

جایگاه دین در سینمای دینی پس از انقلاب

محسن گودرزی



نقد فرهنگ

۱۳۹۸

سرشناسه	گودرزی، محسن، ۱۳۶۳ -
عنوان و نام پدیدآور	جایگاه دین در سینمای دینی پس از انقلاب / محسن گودرزی.
مشخصات نشر	تهران: نقد فرهنگ، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	۲۲۴ ص.
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۸۴۰۵-۸۹-۴
وضعیت فهرست‌نویسی	فیفا
موضوع	سینما -- ایران -- تاریخ -- ۱۳۵۷ -
رده‌بندی کنگ	۱۳۹۷ گ۹/د۹/۹/۱۹۹۵ PN
رده‌بندی دیویر	۷۹۱/۴۳۶۸۲
شماره کتابشناسی	۵۴۹۷۱۰۰



نقد فرهنگ

نشانی: پردیس، میدان عدالت، خ فروردین جنوبی، خ سیدی، مجتمع قائم، ۱، بلوک A2، واحد ۲۰۳
تلفن: ۷۶۲۷۶۷۴۸ مراکز پخش: ۰۲۱-۶۴۶۰۰۹۹، ۰۲۱-۶۶۹۶۷۰۰، ۰۲۱-۶۶۴۸۶۵۳۵

نام کتاب: جایگاه دین در سینمای دینی پس از انقلاب

نویسنده: محسن گودرزی

نوبت چاپ: اول

سال انتشار: ۱۳۹۸

تیراژ: ۱۱۰۰

قیمت: ۲۸۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۴۰۵-۸۹-۴

کلیه حقوق محفوظ و مخصوص انتشارات نقد فرهنگ است.

فهرست مطالب

۷	مقدمه
	فصل اول: کلیات
۱۳	سینما
۱۵	روایت
۲۴	نشا
۳۱	دین و مذهب
۴۰	اسلام و تشیع
۴۷	اجزای رسانه
	فصل دوم: رسانه و دین
۵۳	کنش مقابل رسانه دین
۵۸	دین رسانه‌ای شد
۷۰	بازنمایی رسانه‌ای دین
۷۴	سینمای دینی و مذهبی
	فصل سوم: ایران و سینمای دین
۸۳	نگاهی به ایران پس از انقلاب
۹۰	سینمای دینی پس از انقلاب
۹۴	سیاست‌ها و ضوابط سینمای دینی در کشور
	فصل چهارم: روش‌شناسی
۱۱۶	روایت‌شناسی
۱۲۴	تحلیل محتوای کیفی با رویکرد نشانه‌شناسی
۱۲۸	فیلم‌های بررسی شده
۱۳۱	واحد تحلیل
۱۳۱	تعریف مفاهیم
	فصل پنجم: بازنمایی دین در سینمای دینی پس از انقلاب
۱۳۷	شباهت میان دهه‌های مختلف
۱۳۹	تفاوت میان دهه‌های مختلف
۱۴۶	نتیجه‌گیری
	فصل ششم: مدل مطلوب سینمای اسلامی و شیعی
۱۷۵	منابع
۱۸۵	ضمیمه: تحلیل فیلم شیار ۱۴۳ (نرگس آبیار/ ۱۳۹۲)

مقدمه

دین از اساسی‌ترین بنیان‌های جوامع بشری در طول تاریخ بوده است. این مقوله خصوصاً در جوامع شرقی و در حال توسعه به علت بافت سنتی‌شان از اهمیت بیشتری برخوردار است. در ایران نیز چه در زمان‌های گذشته و پیش از اسلام که پرستش نمادین رایج بوده و به پیش از ورود اسلام، پرستش، دین و مذهب مسائلی حیاتی به‌شمار می‌رفته و در طول تاریخ این سرزمین محل بحث همه، از عموم مردم تا اندیشمندان و صاحب‌نظران بوده است. بعد از وقوع انقلاب اسلامی در سال ۵۷ و به علت ماهیت دینی و ارزشی آن سه دهه دین و دین‌داری اهمیت فراوانی یافته است تا جایی که بسیاری از مناسبات، اقتصاد، فرهنگی، سیاسی و اجتماعی در نسبت با آن تعریف و تحلیل می‌شود.

در این میان، رسانه‌ها نقش برجسته‌ای برای انتشار دین، ارزش‌های دینی و الگوهای دین‌مداری دارند؛ این موضوع ذیل کارکرد آگاهی‌بخش رسانه‌ها تعریف می‌شود. انتشار دین در رسانه‌ها تا آنجا پیش رفته است که به اعتقاد بسیاری، دوران رسانه‌بی‌دین در کشورمان به پایان رسیده است. از نظر این محققان امروزه در ایران و کشورهای دیگر، شاهد پیدایش رسانه‌های دینی هستیم و در يك کلام امکان حضور دین در وسایل ارتباط جمعی نه تنها محقق و پشتیبان مطالعات نظری علوم اجتماعی شده است، بلکه به مرور به صورت ضرورتی ارتباطی، خود را نشان داده

است. (نک: باهنر، ۱۳۸۵: صص ۷-۲۳) این موضوع تا آنجا اهمیت پیدا کرده است که امروزه یکی از اهداف و کارکردهای اصلی اقتصاد رسانه‌ای را سرعت گرفتن فرایند تلفیق دین و سرگرمی می‌دانند. بر اساس این دیدگاه رسانه‌های دینی کالا محسوب می‌شوند و توأمان، محل کسب تجربه‌های دینی و منبع کسب سود به‌شمار می‌روند. این پیشرفت را باید نتیجه برخی چرخش‌های فرهنگی دانست؛ ظاهر دین شخصی و گرایش به سمت عبادت خانگی و اماکن عبادی غیرنهادی، مدنی و غیررسمی از جمله این چرخش‌هاست. (نک: استوت، ۱۳۹۳: ص ۱۷۸)

رسانه‌های شیوه‌های گوناگون در راستای انتشار مضامین دینی و سبک‌های مختلف دین‌داری در جامعه ایرانی قدم برمی‌دارند. برخی از این رسانه‌ها از اقبال عمومی بیشتر و بعضی دیگر از توجه کمتری برخوردار هستند. به اعتقاد بسیاری از پژوهشگران مدیوم (رسانه)، سینما امروزه از تاثیرگذارترین رسانه‌ها، نه تنها در جهان، بلکه در ایران امروز است. (نک: احمدی، ۱۳۸۰: ص ۱۴) اگرچه آمار دقیقی از میزان مخاطبان سینما در کشورمان وجود ندارد، ولی گزارش‌های گوناگون حکایت از استقبال خوب از محتوای مختلف خصوصاً طبقه متوسط از سینما و فیلم‌های سینمایی دارد. (نک: آمار منتشر شده در سایت سازمان سینمایی) این در حالی است که فیلم‌ها پس از اکران، معمولاً از سه نمایش خانگی و اینترنت سر درمی‌آورند و طیف بسیار گسترده‌تری از مخاطبان را در برمی‌گیرند. بنابراین نقش سینما در ترویج دین و دین‌داری در جامعه امروز ایران با توجه به قابلیت‌های بصری و طیف گسترده و مشتاق مخاطبانش بسیار حائز اهمیت است.

نسبت دین و سینما، نسبتی مشخص و اثبات‌پذیر است. از یک طرف، سینمای داستانی یا مجموعه‌های داستانی تلویزیونی بر روایت متکی هستند و صرف دیگر نصوص دینی از گذشته تا به امروز روایت‌محور بوده‌اند. همین موضوع، وجه مشترک فیلم‌های داستانی و دین است؛ دین نیز در گذشته برای ارتباط با مخاطبانش از داستان بهره می‌برده است. عهدین و قرآن مجید مملو از داستان‌های اولیاء و پیامبران هستند. بسیاری از احادیث شیعه نیز شکل روایی دارند. حتی حکایات عرفای دینی نیز داستانی و روایی هستند. بنابراین قالب جاری و عمده دین برای ارتباط با توده مردم داستان‌گویی بوده است. از سوی دیگر فیلم‌های

داستان‌گو پرطرفدارترین بخش صنعت فیلم‌سازی بوده‌اند و به همین علت، روایات دینی به راحتی در ظرف فیلم ریخته می‌شوند. این سنت داستان‌گویی آن‌چنان ریشه‌دار است که دین‌داران و نهادهای دینی با علاقه و توجه به صنعت فیلم‌سازی رو کرده‌اند و بدون هیچ مشکلی از سوی جزم‌اندیشان، روایاتی فیلمیک از دین عرضه می‌کنند. به همین ترتیب عموم دین‌داران، سینما را وسیله‌ای جذاب و موفق برای تبلیغ و طرح ایده‌های خویش تلقی کرده‌اند. (نک: محمدی، ۱۳۸۰: صص ۲۷۰-۲۷۱)

پس از انقلاب اسلامی ایران و طبق اصول اول و دوم قانون اساسی که ایران را دارای حکومت جمهوری اسلامی و مبتنی بر حکومت حق و عدل قرآن و نقش امامت و اجری می‌داند (نک: قانون اساسی ج. ۱، ۱۳۹۱: ص ۲۵) معرفی کرده است، مسئولان نهادهای تولیدکنندگان مختلف به دنبال پرداختن به مقوله دین، مسائل و ارزش‌های دینی بوده‌اند. در مقاطع مختلف پس از انقلاب و متناسب با نگاه‌های سیاسی حاکم، سیاست‌های ترویجی و تبلیغی در خصوص مسائل دینی دستخوش تغییر شده است. در این میان اما استفاده از ابزارهای رسانه‌ای مختلف خصوصاً سینما و تلفیق آن با ترویج سرگرمی‌ها و تفریح بسیار جذاب برای بسط و ترویج اندیشه‌ها، گفتمان‌ها و ارزش‌های دینی داشته است. این حوزه آن‌چنان پیش رفته است که حتی گونه‌های رسانه‌ای تحت عنوان سینمای دینی در میان صاحب‌نظران مطرح شده است. سینمای دینی نوعی خاص از سینماست که از طریق آن ارزش‌های دینی و الگوهای دین‌داری به مخاطبان عرضه می‌شود. چگونگی استفاده از قابلیت‌های سینمایی برای ترویج سیاست و اصولی دین جهت رسیدن به تأثیر مطلوب و حداکثری از جمله دغدغه‌های پیشگامان فیلم‌سازان، سینماگران و صاحب‌نظران این گونه سینمایی بوده است.

با برجسته شدن گونه‌های رسانه‌ای نظیر سینمای دینی، مفاهیمی دیگری نظیر دین رسانه‌ای شده نیز مطرح شده است. دین رسانه‌ای شده بیانگر تغییر ماهیت و محتوای دین است که از سوی رسانه‌ها و متناسب با اقتضانات و چارچوب‌های آن‌ها به مخاطبان عرضه می‌شود؛ در واقع دین در فرایند رسانه‌ای شدن متحول می‌شود و از ماهیت حقیقی خود فاصله می‌گیرد. دین رسانه‌ای شده در مقابل دین

نهادی یا سازمان یافته قرار می گیرد. منظور از دین نهادی، دین منطبق بر کتاب مقدس است که از سوی جریان های قدرت ترویج می شود. چنین جریان های قدرتی غالباً برای تولید گونه سینمای دینی به این ابزار متوسل می شوند و سعی در ترویج دین و دین داری در جامعه دارند. مفاهیم رسانه دینی و دین رسانه ای شده را می توان ذیل ایده و چارچوب نظری بازنمایی رسانه ای دین تبیین و ارزیابی کرد.

این کتاب با توجه به مسائل طرح شده در بالا و با در نظر داشتن نقش برجسته رسانه ها، اهمیت ترویج دین و دین داری در جامعه ایرانی پس از انقلاب، دغدغه مبلغان و نهادهای مسئول در خصوص دین داری جامعه، رویکرد آن ها در استفاده از مدیوم سینما، نیز پذیری دین سینمایی شده از بافت اجتماعی و تاثیرگذاری بر آن و تضادهای موجود آن، به میان دین نهادی و دین رسانه ای شده، به دنبال درک صحیح از نحوه بازسازی دین در سینمای پس از انقلاب است. بنابراین یکی از مسائل این کتاب حصول شناخت کامل از مقولات گوناگون دین در سینمای پس از انقلاب و نحوه بازنمایی آن مقولات است؛ موضوعی که تاکنون در پژوهشی جامع به آن پرداخته نشده است. رستم، موحیدی و حیدری، ۱۳۹۰؛ راوداد، سلیمانی، ۱۳۹۰ و مرشدی زاده، کشاورزی شکر و زمانی، ۱۳۹۱) این کتاب با اتخاذ رویکردی اکتشافی برای اولین بار درباره بازسازی دین در سینمای دهه های مختلف پس از انقلاب تدوین شده است.

باید توجه داشت که رسیدن به شناخت دقیق درباره بازسازی دین در سینما، بدون در نظر داشتن زمینه های اجتماعی و الزامات دین رسانه ای شده عملاً راه به جایی نمی برد. بنابراین رابطه مقولات مختلف دین در سینمای دینی پس از انقلاب با بافت اجتماعی و دین رسانه ای (سینمایی) شده از دیگر مسائل این کتاب است. بدیهی است رسیدن به درک و تبیین دقیق و جامع نیازمند اتخاذ رویکرد روش شناسی منحصر به فرد است. از این رو ارائه رهیافتی عملی و جدید از الگوی روش شناسی تلفیقی و رویکردی سیستماتیک و فرایندی در تحلیل فیلم پیش گرفته شده است. همچنین مدلی مفهومی از سینمای دینی و مذهبی ارائه و سعی می شود در آن صرفاً به الگوهای سینمایی پرداخته نشود و جامعیت نظری و عملی نیز مدنظر قرار گیرد.

مدل مطلوب، طرح جامع، دقیق و ساده از موضوع یا پدیده‌ای مشخص با هدف شناسایی ابعاد مختلف، ساده‌سازی و فهم بهتر آن موضوع یا پدیده است. مدل‌های مربوط به مسائل اجتماعی برای شرح، توضیح و پیش‌بینی پدیده‌های اجتماعی به کار می‌رود (نک: هاوس، ۱۹۷۵: صص ۹-۱۰) و به‌طور کلی شامل فیزیکی، ذهنی^۱ و نمادین^۲ هستند. مدل‌های ذهنی یا مفهومی بیشترین کاربرد را در توصیف و تشریح پدیده‌ها و مسائل اجتماعی دارند. (نک: هسیو و کلیور، ۱۹۸۲: ص ۱۲) مطلوبیت مدل را از یک طرف جامعیت و از طرف دیگر نفوذ، نتایج و کاربردی آن (به‌علت استفاده از نظرات و دیدگاه‌های مشخص افراد و سازمان‌های صاحب‌نفوذ) می‌سازد. مدل مطلوب مورد نظر این کتاب صرفاً نباید دربرآورد عناصر سینماتیک (نشانه و روایت) و دینی باشد، بلکه لزوم دقت نظر به سایر لوازم، ضوابط، شیوه‌ها، ابعاد و اشیاء شکل‌گیری سینمای دینی و مذهبی نیز وجود دارد. با اعتراف به دانش محدودیت و نقصان در ارائه چنین مدلی، سعی دارم تا زمینه‌ای مناسب برای تدوین و تدقیق مدل مطلوب سینمای اسلامی و شیعی فراهم کنم. مدلی معرفت‌شناختی که حداقل به یقین نقش آگاهی‌بخشی به فعالان، فیلم‌سازان و سیاست‌گذاران این حوزه هست می‌گردد. مطلوبیت مورد اشاره در آن نیز از ترجیحات و دیدگاه‌های سیاست‌گذاران گرد و کلان فعال در عرصه سینما به‌طور کلی و سینمای دینی به‌طور خاص حاصل می‌شود. درواقع دیدگاه‌های مطلوب این نهادها و اشخاص است که سینمای مطلوب دینی و مذهبی را رقم می‌زند.

ارائه این مدل از اهمیت فراوانی برخوردار است، چراکه تبلیغ و ترویج دین و دین‌داری می‌تواند با کج‌اندیشی از سوی مخاطبان همراه شود و زمینه انحراف در بینش دینی را فراهم سازد. مدل مطلوب به کمک صاحب‌نظران و فهم‌سازان خواهد آمد و اصول، معیارها و ضوابط روایی و نشانه‌شناسی را برای تولید پدیده‌های دینی و مذهبی به سینماگران گوشزد می‌کند. در این مسیر صرفاً فیلم‌سازان بهره نمی‌برند و سیاست‌گذاران نیز با اصول و ضوابط نهادی در عرصه سینمای دینی و مذهبی آشنا

1. physical

2. mental

3. symbolic

می‌شوند و قادر به تعیین و تغییر اولویت‌های سازمانی خود خواهند بود. آشنایی با این مدل برای ساخت سینمای دینی و مذهبی به ترویج دقیق‌تر دین و مذهب در جامعه کمک می‌کند؛ محسنات اثرگذاری اجتماعی سینمای دینی و مذهبی در بلندمدت بر کسی پوشیده نیست. به‌طور کلی جامعه‌ای مذهبی، دین‌مدار و اخلاق‌گرا، جامعه‌ای پویا و متکامل در عرصه‌های مختلف اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی خواهد بود.

محسن گودرزی

تابستان ۱۳۹۷

ایمیل:

mohsengoudarzi1985@gmail.com