

فرهنگ سازی دینی در برابر هنر بدون تعهد: هژمونی فرهنگی از طریق سینمای هالیوود، از ابتدال تا بحران هویت

مژگان خلفیان

چکیده:

این مقاله به صورت تحلیلی و نقدی، نقش سینمای هالیوود در تولید و تقویت ساختارهای دشمن‌سازی (enemy construction) و ترویج ارزش‌های مصرفی-فرهنگی مبتدل را در چارچوب جنگ نرم فرهنگی بررسی می‌کند. با استفاده از روش تحلیل محتوایی و رویکرد نظری نقد فرهنگی (Cultural Criticism) و نظریه تراگردانی (transduction) در رسانه، مطالعه نشان می‌دهد که فیلم‌های هالیوودی، از طریق نمایش مکرر و استانداردسازی «دشمن»، یک ماشین نمادین ایدئولوژیک را تکثیر می‌کنند که هویت‌های جمعی را تحریف و هویت غرب را به عنوان مرجعی نرمال و مطلوب طبیعی‌سازی می‌نماید. محور اصلی این پژوهش، تحلیل تناقض بنیادین بین مفهوم هنر به عنوان فعالیت اخلاقی-اجتماعی و عملکرد واقعی صنعت سینمایی هالیوود است که در آن، هنر به عنوان یک «هنر بدون تعهد» (art without commitment) تبدیل به ابزاری برای ترویج ارزش‌های اصیل، تخریب خانواده و قدرت‌طلبی فردگرایانه می‌شود. این تبدیل، در چارچوب نقد اخلاقی-فلسفی، با استعارهٔ «هنر در خدمت شیاطین» تفسیر می‌گردد: یعنی هنری که از مسئولیت اخلاقی فاصله گرفته و به خدمت نیروهای قرار می‌گیرد که انسانیت را به کالا و هویت را به نماد تقلیل می‌دهند. با توجه به تأثیرات این محتوا بر ذهنیت جوانان جوامع غیرغربی - به‌ویژه در ایران- این پژوهش نشان می‌دهد که سینمای هالیوود تنها یک محصول تجاری نیست، بلکه یک فضای انتقال ایدئولوژیک است که با حذف ابعاد تاریخی و فرهنگی از نمایش دیگری، یک نظام تضاد ساختاری را تولید می‌کند. نتیجه‌گیری مقاله بر این است که مقابله با این پدیده مستلزم فراتر رفتن از سطح تحلیل محتوایی و ورود به سطح بازسازی اخلاقی هنرمندی و بازتعریف مسئولیت اجتماعی هنر است؛ به گونه‌ای که نگاه به هنر، دوباره به عنوان فعالیت آگاهانه، انسانی و متعهد به عدالت و هویت اصیل تجدیدنظر شود. در این مقاله، الگودهی اسلامی و فرهنگ‌سازی دینی به عنوان دو فرآیند تکمیل‌کننده در شکل‌گیری هویت دینی مورد تحلیل قرار می‌گیرد. با استناد به آموزه‌های قرآن و احادیث اهل بیت، می‌توان هویت ایمانی را در ذهن افراد تثبیت می‌کنند.

کلید واژه: سینمای هالیوود، هویت فرهنگی، تحلیل ایدئولوژیک، الگودهی اسلامی، جنگ نرم فرهنگی

با توجه به گسترش روزافزون استفاده از شبکه های اجتماعی در فضای مجازی و تاثیر گذاری رسانه های نوین بر سبک زندگی، آشنایی با سواد رسانه ای تبدیل به امری ضروری شده است. در مجموع می توان گفت شبکه های اجتماعی کلیه شئون زندگی فردی و اجتماعی را تحت تاثیر قرار داده و اگر کاربران بدون آموزش و کسب مهارت های لازم وارد فضای مجازی شوند، دچار آسیب های جبران ناپذیری خواهند شد. لذا لازم است خانواده ها ضمن کسب سواد رسانه ای، از استفاده بی هدف و غیر ضروری از این فضا خودداری کرده و با حساسیت استفاده کودکان و نوجوانان را کنترل و مراقبت کنند (۱).

با گسترش سواد رسانه ای با تأکید بر حکمت هنر اسلامی- ایرانی شاید دیگر بتوانیم از انفعال درآییم و هر فردی که مخاطب رسانه هاست، خودش نیز تحلیلگر اجمالی باشد و بتواند از انواع صنایع فرهنگی و رسانه های غربی، بیش از گذشته به ذات غرب و اهداف استثماری آن پی برد و در نتیجه، عمل رقبای رسانه ای ما، حتی در اوج قوت خود، به ضد خود تبدیل شود و برای جامعه ما حالت بیداری بخشی و رسوا کنندگی داشته باشد (۲).

در جهان کنونی، هیچ کسی منکر قدرت جادویی رسانه های جمعی الکترونیکی در ساخت و هدایت افکار عمومی نیست، با توسعه صنعت رسانه ای و تنوع کارکردهای آن، قدرت این سامانه های جمعی نیز در جنبه های گوناگون اجتماعی، سیاسی و اقتصادی به طرز بارزی افزایش یافته است. ارتباطات رسانه ای، جهان دیگری به نام «دنیای رسانه ای» را پیش روی ما قرار داده است. این گستره و منظومه مجازی، ویژگی های خاص خود را دارد که نیازمند بررسی عمیق تر و تحلیل های دقیق تری است. رسانه های جمعی الکترونیکی، در عرصه «دین» و «معنویت» نیز سبب تحولات بنیادی شده است. نفوذ؛ فن آوری های جدید باعث شده تا افراد جامعه، حریم خصوصی خود را از دست بدهند. حریم و مرزهای امنیت ملی و خصوصی کشورها معنای خود را از کف نهاده اند و اطلاعات با در نوردیدن مرزهای جغرافیایی به گوشه و کنار جهان رسوخ کرده و در خصوصی ترین حریم های افراد نفوذ کرده است (۳).

۱- تاثیر نقش دشمن در فضای سینمایی و بصری: تحلیل تهدیدات فرهنگی و اجتماعی از طریق تصویر و رسانه

آیا دشمن برای غلبه بر ما همیشه از یک شیوه استفاده می کند؟ در جنگ ایران و عراق، بسیاری از کشورها به کمک عراق آمدند؛ اما با رشادت و شهادت طلبی رزمندگان و رهبری امام، همه ی آن ها ناکام ماندند. بعد از جنگ، دشمنان دریافتند که برای از پا در آوردن ایران، باید اراده و غیرت جوان ایرانی را هدف قرار دهد. به همین دلیل با تمام امکانات، افکار و نفرات، برای تخریب غیرت، اراده و مذهب جوان ایرانی هم قسم شدند (۴).

عصر امروز؛ جنگ تصویرها: امروز هم جنگ موشک هاست و هم جنگ تصویرها. موشک ها تصاویر جنگ «مقطعی و احتمالی» هستند و تصاویر موشک های جنگ «قطعی و همیشگی». تصاویر روایت می سازند، معنا می بخشند، می سازند، می کشند و بدون

تخریب، تسخیر و تصاحب می کنند؛ خیلی بی رحم تر از موشک ها. حُسنِ دیگر تصاویر، این است که وقتی وارد مرزی که صاحبش کرده اند می شوند، چون هیچ بنایی را تخریب نکرده اند، قصر فرماندهی با قالی قرمزش مهیای ورودشان است و بدون نیاز به دوران سازندگی و اصلاحات و عدالت و اعتدال، می توانند حاکم مطلق شوند؛ بدون درد و خون ریزی، ولی با انبوهی از فکر و عرق ریزی (۵).

۲- ساختارهای ایدیولوژیکی در فیلم های هالیوودی: تحلیل قدرت فرهنگ و نمایش هویت در فضای بصری

جهانی

راجع به قضایای ذکر شده، یک مقدار بیشتر فکر کنید! آیا این وضعیت نباید مهار شود؟ شما این نکته را بدانید که : اگر مهار نشود بدون شک، مسیری را که غربی ها پیموده اند ما نیز خواهیم پیمود. یکی دیگر از آن طرق، ساختن فیلم های مبتذل، مستهجن و فاسد توسط هالیوود و شرکت های وابسته به آن، در نقاط دیگر آمریکا (ویا دیگر کشورها در اروپا و غیره) می باشد. نه تنها صحنه ها، بلکه تمام الفاظ، لغات، عبارات و کلمات و مطالب کذبی که در فیلم های هالیوود حتی در کارتون ها و پویانمایی ها (انیمیشن) به کار گرفته می شود، بر اساس حساب و کتابی دقیق صورت گرفته است، تا اثرات مورد نظر جهودان صهیونیست تأمین شود و اهداف آن ها حاصل آید. بسیاری از آمریکایی ها معتقدند که جهودان صهیونیست، از طریق فیلم های هالیوود، به مرور، و مرحله به مرحله، بر روان افراد، اثرات مورد نظر خود را خواهند گذاشت و عقاید، ایده ها نظرات و حتی احساسات مورد نظر خود را به بیننده ها منتقل می کنند تا بعد از مدتی، تولید کنندگان این گونه فیلم ها به مقاصد شوم خود برسند. بعضی از آمریکایی های حتی مسیحی، به نگارنده می گویند : آمریکا لزومی ندارد که ارتش خود را علیه ایران گسیل دارد، بلکه آمریکا از طریق بمباران مردم ایران با فیلم های هالیوودی، می تواند به مقاصد خود برسد که این موضوع، عین واقعیت است! (۶).

وب سایت تجاری «ویبلی» weebly در رابطه با انیمیشن و کارتون های مرتبط با کودکان و نوجوانان می نویسد :

در فیلم های دیزنی مضمون رایج این است که در رابطه با زنان بیش از عقل شان به ظاهرشان بها داده می شود. حتی بیشتر زنان باهوش اغلب مورد تمسخر قرار می گیرند. از کودکی به دختران آموخته میشود که برای به دست آوردن خواسته های خود از بدن و نه مغز خود استفاده کنند .

طبق تحلیل های صورت گرفته بر اساس ۵۰۰ فیلم برتر سینما، حدود ۳۰ درصد از زنان در هنگام بازی در فیلم، ها یک نمایش همراه با لباس های آشکار جنسی داشته اند. همچنین حدود ۲۶ درصد از زنان به صورت نیمه برهنه در نقش های خود بازی کرده اند. میزان حضور دختران جوانی که در فیلم ها در بین سال های ۲۰۰۷ تا ۲۰۱۲، کم و بیش برهنه به تصویر کشیده شده اند، حدود ۳۲ درصد افزایش یافته است (۷).

HOW WOMEN ARE PORTRAYED

ON SCREEN IN THE TOP 500 FILMS

2007-2012



تصویر ۱: زنان در فیلم ها چگونه به تصویر کشیده می شوند؟/ منبع: هیومن هندز ص ۳۲۳

۳- تغییر فرهنگ، فکر و نگرش: نقش سینمای هالیوود در شکل دهی به گرایش های اجتماعی در جوامع جهانی

امروز، بهترین وسیله برای انتقال فرهنگ و اعتقادات، زبان هنر است و جهودان صهیونیست به خوبی این موضوع را دریافته و با آن، مهلک ترین ضربه ها را بر اعتقادات مذهبی افراد و ملت ها وارد می کنند. می بینید که میلیون ها مسیحی آمریکایی و غربی، قربانی فیلم های مبتذل و مستهجن جهودان صهیونیست شده اند. هیچ کشور و ملتی مادامی که رسانه های قوی اش مانند رادیو، تلویزیون، مطبوعات، صنعت فیلم سازی و... کاملاً در کنترل جهودان است و اخلاص و وفاداری آن رسانه در درجه اول به صهیونیسم است، نمی تواند آزاد باقی بماند. این واقعیت، عین مطلبی است که آمریکایی ها می گویند.

کون مکدانلد می گوید بسیاری از مراکز علمی به این نکته اذعان دارند که رسانه ها در شکل گیری فرهنگ، بیش از پیش مهم اند؛ در حالی که قبل از قرن بیستم، ادیان و ارتش و مؤسسات تجاری سازندگان اصلی یک فرهنگ محسوب می شدند. در طول قرن بیستم مؤسسات ذکر شده در پدید آوردن فرهنگ کم اهمیت شدند، در حالی که بر اهمیت رسانه ها، از جمله هالیوود و فیلم هایش در خلق کردن فرهنگ افزوده شد. بعضی از آمریکایی ها اظهار می دارند که تلاش رسانه های جمعی آمریکا، نظیر شبکه های تلویزیونی و هالیوود، در چند دهه گذشته، به منظور بازسازی و تغییرات در جامعه، عواقب فاجعه باری را رقم زده است (۸).

هالیوود در سلطه کامل جهودان صهیونیست است و با این سلطه و استیلا، بر همه افراد و ملت ها - که از محصولات آن ها استفاده می کنند - تأثیر می گذارند. به این معنا که چنان در افکار و اندیشه های آنان رسوخ می کنند که ملت ها با عینک و نگاه و بینش جهودان صهیونیست می اندیشند! (۶).

بعضی از آمریکایی ها اظهار می دارند که تلاش رسانه های جمعی آمریکا، نظیر شبکه های تلویزیونی و هالیوود، در چند دهه گذشته، به منظور بازسازی و تغییرات در جامعه، عواقب فاجعه باری را رقم زده است.

تصاویر و توصیف و نمایش مداوم و پیوسته از بی قیدی ها در موضوعات اخلاقی و جنسی، به مثابه مقوله ای هیجان انگیز و مهیج، زنای محصنه به مثابه امری عادی و طبیعی و طلاق به مثابه موضوع خوشایند یاد می شود و این قضیه نقشی اساسی و مؤثر را در قالب ریزی نگرش ها گرایش ها، و تغییر مواضع و روش و رفتار بینندگان ایفا می کند (۸).

چرا در یک فرهنگ، نمایش نامه نویس، کارگردان و داستان نویسی موفق دانسته می شود که مخاطب او با جنایت کارانش هم ذات پنداری بیشتر و صمیمی تری کند؟ حتماً دقت کرده اید که فیلم ها چه جهت گیری و تأثیرگذاری های پنهانی دارند؟ روابط انسانی دیگری به من و شما و فرزندان ما آموزش می دهند، اخلاق و مناسبات ما و حتی ادبیات ما را می سازند. مطالبات ما را تغییر می دهد، به احساسات و ذائقه ی نسل ما جهت می دهد. هفتاد سال پیش، به گونه ی دیگری با یکدیگر سخن می گفتیم، طرز دیگری لباس می پوشیدیم، طور دیگری غذا می خوردیم. تغییرات چنان تدریجی است که خود نیز نمی فهمیم. اگر دقت کرده باشید، در فیلم های پلیسی، نقش اول و قهرمان فیلم، معمولاً جانی یا دزد است و تا آخر فیلم، ما دعا می کنیم به چنگ پلیس نیفتد! کاش یک بانک دیگر بزند و گرفتار نشود! دو تجاوز دیگر بکند و لو نرود؟! هم ذات پنداری با جنایت کار، با زنی که به شوهر خیانت می کند، با مرد زن باره ای که هر روز با یکی است!! شما را بار می آورند با هر کسی آنان می خواهند سمپاتی کنید و حتی خود را جای او قرار دهید. حال به محض آن که بکشید جهت این سمپاتی ها را تغییر داده یا دو تیپ سینما را تفکیک کنید، متهم به برخورد کلیشه ای می شوید که می خواهید هنر را ایدئولوژیک کنید و آیا مثلاً همه جا را اسلامی کردید و تنها هنر مانده است ؟! (۹).

۴- سینما به عنوان ژن های فرهنگی: تحلیل تراگردانی و انتقال هویت در فضای بصری

جامعه پذیری (socialization)

فیلم دیدن یا سینما رفتن، عادت اجتماعی جدیدی است که انسان مدرن با آن رویاروست. این عادت را نمی توان تنها نوعی سرگرمی یا وقت گذرانی تلقی کرد؛ چرا که این ابزار یا رسانه در حین سرگرم کردن انسان ها به شیوه ای نسبتاً نامحسوس دست به انتقال مفاهیم و ایده ها می زند، که این خود هم دارای مزایا و هم دارای معایب بسیار است. سینما می تواند - یا شاید بهتر است

بگوییم توانسته_ درست و به اندازه ی نهادهای اجتماعی سنتی تر مثل دین و خانواده، مسیر ارتباط انسان با دیگر افراد اجتماع و قواعد اجتماعی حاکم را هموار کند. سینما به سبب بهره گیری از جاذبیت های بصری و عناصری چون: رنگ، تصویر، موسیقی، صدا و حتی ستاره های هنری، قادر به الگوسازی و تاثیر گذاری است. گارت جوت معتقد است: ((سینما، همانند دیگر شکل های ارتباط جمعی، قادر است نهادهای جامعه پذیر سنتی، مثل مدرسه، کلیسا و والدین را پشت سر بگذارد و ارتباطی مستقیم با افراد برقرار کند)).

تبلیغ و اقناع (Persuasion)

همان طور که پیش تر گفتیم، فیلم به سبب ویژگی های منحصر به فرد و جذاب خود همچون: صدا، تصویر، موسیقی، رنگ و حرکت همواره اثر گذارتر از دیگر رسانه های ارتباط جمعی است و به همین دلیل هم در نظریه های اقناع بیشتر مورد توجه قرار گرفته است. این رسانه برای پروپاگاندا، تبلیغات سیاسی و تشویق نامحسوس جمعیت های انسانی برای انجام دادن یا ندادن کاری یا تمایل داشتن یا نداشتن به ایده ای خاص و یا حتی انتخاب سبک زندگی خاص که مثلاً باعث می شود شرکت های بزرگ به یک بازار برای فروش محصولات خود دست یابند، یکی از کاراترین ابزار هاست .

هم ذات پنداری (Identification)

هم ذات پنداری از خصیصه های فیلم است که در حوزه ی روان شناسی سینما قرار می گیرد این مفهوم به معنای همدلی و سمپاتی با شخصیت ها و البته عموماً با قهرمان های شکست ناپذیر فیلم است. گونه های روایت نیازهای ریشه دار و پنهانی مخاطب را برآورده می سازند و به همین سبب، هم ذات پنداری با نوع داستان از اهمیت فراوانی برخوردار می شود. این امر باعث می گردد مخاطب برای پاره ای شکل های داستانی، مثل فیلم های جنگی، وسترن، موزیکال یا فیلم های عاشقانه و رمانس، اولویت بیشتری قائل شود و پیوندهای عمیقی با آن ها برقرار سازد (۱۰).

به مفهوم تراگردانی «Transduction آدرین مکنزی Adrin Maccinzi اگر توجه شود به توضیح این امر می پردازد که اشکال رسانه ای چگونه وجود انسانی را با دگردیسی عمیقی مواجه می سازد. وجود مجازی Virtualbeing که در بازی های کامپیوتری رایج است، خود نوعی از واقعیت های کاذب ساخته و پرداخته فن آوری های رسانه ای می باشد. از این رو، این واقعیت های هرچند مجازی، تأثیرات شگرفی بر هویت شخصی و چگونگی اندیشه آنان خواهد داشت .با وجود این، از گرایشی بدبینانه تر نیز می توان پرده برداشت که در میان نظریه پردازان و فیلسوفان در حوزه علوم انسانی، جریان یافته است که بر پایه آن، رشد رسانه های جدید و شکل گیری جهان «فن سالارانه» موجب از دست رفتن حس تداعی از خویشتن، جامعه پذیری و هم بستگی اجتماعی گردیده است. معنای دقیق این کلام، زوال فزاینده «معنای انسانی» در دنیای زاده تکنولوژی دیجیتالی که اغلب «مجازی» نیز خوانده می شود، است. در تلقی دقیق تر زیست شناسانه، مفهوم «تراگردانی» برای توصیف رویدادی به کار میرود که در آن یک ویروس ماده ژنتیکی جدیدی را به دی.ان.ای D.N.A وارد می کند و مطابق این مفهوم، رسانه ها ماهیت و سرشت واقعیتی را که خود واسطه بیان و نشر آن است، با ظرافت و به شکل نامحسوسی، تغییر می دهند .رسانه ای شدن ذائقه ها چنان که در بیان شیلر (۱۹۱۹) چه آگاهانه و چه ناآگاهانه بازتاب یافته است، در عصر رسانه های تلماتیک، در شبکه ای از جریان های گسترده و

دارای روابط تنگاتنگ رخ می دهد. کنش گران انسانی و تکنولوژیک که اعجاب انگیز، در هم تنیده شده اند، آن گونه که شما در فضاهای «مجازی» شاهد آن هستید، در حقیقت موجودات واحدی قلمداد می شوند که به مجموعه های شبکه ای موسوم هستند و قادرند به هر چیزی دسترسی داشته باشند. این مجموعه های درهم تنیده و یک سان، حسی از «واقعیت» را پرورش می دهند که «واقعیت رسانه ای» است و تمام الزامات و مفروضات آن نیز رسانه ای و ساخته و پرداخته رسانه ها هستند.

در این جا مفهوم تراگردانی «Transduction» زیست گرایانه که ویروس ماده ژنتیکی را می ساخت و تغییرات زیستی را پدیدار می سازد؛ با مفهوم جامعه پذیری رسانه ای که به مرور، «حس تداعی» خویشتن را از او بازستاند، یکی است و هر دو مفهوم فرایند ایجاد تغییرات فزاینده را در وجود انسانی موجب می شود (۳).

۵- مبارزه فرهنگی در عصر دیجیتال: دشمن، سینما و ترویج خصلت های مبتذل در جنگ نرم

طرفداران نظام ارزشی در جهان معتقدند که رسانه های نوین تربیون را هر جایی کرده اند و آن را دست انسان های میان مایه داده اند و دیگر تربیون دست نخبگان نیست. پس دیگر معلوم نیست چه چیزی ارزش است و انحطاط فرهنگی اتفاق افتاده است. در جامعه توده ای اصالت ها از بین می رود که به آن انحطاط گفته می شود .

رسانه ها می آیند و انسان های میان مایه را تقویت می کنند و مبتذل ترین خصلت های مشترک انسان ها درشت می شود. توجه به زیبایی های ظاهری، عرفی و شهوت، آرام آرام نخبگان را از مرجعیت فکری و الگو بودن دور می کند .

نظریه جامعه توده ای بیان می دارد که وقتی خصلت های مبتذل برجسته شد، جامعه دچار استبداد عوام می شود. یعنی مردم به چیزی گرایش دارند که فرد نخبه جرأت ندارد بر خلاف آن بگوید چرا که متهم به ارتجاع می شود. گاهی انسان های میان مایه اجازه بیان تفکر را به دیگران نمی دهند. این کار با استفاده از رسانه ها اتفاق می افتد. کسانی که بلدند از خصلت های مبتذل مردم استفاده کنند می توانند در این فضا حاکم شوند (۱).

مقام معظم رهبری در این خصوص می فرماید :

((یک ملت تا عزم راسخ نداشته باشد نمی تواند به هیچ جا برسد. سعی می کنند عزم راسخ ملت را در مسائل مهم مربوط به سرنوشت کشور را به هم بزنند و در آن ها تردید ایجاد کنند. جای احساس عزت و اعتماد به نفس ملی، احساس حقارت ملی را به آن ها تزریق می کنند. جای ایمان راسخ، شبهه افکنی و بی اعتقادی؛ جای کار و تلاش و همت بلند، لذت جویی و شهوت رانی و از این قبیل. این کارها کارهایی است که انجام می گیرد.)) سخنرانی در تاریخ ۱/۱/۱۳۹۳، در حرم مطهر امام رضا (ع).

وقتی غرب، ایران اسلامی را مهم ترین دشمن و خطرناک ترین تهدید برای خود می داند، چگونه می توانیم به خوراکی که آن ها برای ما می فرستند اعتماد کرده و از آن استفاده کنیم؟! ((مارک پالمبر)) در گزارشی با عنوان ((ایران - آمریکا، ره یافت جدید)) به سیاستمداران غربی می گوید: ((ایران به لحاظ وسعت سرزمینی، کمیت جمعیت، کیفیت نیروی انسانی، امکانات نظامی، منابع طبیعی سرشار و ... در منطقه خاورمیانه و نظام بین الملل، به قدرتی کم نظیر تبدیل شده است که دیگر نمی توان با یورش نظامی، آن را سرنگون کرد)). او تأکید می کند تنها راه مبارزه با ایران، مبارزه نرم است. باید دکترین های جنگ نرم را علیه ایران به کار گرفت. وی در گزارش خود از دکترین هایی همچون «مهار»، ((نبرد رسانه ای)) و ... یاد می کند. ((ریچارد نیکسون رئیس جمهور سابق آمریکا در کتاب ((پیروزی بدون جنگ)) می گوید: ((اسلام خمینی و بنیادگرایی اسلامی برای ما خطرناکتر از تهدید کمونیسم شوروی است)).

روشن است که دشمن دلش برای ما نمی سوزد. او ایران اسلامی را مخالف منافع سلطه طلبانه خویش می داند و برای براندازی از هر اقدامی فروگذار نخواهد کرد (۱۱).

۶- هنر بدون تعهد و در خدمت شیطان: نقش سینما در تولید و ترویج ارزش های مبتذل

چرا تفکیک هنر از «عقیده» و «اخلاق»، امکان ندارد؟! هنرمندی که موحد نیست، مشرک یا کافر و یا شکاک است و هنری که ((توحیدی)) نیست، «مشرکانه»، «کافران» یا «شکاکانه» است. هنری که در جبهه ی ((عدالت)) نیست، در جبهه ی بی عدالتی یا نفی عدالت، عمل می کند. در میدان سیاست، نباید گفت یا با ((ما)) ئید و یا بر «ما»؛ یعنی اگر دوست من نیستی، حتماً دشمن من هستی. در این عوالم، شق ثالث و بی طرف، معنادار است، اما در عرصه ی نظر و هنر و در نسبت آن با «حقیقت» و «عدالت» میتوان از یک دو قطبی تمام عیار منطقی و معرفتی سخن گفت و دقت داشت که این تقسیم بندی، یک تقسیم ایدئولوژیک به مفهوم اقتدارگرا نیست، بلکه پیش از آن، یک تقسیم معرفت شناسانه و هستی شناختی است. یک تقسیم قدرت طلبانه ی سیاسی نیست، بلکه تقسیم حق طلبانه ی معرفتی است و از آن نمی توان گریخت .

تجربه ی تاریخی شاهد است که هنر و ادبیات در غرب و شرق عالم، هرگز نه منقطع از وضعیت سیاسی، اجتماعی و تاریخی هنرمند و نه منقطع از نوع عقاید و خُلقیات و سطح معنویت وی تحقق نیافته و این مؤلفه ها کاملاً در هم تنیده اند. کسی گمان نکند که «هنرمند» در خلوت و خلاقیت خود، در محیطی انتزاعی و بی ارتباط با دین و اخلاق و مناسبات تاریخی و اجتماعی خود، مشغول نوآوری و و خلاقیت است و همه ی درها و پنجره ها را به روی همه چیز بسته و در فضای ایزوله و خلا فرهنگی، همه عقاید و اخلاقیات و روحيات و ارتباطات را تعلیق و تعطیل می کند و در اتاق خلوت، خلاقیت می فرماید!! چنین چیزی، ممکن نیست. چگونه عقاید، اخلاقیات و رفتار شخصی هنرمند در هنر او بی تأثیر است؟! کدام روان شناسی حتی مادی، این انقطاع فرضی را می پذیرد؟ حتی نوع نظریه پردازی در اخلاق عملی، با اخلاق شخصی نظریه پرداز، بی نسبت نیست (۹).

۷- الگودهی اسلامی و فرهنگ سازی دینی: شکل گیری هویت دینی از طریق آموزه های قران و اهل بیت

در آموزه های دینی به تأثیر الگودهی و الگوسازی توجه ویژه شده و از این ابزار اساسی در نقش آفرینی فرهنگی و اجتماعی بهره گرفته شده است. در آموزه های دینی گاهی سفارش شده تا افراد مؤمن و مربیان خودشان الگو باشند و دیگران را از این طریق تحت تأثیر قرار دهند.

امام صادق الله به پیروان خود می فرمایند: با غیر کلام و زبان خود، مردم را به دین الهی دعوت کنید، لازم است که مردم، تقوا، نماز و کارهای خیر را در رفتار شما ببینند، این باعث دعوت آنان می شود کونوا دعاء الناس بغیر السنتکم، لیروا منکم الورع و الاجتهاد والصلاة والخیر، فإن ذلک داعیه (۱۲). در آموزه های دینی، گاهی از افراد دیگری که جنبه الگویی دارند، نام برده شده است؛ برای نمونه، قرآن به مسلمانان می گوید: پیامبر خدا، برای شما الگوی شایسته ای است الآخر لقد کان لکم فی رسول الله أسوة حسنة لمن کان یرجو الله و الیوم الآخر (احزاب، ۲۱). قرآن کریم در آیه ای دیگر ضمن تأیید نقش الگو به الگوگیری از افراد صالح توصیه فرموده است: اینان (پیامبران) کسانی هستند که خدا هدایتشان کرده است؛ پس به هدایت آنان اقتدا کن أولئک الذین هدی الله فیهدهم اقتده (انعام، ۹۰) (۱۳).

نتیجه اینکه وقتی در رسانه ملی و در تبلیغات رسانه ای به ویژه تلویزیون، در واگذاری نقش ها به زن و مرد توجه لازم صورت گیرد و در فیلم ها و سریال ها به این مسئله توجه شود، قطعاً در فرهنگ سازی دینی و در الگودهی اسلامی در رابطه با نقش زن و مرد و رعایت مرزها، مؤثر و سازنده خواهد بود (۱۴).

نتیجه گیری:

نتایج این پژوهش نشان می دهد که سینمای هالیوود تنها به عنوان یک صنعت تفریحی عمل نمی کند، بلکه به عنوان یک ماشین انتقال فرهنگی و ایدئولوژیک، با ظرفیتی بی همتا، هویت های جمعی را تغییر می دهد و ارزش های اخلاقی، اجتماعی و مذهبی جوامع را تخریب می کند. تحلیل اثرات بصری این فیلم ها نشان می دهد که این تولیدات رسانه ای نه تنها یک الگوی نمادین است، بلکه یک ساختار تولید ایدئولوژیک است که با هدف تثبیت برتری فرهنگی غرب و تضعیف هویت دیگران، طراحی شده است. در این فرآیند، هنرمندان - با وجود آزادی خلاقیت - نه تنها به عنوان مجریان بی طرف، بلکه به عنوان شریکان فعال در تولید اثرات دشمن ساز عمل می کنند. زمانی که هنر از مسئولیت اخلاقی و اجتماعی فاصله می گیرد و به جای تجلیل از انسانیت، به تبلیغ فساد، جنسیت مصرفی و تحریف تاریخ می پردازد، آنگاه «هنر بدون تعهد» به «هنر در خدمت شیاطین» تبدیل می شود: یعنی هنری که در خدمت نیروهایی قرار می گیرد که با تخریب ارزش های جمعی، هویت را تبدیل به کالای مصرفی و انسان را به نمادی از ضعف و بی اخلاقی تقلیل می دهند. این پژوهش با استناد به نقد فرهنگی امام خامنه ای (حفظه الله)، نشان می دهد که تأثیرات سینما تنها محدود به جنبه های فرهنگی نیست، بلکه مستقیماً به جنگ نرم و تضعیف اعتماد جمعی به نظام های ارزشی محلی منجر می شود.

بنابراین، مقابله با این پدیده نیازمند نه تنها تحلیل محتوایی، بلکه بازتعریف مسئولیت اخلاقی هنرمند و بازسازی چارچوب‌های تولید هنری مبتنی بر تعهد به انسانیت، عدالت و هویت اصیل است. در نهایت، هنر -اگر از تعهد فرهنگی و اخلاقی محروم شود- نه تنها بی‌معنا می‌شود، بلکه به ابزاری برای تخریب هویت و تقویت دشمن تبدیل می‌گردد. پاسخ به این چالش، نه در سانسور، بلکه در تربیت هنرمندی آگاه، هنری معنوی، و جامعه‌ای تحلیل‌گر نهفته است. در این مقاله، الگودهی اسلامی و فرهنگ‌سازی دینی به عنوان دو فرآیند تکمیل‌کننده در شکل‌گیری هویت دینی مورد تحلیل قرار می‌گیرد. با استناد به آموزه‌های قرآن و احادیث اهل بیت، می‌توان هویت ایمانی را در ذهن افراد تثبیت می‌کنند.

فهرست منابع:

- ۱- گرگین، مهدی. (۱۳۹۷). مبانی سواد رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی. تهران: نشر پژوهندگان راه دانش
- ۲- فرج‌نژاد، محمدحسین و همکاران. (۱۴۰۰). دین، انیمیشن، سبک زندگی. قم: نشر کتاب جمکران
- ۳- احمدی‌رشاد، عصمت‌الله. (۱۳۹۵). دین رسانه‌ای، آثار و پیامدها. قم: نشر موسسه بوستان کتاب
- ۴- آیتی، اصغر و همکاران. (۱۳۹۹). ماهی که مهر را برد. قم: نشر همای غدیر
- ۵- عارفی، معین. (۱۳۹۸). سینما مردم. تهران: نشر راهیار
- ۶- میرلوحی، سیدهاشم. (۱۳۹۶). گشت ارشاد در آمریکا. قم: نشر معارف
- ۷- راجی، سید محمد حسین. (۱۴۰۳). ناگفته‌های صورتی، روایت ظلم تاریخی به زنان. قم: نشر معارف
- ۸- میرلوحی، سید هاشم. (۱۳۹۶). هالیوود، قالب ریز و شکل‌دهنده افکار و اندیشه‌ها. قم: نشر معارف
- ۹- رحیم‌پور (ازغدی)، حسن. (۱۳۹۶). هنر؛ دیالوگ با فرشته یا شیطان؟. قم: نشر معارف
- ۱۰- اسماعیلی، رفیع‌الدین. (۱۳۹۸). سینما، دین و سیاست. قم: نشر موسسه بوستان کتاب
- ۱۱- کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۲، ص ۸۳
- ۱۲- قرآن کریم
- ۱۳- احمدی‌پناهی، علی. (۱۴۰۰). اشتغال زنان با تاکید بر آسیب‌ها و اولویت‌ها. قم: نشر پژوهشگاه حوزه و دانشگاه