

تبیین الگوی نهاده‌سازی مناسک دینی در رسانه ملی مبتنی بر دیالکتیک شادی و حزن از منظر آیات، احادیث و روایات^۱

احمد زرنگار^۲

تاریخ ارسال: ۱۴۰۴/۰۷/۰۵ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۱۱/۲۱

چکیده

رسانه‌ها امروزه به‌عنوان کارگزار اصلی جامعه‌پذیری دینی، نقشی محوری را در تثبیت مناسک ایفا می‌کند؛ بااین‌حال، چالش‌هایی نظیر فرم‌گرایی و دوقطبی‌سازی کاذب میان شادی و حزن، کارکرد تمدنی آن را با مخاطره مواجه ساخته است. پرسش اصلی پژوهش این است: الگوی مطلوب نهاده‌سازی مناسک در رسانه براساس دیالکتیک شادی و حزن در آموزه‌های اسلامی چیست؟ روش پژوهش، توصیفی-تحلیلی با بهره‌گیری از تکنیک «تحلیل مضمون» است و داده‌ها از واکاوی عمیق قرآن، نهج‌البلاغه و متون عرفانی استخراج شده‌اند. چهارچوب نظری تحقیق بر تلفیق سه رویکرد استوار است؛ مبانی حکمی (شادی و غم به‌مثابه کیفیات نفسانی)، نظریه عرفانی «وحدت پارادوکسیکال» (غم عشق مقدمه شادی وصال) و رویکرد هنجاری «اعتدال قرآنی». یافته‌ها نشان می‌دهد در منطق وحیانی، غم و شادی تضاد مانعه‌الجمع ندارند، بلکه حزن معنوی بستر زایش نشاط باطنی است. بر این اساس، مدل مفهومی پژوهش بر چهار رکن «افزاینده‌های شادی‌سازنده» (مانند اطمینان قلبی)، «افزاینده‌های غم‌سازنده» (مانند درد اشتیاق و مسئولیت)، «کاهنده‌های شادی مرضی» (مانند فرح غفلت‌زا) و «کاهنده‌های غم مرضی» (مانند یأس) طراحی شد. نتایج حاکی از آن است که رسانه ملی برای گذار از وضعیت «آیین‌گردانی صرف» به جایگاه «رسانه تمدن‌ساز»، نیازمند بازنگری راهبردی در سه سطح سیاست‌گذاری کلان، تولید محتوا (اصلاح زبان تصویری و استعاره‌ها) و مدیریت مخاطب است. تا مناسک را از رفتاری هیجانی و مقطعی به «سبک زندگی پایدار» و «سرمایه اجتماعی» تبدیل کند.

واژه‌های کلیدی

مناسک دینی، رسانه، قرآن و روایات، دیالکتیک شادی و حزن، نهاده‌سازی، تحلیل مضمون.

۱. این مقاله براساس نظر گروه دبیران و سردبیر فصلنامه، پژوهشی است.

۲. استادیار گروه معارف و دروس عمومی دانشگاه صدا و سیما، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

مقدمه

در جهان امروز، رسانه‌های جمعی^۱ نقشی محوری در شکل‌دهی به هویت فرهنگی و دينی جوامع ایفا می‌کنند و به تعبیری می‌توان گفت که تلویزیون و رسانه‌های مدرن در حال تبدیل‌شدن به نوعی «منبر الکترونیک» هستند که وظیفه انتقال مفاهیم و ارزش‌های دينی را بر عهده گرفته‌اند. با این حال، مواجهه رسانه با امر قدسی، به‌ویژه در حوزه مناسک^۲، همواره با چالش‌هایی جدی روبه‌رو بوده است. از یک‌سو، رسانه به‌دلیل ماهیت فناورانه و فرم‌گرایی خود، گرایش به تقلیل مفاهیم عمیق دينی به تصاویر جذاب و سطحی دارد (ارشیا، ۱۳۸۷: ۴۶) و از سوی دیگر، دین اسلام به‌عنوان برنامه‌ای جامع برای سعادت بشر، دارای نظامی منسجم از باورها، اخلاقیات و مناسک است که هرگونه تغییر در فرم ارائه آن بدون توجه به محتوا، می‌تواند به تحریف یا سکولار شدن^۳ آن منجر شود.

یکی از مهم‌ترین چالش‌ها در این عرصه، نحوه بازنمایی^۴ و مدیریت هیجانات و عواطف دينی، به‌ویژه دو مقوله بنیادین «شادی» و «حزن» است. در بسیاری از تولیدات رسانه‌ای، نوعی دوگانه‌انگاری^۵ کاذب میان این دو مفهوم مشاهده می‌شود؛ به‌گونه‌ای که برنامه‌های مذهبی غالباً با حزن و اندوه مترادف شده‌اند و شادی و نشاط به برنامه‌های سرگرم‌کننده و غیردینی اختصاص یافته است. این در حالی است که در منطق وحیانی و آموزه‌های اهل بیت (ع)، غم و شادی دو روی یک سکه و مکمل یکدیگرند و هر دو در مسیر کمال انسان نقش‌آفرینی می‌کنند. عدم درک صحیح از این «دیالکتیک»^۶ و فقدان الگویی جامع برای نهاده‌سازي مناسک در رسانه، گاه به ترویج غم‌های افسرده‌کننده و یأس‌آور یا شادی‌های غفلت‌زا و بیهوده انجامیده است (مهدی‌پور، ۱۳۹۲: ۱۷۸).

1. Mass Media.
2. Rituals.
3. Secularization.
4. Representation.
5. Dualism.
6. Dialectic.

تبیین الگوی نهادینه سازی مناسک دینی در رسانه ملی مبتنی بر دیالکتیک شادی و حزن از منظر آیات، احادیث و روایات

مسئله اصلی پژوهش حاضر این است که چگونه می‌توان با استناد به منابع اصیل اسلامی (قرآن، احادیث و روایات)، الگویی برای رسانه طراحی کرد که در آن، مناسک دینی نه به‌عنوان رفتارهای کلیشه‌ای و موسمی، بلکه به‌عنوان جریانی زاینده و تمدن‌ساز^۱ نهادینه شوند. در این راستا، توجه به کارکردهای اجتماعی و روان‌شناختی مناسک، از جمله هویت‌بخشی، انسجام اجتماعی و معنابخشی به زندگی، ضروری است (جمشیدیها و قیادی، ۱۳۸۶: ۳۷). همچنین، با توجه به اینکه در عصر حاضر، رسانه‌های غربی با ارائه تصاویری تحریف‌شده از مناسک شیعی (مانند تأکید بر خشونت در عزاداری‌ها)، سعی در ارائه چهره‌ای غیرعقلانی از اسلام دارند (موحد مجد و همکاران، ۱۳۹۴: ۶۰)، ضرورت تدوین الگویی بومی و مبتنی بر مبانی دینی برای مدیریت تصویر و پیام در رسانه ملی بیش‌ازپیش احساس می‌شود.

این پژوهش با رویکردی توصیفی-تحلیلی و با بهره‌گیری از روش «تحلیل مضمون»^۲، درصدد است تا با واکاوی دقیق متون دینی و ادبیات عرفانی و حکمی، مؤلفه‌های شادی و حزن ممدوح و مذموم را استخراج کرده و با تلفیق آنها در یک مدل مفهومی، راهکارهایی عملیاتی برای برنامه‌سازی و مدیریت رسانه ارائه دهد. هدف نهایی، رسیدن به الگویی است که در آن، رسانه بتواند با عبور از سطح به عمق، مخاطب را از «لذت‌های حسی» زودگذر به «بهجت‌های معنوی» و «نشاط باطنی» رهنمون سازد و مناسک دینی را به عنصری پایدار در سبک زندگی جامعه تبدیل کند.

پیشینه پژوهش

مرور ادبیات پژوهش نشان می‌دهد که موضوع مناسک، رسانه و مفاهیم شادی و غم در اسلام، از زوایای گوناگون مورد توجه محققان قرار گرفته است. با این حال، بررسی‌ها حاکی از آن است که اغلب پژوهش‌های انجام‌شده، یا صرفاً به مباحث نظری و کلامی پرداخته‌اند یا بر جنبه‌های جامعه‌شناختی و کارکردی تمرکز داشته‌اند و کمتر پژوهشی به تدوین یک الگوی جامع رسانه‌ای مبتنی بر

1. Civilization-building.
2. Thematic Analysis.

ديالکتیک شادی و حزن پرداخته است. پيشينه موجود را می‌توان در سه محور کلی طبقه‌بندی کرد: ۱- مبانی حکمی و عرفانی شادی و غم؛ ۲- مطالعات رسانه و مناسک دينی؛ ۳- رویکردهای تربیتی و مدیریتی در متون اسلامی.

در محور نخست که به مبانی نظری شادی و غم اختصاص دارد، صیدی و پاشایی در پژوهشی با عنوان «شادی و غم از دیدگاه ابن‌سینا» (۱۴۰۰) به این نتیجه رسیده‌اند که شادی و غم از دیدگاه شیخ‌الرئیس، کیفیت‌هایی نفسانی هستند که بر سلامت جسم و روح تأثیر مستقیم دارند و تکرار آنها موجب تثبیت این حالات در نفس می‌شود. همچنین پاشایی در مقاله «بازخوانی شادی و غم با تأکید بر آرای صدرالمتألهین» (۱۴۰۰) مراتب شادی و غم را به چهار سطح حسی، خیالی، وهمی و عقلی تقسیم کرده و نشان داده است که ملاصدرا لذت عقلی (قرب الهی) را کامل‌ترین شادی و فقدان آن را دردناک‌ترین غم می‌داند. در حوزه عرفان اسلامی نیز، مرادی و شهرآبادی در مقاله «تحلیل عرفانی رابطه غم و شادی در غزلیات عطار نیشابوری» (۱۴۰۳) با بررسی اشعار عطار، به رابطه ديالکتیکی و چرخشی میان این دو مفهوم اشاره کرده و نشان داده‌اند که در نگاه عارف، غم عشق مقدمه و لازمه رسیدن به شادی وصال است. گذشته و شریعتمداری نیز در پژوهش «ديالکتیک غم و شادی در اندیشه عطار و مولوی» (۱۳۹۵) بیان کرده‌اند که در تجربه عرفانی، غم و شادی نه به‌عنوان دو امر متضاد، بلکه به‌عنوان یک حقیقت واحد در مراتب مختلف تجلی می‌کنند.

در محور دوم که به رابطه رسانه و مناسک می‌پردازد، هوفر در مقاله‌ای با عنوان «پرونده: مناسک رسانه» (۱۳۸۷) استدلال کرده است که رسانه‌های مدرن خود به نوعی منسک‌ساز تبدیل شده‌اند و می‌توانند جایگزین کارکردهای سنتی دین شوند. مهدی‌پور در پژوهش «بررسی انتقادی رویکرد تصویری به مناسک مذهبی و ارائه پیشنهادی سیاستی» (۱۳۹۲) با نقد غلبه فرم بر محتوا در برنامه‌های مذهبی تلویزیون، بر لزوم بازنگری در شیوه‌های بازنمایی مناسک تأکید کرده است. همچنین ماهر و کشاورز در مقاله «رسانه و دین؛ بررسی آثار و کارکردهای نمایش مناسک دينی در رسانه‌ها» (۱۳۹۶) هشدار داده‌اند که نمایش صرفاً فرم‌گرایانه مناسک، می‌تواند دین را به کالایی مصرفی تقلیل دهد. در بُعد بین‌المللی نیز، موحد مجد و همکاران در «بازنمایی مناسک محرم در رسانه‌های غرب» (۱۳۹۴)

تبیین الگوی نهادینه سازی مناسک دینی در رسانه ملی مبتنی بر دیالکتیک شادی و حزن از منظر آیات، احادیث و روایات

نشان داده‌اند که چگونه رسانه‌های غربی با گزینش تصاویر خشونت‌آمیز، تصویری غیرعقلانی از مناسک شیعی بر ساخت می‌کنند.

در محور سوم که ناظر به رویکردهای تربیتی و مدیریتی است، علوی و همکاران در پژوهش «اهداف، اصول و روش‌های تربیت عاطفه غم و شادی از منظر صحیفه علویه» (۱۳۹۸) با استخراج مدل تربیتی از ادعیه امام سجاد(ع)، غم و شادی را به دو دسته ممدوح و مذموم تقسیم کرده و راهکارهایی مانند یاد خدا و خدمت به خلق را برای مدیریت این عواطف پیشنهاد داده‌اند. ساجدی نیز در مقاله «بستر سازی قرآن در مدیریت اعتدال‌گرایانه غم و شادی» (۱۳۹۲) با استناد به آیات قرآن، الگوی اعتدال را به‌عنوان راهبرد اصلی اسلام در مواجهه با هیجانات معرفی کرده است. مهدوی اصل و همکاران در «بررسی مؤلفه‌های مفهومی تنظیم هیجان شادی و غم براساس منابع اسلامی» (۱۴۰۱) مدلی چهاروجهی شامل افزاینده‌ها و کاهنده‌های شادی و غم ارائه داده‌اند. در نهایت، مرادی در «بررسی دیدگاه غم و شادی در نهج‌البلاغه» (۱۳۸۶) روش‌های شادی‌آفرین موردنظر امام علی(ع) را در سه سطح شناختی، رفتاری و معنوی دسته‌بندی کرده است.

با وجود غنای منابع موجود، اکثر پژوهش‌ها یا صرفاً به مبانی نظری (فلسفی و عرفانی) پرداخته‌اند و یا با رویکردی انتقادی به آسیب‌شناسی وضعیت موجود رسانه بسنده کرده‌اند. خلاء اصلی در این میان، فقدان یک الگوی عملیاتی و «رسانه‌پسند» است که بتواند مبانی عمیق دیالکتیک عرفانی (وحدت غم و شادی) و آموزه‌های تربیتی (غم و شادی ممدوح) را به زبان تصویر و برنامه‌سازی ترجمه کند. پژوهش حاضر با پر کردن این شکاف، می‌کوشد با تلفیق مبانی نظری و الزامات رسانه‌ای، مدلی کاربردی برای نهادینه‌سازی مناسک دینی ارائه دهد که هم از سطحی‌نگری رسانه‌ای و هم از انتزاعی بودن صرف مباحث نظری فاصله داشته باشد.

چهارچوب نظری

چهارچوب نظری این پژوهش برآیندی از تلفیق دو رویکرد بنیادین است که در کنار یکدیگر، مبنای تفسیر داده‌ها و طراحی مدل نهایی را تشکیل می‌دهند: نخست، مبانی هستی‌شناختی و عرفانی با تأکید بر نظریه «وحدت پارادوکسیکال

تبیین الگوی نهادینه سازی مناسک دینی در رسانه ملی مبتنی بر دیالکتیک شادی و حزن از منظر آیات، احادیث و روایات

غم و شادی» و دوم، رویکرد هنجاری و تربیتی مبتنی بر «نظریه اعتدال در قرآن». این دو ضلع، به ترتیب ماهیت موضوع و جهت‌گیری راهبردی مقاله را تبیین می‌کنند و به عنوان چهارچوب نظری پژوهش، چگونگی ارتباط میان مفاهیم استخراج‌شده را توضیح می‌دهند.

نظریه وحدت پارادوکسیکال غم و شادی: این نظریه که ریشه در عرفان و حکمت اسلامی دارد، تبیین‌کننده ماهیت وجودی غم و شادی است. بر خلاف نگاه سطحی که این دو را متضاد (نقیضین) می‌پندارد، در ساحت عرفان، غم و شادی دارای رابطه‌ای دیالکتیکی و «چرخشی» هستند. غم عشق، مقدمه‌ای ضروری برای رسیدن به شادی وصال است و این دو در مراتب عالی وجود، به وحدت می‌رسند. این رویکرد به جستار پیش‌رو کمک خواهد کرد تا در الگوی رسانه‌ای، از تفکیک مکانیکی غم و شادی (برنامه‌های صرفاً خنده‌دار یا صرفاً گریه‌دار) پرهیز شود (جدول ۱).

جدول ۱- مؤلفه‌های نظریه وحدت پارادوکسیکال در عرفان اسلامی (مأخذ: نویسندگان)

مؤلفه	شرح مفهوم	کارکرد در الگوی رسانه‌ای
غم شیرین (غم عشق)	غمی که ناشی از فراق معشوق است و در بطن خود، شوق وصال دارد.	نمایش مناسک عزاداری به مثابه «شوق دیدار»، نه افسردگی و پأس.
شادی عمیق (بهجت)	شادی ناشی از درک حضور حق که با وقار و آرامش همراه است، نه هیجان کاذب.	ترویج شادی‌های پایدار و درونی (رضایت) به جای قهقهه‌های لحظه‌ای.
چرخش دیالکتیکی	تبدیل مداوم غم به شادی و شادی به غم در فرایند سلوک (قیض و بسط).	طراحی کنداکتور برنامه‌ها به گونه‌ای که مخاطب را در یک سفر معنوی از حزن به نشاط (و برعکس) هدایت کند.

نظریه اعتدال در قرآن: قرآن کریم با رد هرگونه افراط (مانند شادی‌های سرمستانه و غفلت‌زا) و تفریط (مانند حزن‌های یأس‌آور و زمین‌گیرکننده)، الگوی «اعتدال» را پیشنهاد می‌دهد. مدیریت قرآنی هیجانات، بر پایه عبور از هیجانات سطحی به سمت هیجانات متعالی و سازنده استوار است. در این رویکرد، شادی مطلوب، شادی «شاكرانه» و غم مطلوب، غم «مسئولانه» است. این نظریه، معیار

تبیین الگوی نهادهینه سازی مناسک دینی در رسانه ملی مبتنی بر دیالکتیک شادی و حزن از منظر آیات، احادیث و روایات

و شاخص اصلی برای ارزیابی و نقد تولیدات رسانه‌ای در این پژوهش خواهد بود (جدول ۲).

جدول ۲- شاخص‌های نظریه اعتدال در قرآن و کاربرد رسانه‌ای (مأخذ: نویسندگان)

نوع هیجان	مصادق افراطی (مردود)	مصادق تفریطی (مردود)	نقطه اعتدال (مطلوب قرآن)	راهبرد رسانه‌ای
شادی	قَرَح (سرمستی و غرور)	بی‌نشاطی و افسردگی	شُرور (شادمانی همراه با شکر و آرامش)	تولید برنامه‌های «مفرح بیدارگر» (طنز فاخر، جشن‌های معنوی)
غم	جَزَع (بی‌تابی و اعتراض به تقدیر)	قساوت قلب (بی‌دردی)	حُزن (اندوه هدفمند و سازنده)	نمایش «غم حماسی» و «حزن بصیرت‌افزا» (مانند روایت عاشورا)

این چهارچوب دو سطحی، با ترکیب روش‌شناسی و هستی‌شناسی عمیق و هنجارگذاری قرآنی، زیربنای نظری لازم برای طراحی «الگوی نهادهینه‌سازی مناسک» را فراهم می‌آورد.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف در زمره پژوهش‌های «کاربردی-توسعه‌ای» قرار می‌گیرد، زیرا علاوه بر تبیین مبانی نظری، در پی ارائه راهکارهای عملی برای سیاست‌گذاری و برنامه‌سازی در رسانه ملی است. از نظر ماهیت و روش، این پژوهش «توصیفی-تحلیلی» با رویکرد کیفی است که برای دستیابی به اهداف تحقیق و استخراج الگوی مطلوب، از روش «تحلیل مضمون» استفاده شده است.

تحلیل مضمون، ابزاری کارآمد برای شناخت، تحلیل و گزارش الگوها (مضامین) درون داده‌های کیفی است که با عبور از سطح به عمق، امکان گذار از توصیف صرف به تفسیر عمیق متون و استخراج مفاهیم بنیادین را فراهم می‌آورد (عیسی‌زاده، ۱۳۹۹: ۶۸). در این پژوهش، این روش برای استخراج مؤلفه‌های پراکنده شادی و غم از دل متون دینی و عرفانی و تبدیل آنها به یک ساختار منسجم به کار رفته است.

جامعه آماری پژوهش شامل متون اصیل دينی (قرآن کریم، نهج البلاغه، صحیفه سجادیه) و منابع منتخب عرفانی و حکمی (آثار عطار، مولوی، ابن سینا و ملاصدرا) است. همچنین برای تدوین راهکارهای رسانه‌ای، اسناد بالادستی (مانند بیانیه گام دوم انقلاب) و پژوهش‌های مرتبط مورد بررسی قرار گرفته‌اند. روش نمونه‌گیری به صورت «هدفمند» بوده و متونی انتخاب شده‌اند که مستقیماً به مقوله شادی، حزن، مناسک و تربیت عاطفی پرداخته‌اند.

فرایند اجرای پژوهش در سه مرحله اصلی سامان یافته است؛ در گام نخست که مرحله «اکتشاف و کدگذاری» است؛ کلیدواژه‌های مرتبط با شادی (فرح، سرور، بهجت، نشاط) و غم (حُزن، اندوه، غصه؛ مُحَرَّن: اندوهگین؛ حزين: ماتم‌زده، سوگوار) در منابع مذکور جستجو و فیش‌برداری شده و سپس با استفاده از روش تحلیل مضمون، گزاره‌های استخراج‌شده در قالب کدهای اولیه دسته‌بندی شدند. در مرحله دوم، فرایند «سازماندهی و تحلیل» صورت گرفت؛ بدین‌گونه که کدهای اولیه براساس قرابت معنایی در قالب «مضامین پایه» (مانند: غم ممدوح، شادی غفلت‌زا) و سپس «مضامین سازمان‌دهنده» (مانند: ديالکتیک غم و شادی) طبقه‌بندی گردیدند. در این بخش، از چهارچوب نظری تحقیق که مبتنی بر نظریه «وحدت پارادوکسیکال» در عرفان اسلامی و نظریه «اعتدال» در قرآن است، برای تفسیر داده‌ها بهره گرفته شد؛ چهارچوبی که تبیین می‌کند چگونه غم و شادی در ساحت معنوی، نه به‌عنوان اضداد، بلکه به‌عنوان مکمل‌های ضروری برای کمال نفس عمل می‌کنند. سرانجام در مرحله سوم که به «مدل‌سازی و ارائه راهکار» اختصاص دارد، با تلفیق یافته‌های نظری با اصول ارتباطات و رسانه، الگوی نهایی نهاده‌سازي مناسک طراحی شد تا مفاهیم انتزاعی دينی به شاخص‌های عینی و تصویری برای برنامه‌سازي تبدیل شوند.

اعتبار و روایی^۱ پژوهش نیز از طریق «مثلث‌سازی (سه‌سوزی)^۲» منابع (تلفیق آیات، روایات و آراء حکما) و همچنین ارجاع به پژوهش‌های معتبر پیشین تأمین شده است. در (جدول ۳) فرایند گام‌به‌گام کاربست این روش در پژوهش حاضر ترسیم شده است.

1. Validity.

2. Triangulation.

تبیین الگوی نهادینه سازی مناسک دینی در رسانه ملی مبتنی بر دیالکتیک شادی و حزن از منظر آیات، احادیث و روایات

جدول ۳- فرایند تحلیل مضمون در استخراج مؤلفه‌های غم و شادی (مأخذ: نویسندگان)

مرحله تحلیل	اقدام پژوهشی	مثال (مضمون استخراج شده)
کدگذاری اولیه	استخراج آیات و روایات مرتبط با واژگان کلیدی	آیاتی که بر «فرح» یا «حزن» دلالت دارند (مانند: «لا تحزن ان الله معنا»)
جستجوی مضامین پایه	گروه‌بندی کدهای اولیه براساس معنای مشترک	حزن ناشی از گناه، شادی ناشی از غفلت، شادی وصال
تعریف مضامین سازمان‌دهنده	انتزاع مفاهیم کلی‌تر از مضامین پایه	غم ممدوح (سازنده)، شادی مذموم (مخرب)
تبیین مضمون فراگیر	رسیدن به هسته مرکزی نظریه	دیالکتیک شادی و حزن در مسیر کمال

یافته‌های پژوهش

تحلیل مضمون شادی و غم در متون دینی و ادبی:

تحلیل دقیق متون اسلامی و ادبیات عرفانی نشان می‌دهد که دوگانه «شادی» و «غم» در این منابع، نه مفاهیمی بسیط و تک‌بعدی، بلکه سازه‌هایی چندلایه و ذومراتب هستند. برای طراحی الگوی مطلوب رسانه‌ای، ضروری است که ابتدا این مفاهیم با روش «تحلیل مضمون» و اسازی و بازشناسی شوند. در این بخش، یافته‌های حاصل از استخراج کدهای اولیه و مضامین پایه در سه محور قرآن، روایات (با تأکید بر نهج‌البلاغه و صحیفه سجادیه) و ادبیات عرفانی مورد مذاقه قرار گرفته‌اند.

مفهوم‌شناسی مناسک و تبیین جایگاه شادی و حزن در آموزه‌های دینی

واژه «تُشْك» و مشتقات آن (نسکی، منسک) در قرآن کریم به معنای عبادت، راه و روش بندگی و آیین‌های دینی به کار رفته است. در سوره بقره آیه ۱۹۶ «فَمَنْ كَانَ مِنْكُمْ مَّرِيضًا أَوْ بِهِ أَذًى مِنْ رَأْسِهِ فَفِدْيَةٌ مِنْ صِيَامٍ أَوْ صَدَقَةٍ أَوْ نُسْكِ» (و از شما اگر کسی بیمار بود یا در سرش ناراحتی و آسیب داشت [و ناچار بود سر بتراشد، جایز است سر بتراشد و] کفاره‌ای چون روزه، یا صدقه یا قربانی بر عهده اوست): (تُشْك) در کنار صیام و صدقه به عنوان نوعی عبادت (مانند قربانی) مطرح شده

است. همچنین در آیه ۱۶۲ سوره انعام، این واژه در معنای جامع‌تری به کار رفته که شامل تمامیت زندگی و مرگ انسان در مسیر بندگی خداست: «قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ» (بگو: مسلماً نماز و عبادتم و زندگی کردن و مرگم برای خدا پروردگار جهانیان است).

مفسران قرآن، از جمله علامه طباطبایی و آیت‌الله مکارم شیرازی، «منسک» را به معنای مطلق عبادت یا برنامه دینی خاص هر امت تفسیر کرده‌اند. در آیه ۳۴ سوره حج آمده است: «وَلِكُلِّ أُمَّةٍ جَعَلْنَا مَنَسَكًا...» (و برای هر امتی عبادتی ویژه قرار داده‌ایم [که مشتمل بر قربانی است]); که نشان‌دهنده تنوع شیوه‌های عبادت در امت‌های مختلف است (طباطبایی، ۱۳۶۳، ج ۱۴: ۶۰۲). بنابراین، مناسک تنها ظواهر عبادی نیستند، بلکه نمادهایی برای ذکر خدا و جهت‌دهی به زندگی فردی و اجتماعی محسوب می‌شوند (مکارم شیرازی، ۱۳۹۱: ۱۸۱).

روایات اهل‌بیت(ع) بر این نکته تأکید دارند که مناسک بدون «معرفت» و «تقوا»، فاقد ارزش است. امام علی(ع) می‌فرماید: «لَا خَيْرَ فِي مَنَسِكٍ لَا وَزَعَ فِيهِ» (خیری در مناسکی که با پرهیزکاری همراه نباشد، نیست). همچنین امام صادق(ع) قبولی عمل را مشروط به معرفت دانسته‌اند «لَا يَقْبَلُ اللَّهُ عَمَلًا إِلَّا بِمَعْرِفَةٍ، وَلَا مَعْرِفَةً إِلَّا بِعَمَلٍ» (کلینی، ۱۳۶۵، ج ۱: ۴۴). این رویکرد نشان می‌دهد که نهاده‌سازي مناسک در رسانه، نباید صرفاً بر نمایش فرم و ظاهر تمرکز کند، بلکه باید به عمق‌بخشی و معرفت‌افزایی در مخاطب بینجامد. به تعبیر سید حیدر آملی در جامع السرار و منبع الانوار، غفلت از غرض اصلی مناسک، آنها را به عادت‌هایی بی‌روح تبدیل می‌کند (آملی، ۱۳۶۸: ۳۰).

یکی از کلیدی‌ترین آیات در فهم جایگاه شادی و غم، آیه ۴۳ سوره نجم است: «وَأَنَّهُ هُوَ أَضْحَكٌ وَ أَبْكِي» (و هم اوست که می‌خنداند و می‌گریاند). علامه طباطبایی در تفسیر این آیه بیان می‌کند که نسبت دادن خنده و گریه به خداوند، به معنای آن است که هر دو حالت، ریشه در اراده و مشیت الهی دارند و تضاد میان آنها در نگاه توحیدی رنگ می‌بازد (طباطبایی، ۱۳۶۳، ج ۱۹: ۹۴). این آیه به روشنی دلالت دارد که اسلام دینی تک‌بعدی (فقط غمگین یا فقط شاد) نیست، بلکه هر دو حالت عاطفی را به عنوان جلوه‌هایی از حیات انسانی و الهی به رسمیت

می‌شناسد و مدیریت می‌کند. بنابراین، الگوی رسانه‌ای مطلوب باید بازتاب‌دهنده این جامعیت باشد؛ نه غم‌زدگی افراطی و نه شادی غفلت‌زا.

گونه‌شناسی شادی و غم در قرآن کریم:

قرآن کریم با نگاهی واقع‌گرایانه به عواطف انسانی، شادی و غم را به دو ساحت «ممدوح»^۱ و «مذموم»^۲ تقسیم می‌کند (ساجدی، ۱۳۹۲: ۴۸). واکاوی آیات نشان می‌دهد که شادی مطلوب قرآن، شادی‌ای است که ریشه در «فضل و رحمت الهی» دارد: «قُلْ بِفَضْلِ اللَّهِ وَبِرَحْمَتِهِ فَبِذَلِكَ فَلْيَفْرَحُوا هُوَ خَيْرٌ مِّمَّا يَجْمَعُونَ» (بگو: [این موعظه، دارو، هدایت و رحمت] به فضل و رحمت خداست، پس باید مؤمنان به آن شاد شوند که آن از همه ثروتی که جمع می‌کنند، بهتر است) (یونس: ۵۸). این نوع شادی، پایدار و آرامش‌بخش است و در مقابل «فرح سرمستانه»^۳ قرار می‌گیرد که ناشی از غرور و دلبستگی به دنیا است: «لَا تَفْرَحْ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْفَرِحِينَ» ([متکبرانه و مغرورانه] شادی مکن، قطعاً خدا شادمانان [متکبر و مغرور] را دوست ندارد) (قصص: ۷۶). با تحلیل این آیات، می‌توان دریافت که مدیریت قرآنی شادی، بر مدار «توحید» و عبور از شادی‌های غفلت‌زا به سمت شادی‌های معنادار استوار است.

در سوی دیگر، غم نیز در قرآن دارای دو چهره متفاوت است. غم ممدوح، «حزن مسئولانه» و اندوهی است که انسان را به یاد خدا و آخرت می‌اندازد و مانع از غفلت می‌شود. اما غم مذموم، «یأس» و ناامیدی از رحمت الهی است (ساجدی، ۱۳۹۲: ۴۳). قرآن کریم مومنان را از حزن سست‌کننده باز می‌دارد: «وَلَا تَهْئِنُوا وَلَا تَحْزَنُوا وَأَنْتُمْ الْأَعْلَوْنَ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ» ([در انجام فرمان‌های حق و در جهاد با دشمن] سستی نکنید و [از پیش آمدها و حوادث و سختی‌هایی که به شما می‌رسد] اندوهگین مشوید که شما اگر مؤمن باشید، برترید) (آل عمران: ۱۳۹). بنابراین، الگوی قرآنی، نه نفي غم است و نه نفي شادی، بلکه «جهت‌دهی»^۴ آنها به سوی کمال است.

1. Stauded.
2. Blameworthy.
3. Exultant Joy.
4. Orientation.

راهبردهای مدیریت عاطفی در نهج البلاغه و صحیفه سجادیه:

در کلام امیرالمؤمنین(ع) و امام سجاد(ع)، شادی و غم ابزارهایی برای تربیت نفس معرفی شده‌اند. نهج البلاغه با استفاده از استعاره‌های شناختی، غم را گاه به «لباس» تشبیه می‌کند که باید از تن بیرون کرد: «تَجَلَّبَبَ الْخَوْفُ» (خطبه ۸۷) و گاه آن را «ماده‌ای خوراکی» می‌داند که نیمی از پیری است: «الْهَمُّ نِصْفُ الْهَرَمِ» (حکمت ۱۴۳). در نگاه امام علی(ع)، غم دنیوی باید مانند یک شیء مزاحم دور ریخته شود، اما غم اخروی (ترس از گناه و دوری از حق) لباسی است که مومن با افتخار بر تن می‌کند (برزگر و همکاران، ۱۴۰۲: ۵۳).

همچنین در صحیفه سجادیه، امام سجاد(ع) راهکارهای عملی دقیقی برای مدیریت این عواطف ارائه می‌دهد. ایشان در فرازهایی، از غم ناشی از گناه استقبال می‌کند و آن را مایه «حیاتِ دل» می‌داند، اما غم ناشی از فقر یا مصائب دنیوی را با «توکل» و «یاد نعمات الهی» درمان می‌کند (علوی و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۶۱). این رویکرد نشان می‌دهد که در تربیت دینی، هدف حذف غم نیست، بلکه «کیمیگری» و تبدیل ماهیت آن از یأس به امید و تضرع است (جدول ۴).

جدول ۴- تحلیل مفهومی آیات و روایات مرتبط با مناسک و عواطف دینی (مأخذ: نویسندگان)

منبع (سوره/آیه یا کتاب)	مفهوم کلیدی	دلالت رسانه‌ای و کاربردی
سوره انعام، آیه ۱۶۲ (قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي...) (قُلْ إِنَّ)	جامعیت مناسک (شامل تمام ابعاد زندگی)	نمایش مناسک به عنوان «سبک زندگی» و نه فقط مراسم‌های خاص.
سوره حج، آیه ۳۴ (وَلِكُلِّ أُمَّةٍ جَعَلْنَا مَنَسَكًا)	تنوع و اختصاصی بودن مناسک	توجه به تنوع فرهنگی و بومی در بازنمایی مناسک در رسانه ملی.
سوره نجم، آیه ۴۳ (وَأَنَّهُ هُوَ أَضْحَكٌ وَ أَيْبَى)	منشأ الهی شادی و غم	پرهیز از دوگانه‌سازی کاذب؛ هر دو حالت باید در خدمت رشد معنوی باشند.
روایت امام علی(ع) (لَا خَيْرَ فِي مَنَاسِكَ لَا وَزَعَ فِيهِ)	پیوند مناسک با تقوا و ورع	اولویت دادن به محتوا و اثرگذاری اخلاقی بر جذابیت‌های بصری صرف.
روایت امام صادق(ع) (لَا يَقْبَلُ اللَّهُ عَمَلًا إِلَّا بِمَعْرِفَةٍ...)	ضرورت معرفت در عمل	تولید برنامه‌های «معرفت‌محور» در کنار پوشش زنده مراسم‌ها.

دیالکتیک عرفانی: غم عشق، عین شادی است

ادبیات عرفانی فارسی، با ژرف‌نگری خاص خود، مرزهای دوگانه شادی و غم را درمی‌نوردد و به وحدتی پارادوکسیکال^۱ می‌رسد. عطار نیشابوری، غم را نه یک حالت منفی، بلکه «سرمایه عشق» می‌داند و معتقد است که شادی حقیقی تنها از دلِ این غم زاده می‌شود:

«گر نیام من به غمت شاد از تو / شادی‌ام مباد»

(عطار، ۱۳۹۲: ۴۹۲).

در منطق عطار، غم و شادی رابطه‌ای «چرخشی» و «لازم و ملزوم» دارند؛ غم فراق، موتور محرک سالک برای رسیدن به شادی وصال است (مرادی و شهرآبادی، ۱۴۰۳: ۲۲۵).

مولانا جلال‌الدین بلخی نیز با نگاهی مشابه، غم را «پیام‌آور» و «مهمان»ی عزیز می‌داند که باید قدرش را دانست، زیرا خانه دل را برای ورود شادی اصلی (معشوق) جارو می‌کند:

«هر غمی کو گرد ما گردید شد در خون خویش / باده گلگونه است بر رخسار بیماران غم»
(مولوی، ۱۳۸۰: ۱۲۴۷).

در نگاه مولوی، تضاد ظاهری میان غم و شادی در ساحت عشق رنگ می‌بازد و هر دو به یک حقیقت واحد (رضایت و تسلیم) تبدیل می‌شوند (گذشته و شریعت‌مداری، ۱۳۹۵: ۶۷). این نگاه دیالکتیکی، کلید اصلی برای طراحی الگوی رسانه‌ای است که در آن، برنامه‌های مذهبی نه خشک و عبوس باشند و نه لوده و سطحی، بلکه «شور عارفانه» را به تصویر می‌کشد (جدول ۵).

جدول ۵- تحلیل مضمون شادی و غم در منابع اسلامی و ادبی (کدگذاری و استخراج مضامین)
(مأخذ: نویسندگان)

منبع	کد اولیه (مفهوم استخراج شده)	مضمون پایه ^۱	مضمون سازمان دهنده ^۲
قرآن کریم (یونس: ۵۸)	شادی به فضل و رحمت خدا	شادی پایدار و آرامش بخش	شادی ممدوح (نشاط معنوی)
قرآن کریم (قصص: ۷۶)	شادی قارونی (فرح سرمستانه)	شادی غفلت‌زا و تکبر آفرین	شادی مذموم (لهو و لعب)
قرآن کریم (توبه: ۹۲)	گریه و حزن برای جاماندن از جهاد	حزن مسئولانه و بیدارگر	غم ممدوح (حزن مقدس)
قرآن کریم (آل عمران: ۱۳۹)	سستی و حزن ناشی از شکست	غم یأس‌آور و بازدارنده	غم مذموم (افسردگی)
نهج البلاغه (خطبه ۸۷)	پوشیدن لباس خوف و حزن	غم به عنوان ابزار خودسازی	غم ممدوح (تربیت نفس)
نهج البلاغه (حکمت ۱۴۳)	هّم و غم، نیمی از پیری است	فرسایش جسم و روح با غم دنیا	غم مذموم (آسیب جسمی)
صحیفه سجاده (دعای ۱۵)	شادی با شاد کردن دیگران	نشاط اجتماعی و نوع دوستی	شادی ممدوح (سرمایه اجتماعی)
غزلیات عطار (ابیات متعدد)	غم عشق، عین شادی است	وحدت در عین کثرت	دیالکتیک عرفانی
مثنوی معنوی (دفتر پنجم)	غم مهمان عزیز است	پذیرش فعالانه غم (رضایت)	دیالکتیک عرفانی
حکمت متعالیه (ملاصدرا)	لذت عقلی بالاترین شادی است	ارتقای سطح لذت (از حس به عقل)	مراتب وجودی هیجان

این جدول نشان می‌دهد که منابع اسلامی، نگاهی «صفر و یکی» به شادی و غم ندارند، بلکه با تفکیک دقیق مصادیق، الگویی چهاروجهی (شادی ممدوح-مذموم و غم ممدوح-مذموم) را ترسیم می‌کنند که در آن، نقطه کانونی، «حرکت به سمت کمال» است.

1. Basic Theme.

2. Organizing Theme.

تحلیل انتقادی و آسیب شناسی بازنمایی مناسک دینی در رسانه:

بررسی عملکرد رسانه ملی در دهه های اخیر نشان می دهد که اگرچه حجم تولیدات مذهبی و پوشش مناسک دینی قابل توجه بوده است، اما رویکرد غالب در بازنمایی این مناسک، با چالش هایی جدی در سطح فرم و محتوا مواجه است. این چالش ها را می توان در محورهای زیر دسته بندی کرد:

الف) غلبه فرم گرایی و نمایشی شدن دین:

یکی از جدی ترین آسیب های رسانه ای در حوزه دین، تقلیل مناسک به «تصاویر جذابا» و دوری جستن آنها از روح و معناست. رسانه ذاتاً تمایل دارد دین را به قطعاتی جدا افتاده از بافت اصلی تبدیل کند تا بتواند آنها را در قالب «فریم های تصویری» به مخاطب عرضه کند (هوفر، ۱۳۸۷: ۳۴). این فرایند که می توان آن را «کالایی سازی دین» نامید، باعث می شود که مناسک (مانند عزاداری محرم یا جشن های مذهبی) به جای آنکه بستری برای تفکر و تحول درونی باشند، به یک «مصرف فرهنگی» و سرگرمی صرف تبدیل شوند (ماهر و کشاورز، ۱۳۹۶: ۳۵). از این منظر تمرکز افراطی بر جذابیت های بصری و تکنیک های تدوین، منجر به «فرمزدگی» شده و محتوای عمیق معرفتی به حاشیه رانده شده است (مهدی پور، ۱۳۹۲: ۱۶۷).

ب) دوقطبی سازی کاذب میان شادی و غم:

آسیب دیگر، ایجاد یک مرزبندی خشک و غیرواقعی میان برنامه های شاد و غمگین است. در بسیاری از تولیدات رسانه ای، برنامه های مذهبی با فضایی سنگین، تیره و غم آلود تداعی می شوند، درحالی که شادی و نشاط به برنامه های طنز و سرگرمی اختصاص یافته است. این دوگانه سازی، نوعی «سکولاریسم پنهان» را در ذهن مخاطب القا می کند؛ گویی دین نسبتی با شادی ندارد و شادی نیز نسبتی با دین (مهدوی اصل و همکاران، ۱۴۰۱: ۳۰). این در حالی است که براساس آموزه های دینی، شادی مومنانه (سرور) و غم مسئولانه (حزن) هر دو اجزای یک پیکر واحدند. عدم درک این دیالکتیک، باعث شده است که رسانه گاه در ایام

شادی اهل بیت (ع) به دام لودگی بیفتد و در ایام عزاء، به ترویج افسردگی و یأس بپردازد (مرادی، ۱۳۸۶: ۱۳۳).

ج) بازنمایی کلیشه‌ای و تقلیل‌گرایانه:

تحلیل گفتمان برنامه‌های نمایشی نشان می‌دهد که تصویر ارائه‌شده از «انسان دیندار» و «مناسک دینی»، اغلب کلیشه‌ای و تک‌بعدی است (رجائی، ۱۴۰۳: ۹). تحلیل نشانه‌شناختی سریال‌های تلویزیونی نشان می‌دهد که سوژه دیندار معمولاً در موقعیت‌های کلیشه‌ای (مانند نماز خواندن صرف یا نصیحت کردن) بازنمایی می‌شود و پیچیدگی‌های روحی و عاطفی او (مانند درگیری با شک، امید، ترس و عشق) نادیده گرفته می‌شود. در بررسی بازنمایی مناسک عاشورا در رسانه‌های غربی، اگر رسانه ملی نتواند تصویری عقلانی و حماسی از عزاداری ارائه دهد، تصاویر گزینش‌شده و خشونت‌آمیز رسانه‌های معاند (مانند قمه‌زنی)، به عنوان تنها تصویر اسلام شیعی در ذهن مخاطبان جهانی تثبیت خواهد شد (مجد و همکاران، ۱۳۹۴: ۶۰).

د) غفلت از کارکردهای اجتماعی مناسک:

مناسک دینی، علاوه بر کارکرد فردی (تزکیه نفس)، دارای کارکردهای اجتماعی مهمی مانند «انسجام‌بخشی» و تولید «سرمایه اجتماعی» هستند. رسانه باید بر جنبه‌های «پیوندی» مناسک (که گروه‌های مختلف را به هم وصل می‌کند) تأکید کند، اما در عمل، گاه مشاهده می‌شود که رسانه با تمرکز بر مناسک خاص‌گرایانه و درون‌گروهی، ناخواسته به دوقطبی‌های اجتماعی دامن می‌زند (خیامی، ۱۴۰۴: ۱۴۰). نقش مناسک در «ماندگاری فرهنگ» عمل کلیدی است، اما بازنمایی سطحی و بدون پشتوانه معرفتی، این کارکرد را تضعیف می‌کند (جمشیدیها و قبادی، ۱۳۸۶: ۳۷).

در مجموع، وضعیت موجود نشان‌دهنده فقدان یک «الگوی جامع راهبردی» است که بتواند ضمن حفظ جذابیت رسانه‌ای، اصالت و عمق مناسک را حفظ کرده و تعادل میان شور و شعور، و غم و شادی را برقرار سازد (جدول ۶).

تبیین الگوی نهاده‌سازي مناسک دينی در رسانه ملی مبتنی بر ديالکتیک شادی و حزن از منظر آیات، احاديث و روايات

جدول ۶- آسیب‌شناسی وضعیت موجود بازنمایی مناسک در رسانه و پیامدهای آن (مأخذ: نویسندگان)

محور آسیب‌شناسی	شرح مسئله (توصیف وضعیت موجود)	پیامد منفی (اثر بر مخاطب و جامعه)
فرم‌زدگی و نمایشی شدن	تقلیل مناسک به تصاویر جذاب بصری و تکنیک‌های تدوین بدون توجه به عمق محتوا.	تبدیل دین به «کالای مصرفی» و سرگرمی؛ کاهش اثر تربیتی و معرفتی.
دوقطبی‌سازی کاذب	تفکیک خشک میان شادی (مختص سرگرمی) و غم (مختص دین)؛ القای اینکه دین نسبتی با نشاط ندارد.	ایجاد «سکولاریسم پنهان» در ذهن مخاطب؛ دین‌گریزی نسل جوان به دلیل تصویر عبوس از دین.
بازنمایی کلیشه‌ای	ارائه تصویری تک‌بعدی و سطحی از انسان دیندار و مناسک (مانند سوزهای بدون چالش فکری).	عدم همزادپنداری مخاطب با شخصیت‌های دینی؛ تقلیل دینداری به ظواهر و شعار.
تصویرسازی سلبی (خشونت)	تأکید بر جنبه‌های حزن‌آور صرف یا نمایش رفتارهای افراطی (مانند قمه‌زنی یا شیون‌های غیرمتعارف).	ارائه چهره‌ای «غیرعقلانی» و «افسرده» از تشیع در سطح بین‌المللی (اسلام‌هراسی).
غفلت از سرمایه اجتماعی	تمرکز بر مناسک درون‌گروهی و خاص‌گرایانه به جای مناسک وحدت‌بخش و ملی.	تضعیف انسجام ملی؛ ایجاد شکاف‌های اجتماعی و مذهبی به جای تقویت همبستگی.
فقدان راهبرد تمدنی	نگاه مقطعی و مناسبتی به مناسک (فقط در ایام خاص) بدون پیوستگی در طول سال.	عدم تبدیل مناسک به «سبک زندگی پایدار»؛ هیجان‌های زودگذر و بدون اثر ماندگار.

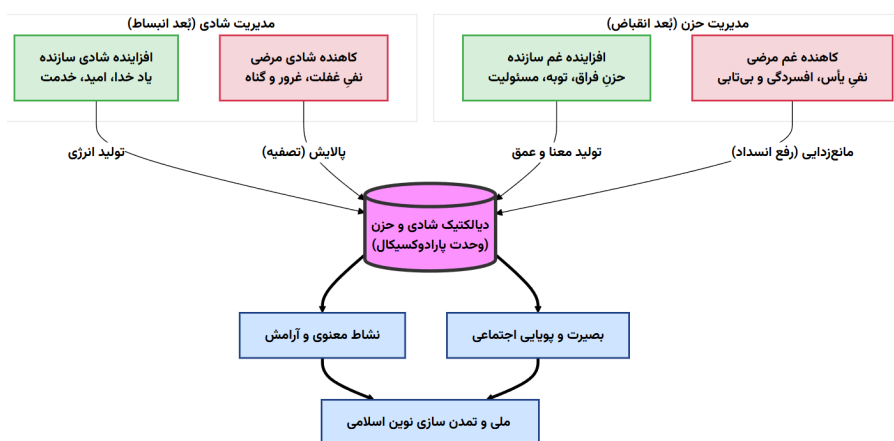
این جدول به‌خوبی نشان می‌دهد که چالش‌های موجود، تنها فنی یا سلیقه‌ای نیستند، بلکه ریشه در فقدان یک «نظریه مبنایی» (مانند دیالکتیک شادی و حزن) دارند که بتواند تمام اجزای رسانه را در یک منظومه واحد ساماندهی کند.

تبیین مدل مفهومی پیشنهادی: دیالکتیک شادی و حزن

الگوی نهاده‌سازي مناسک دينی در رسانه ملی که در این پژوهش پیشنهاد شده‌است، برآمده از تلفیق عمیق آموزه‌های وحیانی، میراث حکمی و ادبیات عرفانی است که در آن، دوگانه «شادی» و «غم» نه به‌عنوان مفاهیمی متضاد و مانع‌الجمع، بلکه به‌مثابه نیروهای مکمل و هم‌افزا در مسیر کمال و تعالی انسان

تبیین الگوی نهاده‌سازی مناسک دینی در رسانه ملی مبتنی بر دیالکتیک شادی و حزن از منظر آیات، احادیث و روایات

عمل می‌کنند. این مدل مفهومی که می‌توان آن را «مدل چهاروجهی مدیریت نهاده‌سازی مناسک دینی در رسانه ملی» نامید (تصویر ۱)، با الهام از مبانی هستی‌شناختی اسلامی، تلاش دارد تا با عبور از سطح به عمق، تعریفی نوین از کارکرد رسانه در تربیت دینی ارائه دهد. در این منظومه فکری، حرکت انسان به سوی کمال، نیازمند توازن میان چهار نیروی اصلی است: «افزاینده‌های شادی‌سازنده»، «افزاینده‌های غم‌سازنده»، «کاهنده‌های شادی مرضی» و «کاهنده‌های غم مرضی».



تصویر ۱- مدل چهاروجهی مدیریت نهاده‌سازی مناسک دینی در رسانه ملی (مأخذ: نویسنندگان)

رکن نخست این مدل، «افزاینده‌های شادی‌سازنده» است که به عواملی اشاره دارد که نشاط حقیقی، پایدار و درونی (شُرور) را در انسان ایجاد می‌کنند. در منطق قرآنی، شادی مطلوب، شادی‌ای است که ریشه در «اطمینان قلبی» و «یاد خدا» دارد، چنان‌که می‌فرماید: «أَلَا يَذْكُرُ اللَّهُ تَطْمَئِنُّ الْقُلُوبُ» (رعد: ۲۸). این شادی، هیجانی گذرا نیست، بلکه حالتی از سکینه و آرامش است که از پیوند با منبع لایزال هستی حاصل می‌شود.

در صحیفه سجادیه، امام سجاد(ع) این شادی را در گرو «کسب رضایت الهی» می‌داند و در دعای خود عرضه می‌دارد: «اللَّهُمَّ... وَاجْعَلْ لَنَا فِي هَذَا الْيَوْمِ تَصَبُّاً مِنْ رِضْوَانِكَ» (صحیفه سجادیه، دعای ۱۴۴)؛ به این معنا که شادی واقعی،

تبیین الگوی نهادینه سازی مناسک دینی در رسانه ملی مبتنی بر دیالکتیک شادی و حزن از منظر آیات، احادیث و روایات

بهره‌مندی از خشنودی خداوند است (علوی و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۵۵). در ادبیات عرفانی نیز، شادی‌سازنده با مفهوم «عشق» و «رهایی از خود» گره خورده است. مولانا جلال‌الدین بلخی، عشق را کیمیایی می‌داند که ماهیت رنج را دگرگون کرده و غم را به شادی بدل می‌سازد:

«هر چه بودش در ره معشوق باخت / وز دو گیتی با غم معشوق ساخت»
(مولوی، ۱۳۸۶: ۶۴)

در این نگاه، عاشق حتی در اوج بلا، شادمان است، زیرا این بلا را نشانه توجه معشوق می‌داند. سنایی غزنوی نیز شادی حقیقی را در «آزادی از تعلقات» و پرواز روح به سوی مبدأ خود می‌بیند:

«آزاد باش تا ز همه رنج خوش بوی / کآزاد رفته‌ای به سوی کردگار خویش»
(سنایی، ۱۳۸۵: ۷۸۳)

بنابراین، رسانه دینی باید مروج شادی‌ای باشد که از درون می‌جوشد و وابسته به اسباب متغیر و فانی دنیوی نیست.

رکن دوم مدل، «افزاینده‌های غم‌سازنده» است. برخلاف تصورات رایج که هرگونه غم را منفی می‌پندارند، اسلام برخی از انواع حزن را نه تنها نفی نمی‌کند، بلکه آن را برای بیداری و رشد روح ضروری می‌شمارد. این «غم ممدوح» یا «حزن مقدس»، شامل غم فراق از اصل، غم ناشی از کوتاهی در بندگی (گناه) و غم مسئولیت در برابر سرنوشت جامعه است. امیرالمؤمنین(ع) در توصیف متقین می‌فرماید: «الْمُؤْمِنُ بِشْرُهُ فِي وَجْهِهِ وَ حَزْنُهُ فِي قَلْبِهِ» (نهج البلاغه، حکمت ۳۳۳). این حزن قلبی، به معنای افسردگی نیست، بلکه نوعی هوشیاری و دغدغه‌مندی است که موتور محرک انسان برای تلاش و جبران مافات می‌شود.

این غم، همان «درد اشتیاق» است که انسان را از رکود و روزمرگی خارج می‌کند. قرآن کریم نیز از مومنانی یاد می‌کند که به دلیل ناتوانی مالی از شرکت در جهاد، چشمانشان اشک‌بار بود: «تَوَلَّوْا وَأَعْيَتْهُمْ تَفِيضٌ مِنَ الدَّمْعِ حَزَنًا» (توبه: ۹۲). این حزن، نشان‌دهنده بیداری وجدان و تعهد اجتماعی است که باید در تولیدات رسانه‌ای به عنوان یک ارزش والا بازنمایی شود (ساجدی، ۱۳۹۲: ۴۵).

رکن سوم، «کاهنده‌های شادی مرضی» است که وظیفه پالایش روان انسان از شادی‌های کاذب و مخرب را بر عهده دارد. شادی مرضی (فرح مذموم)، شادی‌ای است که از غفلت، غرور، تفاخر و دلبستگی به مظاهر دنیا ناشی می‌شود و انسان را از مسیر حق منحرف می‌سازد. قرآن کریم با نقل داستان قارون، هشداري ابدی می‌دهد: «لَا تَفْرَحْ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْفَرِحِينَ» (قصص: ۷۶). برای مقابله با این شادی مستی‌آور، اسلام راهکارهایی همچون «یاد مرگ» (ذکر الموت) و «توجه به ناپایداری دنیا» را پیشنهاد می‌دهد. امام علی(ع) در نامه‌ای به فرزندشان می‌فرماید: «يَا ابْنَ آدَمَ... لَا تَفْرَحْ بِمَا أُوتِيتَ» (نهج البلاغه، نامه ۳۱)؛ یعنی به آنچه از دنیا به تو داده شده، چنان شادمانی مکن که تو را از آخرت بازدارد.

خاقانی شروانی نیز با یادآوری بی‌وفایی دهر و ناپایداری خوشی‌های آن، شادی‌های دنیوی را فریبنده می‌خواند:

«خیز خاقانیا ز خوان جهان / که جهان میزبان خرم نیست»

(خاقانی، ۱۳۹۹: ۷۵۱)

این رویکرد انتقادی، به انسان کمک می‌کند تا شادی خود را بر پایه‌های سست بنا نکند و رسانه نیز باید با نقد فرهنگ مصرف‌گرایی و تجمل، مخاطب را از این سراب‌های شادی‌نما آگاه سازد.

رکن چهارم و نهایی، «کاهنده‌های غم مرضی» است. غم مرضی، همان افسردگی، یأس، اضطراب و بی‌تابی (جزع) است که انرژی روانی انسان را تحلیل برده و او را از حرکت باز می‌دارد. اسلام برای مقابله با این غم ویرانگر، راهبردهای شناختی و رفتاری دقیقی دارد که مهم‌ترین آنها «توکل»، «صبر» و «رضا به قضای الهی» است. قرآن کریم فلسفه آگاهی از تقدیر الهی را رهایی از اندوه فقدان‌ها می‌داند: «لِكَيْلَا تَأْسَوْا عَلَى مَا فَاتَكُمْ» (تا بر آنچه از دست شما رفت، اندوهگین نشوید) (حدید: ۲۳).

علاوه بر راهکارهای شناختی، در روایات اسلامی راهکارهای عملی و رفتاری نیز برای زدودن غم توصیه شده است؛ مانند «نظافت»، «پوشیدن لباس پاکیزه»، «استفاده از بوی خوش» و «سفر کردن» (مهدوی اصل و همکاران، ۱۴۰۱: ۳۷). این آموزه‌ها نشان می‌دهد که دین، برنامه‌ای جامع برای بهداشت روانی و مدیریت عواطف دارد که باید در سبک زندگی مومنان جاری شود.

تبیین الگوی نهاده‌سازي مناسک دینی در رسانه ملی مبتنی بر دیالکتیک شادی و حزن از منظر آیات، احادیث و روایات

جدول ۷- مؤلفه‌های چهارگانه الگوی دیالکتیک شادی و حزن در منابع اسلامی (مأخذ: نویسندگان)

رکن الگو	تعریف و ماهیت	مصادیق و شاخص‌ها	کارکرد رسانه‌ای
افزاینده شادی‌سازنده	شادی پایدار، درونی و معنوی (شور/بهجت)	یاد خدا، رضایت از حق، خدمت به خلق، امید به آینده	تولید برنامه‌هایی که حس «رضایت از زندگی» و «نشاط معنوی» را تقویت کنند.
افزاینده غم‌سازنده	اندوه بیدارگر، مسئولانه و کمال‌گرا (حُزن)	همدردی با مظلوم، توبه، شوق وصال، دغدغه عدالت	بازنمایی مناسک عزاداری به صورت «حماسی» و «عاطفی عمیق» (نه صرفاً گریه).
کاهنده شادی مرضی	شادی غفلت‌زا، سرمستانه و بوج (فَرَح مذموم)	تفاخر، تمسخر، گناه، دلبستگی به تجملات	نقد سبک زندگی اشرافی و لذت‌جویی‌های سطحی در سریال‌ها و برنامه‌ها.
کاهنده غم مرضی	اندوه یأس‌آور، راکد و بیمارگونه (جَزَع/افسردگی)	نامیدی، بی‌تابی، اعتراض به تقدیر، انزوا	آموزش مهارت‌های «تاب‌آوری» و «توکل»؛ پرهیز از سیاه‌نمایی افراطی.

راهکارهای عملیاتی و سیاستی برای نهاده‌سازي مناسک دینی در رسانه:

بر مبنای مدل مفهومی دیالکتیک شادی و حزن (تصویر ۱) و با هدف گذار از وضعیت موجود به وضعیت مطلوب، راهکارهای نهاده‌سازي مناسک در رسانه را می‌توان در سه سطح «سیاست‌گذاری کلان»، «تولید محتوا و فرم» و «مدیریت مخاطب» تبیین کرد (تصویر ۲).



تصویر ۲- ساختار سیاست‌گذاری رسانه‌ای برای نهاده‌سازي مناسک دینی در رسانه

(مأخذ: نویسندگان)

در سطح سیاست‌گذاری کلان، ضروری است رسانه ملی از جایگاه «آیین‌گردان صرف» که تنها به بازتاب مراسم‌ها می‌پردازد، به جایگاه «رسانه تمدن‌ساز» ارتقا یابد؛ رویکردی که در آن، هدف نهایی مناسک، نه تخلیه هیجانی، بلکه تزریق روحیه «حماسه» و «امید به آینده» است (عباس‌زاده، ۱۴۰۱: ۹۵). این سیاست باید با نگاهی جهانی همراه باشد؛ زیرا رسانه‌های معاند با گزینش تصاویر خشونت‌آمیز از مناسک شیعی، سعی در ارائه چهره‌ای غیرعقلانی از اسلام دارند (موحد مجد و همکاران، ۱۳۹۴: ۶۲). بنابراین، سیاست‌گذاران باید بر بازنمایی جنبه‌های عقلانی، زیباشناختی و وحدت‌بخش مناسک تأکید ورزند تا تصویر جهانی تشیع، تصویری مبتنی بر شعور و حماسه باشد، نه انزوا و خشونت. تحقق این امر، نیازمند گماردن مدیرانی است که خود متخلق به اخلاق قرآنی و دارای «شرح صدر» باشند (عیسی‌زاده، ۱۳۹۹: ۷۵)، زیرا مدیری که درک عمیقی از تعادل میان خوف و رجا ندارد، نمی‌تواند سکان‌دار رسانه‌ای باشد که قرار است تعادل‌بخش عواطف جامعه باشد.

در سطح تولید محتوا و فرم، مهم‌ترین چالش، عبور از «فرم‌زدگی» و «نمایشی شدن دین» است. برنامه‌سازان باید تکنیک‌های هنری را نه برای غلبه بر محتوا، بلکه برای «تعمیق» آن به کار گیرند (ماهر و کشاورز، ۱۳۹۶: ۴۰). برای مثال، در بازنمایی غم، باید از استعاره‌های شناختی مثبت بهره گرفت؛ به جای تصویر کردن غم به مثابه «آوار» یا «تاریکی»، می‌توان آن را به مثابه «کوره تصفیه» یا «لباس تقوا» به تصویر کشید که ناخودآگاه مخاطب را از افسردگی به سمت سازندگی سوق می‌دهد (برزگر و همکاران، ۱۴۰۲: ۵۵). همچنین، طراح «کنداکتور ترکیبی» ضروری است؛ به این معنا که جدول پخش نباید به صورت مکانیکی به ایام غم و شادی تقسیم شود، بلکه هر برنامه باید ترکیبی متوازن از لحظات تأمل‌برانگیز و لحظات امیدبخش باشد تا تعادل روانی مخاطب حفظ شود (خجسته، ۱۳۸۲: ۴۵). این رویکرد، مانع از ایجاد دوقطبی کاذب میان دین و نشاط می‌شود.

در سطح مدیریت مخاطب، هدف اصلی باید ارتقای «سواد مناسکی» و «سرمایه اجتماعی» باشد. مخاطب فعال باید بیاموزد که هر گریه‌ای مقدس نیست و هر خنده‌ای نشانه نشاط واقعی نیست؛ لذا رسانه باید با تولید برنامه‌های تحلیلی، قدرت نقد و تمیز مخاطب را افزایش دهد (محب‌زاده و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۷۵). علاوه

تبیین الگوی نهادینه سازی مناسک دینی در رسانه ملی مبتنی بر دیالکتیک شادی و حزن از منظر آیات، احادیث و روایات

بر این، مناسک رسانه‌ای باید کارکرد «پیوندی» داشته باشند، نه صرفاً درون‌گروهی. تمرکز افراطی بر مناسک خاص گرایانه که تنها قشر محدودی را جذب می‌کند، می‌تواند به شکاف اجتماعی منجر شود؛ در حالی که رسانه باید بر مناسکی تمرکز کند که قابلیت جذب اقشار خاکستری و تحکیم همبستگی ملی را دارند، مانند بازنمایی فراگیر و مهربانانه از آیین‌هایی چون اربعین یا کمک‌های مؤمنانه (خیامی، ۱۴۰۴: ۱۵۰). توجه به ذائقه نسل جدید و استفاده از فرم‌های نوین روایتگری نیز، شرط لازم برای انتقال پیام مناسک به آینده‌سازان جامعه است.

جدول ۸- خلاصه راهکارهای عملیاتی و سیاستی پیشنهادی (مأخذ: نویسندگان)

سطح اقدام	راهکار پیشنهادی (استراتژی)	اقدام عملیاتی (تاکتیک)
سیاست‌گذاری کلان	تغییر رویکرد از «بازتابی» به «تمدنی»	اولویت‌دهی به مناسک امیدآفرین و آینده‌نگر در اسناد بالادستی
سیاست‌گذاری کلان	مدیریت تصویر جهانی (دیپلماسی رسانه‌ای)	حذف تصاویر وهن‌آمیز و برجسته‌سازی جنبه‌های عقلانی و حماسی
سیاست‌گذاری کلان	شایسته‌سالاری اخلاقی مدیران	انتصاب مدیران دارای سعه صدر و آشنا به مبانی روان‌شناختی دین
تولید محتوا	اصلاح زبان تصویری (استعاره‌های مثبت)	استفاده از نور، رنگ و دکور برای القای مفاهیم «تطهیر» و «رشد» در غم
تولید محتوا	تعادل‌بخشی به کنداکتور (سینوس احساس)	گنجاندن آیتم‌های معنوی در برنامه‌های طنز و آیتم‌های امیدبخش در عزای
تولید محتوا	عمق‌بخشی به فرم (عبور از سطحی‌نگری)	استفاده از هنر متعالی (شعر، موسیقی فاخر) به جای هیجانات کاذب
مدیریت مخاطب	ارتقای سواد رسانه‌ای دینی	تولید برنامه‌های نقد و بررسی برای آموزش تمایز دین رسانه‌ای از دین حقیقی
مدیریت مخاطب	تقویت سرمایه اجتماعی (رویکرد پیوندی)	پوشش مناسک وحدت‌بخش و ملی برای جذب حداکثری اقشار مختلف
مدیریت مخاطب	توجه به زیست‌جهان نسل جدید	استفاده از پلتفرم‌های نوین و قالب‌های تعاملی برای درگیر کردن جوانان

نتیجه گیری

این پژوهش با هدف طراحی الگویی برای نهاده سازی مناسک دینی در رسانه و با رویکردی آسیب شناسانه به وضعیت موجود، نشان داد که غلبه رویکردهای فرم‌گرا و دوقطبی سازی کاذب میان شادی و غم، منجر به ارائه تصویری تک بعدی و گاه سکولار از دین در رسانه ملی شده است. یافته‌های حاصل از تحلیل متون دینی و ادبی (قرآن، روایات و عرفان اسلامی) اثبات کرد که در منظومه فکری اسلام، شادی و غم نه مفاهیمی متضاد، بلکه دارای وحدتی پارادوکسیکال هستند؛ به گونه‌ای که «حزن معنوی» (غم فراق و مسئولیت) بستر زایش «نشاط باطنی» (شادی قرب و رضایت) است. بر این اساس، الگوی پیشنهادی پژوهش بر چهار رکن «افزاینده‌های شادی سازنده»، «افزاینده‌های غم سازنده»، «کاهنده‌های شادی مرضی» و «کاهنده‌های غم مرضی» استوار گردید.

نتایج تحقیق حاکی از آن است که رسانه برای عبور از وضعیت انفعالی و تبدیل شدن به «دانشگاه عمومی» و «رسانه تمدن ساز»، نیازمند بازنگری بنیادین در سه سطح است: در سطح سیاست گذاری، باید با اتخاذ رویکردی دیپلماتیک و آینده نگر، از بازنمایی تصاویر وهن آمیز و یأس آور پرهیز کرده و بر جنبه‌های حماسی و عقلانی مناسک تأکید ورزد. در سطح تولید محتوا، ضروری است با بهره گیری از استعاره‌های شناختی مثبت و هنر متعالی، فرم را در خدمت تعمیق محتوا قرار دهد و از سطحی نگری در نمایش مناسک فاصله بگیرد. و در نهایت، در سطح مدیریت مخاطب، با ارتقای سواد رسانه‌ای و تقویت جنبه‌های پیوندی مناسک (سرمایه اجتماعی)، زمینه را برای تبدیل رفتارهای هیجانی و مقطعی به سبک زندگی پایدار مؤمنانه فراهم آورد. در این الگو، خروجی نهایی رسانه، انسانی است که در اوج حزن بر مصائب اهل بیت(ع)، سرشار از امید و پویایی است و در اوج شادی و جشن، از غفلت و بیهودگی به دور است.

فهرست منابع

قرآن کریم

ارشیا، وحید (۱۳۸۷). «مناسک رسانه»، فرهنگ پویا، (۸ و ۹)، ۴۶-۴۹.

آملی، سید حیدر (۱۳۶۸). *جامع الاسرار و منبع الانوار*، انتشارات علمی و فرهنگی وزارت آموزش عالی.

برزگر، سیدرضا؛ شرفزاده؛ محمدحسین؛ زارع، آمنه؛ و جدیدی خیرآبادی، اسماعیل (۱۴۰۲). «بررسی زبان‌شناختی استعاره‌های «غم و شادی» در ترجمه فارسی نهج البلاغه: رویکرد نظریه معاصر استعاره (چهارچوب‌شناختی)»، *پژوهش‌های نهج البلاغه*، ۲۲ (۷۹)، ۴۱-۶۲.

پاشایی، محمدجواد (۱۴۰۰). «بازخوانی شادی و غم با تأکید بر آرای صدرالمألهین»، *اندیشه دینی*، دانشگاه شیراز، ۲۱ (۲)، ۴۴-۲۷.

جمشیدیها، غلامرضا؛ و قبادی، علیرضا (۱۳۸۶). «تحلیل جامعه‌شناختی از مراسم و مناسک دینی با تأکید بر مراسم عاشورا»، *تاریخ اسلام*، ۸ (۲)، ۳۷-۶۰.

خجسته، حسن (۱۳۸۲). «مناسک رسانه‌ای؛ الگوی تبلیغاتی دین در شبکه‌های عمومی رادیو و تلویزیون»، *پژوهش‌های ارتباطی*، ۳۶ (۳)، ۳۵-۵۶.

خیامی، عبدالکریم (۱۴۰۴). «واکاوی نسبت سرمایه اجتماعی و مناسک رسانه‌ای»، *رسانه‌های دیداری و شنیداری*، ۱۹ (۵۴)، ۱۶۲-۱۳۷.

رجائی، حسین (۱۴۰۳). «سوژه‌شدگی در قلمرو گفتمان دین؛ نشانه‌شناسی دینداری در سریال تلویزیونی (نون خ ۱)»، *رسانه‌های دیداری و شنیداری*، ۱۸ (۵۲)، ۱۸.

ساجدی، اکبر (۱۳۹۲). «بسترسازی قرآن در مدیریت اعتدال‌گرایانه غم و شادی»، *معرفت*، ۲۲ (۱۸۶)، ۳۷-۵۰.

صیدی، محمود؛ و پاشایی، محمدجواد (۱۴۰۰). «شادی و غم از دیدگاه ابن‌سینا. حکمت سینوی (مشکوه النور)»، ۲۵ (۶۵)، ۱۷۷-۱۹۳.

طباطبایی، سید محمدحسین (۱۳۶۳). *تفسیر المیزان*، (مترجم: سید محمدباقر موسوی همدانی)، دفتر انتشارات اسلامی.

عباس‌زاده، روح‌الله (۱۴۰۱). «مؤلفه‌های هنجاری رسانه تمدن‌ساز براساس بیانیه گام دوم انقلاب»، *اسلام و مطالعات اجتماعی*، ۹ (۴)، ۹۲-۱۲۲.

علوی، سید حمیدرضا؛ یاری دهنوی، مراد؛ و قطبی‌نژاد، حمیده (۱۳۹۸). «اهداف، اصول و روش‌های تربیت عاطفه «غم و شادی» انسان از منظر صحیفه علویه»، *علوم تربیتی از دیدگاه اسلام*، ۷ (۱۲)، ۱۴۷-۱۶۷.

تبیین الگوی نهادینه سازی مناسک دینی در رسانه ملی مبتنی بر دیالکتیک شادی و حزن از منظر آیات، احادیث و روایات

عیسی‌زاده، عیسی (۱۳۹۹). «قرآن و شاخص‌های اخلاقی مدیریت رسانه»، *اخلاق*، ۱۰ (۳۹)، ۶۷-۸۶.

کلینی، محمد بن یعقوب (۱۳۷۵). *اصول کافی*، اسوه.

گذشته، ناصر؛ و شریعتمداری، مژده (۱۳۹۵). «دیالکتیک غم و شادی در اندیشه عطار و مولوی»، *عرفان اسلامی*، ۱۳ (۴۹)، ۷۳-۵۳.

ماهر، زهرا؛ و کشاورز، زهراسادات (۱۳۹۶). «رسانه و دین؛ بررسی آثار و کارکردهای نمایش مناسک دینی در رسانه‌ها»، *رسانه*، ۲۸ (۱)، ۲۵-۴۶.

محب‌زاده، زینب؛ امام‌جمعه، سید محمدرضا؛ عصاره، علیرضا؛ و حمیدی، فریده (۱۳۹۸). «شناسایی و تبیین مفهوم سواد رسانه‌ای و اهداف تربیتی مربوطه با تأکید بر قرآن کریم»، *مسائل کاربردی تعلیم و تربیت اسلامی*، ۴ (۴)، ۱۹۸-۱۶۷.

مرادی، اعظم (۱۳۸۶). «بررسی دیدگاه غم و شادی در نهج‌البلاغه با تمرکز بر روش‌های شادی‌آفرین»، *پژوهش‌های نهج‌البلاغه*، ۲۱ (۲)، ۱۳۲-۱۴۴.

مرادی، سیروس؛ و شهرآبادی، راضیه (۱۴۰۳). «تحلیل عرفانی رابطه غم و شادی در غزلیات عطار نیشابوری»، *عرفان اسلامی*، ۲۰ (۸۰)، ۲۱۱-۲۲۸.

مکارم شیرازی، ناصر (۱۳۹۱). *تفسیر نمونه*، انتشارات امام علی بن ابی‌طالب (ع).

موحد مجد، مجید؛ نیک‌نجات، زینب؛ و عباسی شوازی، محمدتقی (۱۳۹۴). «بازنمایی مناسک محرم در رسانه‌های غرب؛ تحلیل نشانه‌شناختی عکس‌های پایگاه عکاسی توتالی کول پیکس»، *تحقیقات فرهنگی ایران*، ۸ (۳)، ۵۳-۸۳. مهدوی اصل، قاسم؛ عباسی، مهدی؛ و صادقی سرشت، علی (۱۴۰۱). «بررسی مؤلفه‌های مفهومی تنظیم هیجان شادی و غم براساس منابع اسلامی»، *اسلام و پژوهش‌های روانشناختی*، ۸ (۲)، ۲۷-۴۸.

مهدی‌پور، فرشاد (۱۳۹۲). «بررسی انتقادی رویکرد تصویری به مناسک مذهبی و ارائه پیشنهادی سیاستی (با تأکید بر برنامه‌های تلویزیون در ماه مبارک رمضان)»، *اسلام و مطالعات اجتماعی*، ۱ (۱)، ۱۶۶-۱۸۲.

هوفر، عمادالدین (۱۳۸۷). «پرونده: مناسک رسانه (دین و فریم‌های تصویر)»، *اطلاعات حکمت و معرفت*، ۳ (۳)، ۳۴-۳۵.