؛ تجلی یافته در وجود مبارک رسول اکرم ﷺ و بعد از آن حضرت، در حضرت معصومین علیهم‌السلام برای امکان درک مفاهیم عالیه و در نتیجه امکان تأویل ظاهر قرآن برای وصول به حقیقت «لدنّی» آن، بر «تجلّی و پیوستگی مراتب قرآن» اشاره می‌نمایند و می‌فرمایند:

> مرحله نازله قرآن کریم که به صورت الفاظ عربی است و جامعه انسانی در خدمت آن قرار دارد؛ رقیق شده ام‌الکتاب است که مرحله عالیه قرآن می‌باشد. ذات اقدس اله آن حقیقت متعالی ام‌الکتاب و کتاب مکنون را تنزل داده و رقیق نموده و در قالب مفاهیم و الفاظ بروجود رسول اکرم ﷺ نازل فرموده است تا برای عموم مردم قابل درک و تعقل باشد (همان، ۴۶ـ ۳۸).

ارتباط الفاظ با معانی، ارتباط تکوینی و حقیقی نیست، بلکه در اثر قرارداد است که لفظ معینی با قرارداد ویژه نشانه معنای خاصی می‌گردد و به همین دلیل است که برای یک معنای خاص در اقوام مختلف، الفاظ گوناگونی وجود دارد... انسان همواره حقایق معقول را از نشئه عقل به موطن مثال متصل تنزل می‌دهد. (همان، ۴۷)

۱. ﴿وَإِنَّهُ فِي أُمِّ الْكِتَابِ لَدَيْنَا لَعَلِيٌّ حَكِيمٌ﴾ (زخرف: ۴).

به نزد آنکه جانش در تجلّی است | همه عالم کتاب حق تعالی است
همیشه فیض و فضل حق تعالی | بوَد از شأن خود اندر تجلّی
هر آن چیزی که در عالم عیان است | چو عکسی ز آفتاب آن جهان است
جهان چون زلف و خط و خال و | که هر چیزی به جای خویش نیکوست
جهان را سر به سر آئینه می‌دان | به هر یک ذرّه‌ای صد مهر تابان
تجلّی گه جمال و گه جلال است | رخ و زلف، آن معانی را مثال است
معانی چون کند اینجا تنزّل | ضرورت باشد او را از تمثّل[1]

بنابراین طبق مبانی و تعالیم مبین اسلام، تمام عالم و کائنات «نمودگاری» از عالم عِلوی و عالم حُسن و جمال الهی‌اند. و معانی عالیه معقول حتی با آنکه از مسیر «تمثل» و «تجلی» به ساحت محسوس، تنزل پیدا می‌کنند با فرایندی از «تقلیل» مواجه می‌شوند که بنا بر اقتضائات عالم ناسوت و محسوس است. لذا نمی‌توان آن را به نحو کامل و تمام در قالب‌های محسوس (لفظ، تصویر، سینما و...) گنجاند.

حال اگر هنر دینی بخواهد جلوهِ محسوس از امر معقول و معنوی باشد باید از طریق قواعد و مسیر خود این جلوه‌گری و محاکات را انجام دهد. ممکن است این مسیر از طریق «سمبل» و «نماد» باشد؛ موضوعی که در سینمای دینی از آن به «سمبلیسم» یاد می‌شود. به‌عنوان مثال شاید بتوان گفت مثلاً در تصویر معنای «گناه نخستین» حضرت آدم علیه‌السلام به نماد «گندم» تمثّل و تمسک می‌شود.

مرحوم علامه طباطبائی رحمه‌الله بر این عقیده است که:

> واقعیت هستی به حسب تمثیل مانند نور می‌باشد که به نظر سطحی از جهت قوت و ضعف گوناگون است... حقیقت هستی را اگر به جلوه‌های گوناگون خودش نسبت دهیم، هم بسیار است هم یکی. البته نباید تصور کرد که این کثرت، کثرت عددی است زیرا عدد و شماره نیز یکی از جلوه‌های گوناگون هستی می‌باشد (طباطبائی، ۱۳۷۴: ۵۹-۵۷).

از منظر تعالیم اسلامی، عالم غیر لاهوت، از جمله عالم ناسوت همه مظاهر و مجلای تجلّی حضرت حقّ‌اند. در این سیر می‌توان به روش و منش قرآنی که در سور و آیات مختلف قرآن از ضربِ مَثَل و تمثیل صور، برای بیان حقایق استفاده کرده

۱. گلشن راز، ۷۱-۲۰.

است، ارجاع داد.[1]

هانری کُربَن و عرفی‌شدن مابعدالطبیعی

هانری کربن، فیلسوف و مستشرق فرانسوی «عرفی‌شدن» را به معنای «تعلیق امر معنوی به امر دنیوی و امر قدسی به امر عرفی» تعریف می‌کند. از نظر او فرآیند «عرفی‌شدن» عبارت است از «کوشش در مشاهده امور صرفاً در مرتبه تجربی تاریخ ظاهری و نه مشاهده آنها در میانه زمین و آسمان». بنابراین «عرفی شدن» به معنای «گم‌گشتگی»، به معنای «گم کردن مشرق وجود خویش» و به معنای این است که امور را به جای آن که در میانه «آسمان و زمین»، به عبارت دیگر در سطحی فراتر از ناسوت عالم، مشاهده کنیم، آنها را در همین مرتبه ملموس و مادی بنگریم و احکام عالم ناسوت را بر آنها بار کنیم. (کربن، ۱۳۸۷: ۱۵ـ۵)

هنر مسیحی و مبانی آن

تجسّد

تجسّد؛ یعنی حضور و حلول خدا یا امر قدسی دیگر در قالب امر محسوس، محوری‌ترین اعتقاد در مسیحیت به شمار می‌رود و چون در قلمرو ادیان، هنر تجلی اعتقادات است، این اصل، بنیانی‌ترین مفهوم حاکم بر هنر مسیحی قلمداد می‌شود.

در انجیل یوحنا، یکی از اناجیل مقدس مسیحیان، از همان ابتدا صحبت از «کلمه»

---

۱. دو نمونه مشهور آن یکی آیه ۳۵ سوره نور است و دیگری شرح ماهیت منافق با تبیین تمثیلی در سوره بقره. اولین آیه چنین است:
﴿اللهُ نُورُ السَّماوَاتِ وَالْأَرْضِ مَثَلُ نُورِهِ كَمِشْكَاةٍ فِيهَا مِصْبَاحٌ الْمِصْبَاحُ فِي زُجَاجَةٍ الزُّجَاجَةُ كَأَنَّهَا كَوْكَبٌ دُرِّيٌ يوقَدُ مِن شَجَرَةٍ مُبَارَكَةٍ زَيتُونَةٍ لَا شَرْقِيةٍ وَلَا غَرْبِيةٍ يكَادُ زَيتُهَا يضِيءُ وَلَوْلَمْ تَمْسَسْهُ نَارٌ نُورٌ عَلَى نُورٍ يهْدِي اللهُ لِنُورِهِ مَن يشَاءُ وَيضْرِبُ اللهُ الْأَمْثَالَ لِلنَّاسِ وَاللهُ بِكُلِّ شَيءٍ عَلِيمٌ﴾
مورد دوم آیات ۱۹ـ۱۷ سوره بقره در شرح منافقانی است که در برخورد با مؤمنان برخوردی دوگانه دارند. شناخت آنان در این آیه، تصویری و به نص صریح این کتاب آسمانی، کاملاً تمثیلی است:
﴿مَثَلُهُمْ كَمَثَلِ الَّذِي اسْتَوْقَدَ نَاراً فَلَمَّا أَضَاءَتْ مَا حَوْلَهُ ذَهَبَ اللهُ بِنُورِهِمْ وَتَرَكَهُمْ فِي ظُلُمَاتٍ لَايبْصِرُونَ * صُمٌّ بُكْمٌ عُمْى فَهُمْ لَايرْجِعُونَ * أَوْ كَصَيبٍ مِنَ السَّماءِ فِيهِ ظُلُمَاتٌ وَرَعْدٌ وَبَرْقٌ يجْعَلُونَ أَصَابِعَهُمْ فِي آذَانِهِمْ مِنَ الصَّوَاعِقِ حَذَرَ الْمَوْتِ وَاللهُ مُحِيطٌ بِالْكَافِرِينَ﴾
در ابتدای این آیات که سه بار از واژه تمثیل (مثلهم و مثل) و «ک» تمثیل (کمثل) استفاده شده است، تأکید شدیدی بر وجه تمثیلی است که این‌گونه انسان‌ها در ماهیت با آن مواجه‌اند. بنابراین، در قرآن، تمثیل معنا عین تنزیل آن است و این تنزیل در حکمت اسلامی، نزول معنوی صور نوریه است از ملکوت به عالم حس.

می‌شود که «در ابتدا نزد خدا و خود خدا بود.» که پس از طی مراحلی با حلول در مسیح علیه‌السلام متجسّد شده و در میان انسان‌ها سُکنی می‌گزیند.»[1]

با امعان نظر به تعالیم اناجیل اربعه ـ یوحنا، مرقس، متی و لوقا ـ می‌توان گفت که تعالیم محرَّف این اناجیل است که زمینه را برای اعتقاد به تجسّم الوهیت در پیکر عیسی علیه‌السلام آماده می‌کنند و نتیجه آن که، در الهیات مسیحی، حقیقت ملکوت، متجسّد شده و در قالب انسانی قرار می‌گیرد. انسانی که «درست کردن شراب از آب» به‌عنوان «یکی از معجزات او» شمرده می‌شود.[2]

هنر مسیحی مبتنی بر حلول خدا در مسیح که تعبیر دیگر آن ورود و حلول خدا در تاریخ است؛ یعنی حضور عینی معنای قدسی در قالب محسوس و عینیت یافتن در آن است. لذا معماری، شمایل و پیکرتراشی از هنرهای مقدس شمرده می‌شود. معماری قدسی مسیحی، کلیسا است. کلیسا به مثابهِ پیکره عیسی انگاشته می‌شوند. (کربن، ۱۳۷۶: ۱۹)

از دیدگاه مسیحیت، قدسی بودن تمثال‌نگاری، با روایاتی به خود عیسی منتسب می‌شود. به‌عنوان مثال آن روایتی که معتقد است پادشاه رُها یا آسگار، طالب تصویری از

---

۱. انجیل یوحنّا، باب اول (آیات ۱ تا ۱۹) چنین می‌خوانیم:
«در ابتدا کلمه بود و کلمه نزد خدا بود و کلمه خدا بود* همان در ابتدا نزد خدا بود* همه چیز به واسطه او آفریده شده. به غیر از او چیزی از موجودات وجود نیافت* در او حیات بود و حیات نور انسان بود*.....و کلمه جسم گردید و میان ما ساکن شد پر از فیض و راستی و جلال او را دیدیم، جلالی شایسته پسر یگانه پدر* و یحیی بر او شهادت داد و ندا کرده می‌گفت این است آنکه درباره او گفتم، آن که بعد از من می‌آید پیش از من شده‌است، زیرا که بر من مقدم بود* و از پُری او جمیع ما بهره یافتیم و فیض به عوض فیض* زیرا شریعت به وسیله موسی عطا شد، اما فیض و راستی به‌وسیله عیسی مسیح رسید* خدا را هرگز کسی ندیده است پسر یگانه که در آغوش پدر است همان او را ظاهر کرد*»
** البته درباره آنچه که در آیات شریفه قرآن کریم از حضرت عیسی علیه‌السلام به عنوان «کَلِمَتُهُ» نامبرده شده است؛ معانی و تفاسیری کاملاً متفاوت از آنچه که در انجیل محرّف آمده است؛ بیان می‌شود. درست مانند تعالیم و عقیده محرَّف مسیحیان در خصوص «تصلیب مسیح» و آنچه که قرآن کریم بدان اشاره می‌فرماید.
﴿يَا أَهْلَ الْكِتَابِ لَا تَغْلُوا فِي دِينِكُمْ وَلَا تَقُولُوا عَلَى اللهِ إِلَّا الْحَقَّ إِنَّمَا الْمَسِيحُ عِيسَى ابْنُ مَرْيَمَ رَسُولُ اللهِ وَكَلِمَتُهُ أَلْقَاهَا إِلَى مَرْيَمَ وَرُوحٌ مِنْهُ فَآمِنُوا بِاللهِ وَرُسُلِهِ وَلَا تَقُولُوا ثَلَاثَةٌ انْتَهُوا خَيْراً لَكُمْ إِنَّمَا اللهُ إِلهٌ وَاحِدٌ سُبْحَانَهُ أَن يَكُونَ لَهُ وَلَدٌ لَهُ مَا فِي السَّماوَاتِ وَما فِي الْأَرْضِ وَكَفَى بِاللهِ وَكِيلاً * لَن يَسْتَنكِفَ الْمَسِيحُ أَن يَكُونَ عَبْداً لِلَّهِ...﴾ (نساء: ۱۷۱ـ۱۷۲)

۲. انجیل یوحنّا، باب دوم (آیات ۱ تا ۱۲):
«و در روز سیم در قانای جلیل عروسی بود و مادر عیسی در آنجا بود* و عیسی و شاگردانش را نیز به عروسی دعوت کردند* و چون شراب تمام شد مادر عیسی بدو گفت شراب ندارند*... عیسی بدیشان گفت قدح‌ها را از آب پر کنید و آنها را لبریز کردند* پس بدیشان گفت الان بردارید و بنزد رئیس مجلس ببرید پس بردند* و چون رئیس مجلس آن آب را که شراب گردیده بود بچشید و ندانست که از کجا است... و این ابتدای معجزاتیست که از عیسی در قانای جلیل صادر گشت و جلال خود را ظاهر کرد*»

مسیح گردید و پیکی را برای صورت‌گری از شمایل مسیح در پی مسیح فرستاد... نهایت اینکه خود مسیح به‌طرز اعجازانگیزی تصویری از خود بر روی پارچه‌ای وِرونی نقش بسته و به رسول شاه می‌سپرد.

بنابر عقیده شمایل‌پرستان [1] تجسم روح القدس عیناً به همان صورتی که خدا(پدر) در پیکر عیسی(پسر) تجسم می‌یابد؛ روح مسیح هم در این پیکرها، تجسم می‌یابد. بنابراین صورت‌های مذکور در اعداد مقدسات قرار گرفته و وسیله فیض و انتقال لطف الهی به مومنین تلقی می‌شود (مددپور، ۱۳۷۷: ۱۸۲).

مبانی و عقایدی این چنین که منبعث از اناجیل محرّف است علاوه بر اینکه نگرش، ارزش و رفتار پیروان آن را سمت و سوی داده است بالتبع در ساحت هنر دینی غرب مسیحی نیز متبلور می‌شود ضمن اینکه با چرخشی که در رنسانس در کل مبانی معرفتی، جهان بینی و... غرب صورت می‌گیرد؛ حتی این اندک جلوه‌گری‌های دینی مسیحیت در ساحت هنرش، رنگ می‌بازد و به ساحت کاملاً غیر دینی و عرفی خود در می‌افتد. مبانی و عقایدی که از اساس با مبانی هنر اسلامی تفاوت بنیادین دارد.

هنر اسلامی و مبانی آن

هنر اسلامی؛ اما از همان ابتدا تفاوت بنیادین با مبانی هنر مسیحی دارد. عنوان این دین، اسلام است و نه محمدیانیزم؛ یعنی محورش فقط پیامبر نیست، خدای مُرسل پیامبر است. این عنوان خود بیانگر حقیقت، ماهیت و غایت آن است. برخلاف مسیحیت که عناوین آنها متاثر از شخصیت پیامبر است. دین مبین اسلام محوریت را به الله می‌دهد و همگان را به تسلیم در برابر او فرامی‌خواند. پیامبر، مرتبتی الوهی نمی‌یابد و الله نیز متجسّد نمی‌گردد.

موجودات به واسطه فیض ظهور او شرافت وجود یافته و بازتابی از حضور او قلمداد می‌شوند. حضور این اصل در هنر اسلامی اصل وحدت در عین کثرت و کثرت در عین وحدت را می‌آفریند و هنر اسلامی با گزینش فرمی خاص که تلفیق بی‌نظیری از انتزاع و واقعیت است این وحدت را متجلی می‌سازد.

این هنر فاقد عنصر تجسّد و تجسّم است. به همین جهت از یک سو میل به تجرید

1 . Iconoclasm

دارد و از دیگر سو به دلیل شرافتی که برای تمامی مظاهر واقعیت قائل است از واقعیت کاملاً فاصله نمی‌گیرد.

در تمدن اسلامی خدا در نور جلوه می‌کند و مَثَل این نور جاری در مشکوه و مصباح در مقرنس‌هایی جلوه می‌کند که به تمامی جلوه اویند نه تجسّم او.[1] به همین دلیل هنر اسلامی به جای آن که در اندیشه تجسّد بخشیدن به مفهومی مجرّد باشد در اندیشه کشف هویت تجریدی و مجرّد مفاهیم مجسّم است در این تمدن خدا در زیباترین و انتزاعی‌ترین اشکال هنری جلوه می‌کند تا معبری شود برای ادراک و ایصال به وحدت. مبداء این هنر تجلّی او و مقصد آن رسیدن به اوست؛ یعنی به جای آن که خدا را نازل کند، انسان را صعود می‌دهد.

با این‌که ادیان از آغاز با حوزه زیبایی‌شناسی در ارتباط بوده‌اند، در عین حال، نگاه برخی از آنها به هنر، به مثابه حاملِ عناصر جادویی یا عجین با آن، بدبینانه بوده است. ادیانِ رستگاری والایش‌یافته اساساً با «صورت»ها بیگانه بوده‌اند؛ خصوصاً صورت‌های مدرن هنری که با ادعای رستگاری در همین دنیا، به رقابت مستقیم با دین برخاسته‌اند (شجاعی‌زند، بی‌تا: ۲۲).

لذا در دین مبین اسلام، حرمت شمایل و تمثال و پیکره، حرمت تجسّد و تنزل است. در اسلام چون تجسّد مجاز نیست آن شمایل و تمثالی که تصویر این تجسّد شود ممنوع تلقی می‌گردد و نه هر تمثیل و تصویر و پیکره‌ای.

اسلام با نقوش و تصاویر و تماثیلی که جلوه اویند تعارضی ندارد. معارضه آنجا رخ می‌نمایاند که شمایل و تصاویر توهم جانشینی او را دامن زنند. حرمت به شرک برمی‌گردد نه به تصویر. چراکه او خود، مصور است. ﴿هُوَ اللهُ الْخَالِقُ الْبَارِئُ الْمُصَوِّرُ لَهُ الْأَسْمَاءُ الْحُسْنَى...﴾ (حشر: ۲۴) و تصاویر و نقوشی که آیینه و مظهر این زیبایی و جمال و جلال باشند؛ منع نشده است. هنر، در اسلام انعکاس زیبایی خلق اوست در عالم تجلی زیبایی، جلال، جمال و جبروت اوست در هستی، تلاءلو لوح بس جمیل و جلیل جاری اوست در کائنات و هنر، نردبان انسان برای رسیدن از محسوس زمینی به معقول آسمانی است از طریق تمثیل و تجلی.

۱. در بحث تنزل معقول به ساحت محسوس به بخشی از این مباحث پرداختیم.

هنگامی آثار هنری تمثیل مجردات عقلی است که آدمی در سیر تأویل خود از این اثر به آن مؤثر رهنمون شود. هنر در این معنا نردبانی است برای رساندن مخاطب از زمین به آسمان.

چرخش در مبانی فلسفی هنر مسیحی و نمودهای آن

اگر آگوست کنت[1] به‌عنوان پدر جامعه شناسی، با طرح نظریهٔ تحول معرفت بشری (معرفت‌های دینی، فلسفی و علمی) به اعتباری بنیانگذار نخستین نظریهٔ جامعه شناختی عرفی‌شدن در مباحث نظری و معرفتی غرب مطرح شده باشد (شجاعی زند، ۱۳۸۱: ۹۴-۹۲)؛ در حوزه هنر، مسیر عرفی‌شدن و تقدس‌زدایی از مبانی هنر مسیحی سرنوشتی هم‌راستا با مبانی معرفتی جهان غرب پیدا کرده است.

نهضت اصلاح دینی با انکار سمبلیسم دینی، هر نوع هنر مقدس (هنری که از عالم غیب محاکات می‌کند و مظهر الوهیت است)؛ به منزله کذب و دروغ تلقی و برگرایش هنر جدید به مضامین دنیوی می‌افزاید. هنرمندان عصر رنسانس با تفسیرهای دنیوی که از رمزگان هنری یونانی و قبل از رنسانس ارائه می‌دهند؛ به خروج هنر غربی از محیط دینی دست می‌یازند.

مددپور، با ارائه تصاویر نقاشی‌ها و شمایل و مجسمه‌های دوره رنسانس، «رامبراند» را یکی از نقاشان دینی دوره رنسانس عنوان می‌کند که به ارائه نقاشی‌های دنیوی از کتاب مقدس، به‌عنوان مثال از بهشت با عنوان «باغ خوشی‌ها» اقدام می‌کند. در این دوره است که با پس فرستادن رموز دینی در نقاشی‌ها و صور کلیسایی، یکی از اولین نقاشی‌هایی که بیانگر بروز آمدن لذت‌های دنیوی است؛ تابلوی «دکه گوشت‌فروشی» اثر پیتر ارتسن (۱۵۵۱م) است. (مددپور، ۱۳۷۷: ۲۱۹ - ۲۱۷)

در بخش پیکرتراشی، رویکرد سوبژکتیویته و موضوعیت یافتن امور شهوانی و صور جسمانی خود را نشان می‌دهد. به‌عنوان نمونه نخستین پیکرتراشی برهنه به اندازه طبیعی، پیکر داود اثر دوناتلو است. در این مجسمه، داود چون اشراف‌زاده‌ای جوان و لخت، که هیچ اثری از پیامبری در او دیده نمی‌شود؛ ارائه می‌گردد. پیکرتراشی دوره رنسانس نیز بمانند نقاشی‌هایش با وسوسه‌های زمینی و شهوانی خود را نشان می‌دهد

1 . Auguste Comte

(مددپور، ۱۳۷۷: ۲۳۵- ۲۱۷).

لُختی و برهنگی حتی در تصویرهای مقدس مانند «میکائیل قدیس» اثر دلاکروا، در کلیسای سن سولپس پاریس که او را در حال پیروزی بر اهریمنان نشان می‌دهد؛ رفته رفته جای پای خود را در هنر مسیحی باز می‌کند (سوامی، ۱۳۸۶: ۱۳۰).

این چنین است که هنر جدید (هنر اومانیسم) غربی با نهضت رنسانس که به راحتی این جهانی و با وسوسه‌های شیطانی و خواسته‌های جسمانی و غریزی همراه شده بود با استمداد از برخی دیگر از آموزه‌های عصر به اصطلاح روشنگری، رویکردی تماماً غیرقدسی و کاملاً عرفی پیدا کرد.

در دوره‌های متأخر هم با ظهور هنر رومانتیسم، که بنای فلسفی آن بر بنیان‌های نظری کانت و روسو استوار است و به نحوی به تخریب پایه‌های عقل نظری همت گماشته می‌شود؛ حلقه و مسیر هنر لذت‌گرایی و اینجهانی تکمیل می‌گردد (مددپور، ۱۳۷۷: ۲۳۵).

ما از بیان این مباحث و مبانی بر این مدعا هستیم که جریان هنر غرب مسیحی اولاً از همان ابتدا با اعتقاد به «تجسّد» و پس از آن در دوره رنسانس با غلبه رویکرد «این جهانی» و «لذت‌گرایی» به محاق اندک تفکر و تلقی قدسی از هنر ـ که محاکات از غیب می‌کرد ـ اقدام نموده و مسیر قدسیت‌زدایی را طی نمود. در مرحله سوم وقتی که با تکنولوژی جدید تصویر و سینما همراه و آمیخته شد؛ فرایند عرفی‌شدن در جریان سینمای غرب، سه‌چندان شد.

ماهیت تصویر

اگر این ایده را بپذیریم که «عکس و تصویر» جزء اصلی ماهیت سینماست و عکاسی به‌عنوان سرچشمه اصلی آنست.» (تیودور، ۱۳۷۵: ۶۹) و «از ترکیب گوناگون تصاویر؛ یعنی «مونتاژ» به آفریدن معنا یا مفهومی می‌رسیم که در تک تک تصاویر وجود ندارد، بلکه صرفاً از کنار هم گذاشتن مجموعه تصاویر، خلق می‌شوند.» (بازن، ۱۳۷۶: ۳۱، ج۱) حال باید بررسی کنیم و ببینیم که ماهیت این تصویر در ادبیات عکاسی و سینما و تئوری‌های آن دو، به چه معنا و مفهومی است؟

مولف کتاب ***مبادی سواد بصری*** بر این عقیده است:

تکامل زبان از تصاویر آغاز می‌شود؛ حتی اولین خط مقدس که مربوط به سی‌هزار سال پیش است؛ خط تصویری هیروگلیف می‌باشد.

نویسنده ضمن اشاره به مکانیسم خاص سیستم عصبی در دریافت تصاویر بر این عقیده است که تصویر به خودی خود یک زبان است که معانی مختص به خود را با برقراری روابط همبستگی با سایر مولفه‌هایی که نگرنده با آنها در ارتباط است؛ به دریافت معانی پرداخته و با آموخته‌های قبلی خود ترکیب کرده و به دستکاری و تفسیر معنای حاصل متناسب با اقتضائات خود دست می‌یازد (داندین، ۱۳۸۵: ۲۷-۱۹).

مک لوهان در کتاب خود ***عکس، تصویری از فروختن خود*** به قدرت جادوگری عکس نسبت به متن اشاره می‌کند و تأثیر سحرکنندگی آنرا بر مخاطب بیشتر از متن و کتابت می‌داند (مک لوهان ۱۳۷۷: ۲۱۷).

در روان‌شناسی گشتالت: به بررسی مکانیسم دیدن، مکانیسم متفاوت بافتی تماشگران از دریافت تصویر بر اساس بافت[1] اجتماعی و فرهنگی که تماشاگر در آن قرار دارد؛ می‌پردازند (فهیمی‌فر، ۱۳۸۸: ۱۲).

مؤلف کتاب ***زبان تصویر***، عکس و تصویر را ترکیبی می‌داند از نقطه، خط و سطح به‌علاوه زمینه‌ای از نور و میدان نوری که بر چشم و شبکه چشم منعکس می‌شود و وقتی با ترکیب رنگ‌های منعکس شده در تصویر و فیلم آمیخته می‌شود؛ روی هم رفته موجب انبعاث سیستم عصبی انسان شده و او را که از خیره‌شدن به یک نقطه و رنگ بخصوص، خسته می‌کرد؛ از تنش بدر آورده و به «تعادل پویا» می‌رساند و حاصل همه این فعل و انفعالات موجبِ انبعاث و لذت بصری حاصل از تماشای تصویر و فیلم می‌شود (جئورگی، ۱۳۷۵: ۳۵-۳۳).

جئورگی بر این عقیده است که تجربه بصری چیزی بیش از تجربه خالصِ خصلت‌های احساسی است؛ احساسات بصری در مغز به کمک خاطره حک و طبقه بندی شده‌اند و هر شکل بندی بصری سرشار از معنی می‌باشد. تصویر در سطح احساسی، تنها از طریق مشارکت پویای نگرنده تبدیل به تجربه‌ای زنده می‌شود. تجربه تجسمی بر پایه گرایش پویای تماشاگر به «عدم تحمل بحران» و تناقض و جستجوی نظم در

1 . Context

تماشای خود است (همان: ۱۹۳).

بنابراین خاصیت تصویر درگیرشدن با حسّ بینایی انسان و اغفال از سایر حواس و درک سایر ابعاد معانی است.

اشتغال انسان به امور محسوس نیز او را از دریافت و درک معقولات باز می‌دارد (ابوعلی سینا، ۱۳۸۴: ۳۷۹).[۱]

لذا تصویر اولاً و سینما در مرتبه بعد، به جهت ماهیتی که دارند و به جهت اینکه با تلذّذ حسّی همراه بوده و قرین با تفریح و تفنّن است نمی‌تواند حامل معانی عالیه دینی باشد.

سینما

«سینما رسانه‌ای تصویری[۲] است که اساساً بر بازنمون‌های تصویری استوار است» (کوری، ۱۳۸۸: ۴۱).

زبان سینما، با زبان طبیعی تفاوت شگرفی دارد. یعنی وابسته به رسانه است؛ موجودیتش به نگاره‌های سینمایی و دگرگونی‌های آنها وابسته است. بنابراین فقط از طریق حسِ بینایی به ما انتقال می‌یابد. هیچ زبانی طبیعی به این معنا وابسته به رسانه نیست. زبان‌های طبیعی از طریق همه حواس در دسترس ما قرار می‌گیرند (کوری، ۱۳۸۸: ۱۷۷-۱۷۸).

سینما هویتی مجرد ندارد بلکه جزئی از یک بافت عینی، روان‌شناختی، اجتماعی و فرهنگی است و بحث درباره آن اساساً با طرح مجموعه‌ای از فرض‌ها درباره چنین بافتی همراه خواهد بود. به هر حال لازم است این عوامل بافتی را بیشتر بشکافیم و به‌ویژه در عرصه روانشناسی و جامعه‌شناسی، با آنها بیشتر آشنا شویم.

کمتر کسی را می‌توان یافت که دربارهٔ تأثیرات سینما تردیدی داشته باشد؛ ولی ماهیت‌شناسی این تأثیرات، جای تامل فراوان دارد. سِنخ‌شناسی تأثیرات سینما، زمانی مهم می‌نماید که به ماهیت، خواستگاه و برخی از کارکردهای آشکار و نهان این رسانه

۱. حکیم ابوعلی سینا در «نمط هشتم» از «الأشارات والتنبیهات» که با «فی البهجة والسعادة» معنون شده است؛ بر این عقیده است که: «إن اشتغال النفس بالمحسوسات یمنعها عن الإلتفات الی المعقولات...» (ابوعلی سینا، ۱۳۸۴: ۳۷۹)

2 . Visual

تصویری هم‌چون مسئله‌ای اجتماعی نگرسته شود.

مک لوهان، با تعبیر «جهانی پیچیده در حلقه» از «سینما» یاد می‌کند و می‌نویسد:

> در آمریکا، سینما اساسی‌ترین محمل تبلیغاتی برای مواد مصرفی شناخته می‌شود... سینما به‌عنوان عضوی از اعضای غول بزرگ صنعت محسوب می‌شود... اصولاً تلفیق سینما، الفبا و چاپ، شکل تهاجمی و امپریالسیتی را بوجود آورد که گسترش انفجارآمیز آن، سایر فرهنگ‌ها را تحت نفوذ خویش قرارداد... این امر طبیعی است که شرق به دلیل عدم پیشرفت فنی زیادش، جذابیت صنعتی و در نتیجه سیاسی صنعت سینمای غرب را پذیرا شود (مک لوهان، ۱۳۷۷: ۳۴۷-۳۳۳).

سینمای غربی که برآیند روند تاریخی نحول در اندیشه غربی است، خود به خود در انتقال و انعکاس مفاهیم و ارزش‌های سکولاریسم ورزیده شده و با آن فرهنگ تناسب پیدا کرده است؛ ولی در انتقال آن به ایران به این تفاوت اساسی توجه نشده و مورد غفلت واقع شده است. حال آیا می‌توان این «توسن تربیت شده در غرب» را (فهیمی‌فر، ۱۳۸۸: ۶۱) برای انتقال مفاهیم عالیه دینی از جمله «موعودگرایی» و «مهدویت» به کار برد؟

شهید آوینی، یکی از منتقدان اصولی سینما پس از بیان سیری تاریخی فلسفی از پیدایش و تحول سینما در غرب و ورود بی پیراسته آن به ایران، ضمن انتقاد بنیادین از این اقتباس ناسنجیده بر این عقیده است که:

> شاکله سینمای امروز در جهت ایجاد تفنن و در خدمت تبلیغات شیطانی غرب شکل گرفته و قالب‌های معمول سینما، قالب‌های شناخته شده‌ای هستند که «بیان حق» برایشان تکلیفی مالایطاق است... سینما دل مشغولی‌هایی خاصِ خویش دارد؛ دنیایی وسخیف... (آوینی، ۱۳۷۷: ۱۱-۱۰).

شهید آوینی در بحث «رابطه تصویر با معنا» ضمن بیان عدم امکان تصویرگری مباحث مربوط به عالم معنا و «غیب» می‌نویسد:

> در سینما ماهیتاً فاصله‌ای بین غیب و شهادت و ظاهر و باطن باقی نمی‌ماند و فیلمساز باید از این امکان در جهت اظهار و بیان حقایق نهفته در پسِ ظواهر اشخاص و وقایع استفاده کند. سبلیسم در سینما دریچه‌ای است که از ظاهر عالم به باطن آن گشوده می‌شود؛ اما آیا براستی از این طریق می‌توان هر امری را از غیب به منصه ظهور و عالم شهادت کشاند؟ آیا به راستی می‌توان همه چیز را، حتی بهشت و

دوزخ را نشان داد؟....اما نمی‌توان (آوینی،۱۳۷۷: ۲۲).

زبان و ویژگی‌های رسانه سکولار

الف) زبان: ۱. تصویر، ۲. حرکت، ۳. نوشتار، ۴. آواهای کلامی، ۵. آواهای غیرکلامی، ۶. موسیقی، ۷. صوت، ۸. نماد، ۹. نشانه، ۱۰. سمبل، ۱۱. مفاهیم.

ب) ویژگی‌ها: تقلیل‌گرا، توجه به تمایلات وگرایش‌های متنوع مخاطبان ومشتری‌محوری، توجه فراوان به سرگرمی وتفریح، استفاده از جذابیت مادی چون زیبایی بصری، جاذبه‌های جنسی، زرق وبرق مادی درصحنه‌آرایی وارائه پیام، مشدّد روحیه فردگرایی.

سازوکارتأثیری سینما

هم‌ذات‌پنداری:[1] مفهوم اصلی نظریه برخی ازنظریه‌پردازان سینماست؛ که فهم روایت سینمایی را امکان‌پذیر می‌سازد. همذات‌پنداری با شخصیت؛ یعنی اینکه تصورکنیم که ما خودمان آن شخصیت‌ایم... تماشاگر تصور می‌کند آنچه (درداستان) برای شخصیت رخ می‌دهد؛ برای خودش هم رخ می‌دهد، ودارای همان حالت‌های آشکاروازنظر دراماتیک مهمی است که آن شخصیت درآن لحظه دارد (کوری،۱۳۸۸: ۲۴۶). نتیجه این فرایند این است که تماشاگران به یک «توده» تبدیل می‌شوند واحساسات آنها یکدست وهمگون می‌گردد (بازن، ۱۳۷۶: ۱۰۷،ج۱). بازن درکتاب خود تحت عنوان ***سینما چیست؟*** براین عقیده است که «ما تماشاگران (فیلم‌های سینمایی) آمادگی داریم که جهان ساختگی روی پرده را بپذیریم» (بازن، ۱۳۷۶: ۱۱۵)

دانش سکولار سینما و تلویزیون: ازجمله مسیرهای تأثیرسینما درفرایند عرفی‌شدن مبتنی است بردانش رسانه‌ای حاکم برسینماست که همان دانش عرفی وسکولاراست. به بیان دیگر، نظریه‌های رایجی که مدیران رسانه تحت تأثیرآن عمل می‌کنند، همان نظریه‌های سکولاروعرفی است.

فناوری سینما وتلویزیون، ازتقلیل‌گرایی رنج می‌برد وتقلیل‌گرایی دراین رسانه نیزبا سبک وسیاق عرفی به وقوع می‌پیوندد؛ ساده‌سازی مفاهیم متعالی دینی وکاهش ژرفای مناسک دینی نمونه‌های روشنی ازتقلیل‌گرایی به سبک عرفی هستند؛ روشن‌ترین تبیین

1 . Identification

برای تقلیل‌گرایی سینما و تلویزیون به نفع تربیت عرفی، این است که دانش فنی حاکم بر سینما و تلویزیون مبتنی بر جهان‌بینی و انسان‌شناسی عرفی می‌باشد. از این‌رو اگر تقلیلی دربارهٔ تربیت توسط این رسانه صورت می‌گیرد بر حسب دانش حاکم بر آینده و رسانه انجام می‌گردد.

اقتضائات عرفی رسانه سینما و تلویزیون: اقتضائاتی که این رسانه را در خدمت عرفی‌شدن قرار می‌دهد. تصویری بودن آنهاست. تمامی آنچه در این رسانه نمایش داده می‌شود، باید ماهیت حسی و تصویری پیدا کند. در بیشتر برنامه‌های این رسانه‌ها از تکنیک‌ها و فنون حسی استفاده می‌شود؛ سرانجام، استفادهٔ مستمر از این رسانه‌ها موجب تقویت نامتعادل قوای حسی انسان می‌گردد؛ از آن‌جا که بخش زیادی از مفاهیم مرتبط با تربیت دینی ریشه در متافزیک دارند، در فضای حسی نامتعادل، رنگ می‌بازند یا دست‌کم سطحی جلوه می‌کنند. با این وجود، آیا می‌توان آموزه‌های بلند دینی و آسمانی را در این ظرف کوچک ریخت و به بیننده منتقل کرد؟

توجه به منطق بازار و مطالبات مخاطبان: امروزه سینما و تلویزیون ناگزیر است براساس منطق بازار عمل کند؛ یعنی باید در فعالیت‌های خود، سود و زیان‌های اقتصادی را در نظر بگیرد. این سبب می‌شود که تا حدودی، مخاطب‌محور گردد. محوریت یافتن مخاطب می‌تواند زمینه‌ای شود برای اینکه رسانه در خدمت عرفی‌شدن فرهنگ قرار گیرد. کمتر رسانه‌ای را می‌توان یافت که گوشهٔ چشمی به منابع و منافع اقتصادی نداشته باشد؛ هرگاه چنین باشد به همان میزان، ممکن است کارکردهای تربیتی آن در مسیر تربیت عرفی قرار بگیرند. چون هرجا انگیزهٔ مالی در فعالیت رسانه دخیل باشد، آن رسانه به جای آن‌که متعهد ناب باشد، امیال مخاطب را محور قرار می‌دهد؛ پیروی از خواست‌های مخاطبان انبوه، به سادگی می‌تواند راه را برای تحقق آگاهانه یا ناآگاهانهٔ تربیت عرفی از تلویزیون فراهم کند.

تبلیغات و آگهی‌ها و ترویج مصرف‌گرایی: بُعد دیگر مکانیسم تأثیری سینما و تلویزیون که به تربیت عرفی می‌انجامد، تشویق مخاطبان به مصرف و تجمل است؛ طبیعی است که استمرار این روند، مخاطب را فردی مصرف‌گرا و لذت‌جو تربیت می‌کند؛ تحقق چنین عملی از یک طرف ناشی از نمایش سبک زندگی قشر مرفه و متوسط در این رسانه‌ها می‌باشد و از جانب دیگر به خاطر پیوند اقتصادی‌ای است که این دو رسانه با

تولیدکنندگان اقتصادی دارد؛ چراکه سینما و تلویزیون برای تامین بخشی از هزینه‌هایش به تبلیغ مستقیم یا غیرمستقیم محصولات اقتصادی می‌پردازد. تبلیغ این محصولات در برخی موارد سبب ترویج مصرف‌گرایی و لذت‌جویی در میان مخاطبان می‌گردد که از نظر تربیتی اهمیت اساسی دارد.

رسانه تصویری و عرفی‌شدن فرهنگ

عرفی‌شدن فرهنگ از طریق رسانه‌های تصویری سینما و تلویزیون را می‌توان در دو بخش تصویر کرد؛ فرهنگ دارای یک بخش انتزاعی است که مربوط به باورها و ذهن انسان‌هاست و بخش دیگر عینی و طبیعی است. عرفی‌شدن فرهنگ، گاه به مثابه تحول ذهنی است و ممکن است در مواردی، یک تحول اجتماعی عینی به شمار آید. آن‌گاه که یک تحول اجتماعی عینی در نظر گرفته می‌شود و به وقوع می‌پیوندد، بیشتر ما شاهد الگوها و قالب‌های رفتاری عرفی هستیم. عرفی‌شدن فرهنگ در بخش انتزاعی را می‌توان به عرفی‌شدن ارزش‌ها تعبیر کرد. عرفی‌شدن ارزش‌ها نوعی تحول معرفتی است که در صورت وقوع در یک جامعه، افراد دچار تحول بینشی و معرفتی می‌شوند و پذیرای باورهایی می‌شوند که یا غیردینی است یا در مصاف با دین محقق است. بخش عینی این عرفی‌شدن در سطح اجتماع، عرفی‌شدن هنجارهاست. لذا باید گفت قلمرو سینما و تلویزیون در هجمه به دین و فرهنگ، عرفی‌کردن ارزش‌ها و هنجارهای جامعه است.

کارکردهای سینما و تلویزیون

سینما و تلویزیون مانند هر پدیدهٔ اجتماعی دیگری، به رغم کارکردهای مثبت فراوانی که دارد و در بسیاری موارد، به نفع دین نیز عمل می‌کند، در مواردی ممکن است به زیان دین عمل کند. به عبارت دیگر، نقش این دو رسانه در عرفی‌شدن فرهنگ را باید از کارکردهای پنهان آنها دانست و این در هر پدیدهٔ اجتماعی دیگر، ممکن است وجود داشته باشد. برای نمونه، آموزش و پرورش به رغم اهمیتی که در جامعهٔ امروزی دارد؛ اما اقتدار والدین را در تربیت فرزندان کاهش می‌دهد و دانش‌آموزان را در محیطی تربیت می‌کند که بیش از والدین، از همکلاسی‌ها و معلمان‌شان متأثر می‌شوند.

اساساً همین که آموزه‌ها و تعالیم دینی به تصویر کشیده می‌شود و به نمایش در می‌آید، صورت قدسی آن مخدوش می‌شود و به سطح عرفی تنزل می‌یابد. البته بخشی از این مسئله به واقعیت تصویر برمی‌گردد. سینما و تلویزیون به اندازه رسانه‌های سنتی از جمله رادیو از قدرت پروپاگاندایی برخوردار نیستند و به شکل ذاتی دارای خاصیت تقدس‌زدایی هستند.

صورت‌های عرفی‌شدن توسط سینما و تلویزیون

با نمایش بخش‌های کاملاً آسمانی و انتزاعی دین، زمینهٔ عرفی‌کردن آن را مهیا می‌کند.

برجسته‌سازی و قهرمان‌سازی گونه‌هایی خاص از گروه‌های مرجع، می‌تواند در روند عرفی‌شدن یک فرهنگ مؤثر باشد؛ زیرا ایندو رسانه گروه‌های مرجعی را به جامعه عرضه می‌کند که قابلیت قدعلم‌کردن در برابر گروه‌های مرجع فرهیختهٔ جامعه، مانند مراجع دینی را دارند. با توجه به بسط هژمونیک سینما در مناسبات و ساختار فرهنگی جهان مدرن، اقتدار و وجوه کاریزماتیک این قهرمان‌های مجازی افزایش یافته و چه بسا تصویر یک قهرمان از واقعیت بیرونی وی قدرتمندتر و موثرتر باشد. به جرأت می‌توان گفت که حتی در جامعه ایران خودمان، شخصیت‌ها و به اصطلاح ستارگان سینما، بیشتر از سایر اصناف و اقشار موثر جامعه (علمی، دینی، کارآفرین، تولیدی و...) مورد توجه جامعه به‌ویژه قشر جوان جامعه به‌عنوان الگو قرار گرفته است.

تأثیرگذاری در عرضهٔ محصولات جوامع عرفی‌شده در کشورهای دینی؛ جوامع اسلامی به دلیل ماهیت خاصشان، توان دریافت بسیاری از تولیدات غربی که فارغ از محدودیت‌های جوامع سنتی و اسلامی ساخته شده‌اند را ندارند. از سویی، به دلیل برخی محدودیت‌ها، این جوامع، به تنهایی نمی‌توانند تمامی تولیدات مورد نیاز رسانه‌ای خویش را بسازند. در نتیجه، دروازه‌های رسانه‌های این کشورها به روی ساخته‌های جوامع غربی باز می‌شود.

توجه و تاکید بر ورزش و موسیقی و بازیگری و دیگر هنرها، جایگزینی مراسم ورزشی و مسابقات به جای مناسک و آئین‌های دینی و مذهبی.

مطالعه موردی فیلم سینمایی طلا و مس

در این بخش با استمداد از مباحث مطرح شده در بخش اول این مقاله به مقایسه و

تطبیق یافته‌های خود با آنچه که به نظر می‌رسد در فیلم طلا و مس[1] دالّ‌های برفرایند عرفی‌شدن در جامعه ایران را نشان می‌دهد؛ می‌پردازیم.

توجه به آموزه‌ها و تعالیم دینی از جمله موعودگرایی و انعکاس آنها در فیلم‌های سینمایی در هر دوره و برهه‌ای رنگ و لعاب ویژه‌ای داشته است؛ اما در دهه ۹۰ در ایران، این توجه و تاکید با وارد کردن صنف «روحانی» (طلبه و آخوند) به‌عنوان سمبل و نماینده «دین» به‌عنوان شخصیت‌های اصلی فیلم‌های سینمایی با فیلم «زیر نور ماه»[2] و پس از آن با فیلم «مارمولک»[3] و در نهایت با فیلم «طلا و مس» با کارگردان‌های مختلف؛ اما هر سه به مدیریت و تهیه‌کنندگی یک نفر، منوچهر محمدی، صورت گرفته است.

قبل از این اقدام‌ها، نوع نگاه جامعه به جایگاه، کیفیت، کمیت و شیوه زندگی این قشر ـ حاکی از نوعی تقدس و در هاله‌ای از تقدس قرار داشت؛ اما اولین اقدام این‌گونه فیلم‌های سینمایی، این بوده که قشر روحانیت هم به مثابه همه اقشار دیگر جامعه ایران می‌باشد و باید به آنها به‌عنوان صنفی در ردیف سایر اصناف جامعه نگاه کرد و این تلقی وقتی پررنگ می‌شود که هر سه این فیلم‌ها پرداخت مستقیم و بی‌پروا به بطن و متن زندگی شخصی، فردی، خانوادگی و اجتماعی این قشر دارد و این اولین قدم در «معمولی و عادی دیدن» و تقدس‌زدایی از این جایگاه می‌باشد. البته هر سه این فیلم‌ها به نحوی به اصطلاح از «سوی دیگر بام افتاده‌اند» به‌عنوان نمونه همین عرفی‌شدن روحانیت در سینما برای دفع برخی ذهنیت‌ها موجب شده تا به درون مایه‌های تکراری برسند و در نوع پرداخت‌شان به این قشر از سطح فراتر نروند. به‌طوری که در هر سه این فیلم‌ها، روحانی‌ای را می‌بینیم که در طول فرایند فیلم دچار تغییر و تحول شده و خود را با فرهنگ و آداب و

۱. کارگردان: همایون اسعدیان
تهیه کننده: منوچهر محمدی
جوایز
نامزد ۷ رشته اصلی بیست و هشتمین جشنواره بین‌المللی فیلم فجر/ ۱۳۸۸
تندیس بهترین بازیگر زن نقش اول چهاردهمین جشن خانه سینما / طلا و مس / ۱۳۸۹
تندیس انجمن و جایزه بهترین بازیگر نقش اول زن
چهارمین جشن انجمن منتقدان و نویسندگان سینمای ایران
جایزه ویژه هیأت داوران
و جایزه بین ادیان (مجله فیلم نگار، شماره ۹۳) سال ۱۳۸۹.
۲. به کارگردانی رضا میرکریمی، سال ۱۳۷۹.
۳. به کارگردانی کمال تبریزی، سال ۱۳۸۳.

رسوم اطرافیان و جامعه هماهنگ و همنوا می‌کند به‌ویژه در فیلم «طلا و مس» که این همنوایی و هماهنگی با فرهنگ، آداب و مناسبات جامعه به حدی می‌رسد که طلبه به راحتی به ترانه‌ای ترکیه‌ای گوش می‌دهد با بچه‌های خود «نانای نای» می‌کند و... .

«طلا و مس» تلاش می‌کند تا شکلی از دینداری را ارائه دهد که با زندگی عرفی و در حال مدرن‌ترشدن قابل جمع باشد. همین رویکرد در فیلم باعث می‌شود که آقاسید محافظه‌کار شود. (سکانس پخش موسیقی برای ساکت کردن گریه کودک و یا سکانس گفتگوی آقاسید و عاطفه (دختر) هنگامی که اورا به مدرسه می‌رساند و تسلیم‌شدن آقاسید نسبت به خواست عاطفه که موقع رساندن او به مدرسه لباس روحانیت را نپوشد).

در بخش‌هایی متعددی از فیلم شاهدیم که طلبه سید، به‌عنوان شخصیت محوری فیلم، در برابر خواست‌های خانواده و جامعه آرام آرام از اصول قطعی خود کوتاه می‌آید و فیلم نشان می‌دهد که هیچ اتفاقی هم نمی‌افتد و اطرافیان از چنین روحانی‌ای بیشتر خوش‌شان می‌آید و این موضوع تا جایی پیش می‌رود که سید نیز از شخصیت جدید خود رضایت بیشتری دارد تا شخصیت قبلی خود که سخت‌گیر، حتی مقید به مستحبات و مکروهات بود.

البته در اینکه شخصیت قبلی سیدرضا دارای اشکالاتی است شکی وجود ندارد ولی مسئله در راه حلی است که فیلم برای رفع این اشکالات ارائه می‌دهد. در جائی از فیلم شاهدیم همکلاسی طلبه او وقتی با وانت‌بارشان درصدد جذب مشتری هستند، به درخواست او عمامه را از سر برمی‌دارد و یا سکانسی که سید بعد از دریافت پول از فروش فرش با همکلاسی و بچه‌های خود به پیتزاخوری در رستوران فضای بازی که در حال پخش موسیقی است، می‌روند.

شاید مواردی که فیلم به‌عنوان راه‌حل هائی برای مطلوب‌شدن چهره روحانیت در جامعه ارائه می‌کند چندان بد به نظر نیاید؛ ولی شروع مسیری است که نتیجه آن منفعل بودن نسبت به عرف است و این همان فرایندی است که از آن به «عرفی شدن» فرد به تبع جامعه یاد کردیم.

اگر به کل فرایند فیلم دقت کنیم می‌توانیم رگه‌های ملموسی از عرفی‌گرایی را در فیلم

ببینیم. اگر سکولاریزم را به معنای عرفی‌شدن دین و زمینی‌شدن آن معنا کنیم به شکلی از تساهل در نگرش، ارزش و در عرصه رفتاری می‌رسیم که به سرعت در اندیشه و روح جامعه نیز نفوذ می‌کند.

به نظر می‌رسد کلیت فرایند این فیلم دچار تناقض فکری و رویکردی است و بین رشد «عرفی شدن» در جامعه از یک سو و رشد نیاز به دین برای آرامش‌بخشی از سویی دیگر مانده است به شکلی که در لحظاتی از فیلم شاهدیم که انسان‌های ظاهراً به روز همچون سپیده (پرستار بیمارستان) نسبت به معنویت جاری در زندگی آقاسیدرضا و زهرا سادات حسرت می‌خورد. اما نباید این نیاز را به معنای اضطرار به دین بگیریم. بلکه این شکل از نیاز به آرامش‌بخشی نه تنها نسبت به معنویت اسلامی بلکه نسبت به «عرفان‌های کاذب و معنویت‌های نوظهور»[1] از جمله عرفان‌های هندی و بودائی نیز در حال شکل‌گیری است و علت آن هم نیاز به معنویت در جامعه امروز ایران اسلامی است.

در جامعه ایران «عرفی شدن» و نیاز به دین هر دو در حال رشد هستند و همین موضوع است که مسائل فکری ـ فرهنگی ایران را پیچیده و منحصر به فرد کرده است.

پلان‌ها و سکانس‌های فیلم[2] که می‌تواند به نحوی بیانگر «عرفی شدن» در ابعاد مختلف آن باشد:

۱. لحن تمسخرآمیز و همراه با ریشخند کتابفروش: کتاب اخلاق... این پایین‌ها دنبالش نگرد جاش همان بالا بالاهاست. (۲:۲۹)= نگاه عرفی به دین= آخرت گرایی دنیاگریز

۲. توصیه همسر طلبه به خرید عبای نو (همرنگ‌شدن با طلبه‌های تهرانی)(۳:۳۸)= تغییر در نگاه جامعه عرفی شدن فرد به تبع از عرفی‌شدن جامعه)

۳. همدرس‌های طلبه سید که حسرت داشتن همسر پولدار را دارند(۶:۳۸)= تغییر ارزش‌ها به مادی‌گرایی

۴. میخکوب‌شدن دختربچه سید در مقابل تلویزیون در سکانس‌های متعدد و

۱. این ادعاها بی پشتوانه صورت نمی‌گیرد بلکه حاصل از گزارش‌ها و نیز پیمایشی است که خود نگارنده مدیریت و مسئولیت انجام طرحی با عنوان «رصد فرهنگی و بررسی آسیب‌شناختی عرفان‌ها و معنویت‌های نوظهور در تهران» را با همکاری گروهی از پژوهشگران دانشگاهی، بر عهده دارد.

۲. به ترتیب زمانی که در سیر فیلم مشاهده می‌شود.

مختلف(۷:۲۹ و ۸:۵۳)= مرجع‌شدن تلویزیون؛ انتقال مرجعیت از والدین به رسانه

۵. تأثیرپذیرفتن دختربچه از صحنه‌ها و مکان‌هایی که تلویزیون نشان می‌دهد و اصرار برمادر براینکه «مامان ما هم بریم اینجا»= تغییر ساختاری؛ تمایزیابی ساختاری، تغییر مرجعیت‌ها، عرفی‌شدن فرد به تبعیت از جامعه عرفی شده

۶. خطاب همسر سید به او ـ بعد از پوشیدن شال و عبای نوی خریداری شده: «حالا شدی یه طلبه تهرانی»(۱۰:۳۰)= تغییر در نگاه جامعه به ارزش‌ها و مرجعیت‌ها

۷. برداشتن عمامه از سر به اصرار همدرسی وانت‌باردار طلبه برای پیداشدن مشتری(۱۰:۱۳) = تغییر ارزش و نگرش‌ها

۸. همسرگزینی همدرسی طلبه‌ای سید از دختر صنف طلافروشان و حسرت طلبه دیگر ـ که دوست سید است ـ بر او(۱۰:۱۸)= تغییر ارزش‌ها و غلبه ارزش‌های مادی حتی بر کسی که نماینده دین است.

۹. رفتار و حرکات دکتر و پرستار بیمارستان با همدیگر (نه با بیماران)، (تماس‌های بدنی)=افول ارزش‌های دینی در مناسبات اجتماعی

۱۰. حرف خودخواهانه و خودمحورانه سید پس از شنیدن فلج‌شدن همسرش با این عنوان که«پس تکلیف ما چی می‌شه؟ (۲۷/۳۰)= نگاه خودمحورانه نه نوع دوستی

۱۱. تکلم بچه‌گانه پسربچه با «نانای‌نای». سوال سید از دختربچه‌اش که ببین امیرعلی چی می‌خواهد؟ ـ جواب دختربچه مبنی براینکه: «نانای‌نای می‌خواهد» و نگاه حاکی از بهت طلبه سید در عکس‌العمل به توضیحی که دختر از «نانای‌نای کردنش برای بچه‌ها همراه با ترانه‌ای که ازکاست پخش می‌شود.» در این حال سید ـ با عصبانیت ـ به دختر بچه تشر می‌زند که «حرف نباشه!» و پاسخ دختربچه مبنی براینکه «چیه مگه؟ خیلی هم خوبه!»= تغییر مرجعیت‌ها از پدر به رسانه(۳۷ تا ۴۰)

۱۲. عکس‌العمل‌های متفاوت دختر طلبه وقتی که پدرش او را با لباس روحانی یا با لباس شخصی به مدرسه می‌رساند:

پدر با لباس روحانی: نمی‌خواهد تو بیایی، دیگه من بزرگ شده‌ام، خودم دیگه می‌تونم برم. و رها کردن دست پدر قبل از رسیدن به جلوی مدرسه و رفتن با دو به سمت مدرسه بدون خداحافظی(۴۱/۳۸)= عرفی‌شدن جامعه و فرد

پدر با لباس شخصی: همراهی دخترش با پدر حتی تا دم در مدرسه و بوسیدن پدر

هنگام خداحافظی با او(۱۰/۱۰ در قسمت دوم)= تغییر در ارزش‌های جامعه.

۱۳. سرپرستار بیمارستان و«حاج آقا چرا همیشه این لباس ـ لباس روحانی ـ را نمی‌پوشی؟ بعضی وقت‌ها به درد می‌خورد.»(۴۶)= درگیرشدن نمایندگان دین در امور سیاسی ـ محتمل در ایران اسلامی.

۱۴. بروز خشم سید و زنش و مشاجرات لفظی و دعواهای زن و شوهری= تلقی غافلانه از دین(کظم غیظی صورت نمی‌گیرد.)

۱۵. سید و مطرح کردن «نانای‌نای‌کردن» به زنش(۴۷/۳۰)= همراهی و همرنگ‌شدن نماینده دین با افراد و جامعه(در این فیلم با خواست بچه‌هایش و همسرش مبنی بر رقصیدن) عرفی‌شدن فرد ـ فرد

۱۶. رفتن به پیتزا خوری با بچه‌ها در مکانی که ـ ترانه پخش می‌شود و زنان و دخترانی که رعایت کمتری از لحاظ پوشش دارند در آنجا حضور دارند ـ در شأن نماینده دین نمی‌تواند باشد (به اصطلاح فقهی خلاف مروّت برای طلبه) پس از دریافت پول پیش‌فروش فرش(۶/۲۰)= تغییر نگرش و رفتار

جمع‌بندی از فیلم و مقایسه با مباحث عرفی‌شدن

جمع‌بندی و تطبیق فرایند عرفی شدن‌ها در فیلم «طلاومس»	عرفی‌شدن‌هایی که فیلم بیان‌گر و نشان‌دهنده است.	عرفی‌شدن فرد[1]	تحولات بینشی[2]	توصیه همسر طلبه به مثل طلبه تهرانی شدن	حسرت‌داشتن همسر پولدار
			تغییر نگرش[3]	پس تکلیف ما چی می‌شه؟ پس از فلج‌شدن همسر طلبه	حضور خانوادگی در رستوران فضای باز و پیتزافروشی همراه با پخش موسیقی
			تغیر رفتار: کاهلی	کنارآمدن و گوش‌کردن به ترانه ترکیه‌ای و نانای‌نای‌کردن برای بچه‌ها	
		عرفی‌شدن جامعه (تغییر مناسبات دین در اجتماع)	عرفی‌شدن نهادی	حاج آقا! لباستان به درد می‌خورد همیشه بپوشید	تلقی یک فرد معمولی به مانند همه افراد دیگر از طلبه و روحانیت

۱. منعطف شدن توجه از ماوراء به این جهان، به مقتضیات و به «اینجا و اکنون»(شجاعی‌زند، ۱۳: ۱۱۷)

۲. متوسل شدن به عقل ابزاری، تکثرگرایی فرهنگی، تمایزیابی ساختی

۳. از ارزش‌مداری به فایده‌گرایی، از نوع‌دوستی به خودخواهی، دم غنیمت شمردن.

			عرفی‌شدن فرهنگی[1]		گوش‌نکردن فرزندان به خواست پدروبه‌جای آن، میخکوب‌شدن دربرابر تلویزیون
			عرفی‌شدن منزلت‌ها[2]		درخواست دختراز پدربرای نپوشیدن لباس طلبگی هنگاهی‌که اورا به مدرسه می‌رساند.
		عرفی‌شدن روابط اجتماعی	تماس‌های بدنی پزشک مرد با پرستارزن	شوخی‌های پرستارزن با طلبه سید	آمدن پرستاربه منزل طلبه در حالی‌که در خانه تنهاست.
		عرفی‌شدن دین (متدین، نماینده دین)	عدم کظم‌غیظ طلبه در دعوای با زنش وابراز عصبانیت‌هایش		کتاب اخلاق، اون بالابالاهاست. این پایین دنبالش نگرد.
	موارد‌ی که خود فیلم و حاصل از فیلم به فرایند عرفی‌شدن سوق می‌دهد.	تقدس‌زدایی از روحانیت: صنفی بمانند همه اصناف جامعه هستند.(فرقی با دیگرافراد جامعه ندارند)			
		معنویت‌های غیردینی هم می‌توان آرامش‌بخش وعِدل عرفان دینی قرارگیرد.			
		روحانی‌ای مورد پسند است که با همه وهمه چیزکناربیاید وهم‌نوا وهم‌رنگ شود نه سخت‌گیر			

نتیجه‌گیری

به جهت اقتضای عالم ناسوت وجهان مادی، «معانی عالیه» درهنگام تنزّل ازعالم غیب به عالم شهادت وبه ساحت محسوس، با فرایندی از«تقلیل معقول ومعنا» جهت ملائم‌شدن با اقتضای طبیعت انسانی، مواجه می‌شود. این فرایند درابتدا لابدّمنه به نظر می‌رسد؛ اما درصورتیکه نوع تلقی ونگرش انسان به عالم معنا ودین درجهت انطباق دادن وملائم‌کردن عالم معنا با خواسته‌ها ومطالبات مادی خود باشد؛ دراین صورت این نوع تلقی ازدین ومعنا، «تلقی‌عرفی ازمعنا ودین» است.

تجسّدگرایی، لذّت‌گرایی هنرمسیحی درراستای عرفی‌شدن دین ومعنا، و تمثّل‌گرایی هنراسلامی درراستای تجلّی ورفع ستراز‌حقایق وصعود به عالم مثال و معناست. مناسب‌ترین شیوه پرداخت هنری به مفاهیم عالیه دینی درهنراسلامی استفاده از«مثل وتمثّل» وبه اصطلاح ادبیات سینمایی، سبک «سمبّلیسم» و «نمادگرایی» است.

۱. سلب مرجعیت دینی درمشروعیت‌دهی به سازمان بشری، کاهش سهم دین درشکل‌دهی به فرهنگ جامعه، کاهش نظام ارزشی دینی درنظام ارزشی جامعه

۲. افول موقعیت وجایگاه دین واجزای مرتبط با آن

ماهیت عکس، تصویر و فیلم به نوبه خود به جهت ترکیب‌ها و مولفه‌هایی که حاصل از نقطه، خط، اَشکال هندسی، رنگ و... دارد؛ موجب گشایش و انبعاثِ سیستم عصبی نگرنده و تماشاگر می‌شود؛ کاری که از خیره‌شدن صِرف به متن و یا شنیدن صِرف، حاصل نمی‌شود.

تلویزیون و سینما به مثابه «توسن تربیت شده در غرب» حاصل مدرنیته و فلسفه غربی و رهاورد تغییر و تحول در مبانی فلسفی غرب بوده و به‌عنوان کلی از وحدت فرهنگی غرب قلمداد می‌شود که قابل تفکیک از مبادی فلسفی آن نیست. لذا هم‌چنان‌که در همان فرهنگ در راستای عرفی‌شدن جامعه عمل کرده است؛ کشورهای واردکننده این تکنولوژی نیز چون بدون توجه به این مبانی به استفاده از آن همت می‌گمارند و با توجه به اینکه «رسانه خود، پیام است.» خواسته و ناخواسته (یا نادانسته) در خدمت عرفی‌سازی جامعه به کار گرفته می‌شود.

موعودگرایی و مهدویت از مهم‌ترین آموزه‌های دین مبین اسلام به ویژه تشیع است با توجه به ذات و ماهیت «آینده» و تلقی غیب‌انگاری آن، کشاندن و رساندن مفاهیم و آموزه‌های موعودگرایی و مهدویت در بطن و من رسانه‌های ارتباط جمعی به مثل سینما، نیازبه مراقبت، اعمال حساسیت و استفاده هنرمندانه و متعهدانه از این ابزار دارد.

ضمن اذعان به برخی از کارکردهای مثبت سینما به‌ویژه در بحث «فرهنگ‌پذیری و جامعه‌پذیری» سایر کارکردهای پنهان آن از قبیل موارد ذیل در خدمت «عرفی‌شدن و عرفی‌سازی جامعه» قرار می‌گیرد:

ـ خاصیت سکولار تصویر و همراه‌شدن آن با قابلیت سرگرمی و تفریح که همراه با تقلیل معانی و مفاهیم است

ـ مرجعیت و قهرمان‌سازی از ورزشکاران و هنرمندان و برجسته‌سازی این مرجع‌های عرفی در برابر مرجعیت‌های دینی

ـ غلبه سرگرمی و محاق مفاهیم دینی و ایجاد نوعی غفلت و فراموشی به جای «تِذکار» مدّنظر دین

ـ تقلیل‌گرایی به جهت تلاش در راستای تأمین خواسته‌های مختلف و متنوع مخاطبان

ـ ترویج تجمل‌گرایی، مصرف‌گرایی، لذت جویی در برابر «اقتصاد»، «اعتدال» و «تمتّع

مشروط» مدنظر دین

ـ تشدید فردگرایی به جهت امکان استفاده و یا بهره‌مندی از آن در تنهایی برعکس مراسم، مناسک و آئین‌های دینی و مذهبی

ـ محدویت ساختاری، فرهنگی و ارزشی در کشورهای اسلامی در تولید برخی از صحنه‌ها و روی آوردن به «تأمین برنامه از خارج» و به دنبال آن قُبح‌شکنی بسیاری از ضد ارزش‌های که در فرهنگ اسلامی وجود دارد (عرقی‌شدن در روابط و مناسبات اجتماعی).

اکنون با مرور مجدد سوال اصلی این پژوهش مبنی بر اینکه آیا رسانه تصویری (عکس، تلویزیون، سینما) می‌تواند یکی از عوامل و مسیرهای عرفی‌شدن ایران باشد؟ و آیا در فیلم سینمایی «طلا و مس» دال‌های مبنی بر عرفی‌شدن جامعه ایران نمی‌توان یافت؟ به پاسخ‌های نهایی ذیل می‌رسیم:

سینما و تلویزیون با خاستگاه و ماهیت سکولار بدون توجه به مبانی، خاستگاه، اقتضائات و کارکردهای پنهان آن، وارد ایران شده و مورد استفاده قرار می‌گیرد. **سینما در ایران به نظر می‌رسد نه تنها نتوانسته است به عنوان هنر موعودگرا ظاهر شود؛** بلکه رگه‌هایی از عرفی‌شدن فرد، جامعه و آموزه‌های دینی را در ایران تمهید می‌کند و اگر بازبینی‌ای اساسی در استفاده اصولی و متناسب با فرهنگ ایرانی اسلامی در آن صورت نگیرد؛ فرایند عرفی‌شدن را تشدید خواهد کرد.

سینمای فعلی ایران در مقایسه با تلویزیون به جهت اینکه اهمیت کمتری از طرف مدیران فرهنگی و سیاستگزاران به آن داده می‌شود یا نسبت بدان غفلت صورت می‌گیرد؛ و نیز به جهت ظرفیت‌های بالقوه و بالفعلی که در آن نهفته است نه تنها نتوانسته است «جامعه منتظران» و «جامعه موعود مهدوی» را تصویر کند و وسیله‌ای باشد که در راستای زمینه‌سازی ظهور حرکت کند؛ بلکه از عوامل اصلی عرفی‌شدن فرد و جامعه در ایران بوده است.

سبک و روش پیشنهادی این پژوهش برای پرداختن به موعودگرایی و مهدویت، علاوه بر توصیه بر استفاده مستقیم از آموزه‌های مهدویت از قبیل بیان وظایف و ویژگی‌های عینی «جامعه منتظران»، استفاده از روش‌های «نمادگرایی» یا «سمبلیسم» در سینما و تلویزیون و... است.

منابع

- آوینی، سیدمرتضی(۱۳۷۷). «آینه جادو؛ نقدهای سینمایی»(ج.۲) تهران: نشرساقی، چاپ دوم.
- ابوعلی‌سینا(۱۳۸۴). ***«الاشارات والتنبیهات مع شرح خواجه‌نصیرالدین‌الطوسی والمحاکات لقطب الدین الرازی»*** تحقیق: کریم فیضی. قم: مطبوعات دینی.
- احمدی، ظهیر(۱۳۹۰). ***«رصد فرهنگی و بررسی آسیب‌شناختی معنویت‌ها و عرفان‌های نوظهور»*** تهران: مرکز تحقیقات دانشگاه امام صادق علیه‌السلام و مرکز مطالعات فرهنگی شهر تهران.
- اینگلیس، فرد(۱۳۷۷). «***نظریه رسانه‌ها***» ترجمه محمود حقیقت کاشانی، تهران: مرکز تحقیقات صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران.
- باتومور، تام(۱۳۸۰). «***مکتب فرانکفورت***» ترجمه حسین‌علی نوذری، تهران : نشرنی.
- بار، رمون(۱۳۷۵). «***اقتصاد سیاسی***» ترجمه: منوچهر فرهنگ (ج.۱) تهران: انتشارات سروش.
- بازن، آندره (۱۳۷۶). ***«سینما چیست؟»*** (ج.۱) ترجمه: محمد شهبا. تهران: بنیاد سینمایی فارابی.
- تامپسون، جان بی(۱۳۷۹). «***رسانه‌ها و نوگرایی***» ترجمه علی ایثاری کسمایی، تهران: انتشارات موسسه ایران.
- تیودور، اندرو(۱۳۷۵). ***«تئوری‌های سینما»*** ترجمه: رحیم قاسمیان. تهران: سروش.
- جئورگی، کپس(۱۳۷۵). ***«زبان تصویر»*** ترجمه: فیروزه مهاجر، تهران: سروش.
- جمعی از پژوهشگران(۱۳۸۸). «مجموعه مقالات دومین هم‌اندیشی سراسری رسانه تلویزیون و سکولاریسم، قم-۱۳۸۷». قم: مرکز پژوهش‌های اسلامی صداوسیما و دفتر عقل.
- جوادی آملی (۱۳۸۸). ***«قرآن در قرآن؛ تفسیر موضوعی قرآن کریم»*** قم: إسراء، چاپ هشتم.
- جوادی یگانه، محمدرضا(۱۳۸۶). ***«دین و رسانه»***(مجموعه مقالات اولین همایش بین‌المللی دین و رسانه، تهران: آبان۱۳۸۴) تهران: دفتر پژوهش‌های رادیو.
- حسینی، سید حسن(۱۳۸۸). ***«زیبایی شناسی و فلسفه رسانه»*** تهران: مهرنیوشا و دانشکده صداوسیما.
- داندین، دونیس(۱۳۸۵). ***«مبادی سوادبصری»*** ترجمه: مسعود سپهر، تهران: سروش،

چاپ چهاردهم.
- راجرز، إورت(۱۳۸۶). «*تاریخ تحلیلی علم ارتباطات؛ رویکردی شرح حال انگارانه*» ترجمه: غلامرضا آذری، تهران: دانژه.
- ریخته‌گران، محمدرضا(۱۳۸۰). «*هنر، زیبایی، تفکر، وتأملی درمبانی نظری هنر*» تهران: نشر ساقی.
- سوامی، آنداناکوماراسوامی(۱۳۸۶). «*فلسفه هنرمسیحی وشرقی*» ترجمه وشرح: امیرحسین ذکرکو. تهران: فرهنگستان هنر.
- سودین ورنر؛ تانکارد جیمز(۱۳۸۱). «*نظریه‌های ارتباطات*» تهران: دانشگاه تهران.
- شبستری، شیخ محمود(۱۳۶۱). «*گلشن راز*» به اهتمام: صابرکرمانی. تهران: طهوری.
- شجاعی‌زند، علیرضا(۱۳۸۰). «*دین، جامعه وعرفی شدن؛ جستارهایی درجامعه شناسی دین*» تهران: نشرمرکز.
- ـــــــــــ (۱۳۸۱). «*عرفی‌شدن درتجربه مسیحی واسلامی*». تهران: انتشارات باز.
- ـــــــــــ(۱۳۸۵). «*مسرهای محتمل در«عرفی شدن» ایران*». (مجله جامعه‌شناسی ایران، د. هفتم، ش.۱) بهار.
- ـــــــــــ (۱۳۸۸). «*جامعه شناسی دین(ج.۱) درباره موضوع*» تهران: نشرنی.
- ـــــــــــ (بی‌تا).«اثرنگرش‌های متفاوت ادیان به دنیا برزندگی اجتماعی پیروان».
- شرام، ویلبر(۱۳۸۱). «*زندگی واندیشه پیشتازان علم ارتباطات*» ترجمه: غلامرضا آذری/ زهرا آذری، تهران: خدمات فرهنگی رسا.
- شوشتری، قاضی سید نورالله حسینی(۱۳۳۶). «*احقاق الحق وازهاق الباطل*»(ج.۱) قم: لجنة التحقیق احقاق الحق.
- طباطبائی، سیدمحمدحسین(۱۳۷۴). «*اصول فلسفه وروش رئالیسم*» شرح وتوضیح: مرتضی مطهری(ج.۳) تهران: صدرا، چاپ هشتم.
- فهیمی‌فر، اصغر(۱۳۸۸). «*حکمت رسانه‌های مدرن*» تهران: مارلیک.
- کانرتون پل(۱۳۸۵). «*جامعه‌شناسی انتقادی*»مترجم: حسن چاوشیان، تهران: اختران.
- کِلن، ویلیام. ودیگران(۱۳۸۰).«*کتاب مقدس؛کتب عهد عتیق وعهد جدید*» ترجمه: فاضل خان همدانی. تهران: اساطیر.
- کربن، هانری. *ودیگران (۱۳۷۶)*. «*مبانی هنرمعنوی؛ مجموعه مقالات*» زیرنظرعلی تاجدینی. تهران: حوزه هنری.

- ـــــــــــ (۱۳۸۷). *«ابن سینا و تمثیل عرفانی»* ترجمه: انشاالله رحمتی، تهران: نشر جامی و حوزه هنری.
- کوری، گریگوری (۱۳۸۸). *«تصویر و ذهن؛ فیلم، فلسفه و علوم شناختی»* ترجمه: محمد شهبا. تهران: مهر نیوشا.
- مددپور، محمد (۱۳۷۷). *«حکمت معنوی و ساحت هنر؛ تأملاتی در زمینه سیر هنر در ادوار تاریخی»*. تهران: حوزه هنری.
- ـــــــــــ (۱۳۸۵). *«حقیقت و هنر دینی؛ نظری به مبانی نظری هنر، شعر، ادبیات و هنرهای تجسمی دینی»*. تهران: سوره.
- معتمد نژاد، کاظم (۱۳۷۱). *«مطالعات انتقادی در ارتباطات»* فصلنامه رسانه (سال سوم، شماره۱) بهار.
- ـــــــــــ (۱۳۷۵). *«نظریه‌های سلطه ارتباطی جهانی»* فصلنامه رسانه (سال هفتم، شماره ۲) تابستان.
- ـــــــــــ (۱۳۸۳). *«چالش‌ها و چشم اندازهای مطالعات انتقادی در ارتباطات»* فصلنامه رسانه (سال پانزدهم، شماره۱) بهار.
- مک کوئیل، دنیس (۱۳۸۲). *«درآمدی بر نظریه‌های ارتباطات جمعی»* ترجمه: پرویز اجلائی. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- مک لوهان، هربرت مارشال (۱۳۷۷). *«برای درک رسانه‌ها»* ترجمه: سعید آذری. تهران: مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای صداوسیما.
- مهجور، علی (۱۳۸۹). *«فرایند عرفی شدن روحانیت»* (مجله فیلم نگار، شماره ۹۳).
- هوور، استوارت (۱۳۸۸). *«دین در عصر رسانه»* ترجمه: علی عامری مهابادی (و دیگران). تهران: مرکز پژوهش‌های اسلامی صداوسیما و خانه هنر و اندیشه.
- اسعدیان، همایون (۱۳۸۷). فیلم سینمایی *«طلا و مس»* تهیه کننده: منوچهر محمدی. ایران.