

Media Rituals from the Perspective of Islamic Teachings

Sayyid Husayn Sharaf al-Din  / Professor, Department of Sociology, Imam Khomeini Educational and Research Institute

Received: 2025/08/26 - Accepted: 2025/11/03

sharaf@iki.ac.ir

Abstract

The ritual, behavioral, and performative dimension of religion is termed *manāsik* (rites/rituals). Rituals represent the objective embodiment and symbolic manifestation of beliefs, values, attitudes, and devotional orientations in the guise of concrete behaviors. In other words, rituals constitute a part of the practical wisdom of religion, which, as a rule, is founded upon theoretical wisdom and metaphysical foundations and assumptions. Through the performance of rituals, believers express the degree of their doctrinal and faith-based commitment, thereby providing the ground for the continuous acquisition of devotional experiences. Among the functions of mass media, particularly religious media or media active in the sphere of religious media, are the propagation, promotion, interpretation, representation, reformation, and modification of religious rituals—both primary and secondary—and, in some cases, the creation of new rituals commensurate with the needs and exigencies of the public sphere. Adopting a normative approach, this article aims to codify and prescribe the requirements and preferences of the national media in its engagement with religious rituals, with reference to general criteria derived from religious texts. Its method consists of content analysis of transmitted and prescriptive propositions, and the derivation of their explicit and implicit implications.

Keywords: Media, religion, rituals, symbols/sacraments, action, sacred.

نوع مقاله: مروری

مناسک رسانه‌ای از منظر آموزه‌های اسلامی

sharaf@iki.ac.ir

سیدحسین شرف‌الدین  / استاد گروه جامعه‌شناسی مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی *

پذیرش: ۱۴۰۴/۰۸/۱۲

دریافت: ۱۴۰۴/۰۶/۰۴

چکیده

بخش آیینی، رفتاری و نمایشی دین را مناسک می‌گویند. مناسک تبلور عینی و جلوه نمودن بینش‌ها، ارزش‌ها، نگرش‌ها و گرایش‌های مؤمنانه در کسوت رفتارهای عینی است. به بیان دیگر، مناسک، بخشی از حکمت عملی دین است که علی‌القاعده بر حکمت نظری و مبانی و مفروضات متافیزیکی مبتنی است. مؤمنان با ادای مناسک، میزان تعهدمندی اعتقادی و ایمانی خود را ابراز کرده و بدین وسیله، زمینه را برای کسب تجربه‌های مؤمنانه به صورت پیاپی فراهم می‌آورند. از جمله کارکردهای رسانه‌های جمعی، به‌ویژه رسانه‌های دینی یا رسانه‌های فعال در عرصه دین رسانه‌ای، تبلیغ، ترویج، تفسیر، بازنمایی، اصلاح و تغییر مناسک دینی اعم از اولی و ثانوی و در مواردی خلق مناسک جدید متناسب با نیازها و اقتضائات در فضای عمومی است. این نوشتار درصدد است تا با رویکردی هنجاری، الزامات و ترجیحات رسانه ملی در نحوه مواجهه با مناسک دینی را با مرجعیت معیارهای عام برگرفته از متون دینی، تدوین و تشریح کند. روش آن، تحلیل محتوای گزاره‌های اخباری و تجویزی گردآمده و استنباط دلالت‌های تصریحی و تلویحی آنهاست.

کلیدواژه‌ها: رسانه، دین، مناسک، شعائر، کنش، مقدس.

مقدمه

رسانه ملی هم به‌عنوان یک رسانهٔ جمعی و هم به‌عنوان یک رسانه وابسته به حاکمیت دینی و دارای رسالت و مأموریت ویژه در عرصهٔ تبلیغ دین و فرهنگ دینی و ترویج سبک زندگی مؤمنانه، و نیز صیانت و مراقبت از این فرهنگ و پیرایه‌زدایی از آن با موضوع مناسک به‌عنوان جلوه‌های آشکار و نموده‌های رفتاری مؤمنانه عمیقاً درگیر است. دینداری و دین‌ورزی به‌عنوان یک نظام جامع اعتقادی، ارزشی و رفتاری به‌هم‌پیوسته (متضمن مجموعه‌ای از دانش‌ها، بینش‌ها، گرایش‌ها، هنجارها، خلیات و نمادها) به صورت معمول در دو خرده‌نظام رفتاری مناسکی (عبادی اعم از تعبدی و توصیلی؛ نیازمند قصد تقرب و غیرنیازمند به قصد تقرب) و غیرمناسکی (انجام صالحات و معروف‌ها و اجتناب از محرکات و منکرات به اقتضای احکام شریعت؛ یعنی اعمال دارای حسن فعلی که در صورت حسن فاعلی، ارزش عبادی می‌یابد) تبلور عینی دارد. ازجمله شاخص‌های بارز برای ارزیابی درجهٔ ایمانی و نصاب اعتقادی مؤمنان در مقیاس فردی و جامعهٔ مؤمنان در مقیاس جمعی میزان التزام و پایبندی عملی آنها به انجام مناسک دینی، به‌ویژه مناسک عبادی الزامی و ترجیحی است. سنجه‌های به‌کار گرفته‌شده برای ارزیابی وضعیت دینداری جامعه در مطالعات میدانی نیز عمدتاً، ناظر به نحوه تعامل مؤمنان با مناسک شناخته شده، تنظیم و تدوین شده است. از دید برخی جامعه‌شناسان دین، برای مطالعه سبک زندگی مؤمنانه، بارزترین مؤلفه‌ای که سایر مؤلفه‌ها را می‌توان از رهگذر آن دریافت، میزان پایبندی افراد به رعایت مناسک و نمادهای دینی به‌عنوان آشکارترین جلوه‌ها و مظاهر زیست جهان مؤمنانه است. طبق مطالعات، غالب افراد نیز دینداری و عدم دینداری خود را به میزان موفقیت در انجام مناسک، به‌ویژه مناسک شاخص و هویت‌بخش منوط دانسته‌اند. قرآن کریم نیز در آیات متعدد ایمان و عمل صالح (ازجمله انجام مناسک) را توأمان شاخص دینداری شمرده است.

البته روشن است که رفتارهای مناسکی و شبه‌مناسکی رایج در هر جامعه، منحصر به رفتارهای دینی نیست. برای نمونه در جامعهٔ اسلامی ایران انواعی از مناسک وجود دارد که هرچند در فرم و محتوا از فرهنگ دینی غالب متأثر بوده‌اند، اما اصالتاً دینی شمرده نمی‌شوند. برای مثال، مراسم نوروز، چهارشنبه‌سوری، سیزده بدر و شب یلدا (به‌عنوان مناسک ملی)؛ مراسم رایج در مناسبت‌هایی مثل

عقد و عروسی، عزاداری و سوگ، ولیمه‌دهی، برداشت محصول (به‌عنوان مناسک عرفی و محلی)؛ مراسمی مثل روز زن، روز پدر، روز جوان، روز پرستار (به‌عنوان مناسک عرفی ملی)؛ مراسم سالانه در نکوداشت وقایع مربوط به انقلاب اسلامی مثل دههٔ فجر، راهپیمایی روز ۲۲ بهمن، الله‌اکبرگویی در پشت بام در شب ۲۲ بهمن، هفتهٔ وحدت (به‌عنوان مناسک انقلابی)؛ مراسمی مثل گل‌ریزان (کمک برای آزادسازی زندانیان غیرعمد)، جشن عاطفه‌ها، اطعام ایتام در ماه مبارک، کمک به مصیبت‌دیدگان از سیل و زلزله (به‌عنوان مناسک نوع دوستانه)؛ مراسمی مثل نمازهای جمعه و جماعات، حج و عمره، اعتکاف، روزهٔ ماه مبارک، تلاوت قرآن (به‌عنوان مناسک دینی اولی)؛ مراسمی مثل روضه‌خوانی در ایام خاص، نیایش‌های جمعی (مثل شب‌های قدر، شب جمعه، صبح جمعه و...)، راهپیمایی اربعین، دیدار با سادات در روز غدیر (به‌عنوان مناسک دینی ثانوی)؛ مراسمی مثل نخل‌گردانی (در یزد)، طشت‌گذاری (در اردبیل)، طوق‌گردانی (در ایبانه)، قالی‌شویی (در مشهد اردیبهشت) (به‌عنوان مناسک دینی ثانوی محلی) و

گفتنی است که دین و فرهنگ دینی، اگرچه در تشریع و ترویج مناسک دینی و شبه‌دینی نقش محوری و منحصربه‌فرد دارد، اما وقوع هر رخداد به‌یادماندنی و خاطره‌انگیز می‌تواند زمینه‌ساز خلق مناسکی متناسب شود. حتی وقوع برخی رویدادهای طبیعی غیرمنتظره مثل سیل و زلزله یا پدیده‌های انسانی، مثل جنگ و کرونا زمینهٔ خلق و ترویج یک‌سری مناسک را دست‌کم به صورت موقت و گذرا فراهم ساخت. مناسک ضددینی (ضد اسلامی) نیز در برخی فرهنگ‌های موجود وجود دارد، مراسمی که هیچ توجیه عرفی، عقلی، دینی و ضرورت کارکردی، در شرایط کنونی برای آن به نظر نمی‌رسد. برای نمونه مراسم ولتاین (در برخی کشورهای غربی)، جنگ خروس‌ها (در جزایر بالی اندونزی)، رژه دلک‌ها در مکزیک، جنگ گوجه در ایتالیا و برخی کارناوال‌های سالانه در کشورهای مختلف و

نکتهٔ دیگر، برخی دیدگاه‌های انتقادی از تقلیل دین به مناسک شدیداً برحذر می‌دارند، این توصیه اگرچه اجمالاً درست و به‌جاست، ولی نباید بی‌توجهی به مناسک و کارکردهای دینی و فرهنگی آنها را نتیجه دهد. مناسک به‌عنوان صورت و ظاهر دین و جلوه آشکار دینداری، بالقوه نقش مهم و از جهاتی منحصربه‌فرد در نمایاندن

روشن است که آثار موجود به‌رغم قرابت اجمالی با موضوع و هدف نوشتار حاضر، برخی با وجه رسانه‌ای و برخی با منظر اسلامی آن فاصله دارند.

۱. مفاهیم

دو واژه کلیدی مناسک و شعائر به دلیل نقش کانونی در موضوع نوشتار و بسامد بالا برای توضیح‌گزینش شده‌اند. لازم به ذکر است که واژه شعائر با توضیحی که خواهد آمد، هم به دلیل قرابت مفهومی و مصداقی با واژه مناسک و هم به دلیل قابلیت بالای آن برای پذیرش سیاست‌های رسانه‌ای و اهداف فرهنگی - اجتماعی آن در تبلیغ نمادهای دینی به‌عنوان بخشی از موضوع انتخاب شده است.

۱-۱. مناسک

«مناسک» (Ritual) به صورت تاریخی عمدتاً به کیش و آیین خاصی ارجاع دارند و شامل طرز تلقی‌ها، حرکات و اعمالی می‌شوند که یا در جهت هماهنگ شدن و یا تماس گرفتن با نیروهای طبیعی و موجودات نامرئی و یا به منظور آرام و رام ساختن آنان پدید آمده‌اند (بیرو، ۱۳۷۰، ص ۳۲۶).

دورکیم (جامعه‌شناس شهیر فرانسوی)، با عطف توجه به مناسک جمعی و مشترک (در مقابل مناسک فردی و منفرد) در تعریف مناسک دینی می‌نویسد: مناسک، مجموعه وسایلی است که ایمان و احساس دینی از طریق آنها ایجاد و دوره به دوره تکرار می‌شود (دورکیم، ۱۳۸۳، ص ۵۷۸) و در تبیین کارکردی آنها می‌نویسد: در طی مناسک مذهبی است که جامعه خود را در فرد بازتولید می‌کند و هنجارهای اخلاقی که خاستگاهی اجتماعی دارند، در فرد با قدرتی فزاینده درونی می‌شوند. به عبارت دیگر، وجدان اخلاقی و وجدان جمعی در طی مناسک جمعی در فرد ایجاد و تقویت می‌شود. افراد طی همین تشریفات مناسکی با هم پیوند پیدا می‌کنند، به هم نزدیک می‌شوند و ارتباط و صمیمیت‌شان با یکدیگر بیشتر می‌شود. در کل، محتوای آگاهی جمعی افراد از رهگذر حضور در مناسک ساخته می‌شود، یا تغییر می‌کند. افراد در طی مناسک از حیات فردگرایانه روزمره، به جهان حیات جمعی و وجدان جمعی و آگاهی جمعی پیوندی مجدد پیدا می‌کنند و موقعیت و وظیفه‌شان نسبت به جامعه را در خود بازتولید و تقویت می‌کنند. لذا مناسک، عملاً همبستگی اجتماعی و اقتدار اخلاقی ملازم با آن را تداوم می‌بخشد و

چهره باطنی و سطوح و ساحت‌های بنیادین دین، مثل جهان‌بینی و ارزش‌ها را در کسوت رفتارهای عینی دارد.

البته نیازی به ذکر نیست که رسانه ملی در سال‌های بعد از انقلاب، نقش برجسته و از جهاتی انحصاری در فرایند مناسک‌سازی تقویت، تغییر، اصلاح و جایگزینی برخی مناسک دینی و شبه‌دینی و بازنمایی جهت‌دار برخی مناسک جاری در فضای عمومی داشته است. برخی از موارد فوق به ابتکار رسانه ملی تأسیس و ترویج شده است. این نوشتار درصدد است تا برخی از قواعد بایسته و الزامات هنجاری رسانه ملی در نحوه تعامل با مناسک، به‌ویژه مناسک دینی و شبه‌دینی را با الهام از منابع دینی استنباط و ارائه کند.

منابع پژوهشی و تألیفی در این خصوص را در یک دسته‌بندی کلی می‌توان به دو بخش مناسک دینی به طور عام و مناسک دینی به طور خاص (مناسک رسانه‌ای یا نقش رسانه در مناسک) تقسیم کرد. اهم آثار شناخته‌شده که با موضوع و هدف این نوشتار قرابت بیشتری دارند، از این قرارند:

الف) مناسک دینی به طور عام

مقاله‌های «بررسی روش‌های تربیت غیرمستقیم مناسک دینی از منظر روایات معصومین (ع)» (مرتضوی و زارعی، ۱۴۰۱)؛ «ماهیت شعائر دینی - سیاسی و فلسفه بزرگداشت آن» (علی‌نیا خطیر، ۱۳۹۰)؛ «حاکم اسلامی و اقامه شعائر دینی» (علی‌نیا خطیر، ۱۳۹۰)؛ «رویکرد علمای شیعه به شعائر و آداب عامه‌پسند» (کاظمی موسوی، ۱۳۸۱)؛ «مناسک دینی از دیدگاه کلیفورد گیرتز (با تأکید بر کارکرد آنها)» (شامحمدی و پاسالاری بهجانی، ۱۳۹۴) و کتاب مناسک و آیین‌های شیعی در هند (رحمانی، ۱۳۹۱).

ب) مناسک دینی به طور خاص

مقاله‌های «رسانه و دین: بررسی آثار و کارکردهای نمایش مناسک دینی در رسانه‌ها» (ماهر و سادات‌کشاورز، ۱۳۹۶)؛ «مناسک‌سازی دینی در رسانه» (خجسته، ۱۳۸۷)؛ «مناسک رسانه‌ای الگوی تبلیغاتی دین در شبکه‌های عمومی رادیو و تلویزیون» (خجسته، ۱۳۸۲) و کتاب‌های بررسی نسبت رسانه و دین (مطالعه موردی مناسک رسانه‌ای) (خجسته و کلاتری، ۱۳۸۶)؛ تعامل دین و رسانه (راوداد، ۱۳۸۶)؛ دین تلویزیون (معمدی، ۱۴۰۱).

الف. گونه‌شناسی مناسک

مناسک به اعتبارات مختلف تقسیم شده‌اند: دینی و غیردینی، عبادی و غیرعبادی، فردی و جمعی، ثابت و متغیر، شادی و سوگ، ملی و محلی. نظر به اهمیت دسته‌بندی مناسک دینی به اولی و ثانوی و نتایجی که در بحث از مناسک رسانه‌ای بر آن مترتب است، به توضیح مستقل آن بسنده می‌شود.

مناسک دینی (اسلامی) در یک دسته‌بندی کلی به دو نوع اولی و ثانوی (یا الزامی و غیرالزامی) تقسیم می‌شوند: مناسک اولی، مثل نماز و حج و مناسک ثانوی مثل عزاداری ایام محرم و عیادت سادات در روز غدیر. در ادامه این بخش به بیان تمایزات این دو نوع می‌پردازیم.

ب. وجوه تمایز مناسک اولی از ثانوی

۱) مناسک اولی، از مخترعات شرع و مناسک ثانوی، از مخترعات مؤمنان و عرف متشرع هرچند با الهام از دین شمرده می‌شوند؛ ۲) مناسک اولی دارای شکل و فرم اجرایی مشخص و تغییرناپذیرند و مؤمنان باید به صورت تعبدی آنها را طبق ضوابط شرعی به جای آورند، اما مناسک ثانوی، اصالتاً فاقد شکل و فرم اجرایی متصلب و تغییرناپذیرند؛ ۳) مناسک اولی، عمری به درازی حیات دین و شریعت منبع دارند و مناسک ثانوی، اموری تاریخی و متن‌محورند که در ادوار بعد و در جوامع دینی تحت تأثیر نیازها، ضرورت‌ها و به اقتضای تجربه‌های زیسته و خلاقیت‌های متشرعانه زمینه طرح‌یافته‌اند؛ ۴) صورت و محتوای مناسک اولی، اصالت دارد و به همین دلیل، در طول تاریخ همواره توسط فقه اسلامی و پاسداران شریعت با ارجاع به قواعد و معیارهای درون‌متنی حفاظت شده است، اما صورت و محتوای مناسک ثانوی، طریقت دارد و اگرچه مؤمنان و متولیان فرهنگی جامعه در تثبیت و تحکیم آنها و انتقال بیناسلی آنها اصرار دارند، اما برای تغییر و تبدیل تدریجی آنها نیز انعطاف لازم وجود دارد؛ ۵) مناسک اولی، تقریباً در همه جوامع اسلامی وضعیت و موقعیت هنجاری و عملی یکسان یا کم و بیش مشابهی دارند (به همین دلیل جنبه هویتی یافته‌اند)، اما مناسک ثانوی، معمولاً در جوامع مختلف، دوره‌های تاریخی مختلف، شرایط فرهنگی اجتماعی مختلف، وضعیت متفاوت، متنوع و متغیری دارند (به همین دلیل تنها اصل برخی مناسک مثل عزاداری برای سیدالشهداء علیه السلام، برای شیعیان جنبه هویتی یافته، نه اشکال وقوعی متنوع آن)؛ ۶) التزام به مناسک

بازتولید می‌کند (دورکیم، ۱۳۸۳، ص ۵۱۳)، مهم‌ترین مخاطب مناسک، درون افراد است. تصویری که در طی مناسک در درون فرد برانگیخته می‌شوند، آنهایی هستند که «برای کارکرد نیکوی حیات اخلاقی» مؤمنان ضروری‌اند (دورکیم، ۱۳۸۳، ص ۵۲۸).

از نظر گیرتر، در مناسک، جهان آن‌گونه که زیست شده (اخلاق)، و جهان آن‌گونه که تصور شده (جهان‌بینی، تحت عاملیت مجموعه‌ای از صور نمادین در یکدیگر ادغام و به یک جهان واحد تبدیل می‌شوند (گیویان، ۱۳۸۶) مناسک، سازوکار ایجادکننده ایمان است، ایقان مذهبی در جریان مناسک ایجاد می‌شود. پذیرش مرجعیتی که حاکم بر چشم‌انداز مناسک مذهبی است، از خود مناسک سرچشمه می‌گیرد. مناسک هم مفاهیم کلی مذهبی را صورت‌بندی می‌کند و هم تکلیف مرجعیتی را مشخص می‌سازد که پذیرش و حتی الزام به پذیرش این مفاهیم مذهبی را توجیه می‌کند (همیلتون، ۱۳۷۷، ص ۲۷۸).

به بیانی دیگر، مناسک رفتاری رسمی است که دارای نظم زمانی است و از این لحاظ با کارهای روزمره تفاوت دارد. ویژگی مناسک این است که مانند یک چارچوب عمل می‌کند، مناسک نوعی مرزبندی ارادی و آگاهانه است. در جریان اجرای مناسک بخشی از رفتار یا افعال آدمیان با جنبه‌هایی از زندگی یا مقطعی از زمان انتخاب و در مورد آن تأمل و ژرف‌اندیشی می‌شود (گوئالز، ۱۳۸۲، ص ۱۵۶).

همیلتون در جمع‌بندی نهایی دیدگاه برخی جامعه‌شناسان دین می‌نویسد: مناسک بی‌گمان یکی از پیچیده‌ترین و متنوع‌ترین صورت‌های رفتار بشری‌اند که جنبه‌ها و ابعاد بسیار متفاوتی دارند و ابهام چشمگیری را از خود نشان می‌دهند. مناسک ضمن نمایشی بودن، وسیله‌ای و عملی‌اند؛ ضمن اجتماعی بودن، دارای معنایی با محتوای روانی و فردی‌اند و با وجود همانندی با صورت‌های دیگر فعالیت بشری، نوع خاص و مستقلاً از فعالیت بشری را باز می‌نمایند (همیلتون، ۱۳۷۷، ص ۲۳۷).

گفتنی است که مناسک، در رویکرد فرهنگ‌شناسانه، از سه منظر مورد توجه قرار می‌گیرند: ۱) کارکردگرایانه (نقش آنها در پاسخ‌گویی به نیازهای انسان)؛ ۲) معناشناسانه (تلقی مناسک به مثابه متونی نیازمند رمزگشایی با هدف شناختن معنای واقعی آنها و نیز معنایی که تولید می‌کنند)؛ ۳) ظرفیت‌شناسانه (ظرفیت‌هایی که برای تغییر پیش می‌نهند) (ر.ک. ذکایی و اسلامی، ۱۳۹۹).

مناسک مختص به اسلام (مثل نماز، روزه، خمس، زکات و حج) یا مراد امور مختص به مذهب (مانند شهادت به ولایت در اذان و اقامه و بلند گفتن «بسم‌الله» در نماز) است (هاشمی شاهرودی، ۱۳۸۹، ج ۴، ص ۶۷۹؛ برای توضیحات بیشتر لغت‌شناسانه، ر.ک. مصطفوی، ۱۳۶۸، ج ۶، ص ۷۴-۷۶؛ طباطبائی، ۱۳۷۴، ج ۱۴، ص ۵۲۸).

در قرآن کریم، شعائر به دلیل اضافه شدن به «الله» به معنای علامات، نشانه‌ها و نمادهای منسوب به خداوند به کار رفته است. بنابراین، شعائر الله یعنی نشانه‌های خدا. فقها با استناد به سه آیه «ذَلِكِ وَ مَنْ يَعْظُمُ شَعَائِرَ اللَّهِ» (حج: ۳۲)، «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْلُوا شَعَائِرَ اللَّهِ» (مائده: ۲) و «ذَلِكِ وَ مَنْ يَعْظُمُ حُرْمَاتِ اللَّهِ» (حج: ۳۰) قاعده یا حکم کلی لزوم تعظیم شعائر (الهی، دینی و اسلامی) یا حرمت اهانت به مقدسات را نتیجه گرفته‌اند (ر.ک. صرامی، ۱۳۹۸؛ عیسوند، ۱۳۹۱). از دید شهید مطهری، هر کاری که وابستگی انسان را به یک گروه معین، به یک فرقه معین، به یک کشور معین، به یک حزب و جمعیت معین اعلام کند، به آن «شعار» می‌گویند (مطهری، ۱۳۸۶، ج ۲۵، ص ۳۵۹). در اسلام، هر شعار، معرف منش اسلامی فرد یا جمع است (مطهری، ۱۳۸۲، ج ۶، ص ۴۳).

وی در ادامه به ذکر مصادیقی از شعائر اسلامی پرداخته است:

سلام در وقت ملاقات، بسم‌الله گفتن به هنگام شروع و الحمدلله در پایان کارها، نامگذاری‌های اسلامی افراد، اذان، تاریخ هجری، جمعه [احتمالاً تعطیلی این روز]، اعیاد اسلامی یا شیعی، سبک ساختمان مساجد (شعار مسلمین)، خط (شعار مسلمین)، زبان عربی، تلاوت قرآن به صوت حسن، ذکر صلوات، لفظ سید برای سادات یا شال مشکی و سبز و در اعصار بعد، عمامه مشکی به عنوان شعار سادات (مطهری، ۱۳۸۲، ج ۶، ص ۳۷). گفتن کلمه استرجاع [انالله و انا الیه راجعون به هنگام مصیبت]، عزاداری امام حسین علیه السلام، شعارهای لفظی مانند «یا ثارات الحسین»، شعارهای مکانی مثل مساجد و حرم ائمه و معماری‌های اسلامی، شعارهای زمانی مانند مناسبت‌های ایام الله، شعارهای نمادین مانند قرآن، تابلوها، پرچم‌ها، انگشتر، مهر و تسبیح، جانماز و...؛ شعارهای هنری مثل خطوط اسلامی، نقاشی‌ها، منبت‌کاری‌ها، کاشی‌کاری‌ها و... که نشان‌های خاص اسلام و کشورهای اسلامی هستند (ر.ک. مطهری، ۱۳۸۲، ج ۶، ص ۳۸-۵۰).

اولی، شاخص دینداری و تخلف عمدی، توجیه‌ناپذیر و مستمر از آنها موجب زوال دینداری و خروج فرد از زمره دینداران می‌شود، اما التزام به مناسک ثانوی، هرچند مرجح است، اما طبق معیارهای شریعت، جزو مؤلفه‌های دینداری یا فروع دین شمرده نمی‌شود؛ اگرچه توده‌های مؤمن، غالباً پابندی قاطعی به رعایت این دسته از مناسک، از خود نشان می‌دهند. از دید برخی، رعایت آنها به عنوان تعظیم شعائر، استحباب موکد و در مواردی حکم وجوب دارد؛ (۷) کارکرد مناسک اولی، عمدتاً انفسی، معنوی، تعالی بخش و تقرب جویانه است (اگرچه با واسطه تأثیرات عمیقی نیز بر فضای فرهنگی اجتماعی بر جای می‌گذارند)، اما کارکرد مناسک ثانوی بیشتر آفاقی، اجتماعی، سیاسی و هویتی (فرقه‌ای) است.

ناگفته نماند که غالب مشرکان فارغ از تقسیم‌بندی فوق، برای هر دو دسته مناسک درجاتی از تقدس، اعتبار، کارآمدی و هویت بخشی قائلند تا حد امکان خود را به رعایت آنها ملزم می‌دانند و پابندی بدان‌ها را نشانه اهتمام مؤمنانه و خلوص اعتقادی می‌شمارند (برای مطالعه بیشتر، ر.ک. حسام‌مظاهری، بی تا؛ رباطی، ۱۳۹۹).

همان گونه که در قبل اشاره شد، به دلیل قرابت زیاد موضوع «شعائر» با آنچه رسانه ملی در حوزه مناسک، مورد نظر دارد، به طرح این واژه در ادامه واژه مناسک پرداخته می‌شود.

۲-۱. شعائر

واژه دیگری که غالباً در کنار واژه مناسک در متون الهیاتی و جامعه‌شناسی و مردم‌شناسی دین از آن سخن می‌رود، واژه «شعائر» است.

«شعائر رویه بیرونی دین است و در جامعه نقشی اغلب مهم‌تر از اصول عقاید که درونمایه دین‌اند، بازی می‌کند. شعائر شامل رفتارهای آیین‌مند انسان‌هاست که اغلب توأم با حرکات بدنی بوده و از اندیشه ارتباط با عالم ملکوت مایه می‌گیرند.» این رفتارها به دیانت تجسم خارجی می‌بخشند و برای دینداران یک هویت مشخص و مهم و احساس همبستگی و همدلی فراهم می‌سازند (کاظمی موسوی، ۱۳۸۱، ص ۵۴ به نقل از: دائرةالمعارف دین، ذیل مدخل Ritual).

«شعائر» جمع شعبیره به معنای نشانه‌هاست. از نظر فقهی، تعبیر «شعائر الله» بر همه احکام و دستورهای خداوند و بر عبادت‌هایی که آشکارا و جمعی برگزار می‌شوند، اطلاق می‌شود و در صورت اضافه شدن «شعائر» به «اسلام» و «ایمان» (شیعه) مراد از آن اعمال و

از دید برخی پژوهشگران، عرصه دین و رسانه، رسانه‌های گروهی، به عرصه دیگری برای زایش و خلق نمادهای «دین عرفی» تبدیل شده‌اند (هورو و لاندبای، ۱۳۸۵، ص ۷۹). رسانه مبدأ و سرچشمه‌ای است که اینک اغلب افراد از طریق آن بیشترین آگاهی‌ها، تأثیرات، ارزش‌ها و نیز معنای زندگی خود را اخذ می‌کنند. رسانه‌ها به‌خودی‌خود، تبدیل به جزء اجتناب‌ناپذیر زندگی و فرهنگ مردم شده‌اند و ما اینک به تمام گروه‌های اجتماعی از جمله مذهبی‌ها از منظر فرهنگ‌پذیری از رسانه‌ها توجه نشان می‌دهیم. رسانه‌ها به عرضه منبعی جایگزین برای اطلاعات و احساسات دینی، ارشاد اخلاقی، آیین‌ها و گردهمایی‌ها، نه‌تنها برای جمعیتی عظیم که حتی برای اعضای نهادهای دینی خود می‌پردازند. سازمان‌های مذهبی شاید دیگر حتی برای اعضای خود تنها منبع اطلاعات، حقیقت و رفتار دینی نباشند (هورو و لاندبای، ۱۳۸۵، ص ۲۲۲). ارتباط بین دین، رسانه و فرهنگ باید به‌عنوان فصل مشترک معناسازی و معناجویی در زمینه‌ها و فرایندهای اجتماعی تاریخی مفهوم‌سازی شود (هورو و لاندبای، ۱۳۸۵، ص ۳۹۸). رسانه دینی، مقوله‌ای است که دارای مرز مشترک با متونی است که یا گروه‌های مذهبی تولید آنها را به عهده دارند یا دارای مقاصد دینی هستند (هورو و لاندبای، ۱۳۸۵، ص ۲۵۳).

از دید استوت (پژوهشگر دین و رسانه)، تمام ادیان برای تقویت باورهای مقدس خود از رسانه‌ها استفاده می‌کنند (استوت، ۱۳۹۳، ص ۸۳). از رسانه‌ها می‌توان در راستای اهداف دین بهره جست (استوت، ۱۳۹۳، ص ۸۹). رسانه‌ها تمام جنبه‌های دین‌ورزی را تحت تأثیر قرار می‌دهند: از اجتماع گرفته تا ایمان، از احساس عمیق گرفته تا مراسم آیینی. رسانه‌ها، همچنین به شکل‌گیری فضاهایی برای تجربه امر معنوی در میان مخاطبان دینی، کمک می‌کنند (استوت، ۱۳۹۳، ص ۱۰۶). برخی افراد قابلیت رسانه تلویزیون را در طرح تجربه و آموزه‌های دینی در خانه می‌ستایند؛ و برخی این رسانه را فرصتی بزرگ برای تبلیغ دین به‌شمار می‌آورند. برخی نیز معتقدند، رسانه‌ها موجب تضعیف امر مقدس می‌شوند (استوت، ۱۳۹۳، ص ۸۵). استفاده از رسانه تلویزیون، مخاطبان را برای شرکت در تجربه دینی حقیقی بسیار منفعل می‌سازد (استوت، ۱۳۹۳، ص ۱۸۸). تلویزیون به واسطه گرایش‌های سرگرم‌کننده‌ای که دارد، محیط‌های مقدس را از بین می‌برد (استوت، ۱۳۹۳، ص ۶۱).

گفتنی است که در منابع روایی و فقهی، مصادیق متعدد دیگری نیز برای شعائر ذکر شده، مثل احکام الهی، خانه کعبه، مشاهد مشرفه، مناسک حج، محرمات احرام، قربانی در حج، مکتوبات دینی و... روشن است که ذکر این مصادیق به‌معنای انحصار و تعین نیست. از این‌رو واژه «شعائر» به لحاظ موضوع، همه نمادهای منسوب به پروردگار عالم - اعم از حقیقی و اعتباری - و به‌طور کلی، همه آنچه انسان را به یاد خدا می‌اندازد و به بیان شهید مطهری، همه آنچه وابستگی ما به اسلام را می‌رساند شامل می‌شود.

مقایسه مفهومی و مصادیقی دو واژه مناسک و شعائر نشان می‌دهد که این دو در اصل تعلق به دین و فرهنگ دینی، حرمت و اعتبار دینی، داشتن جنبه نمادین، محدود و منحصر نبودن به اشکال توقیفی، قابلیت امثال جمعی، دارا بودن کارکرد فرهنگی اجتماعی، تغییرپذیری در گذر زمان (برخلاف مناسک اولی)، داشتن قالب‌های رفتاری خاص اشتراک دارند، اگرچه شعائر، مصادیق غیررفتاری (مثل ایام الله) نیز دارند (مگر اینکه ادعا شود شعار بودن ایام الله نیز به اعتبار رفتارهایی است که مؤمنان در آن ایام به انجام آن توصیه شده‌اند). در ظاهر چنین به نظر می‌رسد که شعائر از وجه نمادین برجسته‌تری در مقایسه با مناسک برخوردارند، علاوه اینکه مصادیق غیررفتاری (مثل خانه کعبه، مکتوبات دینی، قبور اولیاء، مکان‌های عبادی که در روایات و بیانات علما بدان اشاره شده) نیز دارند.

۲. رسانه و مناسک دینی

ارائه مناسک دینی، بخشی از فعالیت مرسوم رسانه‌های جمعی تحت عنوان «دین رسانه‌ای» (دین با تفسیر و نمادسازی فرهنگی) و «مناسک رسانه‌ای» است. مراد از دین رسانه‌ای، پیامی دینی است که رسانه‌های گروهی به مردم ارائه می‌کنند، آن هم توأم با تفسیری فرهنگی از نمادهای دینی و مقدس که با مداخلیت و وساطت خود رسانه صورت می‌پذیرد (هورو و لاندبای، ۱۳۸۵، ص ۳۶۷)؛ مراد از مناسک رسانه‌ای، آن نوع مناسکی است که توسط رسانه‌های مدرن (به صورت خاص رادیو و تلویزیون) ترویج می‌شود. و مراد از مناسک رسانه‌ای دینی، تدوین آداب و رسوم دینی خاص است که از طریق رسانه می‌توان ترویج، تعمیق و پایداری آنها را در جامعه موجب شد (خجسته و کلانتری، ۱۳۸۶، ص ۱۶۶).

ظرفیت‌شناسی رسانه یکی از پیش‌نیازهای ضروری برای تبلیغات دینی و فرهنگی از مجرای رسانه‌های مختلف است.

رسانه ملی در ضمن موادی از اصول و قواعد برنامه‌سازی خود، به وظایف این رسانه در خصوص ساخت و عرضه برنامه‌های دینی و معارفی که بالطبع مناسک را نیز دربر می‌گیرد، توجه داده که اهم آنها از این قرارند:

- تعمیق و ارتقاء «معرفت و ایمان روشن‌بینانه»، «اخلاق فاضله»، و «رفتار دینی خالصانه» آحاد جامعه و حفظ و اعتلای «فرهنگ و هویت ایران اسلامی» (ر.ک. اهداف افق رسانه ملی)؛
- تبیین و تشریح جامعیت و برتری دین اسلام، رشد فضایل اخلاقی و معنوی در جامعه، تعمیق دین‌باوری و افزایش تعلق مردم نسبت به معارف دین (ر.ک. اهداف برنامه‌سازی سال ۱۳۸۴)؛

- عرضه و معرفی جذابیت‌های زندگی دینی و آرامش و خوشبختی حاصل از آن؛ زمینه‌سازی برای رشد فضایل اخلاقی و معنوی در جامعه؛ تبیین آثار و برکات پایبندی فرد و جامعه به احکام و ارزش‌های اسلامی؛ ترغیب جامعه به عبادات اسلامی، به‌ویژه عبادات اجتماعی مثل نماز جمعه و جماعت، دعای کمیل، ندبه و...؛ ایجاد انگیزش برای التزام به آداب، سنت‌ها و ارزش‌های اسلامی در زندگی فردی و اجتماعی؛ تبیین آثار معنوی و اجتماعی انجام عبادات اسلامی، به‌ویژه نماز جمعه و جماعت؛ ارتقای آگاهی‌های عمومی نسبت به وظایف و تکالیف دینی (از جمله آموزش و ترغیب به فعالیت‌ها و اعمال مستحبی؛ آموزش مناسک و شیوه‌های اجرای فرایض دینی) (ر.ک: اهداف، محورها و اولویت‌های تولید، تأمین و پخش گروه معارف، ۱۳۸۴) (برای اطلاع‌یابی از مجموع قوانین و آیین‌نامه‌های برنامه‌سازی رسانه ملی در بخش معارف اسلامی، ر.ک. معتمدی، ۱۴۰۱، بخش پیوست‌ها، ص ۳۴۳-۳۶۷).

۴. رسالت فرهنگی دولت اسلامی

تردیدی نیست که نقش و مأموریت رسانه ملی به‌عنوان برجسته‌ترین نهاد رسانه‌ای کشور در حوزه تبلیغ دین عموماً و در حوزه مناسک دینی خصوصاً، تابعی از رسالت فرهنگی دولت و نظام اسلامی، به‌ویژه در راستای اقامه دین در گستره حیات اجتماعی، ترویج و ابلاغ پیام دین در گستره جهانی، پاسداری و حفاظت از تمامیت آن و مبارزه قاطع با همه عوامل تباهی و انحراف جامعه اسلامی و بلکه جامعه جهانی است.

بر این اساس، اگر هدف تبلیغات دینی جلب توجه مخاطبان عام باشد، بهترین شیوه استفاده از رسانه‌های جمعی مدرن است و مناسک رسانه‌ای دینی، یکی از بهترین شیوه‌های طرح مناسک و آیین‌های دینی در گستره عمومی است (خجسته و کلانتری، ۱۳۸۶، ص ۱۶۷).

۳. رسانه ملی و مناسک دینی

رسانه ملی، به‌عنوان یک دانشگاه عمومی و یک رسانه وابسته به نظام اسلامی، به استناد مجموعه‌ای از اسناد و قوانین بالادستی، مأمور و مؤظف است در راستای زمینه‌سازی برای اقامه دین در گستره حیات اجتماعی، نشر و ترویج فرهنگ و سبک زندگی دینی، اجرای احکام و حدود الهی و مشارکت تمام‌عیار در فرایند عام «امر به معروف و نهی از منکر»، همه مساعی خویش را به کار بندد. از این‌رو از رسانه ملی، به‌ویژه سیما انتظار می‌رود که به اقتضای مأموریت محوله، نیازها و خالاهای فرهنگی - اجتماعی، مطالبات عمومی و نیز به استناد تجربه‌های به‌دست‌آمده در سنوات اخیر در بخش مناسک نیز به صورت قاطع و دغدغه‌مند ورود کند و رسالت فرهنگی خود را در این عرصه به انجام برساند. رسانه ملی به استناد شواهد تجربی می‌تواند در بخش بازنمایی، تأسیس، ترویج، تفسیر، تغییر، تعدیل و پیرایش مناسک دینی، اعم از اولیه و ثانویه، به صورت قوی و مؤثر نقش‌آفرینی کند. گفتنی است که مناسک‌سازی یا تبدیل برخی ارزش‌های مغفول و فروعات دین به مناسک جمعی، از سوی رسانه، محدود به مناسک ثانوی است. بدیهی است که مناسک مورد ترویج رسانه، به لحاظ فقهی و حکمی، مرجع (مستحبات یا حتی واجبات کفایی مغفول) خواهند بود. بخشی از فعالیت رسانه نیز به انعکاس مناسک جاری در متن اجتماع و بازنمایی مکرر آن متناسب با اهداف فرهنگی خاص، اختصاص دارد. تردیدی نیست که نقش‌آفرینی رسانه‌ها در حوزه تبلیغ دین (اعم از معارف، عقاید، ارزش‌ها، احکام، مناسک، تاریخ)، نسبت مستقیمی با قابلیت‌ها و محدودیت‌های آنها دارد. برای نمونه دو رسانه کلاسیک رادیو و تلویزیون، به‌رغم اشتراک در برخی توانمندی‌های تبلیغی، از قابلیت‌های اختصاصی و منحصربه‌فردی نیز برخوردارند که شناسایی آنها توسط اهل فن، می‌تواند در اثربخشی بیشتر فعالیت‌های تبلیغی رسانه مؤثر باشد. از این‌رو برخی پیام‌های دینی متناسب با رسانه رادیو و متقابلاً برخی متناسب با رسانه تلویزیون‌اند. بر این اساس،

گفتاری‌اند؛ چراکه قرآن خود یک متن زبانی (گفتاری و نوشتاری) است و در گذشته نیز عمده‌ترین رسانه تبلیغی گفتار و تا حدی نوشتار بود. از این رو این قواعد اگرچه در مورد رسانه‌هایی همچون رادیو کاربرد کاملاً وسیعی دارند، اما در مورد سایر رسانه‌ها همچون رسانه‌های تصویری نیز کم‌وبیش کاربرد دارند؛ چراکه تصویر نیز به‌رغم تفاوت، نوعی زبان با اقتضائات خاص است. اهم این قواعد عبارتند از:

۵-۱. بایسته‌ها

دعوت به پرستش خداوند باشد (نحل: ۳۶)؛ در جهت جلب رضای حق باشد (آل عمران: ۱۷۴)؛ تعلیم کتاب و حکمت باشد (آل عمران: ۱۶۴)؛ ابلاغ رسالات (پیام‌های) الهی باشد (احزاب: ۳۹)؛ تذکار و یادآوری [نعمت‌ها] باشد (انعام: ۱۶۰)؛ ذاریات: ۵۵)؛ مصداق کلمه طیب و عمل صالح باشد (فاطر: ۱۰)؛ ترغیب به ایمان و عمل صالح باشد (بینه: ۷)؛ مصداق ذکرالله و یاد خدا باشد (طه: ۱۴)؛ حق‌گویی و باطل‌ستیزی باشد (نساء: ۱۷۱)؛ انفال: ۷-۸)؛ هدایت‌گری به حق باشد (اعراف: ۱۸۱)؛ خیرخواهی و ارشاد باشد (اعراف: ۶۸)؛ آگاهی‌بخشی و غفلت‌زدایی باشد (یوسف: ۳)؛ امر به معروف و نهی از منکر باشد (آل عمران: ۱۱۰)؛ مقتضای حال مخاطب باشد (طه: ۲۷-۲۸)؛ اعتدال و میانه‌روی (پرهیز از افراط و تفریط) در آن رعایت شود (لقمان: ۱۹)؛ حرمت‌ها و فضیلت‌ها در آن حفظ شود (بقره: ۲۳۷)؛ عفت و حیا در آن رعایت شود (نور: ۱۹)؛ از فصاحت و شفافیت لازم برخوردار باشد (طه: ۲۷)؛ قصص: ۳۴)؛ از بلاغت و رسایی لازم برخوردار باشد (نساء: ۶۳)؛ مقابله با اباطیل و موهومات باشد (انبیاء: ۱۸)؛ مصداق نیکویی و پسندیده‌گویی باشد (بقره: ۸۳)؛ نساء: ۵)؛ منطقی و مستدل باشد (نساء: ۹)؛ ساده و قابل فهم باشد (اسراء: ۲۸)؛ حکمت‌آموزی و موعظه نیکو باشد (نحل: ۱۲۵)؛ دعوت به راه حق (=اسلام) باشد (حج: ۶۷)؛ دعوت به تقوا و پرهیزگاری باشد (آل عمران: ۱۰۲)؛ ترغیب به ذکر و یاد خداوند باشد (انفال: ۴۵)؛ دعوت به بندگی و عبودیت باشد (بقره: ۲۱)؛ تذکار ارزش‌های اخلاقی باشد (حجرات: ۱۱)؛ تعلیم آداب اجتماعی پسندیده باشد (اسراء: ۲۴)؛ دعوت به خیر و نیکی باشد (آل عمران: ۱۰۴)؛ اصلاح نگرش‌ها باشد (آل عمران: ۱۶۹)؛ پیرایش آیین‌ها و سنت‌های موروث باشد (بقره: ۱۸۹)؛ مرگ‌اندیشی و باور به قیامت را تقویت کند (رعد: ۲)؛ به نیکوکاری ترغیب کند (حج: ۷۷)؛

برخی از فقه‌های معاصر، با استناد به آیات و روایات فراوان، مهم‌ترین وظایف دولت اسلامی در قبال فرهنگ که با موضوع این نوشتار تناسب دارد، در موارد ذیل خلاصه کرده‌اند: ۱) در هم شکستن سنت‌های غلط و گسستن غل و زنجیرهای دست‌وپاگیر جامعه از رسوم، قیود، عادت‌ها و تقلیدهای باطل و بی‌اساس؛ ۲) تعلیم کتاب و سنت و حدود اسلام و ایمان به مردم و بیان حلال و حرام و آنچه به سود یا زیان آنان است و نیز تعلیم و تربیت جامعه با فرستادن معلم در بین آنها و تشویق مردم به فراگرفتن احکام و فقهات در دین؛ ۳) اقامه فرائض و شعائر الهی از قبیل نماز و حج و...؛ ۴) تربیت مردم بر اساس اخلاق نیکو و پسندیده؛ ۵) اقامه سنت‌های حسنه و میراندن بدعت‌ها و دفاع از دین و حفظ اصول و فروع و معارف دین از تغییر و تأویل و زیاد و کم شدن؛ ۶) امر به معروف و نهی از منکر به مفهوم وسیع آن، یعنی سعی در اشاعه و گسترش گفتار و کردار نیک و مبارزه با انواع کارهای زشت و ظلم و فساد؛ ۷) قضاوت به عدل و اقامه حدود و احکام خداوند؛ ۸) موعظه و تذکر و انذار و ارشاد مردم به صورت مداوم (منتظری، ۱۴۰۹ق، ج ۲، ص ۲۱-۳۳).

از این رو اقامه مناسک و شعائر، تعظیم آنها، زدودن پیرایه‌ها و بدعت‌ها، ایجاد انگیزه برای التزام حداکثری به رعایت آنها، بخشی از وظایف نهادهای فرهنگی وابسته به نظام اسلامی از جمله رسانه‌ها هستند (ر.ک. اسماعیلی و میرلوحی، ۱۳۹۷؛ علی‌نیا خطیر، ۱۳۹۰الف).

۵. هنجارهای معارفی مناسک رسانه‌ای

منابع دینی (قرآن و روایات) و منابع معرفت دینی، ضمن تأکید وافر بر اهمیت و ضرورت نشر و بسط معارف دین و تقویت و تعمیق فرهنگ دینی توسط آحاد مؤمنان، به‌ویژه کسانی که در ایفای این رسالت، از توانمندی‌های لازم و امکانات متناسب برخوردارند، بر رعایت مجموعه‌ای از قواعد که در اثربخشی این نوع فعالیت‌ها و تأمین اهداف موردنظر مداخلیت تام دارند، تأکید کرده‌اند. از این رو هر نوع فعالیت تبلیغی در راستای نشر و بسط معارف دین، از هر طریق ممکن، الزاماً باید به رعایت مجموعه‌ای از قواعد ایجابی و سلبی (بایدها و نبایدها) کلامی، فقهی، اخلاقی و هنری) مقید و ملزوم باشد. در این بخش به دلیل وجود برخی محدودیت‌ها، صرفاً به قواعد و هنجارهایی که در قرآن کریم صراحتاً و تلویحاً ذکری از آنها به میان آمده، بسنده شده است. لازم به ذکر است که قواعد مذکور عمدتاً ناظر به تبلیغ زبانی و

ترغیب به اصلاح امور باشد (حجرات: ۱۰)؛ موجب تألیف قلوب و همبستگی باشد (حجرات: ۱۰)؛ موجب تقویت روح شکرگزاری باشد (بقره: ۱۵۲)؛ متناسب با طاقت و توان افراد باشد (طلاق: ۷)؛ متناسب با ذائقه فطری آدمیان باشد (عبس: ۲۴).

۵.۲. نابایسته‌ها

مصدق بدزبانی و بدگویی نباشد (نساء: ۱۴۸)؛ تعدی از حدود الهی نباشد (مائده: ۸۷)؛ آمیزش آگاهانه حق و باطل نباشد (بقره: ۴۲)؛ هتک حرمت و حیثیت مردم نباشد (حجرات: ۱۱)؛ توهین به مقدسات دیگران نباشد (انعام: ۱۰۸)؛ زیاده‌روی و افراط‌کاری نباشد (شعراء: ۱۵۱)؛ استخفاف ارزش‌های دیگران نباشد (شعراء: ۱۸۳)؛ نقض ارزش‌های اخلاقی آشکار نباشد (حجرات: ۱۱)؛ ادعای غیرمستند و ناروا نباشد (حج: ۳۰)؛ مصداق نسبت‌دهی ناروا به خداوند نباشد (نحل: ۱۶)؛ مصداق تحریف حقایق دین نباشد (بقره: ۵۹).

۵.۳. قواعد هنجاری مناسک رسانه‌ای

همان‌گونه که در قبل اشاره شد، مراد از مناسک رسانه‌ای، مجموعه‌ای از آداب و رسوم دینی است که رسانه با کاربست عملی آنها، زمینه ترویج، تعمیق و پایداری عقاید، ارزش‌ها و رفتارهای دینی را در جامعه فراهم می‌سازد. بی‌شک، رسانه در این خصوص نقش میانجی دارد و در تلاش است تا میان حوزه عمومی و فرهنگ عامه با باورها، ارزش‌ها و هنجارهای دینی، ارتباط و تلائم برقرار کند و رفته‌رفته زمینه گسترش، تثبیت و تعمیق فرهنگ دینی را در عرصه عمومی فراهم آورد. بدیهی است که در راستای تأمین این مهم باید از رسانه‌های مختلف، حسب توانمندی‌های فنی و کارکردی اثبات‌شده آنها بهره گرفت. تردیدی نیست که رعایت مناسک رسانه‌ای، به‌ویژه در آنجا که یک آموزه یا سوژه دینی، شکل مناسکی و آیینی پیشینی و مألوف ندارد، از اهمیت و اولویت بیشتری برخوردار است.

بر این اساس، مناسک رسانه‌ای را می‌توان نوعی مناسک ثانوی، ساخته و پرداخته توسط عرف خاص (هرچند ملهم از آموزه‌های دینی و باورداشت‌های فرهنگی متشرعان)، دارای الگوی اجرایی معین و در عین حال، منعطف، بعضاً مقید به ظروف زمانی و مناسبت‌های تقویمی خاص، دارای اهداف فرهنگی و در عین حال، دارای وجهه عبادی به‌معنای عام (رفتارهای مرجع و مستحسنی که فی‌نفسه

قابلیت تقرب الی‌الله را دارند)، که بالقوه در بسط، تقویت، تثبیت، تعمیق و تسری فرهنگ دینی به عرصه‌های مختلف حیات فردی و اجتماعی و در نهایت ماندگاری و اثربخشی مستمر این فرهنگ، مؤثر خواهد بود. به بیان دیگر، مناسک رسانه‌ای، یعنی مشارکت رسانه‌های جمعی در تبدیل ارزش‌های دینی به الگوهای رفتاری قابل اجرا در فرایندهای عادی زندگی روزمره و عملیاتی ساختن ارزش‌های مغفول در گستره فرهنگ عمومی جامعه مؤمنان.

الف. هنجارهای ایجابی

به استناد دریافت کلی از معارف دینی، حساسیت‌های فرهنگی جامعه اسلامی، تجربه‌های به‌دست‌آمده از فعالیت حرفه‌ای ارباب رسانه در فرایند برنامه‌سازی دینی و دعاوی کارشناسی پژوهشگران حوزه دین و رسانه در این خصوص، چنین به نظر می‌رسد که رعایت قواعد پیشنهادی ذیل، بالقوه می‌تواند در راستای تدوین مناسک رسانه‌ای مطلوب و تأمین اهداف مورد نظر مفید و مؤثر باشد.

صحت انتساب (آداب و آیین‌های پیشنهادی) به منابع و مآثورات دینی، منطبق بودن با اصول و مبانی اعتقادی، ارزشی و هنجاری دین، ایفاگر نقش تبلیغ و دعوت دینی، منطبق بودن با قرائت و تفسیر مشهور عالمان و دین پژوهان معاصر، سازگار با باورداشت‌های نظری موجود در ذهنیت عمومی مؤمنان، تناسب داشتن با اقتضائات زمان و مکان، قابلیت لازم برای پذیرش جمعی یا حداکثری، داشتن وجه نمادین و رسانایی (هدایت مخاطب به لایه‌های اعتقادی و ارزشی ماورای خود)، قابلیت لازم برای پذیرش آرایه‌های زیباشناسانه و نصاب لازم جذابیت (در حد انتظار)، متناسب بودن با ذائقه فرهنگی مخاطبان متنوع (و رعایت توأمان الگوی تلفیقی میل، نیاز و مصلحت مخاطب)، تلائم و سازگاری با عرصه عرفی حیات انسانی، هماهنگی با ضرباهنگ زندگی روزمره، داشتن توان هنجاری لازم برای ترغیب افراد به کنش متناسب، مؤثر در ترمیم خلأهای فرهنگی - اجتماعی، جلب نظر تأییدی سایر کانون‌های درگیر در تبلیغات دینی (که نقش مکمل در اثربخشی فعالیت رسانه دارد).

ب) هنجاری سلبی

در همین ارتباط، رعایت برخی هنجارهای سلبی (نابایسته) نیز بایسته و الزامی خواهد بود. برای نمونه عدم وجود دلیل مشخص بر منع

جذابیت‌های سمعی و بصری آنها را برای جذب مخاطب افزایش دهد، بر فرم و محتوای مناسک نظارت کند (و از تحریف و تغییر غیرموجه آنها مانع شود)، از مناسک در گیرودار زندگی روزمره و عادت‌ی شدن، غفلت‌زدایی کند، در خصوص میزان مطلوبیت برنامه‌های مناسکی ساخته و ارائه‌شده نظرسنجی عمومی کند، بازخوردهای دریافتی از علمای دین و نهادهای تبلیغی را ترتیب اثر دهد، از برخی مناسک مکانمند، مکان‌زدایی کند یا جنبه بی‌مکانی آنها را تقویت نماید (مثل برگزاری مراسم دعای کمیل، تلاوت‌های جمعی قرآن و عزاداری در اماکن مختلف)، ذهنیت عمومی را به تلقی‌های کم و بیش مشترک از مناسک سوق دهد و از تکثرگرایی بی‌رویه جلوگیری کند.

۶. کارکردهای مناسک رسانه‌ای

اجرای مناسک از جمله مناسک رسانه‌ای در جهان زیست مؤمنان و التزام حداکثری به رعایت آنها، آثار و نتایج فرهنگی اجتماعی قابل‌توجهی در مقیاس‌های فردی و اجتماعی به همراه دارد. برخی از این آثار تحقق‌یافته و به ظهور رسیده و برخی منوط و مشروط به فعال‌سازی سایر ظرفیت‌های مناسکی موجود در فرهنگ دینی، برجسته‌سازی و ایجاد حساسیت، الگوسازی متناسب با اقتضائات زمانی، رفع موانع ذهنی و عینی در فرایند تحقق یا تحریک اراده‌ها جهت اهتمام و التزام بیشتر مؤمنان به رعایت آنهاست. اهم این آثار عبارتند از:

۶-۱. کارکردهای مثبت

تبلیغ و ترویج دین و فرهنگ دینی، تعظیم عملی مناسک و شعائر، صبغه دینی و معنوی دادن به کلیت حیات دنیوی مؤمنان، تقویت اتصال مؤمنان با مبدأ هستی (= تجربه دینی)، تقویت تدریجی زمینه‌های دین‌ورزی و بسط «اخلاق» در زندگی فردی و اجتماعی، تجدید حیات فکری و معنوی جامعه، افزایش نصاب ماندگاری دین و فرهنگ دینی در جامعه و مانع شدن از استحاله این فرهنگ، تسهیل فرایند جامعه‌پذیری دینی، تشدید انگیزه برای زیست مؤمنانه، تحکیم پیوند ایمانی میان مردم (= بعد اجتماعی مناسک جمعی)، تحریک و تهییج دیگران به مشارکت و همراهی، تقویت زمینه‌های یکپارچه‌سازی فرهنگی (پایان دادن به تنوعات فرهنگی در بخش مناسک)، کمک به سلامت روحی جامعه، کاهش زمینه‌های سوق‌یابی به کجروی و انحراف، تقویت زمینه‌های نظارت و مراقبت همگانی (ر.ک. خجسته ۱۳۸۲: خجسته و کلاتری، ۱۳۸۶؛ ماهر و سادات کشاورز، ۱۳۹۶).

مناسک طراحی‌شده مثل دعوت به تذهیب (آرایه‌های طلایی) مساجد و اماکن عبادی؛ عدم تعارض با سایر فرائض دینی (مثل ترویج عزاداری‌هایی که موجب وهن دین و مذهب یا موجب اضرار به بدن می‌شوند)؛ عدم تراحم با سایر وظایف دینی و اخلاقی (مثل دعوت به برگزاری مراسمی که موجب اتلاف وقت زیاد و بازماندن از سایر وظایف می‌شود)؛ عدم مخالفت با فتاوی مشهور فقها یا فقهایی معاصر (مثل دعوت به قمه‌زنی در محرم)؛ تمایز داشتن با مناسک و نمادهای انحصاری کفار (پرهیز از تشبیه)؛ خالی بودن از ادبیات غالبانه و تعابیر مبالغه‌آمیز درباره افراد مقدس؛ عاری بودن از پیرایه‌های واگرایانه (تحقیر و استخفاف تلویحی کنشگران یا آیین‌ها)، همچنین، انتظار این است که در تدوین آداب مورد نظر، قواعد عام فقهی همچون قاعده اهم و مهم، لاضرر، لاجرح رعایت شود.

برخی پژوهشگران، رعایت توأمان دو اصل مشروعیت دینی و مقبولیت (نزد عامه مردم) را برای پذیرش و تسری مناسک دینی یا شبه‌دینی به حوزه عمومی را لازم دانسته و بر سهولت و سادگی (امکان مشارکت همگانی) و وجود پیش‌زمینه (یادآور یک رفتار یا باور عمومی نه خلق یک رفتار یا باور جدید) تأکید کرده‌اند (خجسته، ۱۳۸۲).

خجسته همچنین، در فرایند ابداع مناسک رسانه‌ای، به اصول دیگری توجه داده‌اند: ۱) پیدا کردن عناصری دینی که قابلیت فراگیری سریع داشته باشند (مثل عناصری از حوزه مستحبات که عمل به آنها سهل و آسان باشد)؛ ۲) داشتن طراحی ساده تا امکان مشارکت عامه مردم در آنها فراهم شود؛ ۳) تعدد و تکثر مناسک طراحی شده تا همه عرصه‌های زندگی عمومی را پوشش دهد و از غفلت مخاطبان جلوگیری شود. از این‌رو مناسک را می‌توان بر حسب زمان‌هایی که در میان مردم از قداست خاصی برخوردار است، مانند ماه مبارک رمضان، ایام محرم و... یا بر حسب شخصیت‌های مقدس مثل حضرات معصومان (ع) یا حتی امور روزانه و دغدغه‌های زندگی، که موجب ایجاد نیازهای روحی و روانی در افراد می‌شود، طراحی کرد. وی همچنین بر لزوم بهره‌گیری از شبکه‌های عمومی به جای رسانه‌های مشخصاً دینی مثل رادیو معارف، رادیو قرآن و شبکه قرآن سیما که مخاطب خاص دارند، تأکید کرده است (خجسته، ۱۳۸۲، ص ۵۴-۵۳؛ همچنین برای مطالعه بیشتر، ر.ک. خجسته، ۱۳۸۷؛ خجسته و احمدی، ۱۳۹۷، ص ۸۱-۸۳؛ شرف‌الدین، ۱۳۹۴، ص ۳۸۱-۵۴۶).

بی‌شک، رسانه طبق تجربه‌های به‌دست‌آمده، می‌تواند در آیین‌سازی و ترویج آنها در فرهنگ عمومی مؤثر باشد، بعد نمایشی و

۶-۲. کارکردهای منفی

برخی نیز با رویکردی آسیب‌شناسانه بر آثار و نتایج منفی بسط مناسک دینی در جامعه به‌طور کلی یا صرفاً برخی مصادیق آن توجه داده‌اند. این آثار هرچند نه به صورت محقق و عینیت یافته، بلکه در فرض عدم رعایت برخی قواعد و معیارها، همواره امکان وقوع دارد. اهم این آثار عبارتند از:

تضعیف ابعاد کلامی، فلسفی، عرفانی و اخلاقی دین در فرهنگ عمومی تحت تأثیر غلبه وجوه مناسکی و رفتاری آن، قابلیت مناسک برای بهره‌برداری در جهت اغراض سیاسی و جناحی، احتمال تحریف شکل و محتوای مناسک از معیارهای دینی به دلیل تفسیرهای متفاوت ارباب رسانه، خوف از فربه‌شدگی تدریجی مناسک (تورم مناسبات تقویمی) و واگرایی ناشی از آن، خوف از برهم خوردن ترتیب و چینش مناسک در نظام ارزشگذاری دین (تحت تأثیر مواجهه‌گزینی با مناسک و انتخاب و ترجیح مناسکی که قابلیت انعکاس رسانه‌ای بیشتر و بهتر دارند)، تقویت قشری‌گری توجه به فرم و غفلت از محتوا و بالاتر از آن اصالت‌یابی فرم، خوف از تهی شدن مناسک، به دلیل دخالت آرایه‌های هنری با هدف افزایش جذابیت‌های بصری و مخاطب‌پسندی، بالا بردن توقع مخاطبان از برنامه‌های مناسکی جاری در فضاهای واقعی، تضعیف موقعیت فضاهای قدسی و مکان‌های سنتی اجرای مناسک و کم شدن اقبال مردم به مشارکت در برنامه‌های جاری در اماکن عبادی و هیئات مذهبی، تضعیف موقعیت مناسک در نگاه مؤمنان (پخش مناسک از طریق تلویزیون و مشارکت در آنها در محیط خانه، حس و حال مذهبی را تضعیف می‌کند)، مرجعیت‌یابی چهره‌های رسانه‌ای محبوب به جای روحانیت اصیل در فرایند اجرای مناسک، یکپارچه‌سازی فرهنگی تحت تأثیر ارائه الگوهای یکسان رسانه‌ای (پایان دادن به خلاقیت توده‌ها در برگزاری مناسک با الگوهای محلی و منطقه‌ای یا تضعیف هیئت‌های مردمی و محلی برآمده از خرده‌فرهنگ‌ها تحت تأثیر شکل‌گیری هیئت‌های بزرگ کاملاً بریده از اقتضائات محلی)، اتهام رسانه به کالایی ساختن پیام‌های دینی و تقویت مصرف‌گرایی و تنوع‌طلبی، احتمال از میان رفتن رمز آنها با مناسک مشابه (عرفی، قومی، ملی)، عوام‌گرایی و توده‌گرایی، اصالت‌یابی مناسک و فراموشی جنبه طریقی و ابزاری آنها، خوف از برجسته‌سازی مناسک تشدیدکننده اختلافات دینی (مثل اختلافات شیعه و سنی)، خوف از مخالفت نهادهای دینی با مرجعیت‌یابی رسانه

در حوزه مناسک، خوف از بی‌اعتنائی به مناسک به دلیل عقلانی شدن تدریجی فضای عمومی (ر.ک. پستمن، ۱۳۷۵) (بخش‌های مختلف): راودراد، ۱۳۸۶، ص ۲۱۲-۲۲۱؛ رباطی، ۱۳۹۹).

۷. آموزه‌های پیشنهادی برای مناسک‌سازی رسانه‌ای

صله رحم، نیکی به والدین، احترام به سالخوردگان، ارتباط با همسایگان، ادخال سرور در دل مؤمنان، ارتباط با طبیعت، عیادت بیماران، مصرف بهینه (عاری از اسراف و تبذیر)، تجملات ممدوح و ممنوع، تکریم ارباب رجوع، ازدواج آسان و صدها ارزش دیگر که در منابع دینی و روایی بدان توصیه شده، می‌تواند از طریق رسانه ملی به آداب و الگوهای رفتاری قابل عمل و مورد التفات مؤمنان در فرایندهای زندگی روزمره تبدیل شود.

نتیجه‌گیری

بخشی از فعالیت رسانه‌های جمعی در یک جامعه دینی به بازنمایی صورت‌های الگویی مناسک موجود در متون دینی (مثل تشریع عبادات متناسب با آموزه‌های دینی در رسانه‌هایی همچون رادیو معارف)، بخشی به بازنمایی مناسک فردی و جمعی در حال وقوع در متن جامعه مؤمنان و بخشی نیز به مشارکت رسانه در فرایند مناسک‌سازی یعنی تبدیل ارزش‌های دینی مغفول یا فاقد هنجاری عملی به آداب و الگوهای رفتاری قابل عمل و عرضه آنها به فرهنگ عمومی است. رسانه همچنین در تبلیغ، تفسیر، تعمیق، توسعه، پیرایه‌زدایی، و تغییر و تبدیل مناسک دینی با الهام از منابع دینی و منابع معرفت دینی و نیز با عطف توجه به نیازها و انتظارات جامعه مؤمنان و متناسب با اقتضائات زمانی و مکانی، توانمندی‌های منحصر به فردی دارد. رسانه ملی، به‌ویژه سیما به اقتضای رسانه‌ای و مأموریت محوله در نشر فرهنگ اسلامی، در سال‌های بعد از انقلاب در این عرصه فعال بوده و تجربه‌های درخور توجهی کسب کرده است. در این نوشتار به برخی از ضرورت‌های کارکردی ساخت مناسک رسانه‌ای، قواعد و هنجارهای برنامه‌سازی آثار و نتایج محقق و مورد انتظار از این نوع فعالیت و موانع و محدودیت‌های رسانه در تأمین این مهم اشاره شده است.

علی‌نیا خطیر، نادعلی (۱۳۹۰ ب). ماهیت شعائر دینی - سیاسی و فلسفه بزرگداشت آن. حکومت اسلامی، ۶۰، ۱۳۱-۱۵۴.

عیسوند، یونس (۱۳۹۱). بررسی ادله، آثار و ملاک دو قاعده حرمت اهانت به مقدسات و وجوب تعظیم شعائر. سخن جامعه، ۳، ۴۷-۶۲.

کاظمی موسوی، احمد (۱۳۸۱). رویکرد علمای شیعه به شعائر و آداب عامه‌پسند. *ایران‌شناسی*، ۱ (۱۴)، ۷۸-۵۴.

گوئالز، گرگور (۱۳۸۲). گریز از زمان ابعاد آیینی فرهنگ مردم. در: *بازاندیشی درباره رسانه، دین و فرهنگ*. ترجمه مسعود آریایی‌نژاد. تهران: سروش.

گیویان، عبدالله (۱۳۸۶). گلیفورد گیرتر و دیدگاه تفسیری او در باب دین و فرهنگ. *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، ۱۰، ۲۸-۱.

ماهرو، زهرا و سادات کشاورز، زهرا (۱۳۹۶). رسانه و دین: بررسی آثار و کارکردهای نمایش مناسک دینی در رسانه‌ها. *رسانه*، ۱۰۶، ۴۳-۶۲.

مرتضوی، سیدابراهیم و زارعی، زهرا (۱۴۰۱). بررسی روش‌های تربیت غیرمستقیم مناسک دینی از منظر روایات معصومین علیهم‌السلام. *معارف اهل‌البيت*، ۱، ۷۷-۹۶.

مصطفوی، حسن (۱۳۶۸). *التحقیق فی کلمات القرآن الکریم*. تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

مطهری، مرتضی (۱۳۸۲). *یادداشت‌های استاد*. چ سوم. تهران: صدرا.

مطهری، مرتضی (۱۳۸۶). *مجموعه آثار*. تهران: صدرا.

معمودی، بشیر (۱۴۰۱). *دین تلویزیون*. تهران: آرما.

منتظری، حسینعلی (۱۴۰۹ ق). *دراسات فی ولا یه الفقیه و فقه الدوله الاسلامیه*. چ دوم. تهران: مکتب الاعلام الاسلامی.

هاشمی شاهرودی، سیدمحمود (۱۳۸۹). *فرهنگ فقه مطابق مذهب اهل‌بیت علیهم‌السلام*. قم: مؤسسه دائرةالمعارف فقه اسلامی.

همیلتون، ملک (۱۳۷۷). *جامعه‌شناسی دین*. ترجمه محسن ثلاثی. تهران: تیبان.

هوور، ام. استوارت و لاندبای، نات (۱۳۸۵). *رسانه، دین و فرهنگ*. ترجمه مسعود اولیایی. تهران: سروش

منابع.....

قرآن کریم. ترجمه محمد مهدی فولادوند.

استوت، دنیل. ای (۱۳۹۳). *دین و رسانه*. ترجمه امیر یزدیان. قم: مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما.

اسماعیلی، محسن و میرلوحی، سیدمحمد (۱۳۹۷). اصل فوریت اجرای شریعت توسط حاکمان و استثنائات آن بر پایه آیات و روایات. *پژوهشنامه قرآن وحديث*، ۲۳، ۹۷-۱۱۷.

بیرو، آن (۱۳۷۰). *فرهنگ علوم اجتماعی*. ترجمه باقر ساروخانی. تهران: کیهان.

پستمن، نیل (۱۳۷۵). *زندگی در عیش، مردن در خوشی*. ترجمه صادق طباطبایی. تهران: اطلاعات.

حسام مظاهری، محسن (بی‌تا). در خدمت و خیانت مناسک. در: *جامعه‌شناسی تشیع*، socio-shia.Com

خجسته، حسن (۱۳۸۲). مناسک رسانه‌ای الگوی تبلیغاتی دین در شبکه‌های عمومی رادیو و تلویزیون. *پژوهش‌های ارتباطی*، ۳۶، ۵۸-۳۵.

خجسته، حسن و کلانتری، عبدالحسین (۱۳۸۶). بررسی نسبت رسانه و دین (مطالعه موردی مناسک رسانه‌ای). در: *دین و رسانه*. به کوشش محمدرضا جوادی یگانه و حمید عبدالهیان. تهران: دفتر پژوهش‌های رادیو.

خجسته، حسن (۱۳۸۷). مناسک‌سازی دینی در رسانه (گفت‌وگو). *اطلاعات حکمت و معرفت*، ۷، ۸۶.

خجسته، حسن و احمدی، ظهیر (۱۳۹۷). اخلاق حرفه‌ای و کاربردی رسانه‌ها در جمهوری اسلامی ایران. *پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات با همکاری اداره کل پژوهش‌های اسلامی رسانه*.

دورکیم، امیل (۱۳۸۳). *صور ابتدایی حیات دینی*. ترجمه باقر پرهام. تهران: مرکز.

ذکایی، محمدسعید و اسلامی، روح‌الله (۱۳۹۹). بازنمایی رسانه‌ای مناسک زیارت اربعین در ایران (سال‌های ۱۳۹۲-۱۳۹۶). *تحقیقات فرهنگی ایران*، ۵۰، ۳۶-۱.

راووداد اعظم (۱۳۸۶). تعامل دین و رسانه. در: *دین و رسانه*. به کوشش محمدرضا جوادی یگانه و حمید عبدالهیان. تهران: دفتر پژوهش‌های رادیو.

رباطی، ابوالفضل (۱۳۹۹). بررسی جامعه‌شناختی پیامدهای فربهی مناسک مذهبی. *فرهنگ پژوهش*، ۴۲، ۹۲-۶۵.

رحمانی، جبار (۱۳۹۱). *مناسک و آیین‌های شیعی در هند*. تهران: آرما.

شامحمدی، رستم و پاسالاری بهجانی، فاطمه (۱۳۹۴). مناسک دینی از دیدگاه کلیفورد گیرتر (با تأکید بر کارکرد آنها). *پژوهشنامه دین، ۱۸، ۴۹-۷۴*.

شرف‌الدین، سیدحسین (۱۳۹۴). *سرگرمی رسانه‌ای*. قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی علیه‌السلام.

صرامی، سیفالله (۱۳۹۸). بازخوانی دلیل تعظیم شعائر: حکم، موضوع و متعلق. *فقه*، ۹۹، ۴۹.

طباطبائی، سیدمحمدحسین (۱۳۷۴). *المیزان فی تفسیر القرآن*. ترجمه سیدمحمدباقر موسوی همدانی. قم: جامعه مدرسین.

علی‌نیا خطیر، نادعلی (۱۳۹۰ الف). *حاکم اسلامی و اقامه شعائر دینی*. حکومت اسلامی، ۶۱، ۱۶۳-۱۹۰.