

## بررسی امکان بازنمایی امر قدسی در قالب تصویر متحرک

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۰۷/۲۲

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۱۲/۰۹

اعظم راودراد \*

بشیر معتمدی \*\*

### چکیده

پرسش از نسبت بین دین و رسانه، در سال‌های اخیر به دغدغه جدی صاحب‌نظران دینی از یک‌سو و متخصصان رسانه از سوی دیگر تبدیل شده است. در این میان، تجربه تصویری نمودن امر قدسی یا ماورائی یکی از تجاربی است که بیش از سایر تجربه‌ها به‌ویژه در برنامه‌های دینی تلویزیون مشاهده شده است. لذا این سؤال به‌طور جدی مطرح می‌شود که آیا اساساً امکان بازنمایی امر قدسی وجود دارد؟ در این مقاله تلاش شده است تا ضمن برشمردن موانع پیش روی این بازنمایی و مسائل آن، تا حد امکان راه‌حلی برای خروج از بن‌بست‌ها ارائه گردد.

نتیجه مطالعه نشان می‌دهد که دو راه‌حل اصلی بازنمایی امر قدسی در قالب تصویر، «سبک استعلایی» و «بهره‌گیری از سمبول‌ها» هستند. این دو راه‌حل در دو انتهای یک محور قرار دارند که یک سوی این محور، امر قدسی و سوی دیگر محور، امر بشری است. سبک استعلایی، مخاطب را از امر بشری به سوی امر قدسی می‌کشاند و تجربه آن را برای مخاطب فراهم می‌کند و با بهره‌گیری از سمبول‌ها، امر قدسی را در قالب امر بشری برای مخاطب به ارمغان می‌آورد. این هر دو راه‌حل اگر چنانچه بر پایه شناخت دقیق دینی و عقلانیت مبتنی بر آن شکل نگرفته باشد، این مسیر را به بیراهه می‌کشاند.

**واژگان کلیدی:** امر قدسی، تصویر متحرک، بازنمایی.

## مقدمه

وقوع انقلاب اسلامی در ایران، در حوزه «رسانه» و «دین» و نسبت بین آن دو ثمرات فراوانی داشته است و بسیاری از افراد از صاحب‌نظران رسانه گرفته تا مدیران این رسانه، عوامل تولید و بالاخره افراد صاحب‌نظر در حوزه علمیه به این مقولات و نسبت آن‌ها اندیشیده‌اند و آن را به لحاظ نظری فرجه کرده‌اند؛ امری که پیش از آن مسبوق به سابقه نبوده است. به‌طور کل برنامه‌های دینی در رسانه‌ها جایگاه خاصی دارند و تقریباً در همه رسانه‌های دنیا، برنامه‌های دینی تولید و پخش می‌شوند. در ایران نیز که صدا و سیما برنامه‌های خود را مطابق اصول دین اسلام تولید می‌کند، برنامه‌های خاص دینی هم تولید و عرضه می‌شود. از ابتدای انقلاب، حوزه تولید دینی تلویزیون فراز و نشیب‌های مختلفی را پشت سر گذاشته و قالب‌های متفاوتی را تجربه کرده است که اگر از تجارب گذشته بهره‌برداری مناسب و درست صورت گیرد، می‌توان مسیرهای نو را نیز پیمود.

در این میان پرسش از نسبت «دین و رسانه» پرسشی است که همواره برای کارشناسان دین از یکسو و کارشناسان رسانه از سوی دیگر مطرح بوده است. این سؤال از آنجا آغاز می‌شود که آیا صرف اعمال اراده مدیریتی در رسانه‌ای مانند تلویزیون کافی است برای اینکه اهداف دینی تحقق یابد؟ آیا صرف در نظر گرفتن محتوای دینی برای قالب رسانه می‌تواند ما را به مقصود برساند؟ آیا همه ابعاد دین امکان ارائه در رسانه را دارد یا صرفاً بخش‌هایی از دین را می‌توان در رسانه ارائه کرد؟

در این میان یکی از قالب‌هایی که در سال‌های اخیر در سطح تلویزیون و حتی سینما شاهد آن بوده‌ایم، گرایش به تصویری نمودن امر قدسی است. در این گرایش تلاش بر این است که امر ماوراء طبیعی در قالب تصویر متحرک (تلویزیون یا سینما) بازنمایی گردد و از این طریق مخاطب را با امر قدسی مواجه کرده و در نهایت او را به سمت دین رهنمون سازد. اما آنچه در عمل مشاهده شد، شکل بسیار ساده و ابتدایی و گاهی اوقات کاریکاتوری از امر قدسی بود که با استفاده از ترفندهای سینمایی ایجاد می‌شد و مخاطبان نیز با آگاهی از این جلوه‌های بصری، تنها اعجاب یا ترس را تجربه می‌نمودند؛ بدون آنکه تجربه امر قدسی فراهم گردد و مخاطب بتواند از خلال آن به

مرحله بالاتر و عمیق‌تری از دینداری دست یابد. سریال‌های تلویزیونی نظیر «او یک فرشته است»، «روز حسرت»، «اغماء»، «سقوط یک فرشته»، «۵ کیلومتر تا بهشت» نمونه چنین سریال‌هایی است که با به تصویر کشیدن فرشته، شیطان، بهشت، جهنم و اموری مشابه تلاش داشتند تا از این طریق مفاهیم مذهبی را به بینندگان منتقل کنند. سازندگان چنین سریال‌هایی مدعی هستند که دینی‌ترین سریال‌ها را ساخته‌اند، اما در مقابل منتقدان معتقدند که این سریال‌ها نتوانسته‌اند در بیان مفاهیم خود موفق باشند. آنچه در این میان جای سؤال جدی و پژوهش و تحقیق دارد این است که آیا اساساً تصویر تلویزیونی و سینمایی ظرفیت به تصویر کشیدن امور ماورائی را دارد؟ آیا می‌توان فرشته، شیطان، بهشت، جهنم و اموری نظیر آن را در قالب تصویر نشان داد؟ و آیا با تصویر کشیدن این امور توانسته‌ایم مفاهیم دینی را به مخاطبان منتقل کنیم؟ این مقاله در صدد است تا سؤالاتی نظیر آن را در حد امکان پاسخ دهد. برای این منظور ابتدا اشکالات و ایراداتی که به نظر می‌رسد در زمینه به تصویر کشیدن امر قدسی (به‌ویژه در تلویزیون) وجود دارد، مطرح گردیده و سپس تلاش شده است با استفاده از مباحث دینی و همچنین نظریه‌های ارتباطی، در حد امکان پاسخی برای اشکالات مطرح شده یافت.

### چالش‌های تصویری نمودن امر قدسی

در طی سالیان گذشته تجارب متعددی پیرامون تصویری نمودن امر قدسی به وجود آمده است. اکنون وقت آن رسیده است که با تأمل دوباره در این تجارب، چالش‌ها و پرسش‌های فراروی این مسئله را مرور نماییم و در پی پاسخگویی و یا راه‌حل‌هایی برای آن‌ها باشیم تا مسیر بهتر و تجارب کامل‌تری را در آینده رقم زنیم. در ابتدا نگاهی به چالش‌ها خواهیم داشت تا ابعاد مسئله آشکار گردد:

۱- اولین سؤالی که در این میان مطرح می‌شود این است که آیا این تصویر متحرک می‌تواند واقعیت بیرونی را منعکس کند؟ آیا تصویر بازآفرینی واقعیت است یا بازتابی از درون سازنده تصویر که در این قالب خود را به نمایش درآورده؟ اگر بازآفرینی واقعیت است، هر نوع واقعیتی را از جمله امر قدسی و ماورائی را می‌تواند نمایش دهد؟ پاسخ این سؤال منفی است. تصویر ممکن است که بخواهد به واقعیت نزدیک

شود، اما در نهایت تصویر بازتاب واقعیت است آن‌گونه که تصویرساز واقعیت را می‌بیند، نه آنچنانکه هست (آوینی، ۱۳۷۹). بر همین اساس است که نظریه «مؤلف» در حوزه سینما یا فیلم شکل گرفته است. این نظریه ثابت می‌کند که کارگردان صرفاً در خدمت به اجرا درآمدن یک متن «از پیش موجود» نیست. به بیان دیگر، او تنها صحنه‌پرداز نیست. فرآیند آشکار اجرا و پرداخت موضوع، فرآیندی است که خلق متنی کاملاً جدید، که حاصل کار فیلمساز در مقام مؤلف است، بر بنیاد آن شکل می‌گیرد (ولن<sup>۱</sup>، ترجمه طباطبایی، ۱۳۸۹). بنابراین عامل انسانی مانعی بر سر راه دستیابی به عینیت قرار می‌گیرد، چرا که مستلزم انتخابی تأویلی است که توسط فیلمساز صورت می‌گیرد و آن نیز متأثر از دید، بینش، افکار، تجارب شخصی و درونی است که حالت استنباطی و نامتینن تصویر را آشکار می‌سازد (بس<sup>۲</sup>، ترجمه اخگر، ۱۳۸۳). این بحث تا آنجا پیش رفته است که نقش رسانه را نه بازتاب واقعیت، بلکه خلق جهان اطراف می‌دانند (ویلیامز<sup>۳</sup>، ترجمه قاسمیان، ۱۳۸۶) که توسط تصویرساز صورت گرفته است و تصاویر را نه بازنمودهای واقعیت یا تطابق‌هایی از آن، بلکه «حقیقتی» می‌دانند که برای خود به «وجود» می‌آورد (ورث<sup>۴</sup>، ترجمه اخگر، ۱۳۸۳). لذا بیشتر پژوهش‌ها در رابطه با «محتوای رسانه‌ها و واقعیت» پاسخی واحد بوده است مبنی بر اینکه همواره محتوای رسانه از واقعیت انحراف داشته است (مک‌کوایل<sup>۵</sup>، ترجمه اجلالی، ۱۳۸۲)، چرا که تصویرساز تلاش می‌کند که در عین نمایش واقعیت، ایده‌آل‌های فراتر از زندگی واقعی را نیز به تصویر بکشد و در نتیجه روایتی پیچیده و شگفت‌آور از مجموعه واقعیت و خیال را بوجود می‌آورد و تفکیک جزئیات واقعی از تصورات خیالی در درام‌های تلویزیونی کار ساده‌ای نیست (هاولز<sup>۶</sup>، ۲۰۰۳).

بنابراین تصویرساز حقیقت قدسی را نه چنانکه هست، بلکه آنچنانکه خود تخیل می‌کند و آن‌گونه که خود در رابطه با امر قدسی می‌اندیشد، به تصویر در می‌آورد که ممکن است با آن حقیقت قدسی فاصله داشته باشد و لذا نمی‌تواند واقعیت حقایق قدسی را آنچنانکه هست، نمایش دهد.

۲- برای فهم تصویر باید زبان تصویر را بشناسیم تا از این طریق معانی مورد نظر آن را درک کنیم. تصویر به‌ویژه در قالب فیلم و سریال واقعیتی رؤیایی است.

صورت‌های آن صورت‌های مثالی است که همه زوائد واقعی آن حذف شده است (آوینی، ۱۳۷۹). این صورت‌های مثالی را که به «امر مجازی» تعبیر می‌کنند، نه تنها همتای امر واقعی می‌شود، بلکه می‌خواهد جای آن را بگیرد. هدف اصلی هم جذب مخاطب است که تا آن حد مجازی را واقعی تصور کند که به‌طور مرتب به آن مراجعه کند. این مسئله تعریف سبک بصری جدیدی است که امر مجازی تلویزیون را به‌صورت بسیار واقعی جلوه می‌دهد، اما آن چیزی که روی می‌دهد، ترکیب واقعیت مجازی است که از یک سو واقعیت است و از سوی دیگر مجاز (میرزائوف<sup>۷</sup>، ۱۹۹۹). بر این اساس نسبت تلویزیون و واقعیت در عین حال که واقع‌بینانه به نظر می‌آید، اما اغلب در دو جاده مختلف حرکت می‌کنند. به تعبیر دیگر حقیقت زندگی و ایده‌آلیسم یک ترکیب غیرممکن است. تلویزیون اغلب انعکاسی است؛ نه از اینکه زندگی ما چگونه است، بلکه از اینکه زندگی ما چگونه ممکن است باشد. درام‌ها ممکن است واقعی به نظر آید، اما نباید با خود واقعیت اشتباه شود. درام‌ها «بازنویسی» از واقعیت است که همه چیز غیر از آن چیزی است که در واقعیت وجود دارد (هاولز، ۲۰۰۳).

این فرآیند با پیشرفت تکنولوژی تا آنجا پیش رفته است که منجر به فراواقعیت می‌شود. چیزی که اصلاً واقعیت ندارد، در تخیل تصویر می‌شود و اکنون به کمک گرافیک کامپیوتری حالت واقعی پیدا می‌کند و مخاطب با حس بصری آن را می‌بیند، در عین حالی که نمی‌تواند به آن دسترسی داشته باشد؛ چرا که موجودیتی در ورای آن وجود ندارد. لذا امر مجازی فراواقعی روی می‌دهد که اصالتاً تجربه کردن امر غیرواقعی و اتفاقاً واقعی‌تر دانستن آن از امر واقعی است (میرزائوف، ۱۹۹۹، ص ۱۰۱).

مجموعه این مطالب نشان می‌دهد که بین واقعیت حقیقی و واقعیت رؤیایی و مجازی تفاوت وجود دارد و لذا نمی‌توان در قالب تصویر فیلم یا سریال آن حقیقت قدسی را به نمایش گذاشت. آنچه که به نمایش در می‌آید تنها رؤیاها یا امور مجازی است که تلاش شده از طریق تصویر شکل واقعی به خود بگیرد، اما عمدتاً فراواقعیتی است که تخیلات سازنده تصویر را آشکار می‌سازد. آنچه در نمایش‌های تلویزیونی سال‌های اخیر نیز رخ داد، چیزی جز همین نمایش تخیلات نبود.

۳- تصویر خود یک واقعیت مادی فیزیکی است. اما شخصیت‌ها یا مکان‌هایی که

قرار است به نمایش درآید، معانی مجرد و فاقد ماده فیزیکی هستند و لذا امکان تصویر کردن آن‌ها وجود ندارد؛ چرا که در صورت تصویر کردن آن‌ها، «حقایق مجرد» از «تجرد» تهی می‌شوند و به اموری صرفاً «کمی» استحاله پیدا می‌کنند. این امر ناشی از تفاوت ماهیت بیانی کلام و تصویر است. کلام یا کلمه تا زمانی که بی‌چهره است و تصور و تجسم پیدا نکرده، می‌تواند وسعت خود را در معنا حفظ کند، اما به محض اینکه تصور و تجسم پیدا کرد، در همان کالبد و صورت محدود و منجمد می‌شود. نوع دلالت کلمه بر مدلول خویش مجرد است و به همین علت می‌تواند عام، کلی، مختلف‌الجهت و نامحدود باشد، حال آنکه دلالت تصویر بر مفهوم آن، مستقیم و غیرمجرد، خاص، جزئی و محدود است (آوینی، ۱۳۷۹). به تعبیر دیگر تصاویر نمی‌توانند به آنچه «نیست» پردازند و همه آنچه تصاویر می‌توانند نشان دهند، چیزی است که «هست» و بر سطح تصویر وجود دارد (ورث، ترجمه اخگر، ۱۳۸۳). لذا بزرگترین تفاوت زبان سینمایی (یا به‌طور کلی تصویری) و زبان کلامی را باید در مفهوم «نظام زبان» جستجو کرد. در زبان کلامی در عمق هر سخن، در کنار دیگر پیکربندی‌ها، با رمزگانی روبه‌رو هستیم که به نظام زبان تعلق دارد. اما در سینما از رمزگانی که با رمزگان زبان کلامی قابل قیاس باشد، اثری در میان نیست (متز<sup>۸</sup>، ترجمه طباطبایی، ۱۳۸۹). در نتیجه فیلمساز در کار خود که همان ساختن فرهنگ لغت تصویری است، هرگز نمی‌تواند مفاهیم انتزاعی را گرد بیاورد. این مسئله شاید مهم‌ترین تفاوت میان کار ادبی و کار سینمایی باشد، چرا که قلمرو زبانی و دستوری فیلم‌ساز از تصاویر تشکیل می‌شود و تصاویر همیشه «عینی» هستند (پازولینی<sup>۹</sup>، ترجمه طباطبایی، ۱۳۸۹)، درحالی‌که زبان و به‌ویژه زبان دینی مشحون از واژگان کیفی و تعابیر توصیفی است که کارکرد دوگانه‌ای دارند. از یکسو بُعد رازمند و غیرقابل توصیف را یادآوری می‌کنند و از سوی دیگر نشان می‌دهند که تعابیر توصیفی در خدمت تکثیر الگوهای پایان‌ناپذیر قرار می‌گیرند (رمزی<sup>۱۰</sup>، ۱۹۶۴ به نقل از آرتور<sup>۱۱</sup>، ترجمه آریایی‌نیا، ۱۳۸۲). از همین‌رو نشان دادن حقایق قدسی در قالب تصویر متحرک در سینما و تلویزیون دارای پیچیدگی‌های فراوانی است که نمی‌توان به سادگی مدعی به تصویر کشیدن این حقایق شد.

۴- آیا «معنی» قابلیت بیان تصویری دارد؟ برای پاسخ به این سؤال باید در «کیفیت

تمثل معانی در صورت‌ها» تأمل کرد. صورت مظهر معناست، اما بین آن دو رابطه «تمثیل و تمثل» برقرار است. صورت‌های موجود در این جهان اگر جدا از ماده قابل اعتبار شوند، صورت‌های متمثله حقایق ملکوتی هستند. سؤالی که در اینجا پیش می‌آید این است که اگر صورت‌ها نازله حقایق متعالی هستند، چرا ما را عیناً به معانی مدلول خویش هدایت نمی‌کنند؟ سرِ مطلب اینجاست که وجود حقایق متعالی ملکوتی در عوالم مجرد به نحو «وحدت» است و «تجلی و تمثل» آن‌ها در این جهان به نحو «کثرت»، چرا که این جهان در قیاس با عالم مجردات محدود است و لاجرم برای ظهور مراتب و شئون ذاتی هر وجود مجرد، صورت‌های کثیره‌ای لازم است که هر یک به شأنی از شئون ذاتی آن وجود ملکوتی اشاره کنند (آوینی، ۱۳۷۹).

این نظریه که از آن به‌عنوان «وحدت در عین کثرت و کثرت در عین وحدت» نام برده می‌شود، بر این اعتقاد است که وجود که تنها امر عینی و اصیل است، حقیقت واحد است، ولی درجات و مراتب مختلفی دارد. ماهیات متکثره و مختلفی که بر عقل و حس نمودار می‌شود، از مراتب و درجات وجود انتزاع می‌شود. این وجودات مراتب حقیقت واحدند و اختلاف وجودات از یکدیگر به شدت و ضعف و کمال و نقص است (طباطبایی و مطهری، ۱۳۸۲). لذا در مشاهده بصری، نه‌تنها دلالت مستقیم بر مدلول خویش ندارند، بلکه هر یک رادع و حجابی می‌شوند در برابر تجلی بی‌واسطه-اش. پس اگر ما صورت‌ها را همچنانکه هستند، بر صفحه‌ای نقش کنیم، هرگز ما را به مدلول حقیقی خویش نمی‌رسانند؛ چرا که صورت اگر مستقل از مدلول خویش، آن‌سان که هست منظور شود، امری است صرفاً «کمی و محسوس» (آوینی، ۱۳۷۹). لذا نمی‌توان از طریق تصویر به حقایق قدسی دست یافت.

۵- یکی از دلایلی که موافقان بر آن تأکید می‌کنند این است که تکنولوژی را همچون ظرف خالی در نظر می‌گیرند که می‌توان هر محتوایی را بر آن حمل کرد. زمانی که دین در قالب اصطلاحات کارکردی درک می‌شود و فن‌آوری به ابزار و ادوات خنثی فرو می‌کاهد، رسانه‌های بصری منجی آموزه‌های دینی به شمار می‌آیند (کریستیانز، ترجمه آریایی‌نیا، ۱۳۸۲)؛ در صورتی که مفهوم رسانه را می‌توان در جمله مشهور مک لوهان<sup>۱۲</sup> که می‌گوید: «رسانه، خود پیام است»، درک کرد که در واقع نقدی بر ابزارگرایی

سنتی نسبت به رسانه است. رسانه، فقط واسطه نیست، بلکه خود دارای ذاتی است که می‌تواند جهان نمادینی را خلق کند (موسوی مهر، ۱۳۸۸). به عبارت دیگر تولید یا اختراع هر وسیله در صورت محتوا یا ماهیت آن وسیله، موجبات یا اقتضائات خاصی را به همراه دارد که لازمه وجود آن است (آوینی، ۱۳۷۹). با این نگاه دیگر نمی‌توان به سادگی مدعی شد که می‌توان مفاهیم دینی و قدسی را از طریق این ابزار منتقل کرد. برای فهم بهتر این معضل، نیازمند تأمل دوباره در ماهیت تمدن غرب و عصر جدیدی هستیم که از رنسانس آغاز گشته است. مدرنیته که روح تمدن جدید لقب گرفته است، به دنبال «عقلانی شدن» جهان بود و شرایط عقلانی شدن جهان، به رسمیت شناخته شدن حق نوآوری و حق اظهارنظر درباره «معنا» و تجزیه و تحلیل روایت‌ها بود. برای حصول همه این شرایط باید از جهان به بهترین وجه «معنویت زدایی»<sup>۱۳</sup> می‌شد (بومن<sup>۱۴</sup>، ۱۹۹۲). در کنار آن، عقل‌مداری ابزاری منجر به توسعه و گسترش سرمایه‌داری شد و گسترش احساسات رمانتیکی نیز نظام مصرف‌گرایی را تقویت کرد (مرداک<sup>۱۵</sup>، ترجمه آریایی‌نیا، ۱۳۸۲). ضرورت ذاتی چنین سیستمی ایجاب می‌کرد که مصرف‌کننده رها نشود تا حتی برای لحظه‌ای دچار این سوءظن شود که مقاومت امکان‌پذیر است و سرگرمی، مشوق همان حس درماندگی و تسلیمی است که صنعت فرهنگ‌سازی آن را عرضه می‌کند (آدورنو<sup>۱۶</sup> و هورکهایمر<sup>۱۷</sup>، ترجمه مهرگان و فرهادپور، ۱۳۸۴).

این رویکرد انتقادی، حتی در مواردی تا بدانجا پیش می‌رود که معتقد است تلویزیون به مثابه فرآیند فناوری مدرن غرب، برای این هدف اختراع نشده که مبلغ ارزش‌های دینی باشد؛ بلکه به گونه‌ای شکل و تکامل یافته است که مروج مقاصد دنیوی غرب و اهداف کاپیتالیستی و بورژوازی باشد (فهیمی‌فر، ۱۳۸۲). در نتیجه ارائه دین در بستر تمدن مصرف‌گرا و سرمایه‌سالار، موجب رواج روابط مصرف‌گرایانه در حوزه دیانت می‌شود که در آن فرقه‌های دینی حکم کالا را پیدا می‌کنند و مذهب نیز همانند سایر حوزه‌های فرهنگی به کالا تبدیل می‌شود (مرداک، ترجمه آریایی‌نیا، ۱۳۸۲، میرعابدینی، ۱۳۸۲). شولتز<sup>۱۸</sup> در کتاب «تلویزیون دینی و فرهنگ آمریکا: تجارت دین جمعی» مدعی است که از انجیل دین‌زدایی و مسیح نیز به نوعی کالا و محصول



مصرفی تبدیل شده است (شولتز، ۱۹۹۱). بنابراین تلویزیون که خود مولود و معلول غرب مدرن است و با عطف به نیازها و تکامل تاریخی آن به وجود آمده است، طبیعت و شخصیتش در تعامل با ساختارهای فلسفی و فرهنگی غرب شکل گرفته و نباید انتظار داشته باشیم که به سهولت و به صورت ماهوی در خدمت ارزش‌هایی قرار گیرد که گاه کاملاً مغایر با روح مدرنیته است (فهیمی فر، ۱۳۸۲). فناوری مدرن، زاده مدرنیته و سکولاریزاسیون روح و مبنای آن است. لذا تلویزیون به مثابه فرآیند فناوری مدرن دارای زبان سکولار است (همان، ص ۳۳).

این نگاه آنگاه تکمیل خواهد شد که دیدگاه هایدگر<sup>۱۹</sup> نیز به آن افزوده شود. فلسفه هایدگری بر این مبنا قرار دارد که اساساً تکنولوژی یک امر خنثی نیست و شرط صحت و اعتبار درک ما از رسانه و دین در بلندمدت، صیقل دادن فهم و درک از فن‌آوری است. بر این اساس فن‌آوری دارای ساختاری هستی‌شناختی است که موجب ساخت اجتماعی ویژه خود می‌شود. این امر در عصری که مبتنی بر فن‌آوری است، موجب فراموش شدن وجود انسان در فرآیند فن‌آوری می‌شود؛ زیرا وجود هر چیز یعنی اینکه آن چیز ماده و موضوعی است در خدمت توسعه نظام مبتنی بر فن‌آوری (کریستیانز، ترجمه آریایی نیا، ۱۳۸۲). بنابراین کلیت دین و به‌طور خاص امر قدسی تحت سیطره فن‌آوری و اقتضائات آن بروز و ظهور می‌یابد. ماهیت تکنولوژی‌های جدید مثل تلویزیون، رادیو و حتی سینما با ظهور پدیده‌ای به نام «نظام سرمایه‌داری فرهنگ غرب» ظهور پیدا کرده است (عاملی، ۱۳۸۳) و لذا اقتضائات این نظام همچون سکولاریزاسیون بر پیام دینی و قدسی خود را تحمیل می‌کند. هسته اصلی مفهوم سکولاریزاسیون نیز چشم پوشیدن از آسمان و فرو دوختن آن به زمین و دنیای مادی است (ابوطالبی، ۱۳۸۶) که این امر در تضاد مستقیم با امر قدسی است. در مجموع می‌توان گفت که چه از دیدگاه مک لوهان رسانه را در نظر گیریم و چه از نظر هایدگر به آن توجه کنیم، هر دو به چیزی جز تعارض انتقال مفاهیم قدسی از طریق رسانه حکم نمی‌کنند.

### راه‌حل‌ها و پاسخ‌ها در برابر چالش تصویری نمودن امر قدسی

پس از ذکر دلایل عدم امکان تصویرسازی امر قدسی این سؤال مطرح می‌شود که آیا

این مسئله راه‌حلی دارد؟ آیا می‌توان طرقي را جست که بتوان موانع تصویرسازی امر قدسی را کنار زد و به حقیقت آن در قالب تصویر دست یافت؟ اگر چنین چیزی امکان دارد، چگونه می‌توان به آن دست یافت؟

تأملات نظری پیرامون این موضوع نشان می‌دهد که راه‌هایی برای عبور از موانع وجود دارد که در بعضی موارد تجربیات عملی نیز آن را تأیید می‌کند. آنچه در این بخش از مقاله ارائه می‌شود، راه‌هایی است که پشتوانه نظری آن بیشتر از منابع دینی سرچشمه می‌گیرد و لذا به لحاظ ادبیات تئوریک تا حدود زیادی در قالب علمی نمی‌گنجد. در عین حال تلاش شده است تا بیان این راه‌حل‌ها تا حد امکان به شیوه علمی بیان شود و از نظریات علمی در جهت تبیین بهتر آن استفاده گردد.

پیش از آن باید دانست که این راه‌حل‌ها مبتنی بر «اصل فطرت» است که به‌طور کلی با نظریات پست مدرن مبنی بر اینکه هویت «خود» در «بیرون» ساخته می‌شود و انسان هیچ خود اصیل و یگانه‌ای ندارد (وارد، ترجمه فخررنجبری و کرمی، ۱۳۸۴)، در تضاد است. در نظریات پست مدرن «خود» اساساً اجتماعی است و الگوهای متفاوت «خود پست مدرن» یا «هویت پست مدرن» بر اساس ایده «خود» اجتماعی ساخته شده‌اند (همان، ص ۱۶۰). به بیان دیگر هویت یا خود انسان‌ها مبتنی بر هیچ اصل ثابت و مشترک پیشینی نیست و این اجتماع است که هویت را می‌سازد. اما مطابق اصل فطرت «... برای انسانیت سنتی است واحد و ثابت به ثبات اساسش که همان انسان است و همین سنت است که آسیای انسانیت بر محور آن می‌گردد؛ و همچنین سنت‌های جزئی که به اختلاف افراد و مکان‌ها و زمان‌ها مختلف می‌شود، پیرامون آن دور می‌زند» (طباطبایی، ۱۳۵۹، ج ۱۶، ص ۲۶۹). با این مقدمه می‌توان پاسخ‌هایی درخور در رابطه با موانع ذکر شده بیان داشت:

۱- همان‌طور که پیش از این ذکر شد، اولین مانعی که بر سر راه تصویرسازی امر قدسی وجود دارد، خود تصویرساز است. تصویر برآمده از ذهن، فکر، اندیشه و به‌طور کلی جهانی است که تصویرساز درون آن زندگی می‌کند و لذا امر قدسی را از منظر خود، تصویر می‌کند که ممکن است با حقیقت امر قدسی فاصله داشته باشد.

لذا اگر قرار است که تصویرساز یا به تعبیری فیلم‌ساز حقیقت امر قدسی را نشان

دهد، باید خود ابتدا «عارف» باشد (آوینی، ۱۳۸۱). این تعبیر که بیشتر از همه در متون دینی دیده می‌شود، بدین معنی است که تصویرساز چنان وجود درونی خود را صیقل دهد که در حکم آئینه‌ای شود که امر قدسی در آن بازتاب می‌یابد و او بدین طریق تنها بازتابنده آن حقیقت قدسی است. در این حالت است که می‌توان امید داشت که امر قدسی در قالب تصویر نشان داده شود.

تعبیر «صیقل دادن وجود درونی» ناظر بر نوعی تزکیه درونی و قرب به حق تعالی است، چرا که «دل‌های ما غبار توجه به دنیا و مشتبهات آن را دارد و آلودگی انغمار در شهوات نمی‌گذارد مرآت تجلیات حق شود و مورد جلوه محبوب گردد» (امام خمینی، ۱۳۶۸). اما هر چه قرب افزایش یابد، خاصیت بازتابندگی آن بیشتر بروز و ظهور پیدا می‌کند. این قرب تا آنجا پیش می‌رود که از آن تعبیر به «فنا فی الله» می‌کنند. در این حالت فرد «خود» را که حجاب حجاب‌هاست، از میان برمی‌دارد تا به خدا رسد (آوینی، ۱۳۷۹). این مفاهیم با تعبیر علم عرفان چنین بیان می‌گردد: «پس از تقوای تام تمام و اعراض کلی قلب از جمیع عوالم و رفض نشأتین و قدم بر فرق انیت و انانیت گذاشتن و توجه تام و اقبال کلی به حق و اسماء و صفات ذات مقدس کردن و مستغرق عشق و حب ذات مقدس شدن و ارتیاضات قلبیه کشیدن، یک صفای قلبی از برای سالک پیدا شود که مورد تجلیات اسمائیه و صفاتیه گردد و حجاب‌های غلیظی که بین عبد و اسماء و صفات بود، خرق شود و فانی در اسماء و صفات گردد و متعلق به عز قدس و جلال شود و تدلی تام ذاتی پیدا کند و در این حال بین روح مقدس سالک و حق، حجابی جز اسماء و صفات نیست» (امام خمینی، ۱۳۶۸، ص ۱۱۸). در این حالت است که برای فرد امکان شهود حقایق ممکن می‌شود و چنانچه نحوه بیان آن‌ها را بدانند، می‌تواند در قالب هنر تصویرسازی، آن‌ها را نمایش دهد. به تعبیر آوینی: «هنرمند اهل شهود و حضور است و هنر نوعی معرفت شهودی نسبت به حقایق متعالی عالم وجود. اثر هنری بیان آن اوقات شهود و حضور است؛ پس هنرمند باید اهل بیان نیز باشد، یعنی باید فن بیان را نیز بداند» (آوینی، ۱۳۷۹، ص ۱۶۹).

سهروردی نیز در کتاب «التلویحات» به این معنا با تعبیر عرفانی خاص خود اشاره دارد: «پس چون شواغل قلت یابد، برای نفس ناطقه خلسه‌ای به جانب‌القدس روی

می‌نماید و از غیب نقش می‌پذیرد، نقشی غیبی که گاه سریعاً منطوقی می‌شود و گاه بر ذکر روشنی می‌بخشد و گاه بر خیال می‌گذرد و از آنجا که خیال بر لوح حس مشترک تسلط دارد، بر آن صورتی را ترسیم می‌کند در غایت حسن و زینت و در کامل‌ترین هیئات... یا صورت آن امر غیبی را مشاهده‌تاً ترسیم می‌کند و یا بر سبیل کتابت سطری می‌نگارد» (سهروردی، ۱۳۴۵ به نقل از آوینی، ۱۳۷۹، ص ۱۷۶). در نظر شیخ اشراق چنانچه نفس ناطقه انسان از شواغل دنیایی روی به «جانب‌القدس» آورد، از «غیب» در او اشراق می‌یابد. در این حالت روحش «آئینه‌دار نگارخانه غیب» می‌گردد و از آسمانیان می‌گیرد و به زمینیان می‌بخشد. لذا رویی به عالم غیب دارد و رویی به عالم شهادت (آوینی، ۱۳۷۹، ص ۱۷۷-۱۷۸).

بنابراین برای رفع مانع اول که تصویرساز ادراکات خود را از عالم وجود بیان می‌دارد و در خدمت بیان نفسانیات خود می‌خواهد و لذا تصویر را از واقعیت دور می‌کند، راه‌حل نهایی آن است که نگاه تصویرساز کنار گذاشته شود و به بیان دیگر «خود» او از میان برخیزد. در این حالت است که تصویرساز به شهود حقیقت می‌رسد و می‌تواند «درست» نگاه کند (همان، ص ۲۱۴). در نتیجه امکان نمایش امر قدسی در قالب تصویر تسهیل می‌گردد.

۲- دومین مانع بر سر راه نمایش تصویر قدسی، نمایش واقعیت مجازی و رؤیایی از طریق تصویر است که می‌تواند تا فراواقعیت نیز پیش رود. برای برداشتن این مانع باید مراحل را پیش از ورود به تصویرسازی در نظر گرفت تا واقعیت رؤیایی به واقعیت حقیقی نزدیک شود. آنچه اکنون در کلیت تصویرسازی و به‌طور خاص در تصویرسازی امر قدسی رخ می‌دهد تنها شامل دو مرحله است. مرحله اول آن ساختن تخیل و رؤیا است و مرحله دوم ساختن تصویر از این رؤیا است که در مجموع واقعیت مجازی را می‌سازد.

اما آنچه آیت‌الله جوادی آملی مطرح ساخته، در نظر گرفتن دو مرحله پیش از این دو مرحله کنونی است. ایشان در این باره معتقد است که: «اگر کسی خواست درباره موضوعات عادی هنرنمایی کند، داشتن همان فکر عادی کافی است. اما اگر کسی خواست درباره موضوعات عالی هنرنمایی کند، باید هنرش عالی باشد... یهودیت و

مسیحیت در جریان فیلم‌سازی پیشرفت کردند، اما ما در اسلام به خودمان اجازه نمی‌دادیم که مسائلمان به زبان سینما درآید. این پرهیز یا به خاطر ابتذال سینما بود یا به خاطر اینکه ما هنرمندی نداشتیم که بتواند مفاهیم وحی را از مرحله شهود به عقل در بیاورد، عقل را به مرحله خیال درآورد، خیال را حسی کند تا بشود سینما. قالب سینما از خیال به حس می‌آید. توجه داشته باشید که در فرهنگ قرآن به خیالباف می‌گویند مختال. اما اختیال از باب افتعال است، تخیل از باب تفاعل. خداوند، خیالباف و خیال‌ساز را دوست ندارد: «لایحب کل مختال فخور». اما اگر انسان عاقل باشد و آن عقل را به خیال منتقل کند و از خیال به حس بیاورد، این مایه علمی دارد. اما اگر از خیال نشأت گرفته و به حس تبدیل شده، این می‌شود مختال. در سینما، فیلم‌ها غالباً مختالانه است. یعنی خیال است و بعد به حس تبدیل می‌شود» (جوادی آملی، ۱۳۹۰ الف).

ایشان در جای دیگری نیز تصریح می‌کند که: «یک هنرمند سینمایی باید وحی را خوب بشناسد، آن مشهود را از دلالتی صحیح به معقول تبدیل کند، بعد معقول را متخیل کند و متخیل را محسوس کند تا قابل عرضه باشد؛ وگرنه علمی نیست و این معنا چون نبوده کسی درکش نکرده... اگر هنرمندی بخواهد وارد این حوزه شود، باید چهارضلعی باشد؛ یعنی وحی‌شناس، معقول‌شناس، متخیل‌شناس و محسوس‌شناس باشد تا بتواند دست به کار شود» (جوادی آملی، ۱۳۹۰ ب).

این نگاه همان زیبایی‌های معنوی است که استاد مطهری به آن اشاره دارد. زیبایی‌های معنوی، زیبایی‌هایی است که فقط عقل انسان آن‌ها را درک می‌کند و در مرتبه‌ای برتر از حس و قوه خیال قرار دارد. این زیبایی‌ها را در مقابل زشتی‌ها و نازیبایی‌های عقلی، «زیبایی و حس عقلی» هم می‌نامند. همان‌طور که جمال‌های حسی، ناشی از تناسب و هماهنگی است؛ یعنی تناسب یک عامل اساسی در پیدایش زیبایی حسی است، تناسب در امور معنوی و روحی نیز حاصل جمال و زیبایی روحی است و انسان بالفطره عاشق جمال و زیبایی است (مختاریان، ۱۳۸۹). لذا هنرهای اصیل و سازنده بشری را می‌توان از بهترین عوامل «حیات معقول» یا «حیات طیبه» انسان‌ها معرفی نمود (جعفری، ۱۳۸۰). بنابراین چنانچه بخواهیم از واقعیت مجازی به واقعیت حقیقی حرکت کنیم، عبور از دو مرحله ابتدایی وحی‌شناسی و معقول‌شناسی لازم است،

چرا که این دو مرحله می‌تواند زمینه نزدیک شدن مجاز به حقیقت را تسهیل نماید.

۳- برای عبور از مانع سوم که توان تصویر را برای نمایش امور مجرد محدود می‌داند، «سبک استعلایی» را می‌توان راه برون‌رفت از آن دانست. در واقع هر سبکی برای هنر مقدس مناسب نیست؛ بلکه در هر هنری بعضی سبک‌ها برای بیان امر مقدس مناسب‌تر است و بقیه سبک‌ها برای بیان امور زمینی کاربرد دارد. به عقیده شریدر<sup>۲۰</sup> در سینما (و به‌طور کلی تصویر متحرک) هیچ سبکی برای بیان «امر مقدس» مناسب‌تر از سبک استعلایی نیست (شریدر، ترجمه گذرآبادی، ۱۳۸۳). در نظر او سبک استعلایی می‌تواند بیننده را از راه آزمون‌های تجربی به بیان امر متعال توانا سازد و دوباره وی را از قلمرویی که بازی با عواطف و شخصیت او در آن راه ندارد، به دنیای محسوس بازگرداند. به بیان دیگر سبک استعلایی می‌تواند ما را به آن سکوت و آن تصویر ناپیدایی نزدیک‌تر کند که در آن خطوط موازی مذهب و هنر با یکدیگر تلاقی می‌کنند و درهم می‌آمیزند (همان، ص ۱۷۰). شریدر (۱۹۷۲) می‌گوید: «بیان استعلایی در مذهب و هنر می‌کوشند انسان را به امر وصف‌ناشدنی، نامرئی و ناشناختنی نزدیک کند؛ تا آن‌جایی که کلمات، تصاویر و ایده‌ها بتوانند چنین کاری کنند» (الیوت<sup>۲۱</sup>، ترجمه نوروزی، ۱۳۸۷).

برای درک بهتر از این سبک نیازمند آن هستیم که نگاهی دقیق‌تر به تعریف شریدر از این سبک داشته باشیم. شریدر به نقل از ژاک ماریتن<sup>۲۲</sup> در کتاب مذهب و فرهنگ (۱۹۳۰) دو نوع از «ابزارهای دربند زمان» را تشریح کرده است که آن‌ها را به دو شکل کلی هنر یعنی مقدس و نامقدس نیز نسبت می‌دهد. نخستین نوع، «ابزارهای کثیر» است که بخشی از مصالح طبیعی زندگی بشر است. ابزارهای کثیر، ابزار کسانی مثل نظامیان، کارگران و سوداگران است و مرتبط با امور عملی، محصولات مادی و احساس جسمانی می‌باشد. ابزار نوع دوم، «ابزارهای کمیاب» است که ابزارهای مناسب برای روح می‌باشند. این ابزارها هر چه از بار ماده فارغ‌تر باشند، منزوی‌ترند و هر چه نادیدنی‌تر، مؤثرتر؛ چرا که آن‌ها ابزارهایی ناب در خدمت تعالی روح هستند. لذا ابزار شاعران و فیلسوفان به حساب می‌آیند. هرچند هر دو نوع ابزار از سنخ مادی هستند؛ اما ابزارهای کثیر جسم را زنده نگه می‌دارند و ابزارهای کمیاب امکان می‌یابند که به روح

تعالی بخشند (همان، ص ۱۵۶).

بر اساس دیدگاه شریدر، سبک استعلایی حرکت از ابزار هنری کثیر به‌سوی ابزار هنری کمیاب در طول یک فیلم است. فیلم‌ساز سبک استعلایی می‌تواند از ابزارهای کثیر مشخص و یکدلی برآمده از قاب تصویر متحرک، برای نگه داشتن توجه بیننده استفاده نماید و سپس به تدریج ابزارهای کمیاب را جانشین آن‌ها سازد و هرچه بیشتر بتواند ابزارهای کمیاب را با موفقیت در میان یک اجتماع کثیر، تجسم بخشد، به مقصود استعلایی خویش نزدیک‌تر شده است. سپس هنگامی که تصویر متوقف می‌شود (به‌عنوان آخرین نمونه از ابزار کمیاب)، بیننده به پیشروی ادامه می‌دهد و به اعماق تصویر نفوذ می‌کند. اگر این واقعه رخ دهد، بیننده به ورای نقطه‌ای که هرگونه ابزار زمانی ارزشمند (چه کثیر و چه کمیاب) وجود دارد؛ حرکت خواهد کرد که اسکولر<sup>۲۳</sup> آن را نشانگر «پالایش فزاینده عوامل بصری» می‌داند. لذا سیر معنوی از ابزار کثیر به ابزار کمیاب، سفری است به سطوح روایی، ترسیمی و نهایتاً تجسمی وجود. این مراحل یا لایه‌های روح، خود را از طریق کیفیات سینمایی نظیر هم‌نمایش می‌دهند و در نهایت به منطقه‌ای قدم می‌گذارند که در آنجا اشیاء در ذات خویش حضور دارند (همان، ص ۱۶۲-۱۶۳). بنابراین سبک استعلایی نوعی حرکت معنوی ایجاد می‌کند که از ابزار کثیر به‌سوی ابزار کمیاب جریان می‌یابد و امر متعال به موفق‌ترین شکل بیان می‌شود.

سبک استعلایی، نشان‌دهنده نسبت صحیح میان ابزار کثیر و کمیاب است. در غیر این صورت به سمت فیلم‌هایی که در استفاده از ابزار کثیر یا کمیاب افراط می‌کنند، پیش خواهد رفت. استفاده افراطی از ابزارهای کثیر، منجر به فیلم‌های مذهبی می‌شود که فیلم‌سازان کوشیده‌اند تا امر معنوی را مستقیماً وارد سینما سازند. به عبارت دیگر فیلم واقعی است و امر معنوی «در» فیلم است و لذا شاهد انواع جادوهای سینمایی هستیم که به کمک دوربین انجام می‌شود تا امر معنوی واقعی شود. در واقع از رویارویی انسان و امر معنوی پرهیز شده است تا «توهم» بیننده را مبنی بر اینکه سرانجام می‌توان معنویت را به‌دست آورد، محقق سازد؛ اما فیلم‌ساز بیننده را به سطح مسیح ارتقاء نمی‌دهد، بلکه مسیح را تا سطح بیننده پایین می‌آورد. در مقابل استفاده بیش از حد از ابزار کمیاب به فیلم‌های ایستایی مبدل می‌شود که بیننده را از سالن

نمایش می‌راند (همان، ص ۱۶۴-۱۶۸).

البته باید توجه داشت که نیازی نیست هنرمند مشخصاً فرم استعلایی را نشانه رود تا اثرش حاوی آن شود. عناصر می‌توانند در متن موجود باشند و فارغ از نیت مؤلف توسط منتقد یا بیننده‌ای با بصیرت کشف شوند. افزون بر این، صرف اینکه عناصر استعلایی در متنی موجود باشند، تضمین‌کننده این نیستند که تماشاگر به هنگام دیدنش تجربه‌ای استعلایی از سر بگذراند. همان‌قدر که نمی‌شود تضمین کرد نمایش‌های تلویزیونی خاصی حتماً تماشاگران‌شان را می‌خندانند یا به گریه می‌اندازند یا حتی الگویی منفی یا هژمونی ایجاد می‌کنند. تنها کاری که نظریه‌پردازان و محققان قادرند انجام دهند این است که نمایش‌های تلویزیونی خاصی را در نظر بگیرند و ببینند که آیا این نمایش‌ها به لحاظ سبکی وفادار به وجوهی از فرم استعلایی هستند یا نه؟ اگر چنین چیزهایی در نمایش مشهود باشند، می‌توان از احتمال و نه محتوم بودن تجربه استعلایی برای تماشاگر سخن گفت (الیوت، ترجمه نوروزی، ۱۳۸۷).

۴- مانع چهارم در نسبت بین تصویر و معنا بود که در آن صورت (یا تصویر) حجاب معنا می‌گردد و اجازه نمی‌دهد که از طریق تصویر به مدلول آن یعنی معنای قدسی دست یابیم. راه برون رفت از این تنگنا، «خرق حجاب» است تا از این طریق «انفطار صورت» رخ نماید و بیننده را به معنای نهفته در پس آن راهبر شود. اما باید توجه داشت که انفطار صورت با پرهیز از صورت معمول واقعیت انجام می‌شود، چرا که صورت معمول واقعیت، حجاب معنای خویش است. این انفطار و خرق حجاب، از طریق «سمبل» امکان‌پذیر است. بر این اساس سمبلیسم باید بر مبنای معادله دقیقی که مابین عوالم مجرد و عالم محسوسات برقرار می‌شود، معنا گردد. در نتیجه سمبل همواره باید یکی از صور متمثله یا جلوه‌های تنزل‌یافته مدلول خویش باشد تا انسان در عمق فطرت خویش به مدلول راه یابد (آوینی، ۱۳۸۷، ص ۷۳-۷۴).

برای درک این معنا باید مفهوم سمبل را بازخوانی کنیم. اریک فروم<sup>۲۴</sup> در کتاب «زبان از یاد رفته» سمبل‌ها را به سه دسته قراردادی، تصادفی و همگانی یا جهانی تقسیم می‌کند و در تعریف آن‌ها می‌گوید: «سمبل‌های قراردادی، سمبل‌هایی است که متضمن پذیرش ساده یک وابستگی پایدار است میان سمبل و چیزی که سمبل مظهر آن است.



این وابستگی عاری از هرگونه اساس طبیعی و یا بصری است. مثلاً میان کلمه «میز»، یعنی حروف (م ی ز)، و شیء میز که قادر به دیدن و لمس کردن آن هستیم، هیچ رابطه ذاتی وجود ندارد و تنها دلیلی که ما کلمه «میز» را جانشین اصل آن - یعنی میز کرده‌ایم، رسم و عادت و قرارداد است و همین‌طور بسیاری از علائم که در صنعت و ریاضیات و سایر حوزه‌ها به‌کار می‌روند، از این قبیل هستند... سمبل‌های تصادفی، سمبل‌هایی است که صرفاً از شرایط ناپایدار ناشی می‌شود و مربوط به بستگی‌هایی است که ضمن تماس علی حاصل می‌گردد. این سمبل‌ها بر خلاف سمبل‌های قراردادی، انفرادی (شخصی) هستند و کس دیگری در درک آن‌ها شریک نیست؛ مگر آنکه وقایعی را که سمبل یا رمز بدان مربوط است، نقل کنیم... سمبل‌های عمومی یا جهانی سمبل‌هایی هستند که ذاتاً با پدیده مورد اشاره خود رابطه دارند... یعنی برخی از پدیده‌های جسمانی به علت ماهیت مخصوص خود، تجربیات عاطفی و ذهنی خاصی را القاء می‌کنند و به‌طور سمبلیک جانشین آن‌ها می‌شوند. سمبول‌های جهانی با آنچه جانشینش شده‌اند، رابطه‌ای ذاتی و درونی دارند و ریشه‌های این رابطه را در وابستگی کاملی که بین یک عاطفه یا فکر در یک‌سوی و یک تجربه حسی در سوی دیگر وجود دارد، باید جستجو کرد» (فروم، ۱۳۶۶، ص ۲۰-۲۱).

یونگ<sup>۲۵</sup> نیز این معنا از سمبل را در کتاب خود «انسان و سمبول‌هایش» مورد توجه قرار داده است: «آنچه که ما سمبول می‌نامیم عبارت است از یک اصطلاح، یک نام، یا حتی تصویری که ممکن است نماینده چیز مأنوسی در زندگی روزانه باشد و با این حال علاوه بر معنی آشکار و معمول خود، معانی تلویحی بخصوصی نیز داشته باشد. سمبول معرف چیزی مبهم، ناشناخته یا پنهان از ماست... بنابراین یک کلمه یا یک شکل وقتی سمبولیک تلقی می‌شود که به چیزی بیش از معنی آشکار خود دلالت کند» (یونگ، ۱۳۵۲: ۲۲-۲۳ به نقل از آوینی، ۱۳۸۷). این همان چیزی است که تیلیش<sup>۲۶</sup> از آن به‌عنوان «تصویر رازورانه» در جهت بیان رابطه انسان با واقعیت غایی نام می‌برد و آن را تصویری می‌داند که دست به‌سوی نهایت دراز می‌کند و از عناصر ساختاری بنیادی به‌عنوان نمادهایی برای چیزی که از واقعیت فراتر می‌رود، استفاده می‌کند (جانستون<sup>۲۷</sup>، ترجمه محمدی، ۱۳۸۳). در نتیجه ما با میزانی از تقدس باقی می‌مانیم که

جزئی از نمادهای برگرفته شده از نظام‌های اعتقادی، و از لحاظ فرهنگی معنادار است؛ چرا که نمادها ساخت‌های فرهنگی هستند که به مرجعی نهایی که «مقدس» یا «دینی» خوانده می‌شود، متکی‌اند (شوتز<sup>۲۸</sup>، ۱۹۷۰ به نقل از لاندبای<sup>۲۹</sup>، ترجمه آریایی‌نیا، ۱۳۸۲). بنابراین برای حل مشکل چهارم که تصویر را مانع نیل و وصول به حقیقت می‌داند، باید با استفاده از سمبول‌هایی که دلالت بر معنای مورد نظر می‌کند، انفطار صورت ایجاد گردد تا از این طریق بتوان به حقیقت امر قدسی در قالب تصویر نزدیک شد.

۵- مانع آخری که بر سر راه تصویری نمودن امر قدسی وجود دارد، ماهیت تکنولوژی رسانه است که بر اساس نظرات مک‌لوهان و هایدگر، اقتضانات خاص خود نظیر سرمایه‌داری و سکولاریزاسیون را بر مفاهیم دینی تحمیل می‌کند و لذا حقیقت امر قدسی در قالب رسانه دچار خدشه می‌گردد.

راه‌حل پیشنهادی برای عبور از این مانع، رجوع به دو نظریه بنیادین در فلسفه اسلامی، یعنی «حرکت جوهری» و «اصالت وجود» است که می‌توانند امکان غلبه بر ماهیت رسانه را فراهم کنند. این مقاله مجال اقامه دلیل برای این نظریه ندارد، اما تلاش می‌شود خود نظریه تبیین گردد. در نظریه حرکت جوهری سؤال بنیادی ملاصدرا واضح این نظریه، این است که چرا حرکت در عوارض یک شیء جائز باشد، اما حرکت در جوهر آن میسر نباشد؟ حرکت جوهری بدین معناست که جوهر و نهاد شیء ذاتاً همراه و متحد با حرکت است و دگرگونی بُعدی است از ابعاد جدایی‌ناپذیر اشیاء مادی. لذا حرکت جوهری مدعای نهائیش این است که شیء متحرک دمامد هویت نوینی می‌یابد و از مرز پیشین هستی خود فراتر می‌رود (سروش، ۱۳۸۴، ص ۳۷). به بیان دیگر اعراض در وجود خویش وابسته به جوهر و تابع آن می‌باشند و لذا تحول ذاتی را باید در جوهر یافت (طباطبایی، ۱۳۷۰).

فهم بهتر این نظریه تنها با استناد به نظریه «اصالت وجود» امکان‌پذیر است. بر اساس این نظریه وجود شیء، همه چیز شیء است و ماهیت امری اعتباری و ذهنی بیش نیست. لذا حقیقتاً متصف به صفت «موجودیت» نیست، بلکه مجازاً و اعتباراً موجود است (طباطبایی و مطهری، ۱۳۸۲). با قبول اصالت وجود، سیلان نحوه‌ای از هستی می‌شود و موجودات متحرک هستی یافتنشان که چیزی جز بودنشان نیست، به نحو

تدریج و سیلان تصویر می‌گردد (سروش، ۱۳۸۴، ص ۳۸). لذا هویت هر موجود یک هویت بیش نیست؛ ولی آن هویت واحد، چهره‌ها و نمودهای گوناگون دارد. به سخن دیگر، اعراض و صفات هر شیء از نظر هستی از مراتب وجود جوهرند و بدین سبب نوشتن اعراض جز از طریق نوشتن جوهر میسر نیست؛ نوشتن پیوسته، متصل و سازگار با حفظ شخصیت شیء که این همان حرکت در جوهر است (همان، ص ۴۰).

با این توصیفات می‌توان مانع پیش گفته را حل کرد. بر اساس حرکت جوهری و اصالت وجود، می‌توان ماهیت رسانه یا تکنولوژی را تغییر داد و جوهر آن را در مسیری تعریف نمود که ماهیت آن را به دنبال خود تغییر دهد. بنابراین چنانچه حرکت جوهری، موجودی مادی (همچون رسانه) را یاری کند، می‌تواند تا به آستانه جهان مفارقات رسد و هویتی روحانی یابد و همنشین موجودی مجرد گردد. در نتیجه با نردبان حرکت جوهری، ماده می‌تواند به عالم معنا صعود کند و از جهان شهود پا به جهان غیب بگذارد (همان، ص ۸۲). به همین سبب است که شریدر بهترین تعریف از هنر معنوی را تعریفی می‌داند که در سیلان است (شریدر، ترجمه گذرآبادی، ۱۳۸۳).

### مروری بر تجربه‌های موفق و ناموفق

همان‌طور که در ابتدای مقاله گفته شد، در سال‌های اخیر سریال‌ها و فیلم‌های تلویزیونی معناگرا با رویکرد بازنمایی امر قدسی در قالب تصویر متحرک به کرات مشاهده شده است. اما عدم رعایت شرایط ذکر شده، منجر به بروز تناقضات و ابهامات فراوانی شد. در ادامه تلاش می‌شود به ذکر نمونه‌هایی از این دست که بعضاً تجارب موفقی نیز داشته‌اند، مرور گردد:

۱- یکی از تجربه‌های ناموفق در این زمینه سریال «آخرین گناه» بود که در ماه رمضان سال‌های اخیر از سیما پخش شد. در این سریال یکی از مفاهیم عمیق دینی و عرفانی یعنی «چشم برزخی» محور داستان قرار گرفته بود که بر اساس آن فردی که چشم برزخی داشته از دنیا می‌رود. سپس چشم او را در طی یک عمل جراحی به فرد دیگری پیوند می‌زنند. پس از این عمل جراحی، این فرد نیز «چشم برزخی» پیدا می‌کند و لذا چهره واقعی افراد را به هنگام گناهی نظیر دروغ، دزدی و... می‌بیند. در نهایت او

از کثرت گناهایی که در جامعه وجود دارد، به رنج آمده و تصمیم می‌گیرد خود از گناهکاران انتقام گیرد. در نهایت با مداخله پلیس او از ادامه این انتقام‌ها باز می‌ماند. این سریال نمونه کاملی از مبتذل کردن یک امر قدسی است که نه تنها امکان تعالی روحی را برای مخاطب فراهم نمی‌کند، بلکه مفهوم عمیقی همچون چشم برزخی را تا حد یک امر مادی و بشری تنزل می‌دهد. در این سریال دیدن باطن حقیقی انسان‌ها را که یک امر قدسی است و از طریق تزکیه درونی به آن می‌توان دست یافت، در حد امر مادی دیدن با چشم عادی تنزل داده است که با عمل جراحی هم قابل انتقال است! در این سریال امر قدسی و مجرد به امر کمی و محسوس استحاله پیدا کرده است که بیشتر ناشی از عدم توجه به دو مرحله پیشینی یعنی وحی‌شناسی و معقول‌شناسی است. کارگردان گویی اساساً مفاهیم دینی را درک نکرده و بدون چنین پیش‌زمینه‌ای تنها با اتکاء به تخیل خود، آن را به تصویر تبدیل نموده است.

چنین فرآیندی زمانی تشدید می‌شود که کارگردان چهره‌های برزخی افراد را با استفاده از گرافیک کامپیوتری و جلوه‌های بصری سینمایی به‌زعم خود نمایش می‌دهد که بیشتر فراواقعیتی است که در قالب تصویر ارائه می‌شود. به‌رحال این سریال در عوض آنکه از سبک استعلایی بهره‌گیرد، با بهره‌گیری افراطی و حتی نادرست از ابزار کثیر و با کمک جادوهای سینمایی سعی در القای امر معنوی نموده است، اما در نهایت توهمی از امر معنوی را به مخاطب ارائه می‌دهد.

۲- یکی از تم‌هایی که در سال‌های اخیر در سریال‌های تلویزیونی مشاهده شده، بازنمایی شیطان در قالب شخصیت‌های انسانی و اعمال خارق‌العاده توسط این شیاطین با کمک جلوه‌های بصری سینمایی بوده است. آغاز این فرآیند با سریال «او یک فرشته است» کلید خورد و سپس در سریال‌هایی نظیر «اغماء» و «سقوط یک فرشته» تکرار شد. روند این سریال‌ها نیز مشخص بود. شخصیت اصلی سریال فرد خوب و خدایی است، اما در طی حوادثی و با حضور شیطان، فرد دچار گمراهی و انحراف می‌شود. روند حوادث نهایتاً به آنجا منجر می‌شود که در طی یک یا دو قسمت، شخصیت اصلی فیلم ناگهان متوجه اشتباهاتش می‌شود و به سمت خدا روی می‌آورد که معمولاً با حضور یک روحانی این اتفاق می‌افتد.

این نوع سریال‌ها دارای اشکالات متعددی است. اولاً به دلیل قابل پیش‌بینی بودن انتهای این سریال‌ها برای مخاطبان، جذابیت آن کاهش یافته و در نتیجه فیلم را نمی‌توان در زمره سبک استعلایی دانست که مخاطب را در طی یک فیلم یا سریال به نقطه تعالی نزدیک می‌سازد. ثانیاً سازندگان این سریال‌ها دچار اشتباه عمیقی در رابطه با فیلم‌های مذهبی هستند. آن‌ها می‌کوشند تا امر معنوی را مستقیماً وارد فیلم سازند، با این تصور که نقش فیلم ایجاد توهم امر قدسی در تماشاگر است و تصاویر متحرک، رسانه‌ای آرمانی برای ساختن تخیلی است که واقعی بنماید. لذا شاهد جادوهای سینمایی نظیر رد شدن شیطان انسان نما از در بسته یا تغییر حضور شیطان در قالب شخصیت‌های مختلف سریال هستیم که بیشتر در پی ایجاد ترس در مخاطب است و در نتیجه تعدادی از مخاطبان را نه‌تنها مواجه با امر قدسی نمی‌کند، بلکه حتی توهم شیطان بودن انسان‌های اطراف (حتی انسان‌های به ظاهر خوب) را در نزد آنان دامن می‌زند و منجر به ترویج خرافات در سطح جامعه می‌شود.

ثالثاً روآوردن به چنین سبک‌هایی نشان از همان واقعیتی دارد که پیش از این ذکر آن رفت و آن آغاز فیلم‌سازی با تخیل و سپس تصویرسازی است، بدون آنکه دو مرحله پیشینی وحی‌شناسی و تعقل‌شناسی طی شده باشد. لذا شاهد واقعیت‌های مجازی و حتی فراواقعیت‌های مجازی هستیم که با حقیقت امر قدسی نسبتی ندارد. به‌عنوان نمونه در این سریال‌ها، شیطان به‌گونه‌ای عمل می‌کند که گویی انسان‌ها در برابر او در مواردی اختیار ندارند و هرچه او بخواهد، شخصیت‌ها طبق همان عمل می‌کنند که در سریال «او یک فرشته است» مشاهده شد، درحالی‌که منابع دینی شأن «وسوسه‌انگیزی» برای کارهای زشت و ناپسند را برای شیطان قائل شده‌اند. نمونه دیگر در سریال «اغماء» بود که شیطان در قالب فرد خوبی که از دنیا رفته است، تجسم یافته و دوباره در عالم مادی حضور دارد و وسوسه‌انگیزی می‌کند، در صورتی که این امر که تعبیر دیگری از امر تناسخ است با روایات اسلامی در تضاد کامل قرار دارد. این موارد که بیشتر نوعی تقلید از سینمای غربی و هالیوود است، با متن دین اسلام سازگار نیست و حکایت از عدم شناخت دقیق دین در ساخت این سریال‌ها است.

۳- تم دیگری که در این سریال‌ها و پیش از این در تعدادی از فیلم‌ها مطرح شد،

نمایش «روح» انسان‌ها در قالب شخصیت‌های فیلم بود. به‌طور مثال در سریال «۵ کیلومتر تا بهشت» فردی که در کما قرار دارد، روحش جدا شده و سپس داستان فیلم با شخصیت این روح انسان‌نما ادامه پیدا می‌کند و حتی او با روح‌های دیگر نیز دوست می‌شود. علاوه بر این در بعضی از این سریال‌ها نظیر «روز حسرت»، «۵ کیلومتر تا بهشت» و یا «آخرین دعوت» عوالم برزخ را (چه در بخش نعمات و چه در بخش نقمات) به تصویر درمی‌آورد. در تمام این موارد، عوالم مجرد و غیرمادی در قالب تصویر مادی نمایش داده می‌شود که در نتیجه آن، به‌جای آنکه مخاطب به سطح امر قدسی ارتقاء یابد، امر قدسی تا سطح امور مادی تنزل داده می‌شود و به‌جای آنکه بتواند حقیقت روح و عوالم برزخی را برای مخاطب ترسیم نماید، روح را تا حد انسان‌هایی که توانایی‌های خاصی را با کمک جادوهای سینمایی دارند، تنزل می‌دهد. این در حالی است که خداوند در قرآن در پاسخ کسانی که از حقیقت روح از پیامبر سؤال می‌کردند، می‌فرماید حقیقت آن قابل بیان نیست. آیا حقیقتی که حتی در قالب کلمات که امکان بیان کیفیات را دارند، امکان‌پذیر نیست؛ در قالب تصویر که اصولاً امر کیفی را تبدیل به کمی و مادی می‌کند، قابل بیان است؟ تمام این موارد حاکی از عدم درک درست امور دینی و در نهایت خلق واقعیت یا فراواقعیتی مجازی است که راهی به حقیقت امر قدسی نمی‌یابد.

۴- یکی از راه‌حل‌هایی که در این مقاله بر آن تأکید شد، استفاده از سمبل در قالب تصویر جهت بیان حقیقت قدسی است. یکی از آفاتی که این روش در پی دارد، استفاده متظاهرانه از سمبول‌ها است که از یکسو به علت تکرار بیش از حد، از قالب سمبولی که بتواند مخاطب را به سلوک روحی بکشاند، عاجز است و از سوی دیگر اکثر آن‌ها نه سمبول‌هایی حقیقی که بتوان از طریق آن‌ها انفطار صورت پدید آورد، بلکه سمبول‌هایی قراردادی هستند که راهی به عالم قدس ندارند و تنها تصویرساز از نزد خود آن‌ها را ابداع نموده است.

نمونه چنین امری را در اکثر کلیپ‌هایی که در سیما به نمایش در می‌آید، می‌توان دید. سمبول‌هایی همچون فانوس، شمع، انار، شال، لباس‌های زمان‌های گذشته و... که بیشتر تداعی‌گر امور سنتی است و لزوماً به امر قدسی دلالت نمی‌کند. به‌عنوان نمونه در

سریال «روز حسرت» با استفاده از این سمبول‌ها نظیر شمع سعی در خلق فضای معنوی دارد، اما تنها شبیحی از آن ایجاد شده است.

۵- در سینمای ایران، هر چند سال شاهد ارائه فیلم‌هایی هستیم که تلاش دارند تا امر قدسی را در قالب فیلم ارائه دهند و به تعبیری نوعی فیلم عرفانی به حساب می‌آیند. فیلم‌هایی همچون «تولد یک پروانه» اثر مجتبی راعی و «یک تکه نان» اثر کمال تبریزی از جمله این فیلم‌ها هستند. این فیلم‌ها که در قالب سبک استعلایی جای می‌گیرند، تا حدودی توانسته‌اند که مخاطب را به سمت تجربه امر قدسی سوق دهند، اما اشکال عمده آن‌ها استفاده افراطی از ابزار کمیاب در طول فیلم و عدم پیوند جدی و درگیرانه مخاطب با داستان فیلم است، چرا که اساساً داستان جدی و بر روال معمول برای فیلم در نظر گرفته نشده است.

در فیلم «تولد یک پروانه» شامل سه اپیزود جدا از هم بودیم. همین امر در نخستین گام امکان شکل‌گیری یک روند داستانی مشخص را دچار اختلال کرده است که در نتیجه آن مخاطب نمی‌تواند پیوند جدی با فیلم برقرار کند. در اپیزود سوم که اصلی‌ترین بخش از تصویرسازی امر قدسی است، داستان مرد معلمی را نمایش می‌دهد که به روستایی وارد می‌شود و سپس اتفاق‌های معجزه‌آسایی برای اهالی ده از طریق این معلم روی می‌دهد. در آخرین بار سیلی در روستا اتفاق می‌افتد که پل ارتباطی روستا را خراب می‌کند. هر چقدر اهالی روستا از معلم می‌خواهند تا دعا کند، اما او از این کار اجتناب می‌کند. او در ظاهر مدعی است که فردی عادی است و دعای او اثر خاصی ندارد، ولی مشخص می‌شود که او بیشتر نگران جایگاهی است که در میان اهالی روستا در پی اتفاقات معجزه‌آسا به دست آورده است. در نهایت او به واسطه یکی از شاگردانش که با خواندن قرآن می‌توانسته بر روی آب راه رود و از رودخانه عبور نماید، متوجه این خودبینی خود شده و تحت تأثیر جایگاه معنوی کودک معصوم و بی‌ادعا قرار می‌گیرد.

این فیلم اگرچه با ورود به سبک استعلایی، توانسته تا حدودی مخاطب را در برابر تجربه امر قدسی قرار دهد، اما به واسطه استفاده افراطی از ابزار کمیاب همچون فضای طبیعی روستا که در جنگل قرار داشته و خود به خود تداعی‌گر فضای بهشتی است و یا

استفاده از پروانه‌ها که لطافت و تعالی خاصی را القاء می‌کند و یا ظاهر صورت و پوشش معلم و در نهایت روند آرام و غیر درگیرانه داستان، آن را به فیلم ایستایی تبدیل می‌کند که نمی‌تواند بر مخاطب سرد و نامستعد تأثیر بگذارد و وی را به سطحی دیگر ارتقاء دهد. در فیلم «یک تکه نان» نیز همین روند تکرار می‌شود. لذا این نوع از فیلم‌ها را فیلم‌های نیمه‌موفق می‌توان دانست که به‌طور نسبی به بازنمایی امر قدسی پرداخته‌اند.

۶- از جمله تجربه‌های موفق در زمینه به‌کارگیری «سمبول» برای راهیابی به عالم قدس را در آثار «میرکریمی» می‌توان یافت. به‌عنوان مثال، او در فیلم «خیلی دور، خیلی نزدیک» داستان پزشکی را روایت می‌کند که زندگی راحتی را تجربه می‌کند، اما به ناگهان درمی‌یابد که فرزندش دچار بیماری سختی است که به زودی او را به کام مرگ می‌کشاند. او برای نجات فرزند به کویری سفر می‌کند که پیش از آن فرزندش به آنجا برای ستاره‌شناسی رفته است. او در میان کویر گم می‌شود و در این میان، طوفان او را بدون هرگونه آذوقه و آشامیدنی در ماشین خود و در زیر خروارها شن حبس می‌کند. او که پیش از این کمتر تجربه فضای مذهبی را دارد و با مرضی پسرش، این چالش درونی با دین و وجود خدا را در سراسر فیلم با خود همراه دارد، به ناگهان با تمام وجود، «خدا» را حس می‌کند. زیرا در لحظاتی که مرگ را به عیان در برابر خود می‌بیند، به ناگهان پسرش او را می‌یابد و نجات می‌دهد.

کارگردان تلاش نموده تا وجود خداوند و کمک او به بندگان در هنگام نیاز را در قالب «سمبول» و «نماد» به تصویر کشد. در انتهای فیلم، سقف ماشین باز می‌شود و نوری به درون ماشین می‌تابد و به ناگاه دستی از بیرون به سوی او دراز می‌شود تا او را نجات دهد. کارگردان به خوبی توانسته با استفاده از این سمبول، وجود خدا و کمک او به بندگان را در قالب تصویر نشان دهد.

۷- یکی از معدود تجربه‌های موفق در سینمای ایران، فیلم «مهاجر» ساخته ابراهیم حاتمی‌کیا است. این فیلم توانسته تا حدودی به سبک استعلایی نزدیک شود، ضمن آنکه از سمبول‌ها نیز بهره گرفته است. این فیلم که در حوزه دفاع مقدس است، داستان فردی است که با همکاری هم‌زمان خود هوایم‌ای کوچک بدون سرنشینی را می‌سازد که بتواند هم از خطوط دشمن عکس‌برداری کند و هم در موقع لزوم مواضع دشمن را



مورد هدف قرار دهد. در ادامه هواپیمای مذکور در یکی از مأموریت‌ها سقوط می‌کند و لذا طراح این هواپیما به همراه دوستان خود برای یافتن آن به سمت خطوط دشمن می‌رود. او در نهایت هواپیما را در شالیزاری می‌یابد، اما هنگامی که هواپیما را دوباره به پرواز در می‌آورد، خود او به شهادت می‌رسد.

در این فیلم، کارگردان ابتدا تلاش نموده از طریق ابزارهای کثیر، بین مخاطب و داستان فیلم پیوند برقرار نماید. سپس به تدریج این ابزارها کم و ابزار کمیاب جایگزین شده است. نمونه این روند را می‌توان در تمرکز بر خود هواپیما به عنوان یک وسیله پرواز، خارج شدن تدریجی شخصیت‌ها و حوادث حاشیه‌ای متعدد فیلم و تمرکز بر قهرمان اصلی مشاهده کرد. در نهایت کارگردان با تجسم بخشیدن به ابزار کمیابی همچون پلاک - که در خدمت تعالی روحی است - در میان ابزار کثیر، توانسته بهره‌گیری از سمبول را نیز در نقطه اوج فیلم با این سبک تلفیق کرده و با حرکت هواپیما در آسمان که پلاک‌های رزمندگان در سر نوک آن است، پرواز روح رزمندگان از دنیای مادی و ملاقات با خدا در عالم غیب را در قالب سمبول این پرواز به نمایش درآورد و بدین ترتیب مخاطب را به لایه‌های عمیق‌تر تصویر برده و تجربه مواجهه با امر متعال را فراهم می‌نماید.

### نتیجه‌گیری

مجموعه مباحث نشان می‌دهد که تصویری نمودن و بازنمایی امر قدسی، آنچنانکه بسیاری پنداشته‌اند، امر ساده و عادی (مانند سایر مسائل) نیست و دارای پیچیدگی‌های فراوان و در عین حال تمهیدات متعدد برای ورود به این عرصه است و لذا به سادگی نمی‌توان امر بر تصویری نمودن این امور نمود، چرا که ساده‌بینی در این مسئله ممکن است به ضد خود تبدیل شده و نه تنها امکان تعالی روحی را برای مخاطب در مواجهه با آن فراهم نیاورد، بلکه تنزل آن در حد مسائل عادی و گاه تمسخر آن را به دنبال داشته باشد.

موانع احصاء شده در این مقاله ممکن است بیش از این‌ها باشد و راه‌حل‌های ارائه شده نیز قطعاً دچار نواقص و ابهاماتی است که جز از طریق محک تجربه عملی،

دستیابی به حقیقت و درستی آن امکان‌پذیر نیست. این محک در نهایت می‌تواند به پالایش نظریه‌ها و تدوین و تبیین دقیق‌تر آن‌ها بینجامد؛ ضمن آنکه امکان ارائه راه‌حل‌های دیگر نیز وجود دارد.

آنچه این مقاله ارائه داد، راه‌حلی بود که از یکسو ریشه در متون دینی و اسلامی داشت و از سوی دیگر برخاسته از نظریات حوزه رسانه بود. این امر حاکی از آن است که برای ورود به این عرصه، هم شناخت کامل منابع دینی و هم تسلط کامل بر ابزار رسانه ضروری است. در عین حال به نظر می‌رسد تلفیق راه‌حل‌های عملی با عنایت به راهبردهای نظری به بازنمایی بهتر و کامل‌تر امر قدسی بینجامد. لذا با در نظر گرفتن حرکتی جوهری، تصویرسازی می‌تواند در عین توجه به امر تزکیه درونی، تصویری به سبک استعلایی و با کمک سمبول‌ها ایجاد نماید که بر پایه شناخت دقیق از امر ماوراء و عقلانی نمودن آن شکل گرفته باشد.

بنابراین دو راه‌حل اصلی بازنمایی امر قدسی در قالب تصویر، «سبک استعلایی» و «بهره‌گیری از سمبول‌ها» هستند. این دو راه‌حل در دو انتهای یک محور قرار دارند که یک سوی این محور امر قدسی و سوی دیگر محور امر بشری است. سبک استعلایی، مخاطب را از امر بشری به سوی امر قدسی می‌کشاند و تجربه آن را برای مخاطب فراهم می‌کند و بهره‌گیری از سمبول‌ها، امر قدسی را در قالب امر بشری برای مخاطب به ارمغان می‌آورد. این هر دو راه‌حل اگر چنانچه بر پایه شناخت دقیق دینی و عقلانیت مبتنی بر آن شکل نگرفته باشد، این مسیر را به بیراهه می‌کشاند. ضمن آنکه حرکت جوهری و تزکیه درونی، دو پیش‌زمینه اصلی برای حصول نتیجه مطلوب برای تصویرسازی است که تسلط او بر نحوه به‌کارگیری ابزار رسانه از پیش مسجل شده باشد. چنانچه این شرایط فراهم بود، می‌توان امیدوار بود که بازنمایی امر قدسی امکان‌پذیر است.

## منابع

- ابوطالبی، مسعود (۱۳۸۶). «سکولاریسم و تلویزیون» در: مجموعه مقالات اولین همایش *سراسری رسانه تلویزیون و سکولاریسم*. قم: مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما.
- آدورنو، تئودور و هورکهایمر، ماکس (۱۳۸۴). *دیالکتیک روشنگری*، ترجمه امید مهرگان و مراد فرهادپور، تهران: گام نو.
- آرتور، کریس (۱۳۸۲). «رسانه، معنا و روش در مطالعات دینی» در: *بازاندیشی درباره رسانه، دین و فرهنگ*، ترجمه مسعود آریایی‌نیا، تهران: سروش.
- الیوت، لیزا (۱۳۸۷). *تلویزیون استعلایی*، ترجمه احسان نوروزی، رواق هنر و اندیشه، ۳ (۲۸)، صص ۹۶-۱۱۰.
- امام خمینی، روح الله (۱۳۶۸). *اربعین حدیث*، قزوین: طه.
- آوینی، مرتضی (۱۳۷۹). *آینه جادو*. ج ۱، تهران: ساقي.
- آوینی، مرتضی (۱۳۸۱). *آینه جادو*. ج ۳، تهران: ساقي.
- آوینی، مرتضی (۱۳۸۷). *انفطار صورت*، تهران: ساقي.
- بس، وارن (۱۳۸۳). «*عینیت سینمایی و سبک بصری*» در: *فیلم و فرهنگ*، ترجمه مجید اخگر، تهران: سمت.
- پازولینی، پیر پائولو (۱۳۸۹). «*سینمای شعر*» در: *ساخت‌گرایی، نشانه‌شناسی، سینما*، ترجمه علاءالدین طباطبایی، تهران: هرمس.
- جانستون، رابرت کی (۱۳۸۳). *معنویت در فیلم*، ترجمه فتاح محمدی، تهران: بنیاد سینمایی فارابی.
- جعفری، محمدتقی (۱۳۸۰). *هنر و دین*، (مصاحبه با علامه جعفری). هنر دینی، (۱۰)، صص ۱۶۳-۱۶۸.
- جوادی آملی، عبدالله (۱۳۹۰ الف). *عصر امروز، عصر هنر است*. منتشر شده در: [www.tabnak.ir](http://www.tabnak.ir)
- جوادی آملی، عبدالله (۱۳۹۰ ب). *از حیات‌بخشی هنر معقول تا خیال‌انگیزی هنر مختال*. منتشر شده در سایت: [www.rajaneews.com](http://www.rajaneews.com).
- سروش، عبدالکریم (۱۳۸۴). *نهاد ناآرام جهان*، تهران: مؤسسه فرهنگی صراط.
- سهروردی، شهاب‌الدین (۱۳۴۵). *تلویحات*، تصحیح هانری کرین، استانبول، ۱۳۴۵.
- شریدر، پل (۱۳۸۳). *سبک استعلایی در سینما*، ترجمه محمد گذرآبادی، تهران: بنیاد سینمایی فارابی.
- طباطبایی، محمد حسین (۱۳۵۹). *المیزان*. جلد‌های ۱۶ و ۳۶، ترجمه سیدمحمدباقر موسوی همدانی، تهران: کانون انتشارات محمدی.
- طباطبایی، محمدحسین (۱۳۷۰). *بدایه الحکمه*، ترجمه علی شیروانی هرندی، تهران: الزهراء.
- طباطبایی، محمدحسین، مطهری، مرتضی (۱۳۸۲). *اصول فلسفه و روش رئالیسم*، ج ۳. تهران: صدرا.
- عاملی، سید سعید رضا (۱۳۸۳). *تکنولوژی همزمان ارتباطات و دوفضایی شدن فرهنگ*، دیدگاه، ۱ (۱ و ۲)، صص ۱-۲۵.
- فروم، اریک (۱۳۶۶). *زبان از یاد رفته*، ترجمه ابراهیم امانت، تهران: مروارید.
- لاندهای، نات (۱۳۸۲). «*شبکه تجلیات جمعی*» در: *بازاندیشی درباره رسانه، دین و*

فرهنگ، ترجمه مسعود آریایی‌نیا، تهران: سروش.  
 متز، کریستین. (۱۳۸۹). «درباره مفهوم زبان سینما» در: ساخت‌گرایی، نشانه‌شناسی، سینما، ترجمه علاء‌الدین طباطبایی، تهران: هرمس.  
 مختاریان، علی (۱۳۸۹). چشم‌انداز هنر و زیبایی‌شناسی در اندیشه و آراء شهید مطهری. منتشر شده در سایت: www.ido.ir  
 مرداک، گراهام (۱۳۸۲). «رازآمیز شدن دوباره جهان دین و تحولات مدرنیته» در: بازاندیشی درباره رسانه، دین و فرهنگ، ترجمه مسعود آریایی‌نیا، تهران: سروش.  
 مک‌کوایل، دنیس (۱۳۸۲). درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی، ترجمه پرویز اجلائی، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.  
 موسوی مهر، سیدمحمد مهدی (۱۳۸۸). «رسانه‌های شدن دین و سکولاریزاسیون» در: مجموعه مقالات دومین هم‌اندیشی سراسری رسانه تلویزیون و سکولاریسم. قم: مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما.  
 میرعابدینی، احمد (۱۳۸۲). مروری بر مطالعات دین و رسانه در بازار جهانی‌سازی، پژوهش و سنجش، ۱۰ (۳۶)، صص ۱۵۷-۱۴۳.  
 وارد، گلن (۱۳۸۴). پست مدرنیسم، ترجمه قادر فخر رنجبری و ابوذر کرمی، تهران: ماهی.  
 ورت، سل. (۱۳۸۳). «تصاویر نمی‌توانند چیزی بگویند، این‌طور نیست؟» در: فیلم و فرهنگ، ترجمه مجید اخگر، تهران: سمت.  
 ولن، پیتر. (۱۳۸۹). «سینما و نشانه‌شناسی» در: ساخت‌گرایی، نشانه‌شناسی، سینما، ترجمه علاء‌الدین طباطبایی، تهران: هرمس.  
 ویلیامز، کوئین. (۱۳۸۶). درک تئوری رسانه، ترجمه رحیم قاسمیان، تهران: ساقی.  
 Bauman, Zygmunt. (۱۹۹۲). *Intimations of postmodernity*. London: Routledge & Kegan Paul.  
 Howells, Richard. (۲۰۰۳). *Visual Culture*. London: Polity Press & Blackwell Publishers Ltd.  
 Mirzoeff, Nicholas. (۱۹۹۹). *An Introduction to Visual Culture*. London: Routledge.  
 Schultze, Quentin. (۱۹۹۱). *Televangelism and American culture: The business of popular religion*. Grand Rapids, MI :Baker.

## یادداشت‌ها

۱. Wollen
۲. Bass
۳. Williams
۴. Worth
۵. Mc Quail
۶. Howells
۷. Mirzoeff
۸. Metz
۹. Pasolini
۱۰. Ramsey
۱۱. ????????
۱۲. Mc Luhan
۱۳. despiritualized

۱۴. Bauman
۱۵. Murdock
۱۶. Adorno
۱۷. Horkheimer
۱۸. Schultze
۱۹. Heidegger
۲۰. Schrader
۲۱. Eliot
۲۲. Jacques Martiain
۲۳. Skoller
۲۴. Erich Fromm
۲۵. Jung
۲۶. Tillich
۲۷. Johnston
۲۸. Schutz
۲۹. Lundby



