



راحياء

دین در کادرتدویر

بررسی شمیوه تبلیغ دین در سینما و تلویزیون

مریم بصیری

۱۵۳۲۵۷۱



نشر احیاء

دین درک و رتبه

بررسی شیوه زندگی
در سینما و تلویزیون

مریم بصیری

مدیر فرایند نشر: حامد صلاحی

ویراستاران: صدیقه رئیسی، سجاد محمدی

نمونه خوان: آذر خزاعی سرچشمه

طراح جلد: محمد صمدی

طراح بسم الله: احمد عزیزپور

صفحه آرا: مهدی جاودان

ناظر فنی چاپ: محمد حسین دوست محمدی

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۵۴۲۴-۷-۵

سال و نوبت چاپ: ۱۳۹۶، اول

شمارگان: ۲۰۰ نسخه

قیمت: ۱۵۰,۰۰۰ ریال

حقوق چاپ کاغذی و بانشر در قالب های الکترونیکی و صوتی
انحصاراً برای انتشارات احیاء محفوظ است.





♦ کلام نخست

♦ فصل اول

گاه دین در رسانه‌های تصویری

دین، هنر و هنر دینی

ترقد، و موم

مبلغ هنر تبدل دین

رسانه‌های صوت و وب دین

رسانه‌های سنتی و بیابان دین

رسانه‌های مدرن و بیابان دین

بیان گفتاری

بیان نوشتاری

بیان شنیداری

بیان دیداری

ساختارهای بیان دین در رسانه

بیان مستقیم دین در رسانه

بیان غیرمستقیم دین در رسانه

فیلم دینی و بیان دین در کادر تصویر

♦ فصل دوم

درام در آموزه‌های دینی

۹

دستیابی به ایده‌های دینی

۱۵

قالب و محتوا در درام

۱۷

۲۲

۲۹

♦ فصل سوم

۳۲

پرداخت دینی در مراحل تولید فیلم

۴۰

فیلم دینی، فیلم ساز دینی

۴۱

تحقیق در فیلم تاریخی

۴۳

زمینه‌سازی برای بیان فیلم دینی

۴۲

تولید فیلم و تولید اندیشه دینی

۴۴

پس تولیدی در ادامه تولید

۴۵

با: نورد فیلم دینی

۴۵

۴۷

۴۸

۵۱

♦ فصل چهارم

۵۹

فیلم دینی در ایران

۶۱

۶۵

۶۷

۷۱

۷۶

۷۹

۸۱

۸۸

۹۱

۱۰۰

۱۰۶

۱۰۷

۱۰۹

۱۱۱

۱۱۷

۱۱۹

۱۲۹

فیلم دینی در جهان و ایران

دین‌مداری یادگیری سینما

فیلم دینی از منظر نظریه‌پردازان

پیشینه فیلم دینی در جهان

فیلم دینی در ایران





۱۸۹	طبقه‌بندی دستورهای صحنه	۱۳۶	مفاهیم دینی در مجموعه‌های تلویزیونی ایران
۱۸۹	طبقه‌بندی گفتار		

◆ فصل پنجم

	آرشیب‌شناسی بیان دین در کادر تصویر	۱۴۵
	آسیب‌های ارائه مفاهیم دینی در قالب فیلم	۱۴۷
	خانواده در رسانه	۱۵۴
	هنر پوشیدگی و رمزگذاری	۱۵۸
	هنر پیشه گیشه‌ای و تبلیغاتی	۱۶۵
	◆ فصل هفتم	
۱۹۳	زیبایی‌شناسی دینی در تصویر	
۱۹۵	دین و زیبایی‌شناسی	
۲۰۰	زیبایی‌شناسی از دید فلاسفه	
۲۰۸	هنر و زیبایی در اسلام	
۲۱۵	فلسفه اسلامی	
۲۲۱	زیرساخت‌های زیباشناختی در فیلم دینی	

◆ فصل ششم

	رمز و نشانه در فیلم	۱۷۱
	موقعیت‌ها و زیرساخت‌های نمایشی	۱۷۳
	فیلم و رمزگان‌های تصویری	۱۷۶
	نظام‌های نشانه‌شناسی	۱۸۳
	انواع نشانه‌های درام	۱۸۶
	نظام‌های نشانه‌ای براساس نظریه کوزان	۱۸۷
	۱. نظام متن (صوقی کلامی)	۱۸۸
	۲. نظام کاربرد بیانی بدن هنرپیشه	۱۸۸
	۳. نظام ظاهر هنرپیشه	۱۸۸
	۴. نظام صحنه‌آرایی (جنبه‌های دیداری)	۱۸۸
	۵. نظام‌های غیرکلامی (جنبه‌های شنیداری)	۱۸۹
۲۲۷	◆ کلام آخر	
۲۳۲	◆ کتابنامه	



پدیده ارتباطات جمعی چنان وسیعی دارد که تمامی مردم جهان را در آن واحد به همدیگر متصل می‌کند. در این وسایل ارتباط جمعی، رسانه‌های تصویری با قدرت شگرف خود، علاوه بر زبان و سبب الوصول بودن، در مقایسه با دیگر رسانه‌ها تأثیر بیشتری بر عامه مردم می‌گذارد. رسانه‌های تصویری یکی از ابزارهای انتقال پیام‌ها و مفاهیم انسانی و جمعی به مخاطبان و بهترین و سریع‌ترین ابزار برای بیان مفاهیم معنوی و تبلیغ دین هستند که در صورت ارائه هنری پیام، در بیشترین میزان، مخاطب را به خود جلب می‌کنند. با پیدایش وسایل ارتباط جمعی به ویژه رادیو، تلویزیون، سینما، ماهواره و اینترنت، لزوم بهره‌گیری از آن‌ها برای فرهنگ‌سازی و اصلاح زندگی و تبلیغ دین نیز آشکار می‌شود؛ چراکه صاحبان رسانه‌ها می‌توانند با آن‌ها مخاطبان را مدیریت و جهت‌دهی کنند.

با تغییر و تحول سبک زندگی، به خصوص در عصر حاضر، و تمایل بیشتر جوانان به تحرک کم و فعالیت‌های فردی نسبت به فعالیت‌های

جمعی، اهمیت رسانه نیز بیشتر آشکار می‌شود. با توجه به شتاب تکنولوژی و تولید ابزارهای پیچیده تر انتقال پیام، تبلیغ دین نیازمند تغییرات اساسی در چارچوب خود است تا بتواند با برنامه‌های هنری، تأثیرگذاری خود و رضایتمندی مخاطب را افزایش دهد و موجب تحول و تقویت بینش دینی در او شود.

با گذار از سیستم سنتی تبلیغ به سیستم نو، باید اندیشه‌های دینی با رویکردی جدید به مخاطبان عرضه شود تا باعث بهتر نهادینه شدن آرمان‌های الهی و تعالیم اهل بیت علیهم‌السلام در افکار آنان گردد. امروزه، نسل جوان بیش از آشنایی با ابزارها و شیوه‌های کهن تبلیغ، با شیوه‌های جدید برقراری ارتباط آشناست؛ لذا باید با شناسایی علایق جوانان، غیرمستقیم و از طریق همین دانش ارتباطات و ظرفیت‌های هنر و رسانه، آنان را مجذوب دین کرد.

ادبیات، علوم، ادبیات داستانی، ادبیات نمایشی، هنرهای تجسمی و غیره، و تصاویری، از جمله ابزارهای ادبی و هنری برای انتقال مفاهیم به مخاطب هستند. در میان این ابزارها، هنرهای تصویر و رسانه‌های تصویری با اقبال بیشتر مواجه هستند؛ زیرا امکانات خاص بیانی و تصویری دارند و می‌توانند به صورت غیرمستقیم و چندبُعدی به هدف تبلیغ که القای مفاهیم مقدس در اندیشه مخاطب است، دست یابند.

در امر بیان دین باید به گونه‌ای بود و درک‌پذیری برای تمام مردم جهان هم توجه داشت. به طور قطع، مسلمانان غیرایرانی با شیوه‌های سنتی تبلیغ دین آشنا نیستند و نمی‌توانند به درستی آن ارتباط برقرار کنند؛ اما هنر و فیلم، زبانی بین‌المللی است که با فرهنگی فیلم، مستقیم در همه جای دنیا درک می‌شود و در دل‌ها نفوذ می‌کند. تولید فیلم دینی خود، نوعی جهاد با کفر و تهاجم فرهنگی است. ساخت فیلم دینی رَحمت‌گرا، آید مسئله‌ای جهانی باشد؛ به گونه‌ای که از ظرفیت فیلم برای تبلیغ اسلام، مذهب تشیع استفاده شود تا بتوان با همان زبان وارداتی تصویر، دین را به دردت‌تری صادر کرد.

رسانه ملی فراگیرترین سامانه ارتباطی دیداری و شنیداری برای پخش و دریافت تصویر متحرک از مسافتی دور است. هرگونه برنامه در قطع‌ها

و قالب‌های مختلف که عناصر داستان و درام در آن‌ها موجود و خاصیت داستان‌گویی داشته باشد و عملی را به نمایش بگذارد، برنامه نمایشی محسوب می‌شود. مجموعه‌های تلویزیونی، برنامه‌های نمایشی دنباله‌داری هستند که روزانه یا هفتگی از رسانه ملی پخش می‌شوند. این برنامه‌ها به دلیل داشتن داستان بلند اصلی و فرعی دنباله‌دار و عنصر تعلیق، توان بیشتری برای برقراری ارتباط عاطفی با مخاطب دارند و موجب ماندگاری عمیق پیام هنری در ذهن او می‌شوند.

گرایش: مجموعه‌های تلویزیونی، تله‌فیلم‌ها، تله‌تئاترها، برنامه‌ها و آیت‌های نمایش به دلیل تنوع بصری، خلق سرگرمی و فهمیدنی بودن برای عموم، تیند با توجه به جذابیت داستان‌گویی و استفاده از الگوهای مناسب ارائه دین دانه‌ای، بن را بازگو کنند، علاوه بر ایجاد سرگرمی، مخاطب را به دین‌داری هم آمون خواهند شد. بدین ترتیب، اهمیت هنرهای نمایشی در انتقال مفاهیم دینی شناسایی خواهد شد.

سینما و تئاتر: تین بسیاری در انتقال تفکرات دینی دارند؛ اما از آنجاکه مخاطبان تئاتر خاص هستند، در همه جای کشور امکانات دسترسی به آن نیست، انتقال پیام از طریق سینما و تلویزیون، با توجه به همگانی و فراگیرتر و سرگرم‌کننده‌تر بودن این دو، منطقی‌تر است.

درباره ارتباط بین هنرهای تصویری و دین، به‌ویژه دین اسلام، در سال‌های اخیر مقاله‌ها و کتاب‌های بسیاری نگاشته شده است. در این میان، پژوهش‌هایی نیز درباره ارتباط بین دین و سینما صورت گرفته است. مقالاتی هم که در این باره منتشر شده‌اند، بیشتر، آثاری هستند که به این شرکت در همایش‌های مختلف حوزه دین، رسانه و ارتباطات تولید شده‌اند. مسائل و موضوعات مختلفی را بررسی کرده‌اند: چگونگی تبدیل ماهی دین به نشانه‌های تصویری، سهم هنر در تبلیغ دین، ضرورت تبلیغ دین از طریق رسانه‌های جدید، بایدها و نبایدهای تبلیغ اسلام از دیدگاه‌های فقهی رسانه دینی یا دین رسانه‌ای، آفت‌های تبلیغ هنری، تبلیغ دین و فرهنگ از طریق وسایل مدرن، رسانه‌های سنتی تبلیغ دین، رسانه‌های جدید و عناصر ارتباطی در مدارس علوم دینی و... این مقاله‌ها و کتاب‌ها به صورت موردی یا سطحی

تنها اشاره‌ای کوتاه به شیوه‌های تبلیغ دین در رسانه کرده و بیشتر درباره بیان ظرفیت‌های رسانه در تبلیغ حوزه علمیه یا دین سخن گفته‌اند. با این حال، درباره ارتباط منطقی برنامه‌سازی برای رادیو و تلویزیون با رویکرد دینی، کار درخور توجه دیگری انجام نشده است. لذا قصد این است که با اشاره به رسانه‌های تصویری و ویژگی‌های آن‌ها در ارائه پیام دینی، به اجمال محاسن و معایب تبلیغ دین در تلویزیون و سینما بررسی و به آثار تولید شده در زمینه دین اشاره شود.