



doi: 10.30497/rc.2023.240933.1800



Received: 2021/05/03

Accepted: 2023/07/15

Religion and Image: A Visual Analysis of Three Decades of Azan Images on Television

Bashir Motamedi*

Mahdi Montazer Ghaem**

Asgar Fahimifar***

Abdollah Bicharanlou****

Abstract

Abstract: In the present era, one of the questions in the field of religion and media is whether religion of Islam which is based upon speech and word can establish relationship with media like Television that has visual nature? This article aimed to evaluate the existing experience by reviewing theoretical literature and focusing on what has been televised in the field of religious programs during three decades. Therefore, among the religious programs, azan programs which rely on the "speech", have been selected and seeks answer the question how images that were shown along with Azan during three decades have changed? The methodology of this study is semiotic which was accessed by emphasizing 5 items: 'Clothing, age and sex', 'Visual compositions', 'movement', 'color and light', 'narration'. The method of selecting the sample was random and selecting 3 azan from the three decades of 60, 70 and 80.

These set of findings show that set of images accompanied with Azan has been upgraded during 3 decades and it has been tried through more image motion, using narrative, variety of visual combination, better use of color, light and non-verbal signs the presented images be more compatible with visual nature of Television. During three decades, Azan collection has undergone several changes in terms of image with which it plays and this indicates that Azan has fixed content and can be accompanied by variety of images and so different religious meanings can be associated.

Keywords: Religion, Image, television, Azan.

* Assistant Professor of the Institute of Humanities and Cultural Studies, Tehran, I.R.Iran
(Corresponding author).

motamedibashir@yahoo.com

0000-0001-7133-9763

** Associate Professor, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, I.R.Iran.

mmontazer@ut.ac.ir

0009-0005-0194-9423

*** Associate Professor, Faculty of Art and Architecture, Tarbiat Modares University, Tehran, I.R.Iran.

fahimifar@modares.ac.ir

0000-0003-4705-7357

**** Associate Professor, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, I.R.Iran.

bikaranlou@ut.ac.ir

0000-0002-1266-9671

دین و تصویر: تحلیل تصویری سه دهه تصاویر اذان در تلویزیون

بشیر معتمدی*
مهدی منتظر قائم**
اصغر فهیمی فر***
عبدالله بیچرانلو****

چکیده

یکی از پرسش‌های حوزه دین و رسانه در عصر حاضر این است که آیا دین اسلام که مبتنی بر «کلام» و «کلمه» شکل گرفته است، می‌تواند با رسانه‌ای همچون تلویزیون که ماهیتی تصویری دارد، نسبتی برقرار سازد؟ در این مقاله تلاش شده است ضمن مروری بر ادبیات نظری این حوزه، با تمرکز بر آنچه در تلویزیون جمهوری اسلامی در حوزه برنامه‌های دینی در طول سه دهه به نمایش درآمده است، تجربه حاضر ارزیابی شود؛ لذا از میان برنامه‌های دینی، «اذان» که تکیه آن صرفاً بر «کلام» قرار دارد، انتخاب شده و به دنبال پاسخ به این سؤال است که چه تصاویری همراه اذان نمایش داده شده و این تصاویر حاوی چه معانی است؟ همچنین تصاویر همراه اذان در طول سه دهه، چه تغییر و تحولی را طی کرده است؟ روش تحقیق در این پژوهش، «نشانه‌شناسی» است که با ۵ مؤلفه «لباس، سن و جنسیت»، «ترکیب‌های تصویری»، «حرکت»، «رنگ و نور» و «روایت» تصاویر اذان مورد ارزیابی قرار گرفت. روش انتخاب نمونه به صورت تصادفی و انتخاب ۳ اذان از سه دهه ۶۰، ۷۰ و ۸۰ بوده است. مجموعه یافته‌ها نشان می‌دهد که این تصاویر در طول سه دهه ارتقاء یافته و تلاش شده است از طریق حرکت بیشتر تصویر، استفاده از روایت، تنوع ترکیب‌های تصویری، به‌کارگیری بهتر و متنوع‌تر رنگ و نور و نشانه‌های تصویری، بازنمایی بهتری از دین در قالب تصویر ارائه شود؛ لذا در طی سه دهه، تصاویر همراه اذان دچار تحولات متعددی شده و همین امر نشان‌دهنده این است که اذان که محتوای ثابتی دینی دارد با چه مجموعه متنوعی از تصاویر و در نتیجه معانی دینی گوناگونی می‌تواند همراه شود. در عین حال، می‌توان این تعامل را هم گسترده‌تر و هم عمیق‌تر نمود تا دین در قالب تصویر، بهتر و کامل‌تر ارائه گردد.

واژگان کلیدی: دین، تصویر، تلویزیون، اذان.

* استادیار پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، تهران، جمهوری اسلامی ایران (نویسنده مسئول).
motamedibashir@yahoo.com

** دانشیار دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران، تهران، جمهوری اسلامی ایران.
mmontazer@ut.ac.ir

*** دانشیار دانشکده هنر و معماری دانشگاه تربیت مدرس، تهران، جمهوری اسلامی ایران.
fahimifar@modares.ac.ir

**** دانشیار دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران، تهران، جمهوری اسلامی ایران.
bikaranlou@ut.ac.ir

مقدمه

از ابتدای ظهور دین در تاریخ جهان، دغدغه نحوه ارائه دین وجود داشته است و همواره مبلغان دینی در برابر این پرسش قرار داشته‌اند که «چگونه می‌توان بهتر پیام‌های دینی را برای مردمان ارائه نمود؟» پاسخ به این پرسش پس از ظهور فناوری‌های نوین رسانه‌ای همچون رادیو، تلویزیون، اینترنت و... دچار سؤال‌هایی جدی شده و همواره برای کارشناسان دین از یکسو و کارشناسان رسانه از سوی دیگر مطرح بوده است.

ریشه این سؤال را باید در سیر تحولات تاریخی جستجو کرد که نشان می‌دهد پیام دینی بر مبنای «کلمه» و «گفتاری» بوده که برای مردم بازگو می‌شده و به بیان دیگر ظرف «کلام» بستر ارائه پیام دینی بوده است (ایول، ۱۳۹۱؛ مورگان، ۱۳۹۱؛ محسنیان‌راد، ۱۳۸۲)؛ اما آنچه در زمانه حاضر، دغدغه فوق را دوباره مطرح و آن را دچار چالش نموده، ویژگی‌های منحصر به فرد عصر و زمانه‌ای است که در آن زیست می‌کنیم که از آن تعبیر به «عصر تصویر» می‌کنند (Hocks & Kendrick, 2005; Mitchell, 2005; Gross; Kats & Ruby, 2003). در واقع با ظهور رسانه‌های الکترونیک همچون سینما، تلویزیون و اینترنت، ظرف «تصویر» بستر ارائه پیام گردیده که در این میان به تعبیر مک‌لوهان^۳ «تصویر تلویزیونی» عامل اصلی این دگرگونی بوده است (مک‌لوهان، ۱۳۷۷، ص. ۳۶۹). بر این اساس به نظر می‌رسد پیام دینی نیز در چنین بستری باید مطرح گردد و در نتیجه عصر حاضر، سرآغاز چالشی است که برای پیام دینی به وجود آمده است؛ به‌ویژه آنکه در تاریخ بسیاری از ادیان، تصاویر جایگاهی محصور دارند و چنین تصور می‌شود که تصاویر اعتمادناپذیرند. تصاویر در نظر ادیان، افراد ناآگاه را با القای نظرها و عقاید غیرحقیقی، گمراه ساخته و بینندگان جویای حقیقت را می‌فریبند و ایمان را از کلمات به‌عنوان ابزار وحیانی مکاشفه درونی و الهی در ادیان صاحب کتاب می‌زدند (مورگان، ۱۳۹۱، صص. ۱۱۷-۱۱۸)؛ لذا در انتقادهای فراوانی که نویسندگان یهودی، مسلمان، مسیحی یا هندو مطرح کرده‌اند، شاهدیم که شک و تردید موجب بی‌اعتمادی مطلق نسبت به تصاویر شده است (Weibel & Latour, 2002) به نقل از مورگان، ۱۳۹۱، ص. ۱۱۷).

در دین اسلام هم به‌نوعی بحث ممنوعیت به‌کارگیری تصویر در طول تاریخ مطرح

1. Ellul
2. Morgan
3. Mc Luhan

بوده است (Graber, 2006; Naef, 2004؛ استتی، ۱۳۷۵، دوییر^۱، ۱۳۸۸، شاپوری، ۱۳۸۰)؛ به عنوان نمونه از نظر فقهی به عنوان نظریه‌ای که بیشتر در میان فقهای شیعه رایج است، چنین برمی آید که: «بنا به استناد روایات مفصل، نقاشی و مجسمه غیرذی‌روح جایز است... (اما در مورد ذی‌روح) به دلیل موافقت با فتوای مشهور به کراهت نقاشی ذی‌روح و حرمت مجسمه آن بنابر احتیاط واجب حکم می‌شود» (اعرافی، ۱۳۹۰، صص. ۹۳-۹۴)؛ لذا همین امر زمینه‌ساز طرح دوباره این پرسش است که دین اسلام در بستر رسانه‌های تصویری نوین چه مسائل و چالش‌هایی را در پیش‌رو دارد؟ و آیا دین مبتنی بر کلام همچون اسلام می‌تواند با رسانه‌ای همچون تلویزیون که مبتنی بر تصویر است، رابطه‌ای برقرار کند؟ به بیان دیگر در رسانه تلویزیون که تصویر محوریت دارد، چگونه می‌توان صحبت از برنامه‌های دینی کرد؟ همین سؤال سبب شد تا نقطه آغازین این مقاله کلید خورد.

برای پاسخ به این سؤال‌ها، باید ابتدا از وضعیت حال حاضر برنامه‌های دینی تلویزیون ایران شناخت پیدا کرد و به این سؤال پاسخ داد که نحوه تعامل دین و تصویر در طول سالیان گذشته به چه نحو بوده است؟ در ایران، به طور خاص، پس از انقلاب اسلامی، برنامه‌های دینی در رسانه‌ای همچون تلویزیون که حکومت آن را در اختیار گرفت، فراز و فرودهای متعددی را پشت‌سر گذارده است.

یکی از این برنامه‌های دینی تلویزیون، «برنامه اذان‌گاهی» است. تلویزیون ایران، در طول سال‌های پس از انقلاب، در زمان اقامه نماز، به پخش اذان مبادرت می‌ورزد. اذان در طول تاریخ تطور و تحول فرهنگ مسلمین به موسیقی دینی و آواز مذهبی متکی است؛ اما هیچگاه با تصاویر همراه نبوده است؛ لذا این مقاله به دنبال پاسخ به این سؤال است که «اذان» که تنها متکی به صوت و آوا است؛ با چه تصاویری همراه می‌شوند تا بتوانند مفاهیم دینی را به بیننده منتقل سازند؟ این تصاویر در طول سالیان پس از انقلاب چه تفاوت‌هایی کرده‌اند و حاوی چه معانی احتمالی بوده‌اند؟ تحلیل تصاویری که همراه اذان از تلویزیون پخش می‌گردد، می‌تواند در جهت فهم تصویر دینی در تلویزیون و در نهایت نحوه تعامل دین و تصویر راهگشا باشد. در این مقاله تلاش شده با انتخاب نمونه‌هایی از «اذان‌های» تلویزیون، این تصاویر مورد ارزیابی قرار گیرد.

۱. مرور پیشینه‌ها

در طول سال‌های گذشته، پژوهشگران دیگری به‌ویژه در ایران نیز به حوزه دین و رسانه ورود پیدا کرده‌اند و پژوهش‌های متعددی در این حوزه انجام داده‌اند. آنچه نقطه افتراق و تفاوت این پژوهش با سایر پژوهش‌های مشابه است، عمدتاً در دو حوزه قابل تعریف است:

حوزه اول پژوهش‌هایی است که تنها به بحث نظری بسنده کرده‌اند و به‌دنبال پاسخ به این سؤال نبوده‌اند که در عمل در رسانه‌های تصویری همچون تلویزیون و سینما چه نوع بازنمایی از دین در قالب تصویر روی داده است؟ در این نوع پژوهش‌ها یا به‌صورت کلی و عام به بیان نظری نسبت دین و رسانه پرداخته و یا به‌صورت خاص‌تر در یک نوع از رسانه همچون سینما و تلویزیون به ارائه الگویی از نحوه تعامل دین و تصویر اشاره شده است، بدون آنکه به‌دنبال آن باشد که در عمل چه نوع تعاملی به وقوع پیوسته است؟

از جمله این نوع پژوهش‌ها می‌توان به پژوهشی با عنوان «درآمدی بر جذابیت در رسانه دینی» اشاره کرد که در سال ۱۳۹۴ توسط محمدرضا فتح‌الله بیاتی با هدف ارائه مؤلفه‌های جذابیت دینی در برنامه‌های گفتگومحور تلویزیونی به نگارش درآمده و در پی آن است که با توجه به معیارهای اسلامی، الگویی ارائه دهد که ضمن داشتن جذابیت، ملاک‌های اسلامی نیز رعایت گردد. در نهایت نگارنده کتاب، جداولی برای ارزیابی برنامه‌های گفتگومحور صدا و سیما طراحی کرده و تنها به ذکر مثال‌های پراکنده از این نوع برنامه‌ها پرداخته است (فتح‌الله بیاتی، ۱۳۹۴)؛ بدون آنکه برنامه‌های مشخصی را از این طریق ارزیابی شود. در واقع پژوهشگر علی‌رغم اینکه بر نوع خاصی از برنامه‌های تلویزیونی یعنی برنامه‌های گفتگومحور تمرکز داشته؛ اما صرفاً در پی تبیین نظری یک الگو است.

دغدغه‌های مشابه برای پژوهش‌های این‌چنینی در پایان‌نامه‌های متعددی همچون «نقش تلویزیون در ارائه الگوهای فرهنگ دینی» (احمدی‌زر، ۱۳۸۶)؛ «از تصویرآفرینی قرآنی تا تصویرسازی سینمایی» (بزرگ و امامی، ۱۳۹۳)؛ «الگوی مطلوب سرگرمی در سیمای جمهوری اسلامی ایران: جهت اسلامی - ارتباطی» (شرف‌الدین، ۱۳۹۰)؛ «مقایسه زبان عرفان و تصویر» (حسینی، ۱۳۸۶)؛ «بررسی نظام هنجاری تفریح و سرگرمی

تلویزیونی از منظر آیات و روایات» (نیکزاد طهرانی، ۱۳۹۲)؛ «بررسی الگوهای روایت و تصویرگری در هنر و ادبیات ایران از واقعه عاشورا برای برنامه‌سازی تلویزیونی» (مرادی، ۱۳۸۶)؛ «بررسی شیوه‌های تبلیغ دین اسلام در رسانه تلویزیون از منظر قرآن کریم» (ظریفیان یگانه، ۱۳۹۱)؛ «ارتباط زن و مرد در برنامه‌های تلویزیونی از منظر فقه و اخلاق» (قادری، ۱۳۸۸)؛ «تصویرگری روح در آیات و روایات» (لبیکی، ۱۳۸۷)؛ «بررسی نحوه فراخوانی کودک و نوجوان به نماز در تلویزیون» (علی‌نقیان، ۱۳۸۶)؛ «درآمدی بر طرح موضوع معاد در رسانه» (پیوندی، ۱۳۸۲)؛ «بررسی الگوهای شخصیت‌پردازی معصومین در فیلم‌نامه» (رضایی آدریانی، ۱۳۹۰)؛ «نشانه‌های بصری قرآن در سوره یوسف (علیه‌السلام) و قابلیت تبدیل آن به میزانشن‌های تلویزیونی» (خداداد، ۱۳۹۱) و «فرایند شکل‌گیری فرم در فیلم‌نامه داستانی دینی» (شیخی، ۱۳۹۱) به چشم می‌خورد. این درحالی‌است که پژوهش حاضر در پی پاسخ به این سؤال است که در عمل برای تصویرسازی برنامه‌های دینی تلویزیون چه اتفاق‌هایی روی داده و تصویر چه تغییراتی نموده است؟

حوزه دوم تفاوت این پژوهش با پژوهش‌های مشابه در حوزه مواد رسانه‌ای است که این پژوهش‌ها مدنظر قرار داده‌اند. در واقع پژوهش‌هایی وجود دارند که به حوزه نظر بسنده نکرده بلکه در عمل نیز تولیدات مختلف سینمایی یا تلویزیونی را مورد محک قرار داده‌اند؛ اما تفاوت آنجاست که تقریباً تمام پژوهش‌های پیشین، حوزه «ارائه دین در قالب فیلم و نمایش‌های داستانی» و یا حداکثر «ارائه دین در قالب گفتگوهای تلویزیونی» را مدنظر قرار داده و در پی پاسخ به این سؤال بوده‌اند که آیا دین در این قالب‌ها، قابلیت ارائه را دارد؟

تعدادی از این نوع پژوهش‌ها در حوزه سینما انجام شده و در پی ترسیم از سینمای دینی است و یا به تعبیر دیگر به دنبال بررسی ارائه دین در قالب تصویر سینمایی است. از جمله این پژوهش‌ها می‌توان به پژوهشی با عنوان «سینمای پیامبران در سینمای هالیوود و ایران» توسط سیده راضیه یاسینی در سال ۱۳۹۳ اشاره کرد که تمرکز خود را بر شیوه نمایش چهره‌های مقدس در سینمای غرب و سینمای ایران و تطوره‌های آن قرار داده و با ذکر نمونه‌های متعدد در سینمای هالیوود و ایران، این تجربه‌ها را از منظر تصویر نقد نموده است (یاسینی، ۱۳۹۳، ص. ۱۶).

علاوه بر این می‌توان به پایان‌نامه‌های دیگری که بیشتر در حوزه تلویزیون انجام شده، اشاره کرد؛ همچون «انسان معیار در اسلام و انسان معرفی شده در رسانه ملی با بررسی مقایسه‌ای سریال‌های رمضان ۱۳۸۹» (واضحی آشتیانی، ۱۳۹۰)؛ «بررسی الگوی خانواده اسلامی در آثار نمایشی تلویزیون با تأکید بر سریال فاصله‌ها» (فریادرس، ۱۳۹۱)؛ «بررسی شیوه‌های انتقال مفاهیم دینی در آثار نمایشی مجید مجیدی و سیدرضا میرکریمی» (حکیم آبادیان، ۱۳۹۲)؛ «بررسی تطبیقی عناصر و نمادهای معنوی در فیلم‌های معناگرا» (نوروزی، ۱۳۸۶)؛ «بررسی خرافه‌گرایی در سریال‌های ماه رمضان سال‌های ۸۷ و ۸۸» (مهدویان کیاسری، ۱۳۹۱)؛ «بررسی عوامل جذابیت محتوایی در نمایش‌های تلویزیونی با نگاهی به مجموعه کلید اسرار» (عالمیان، ۱۳۹۲)؛ «بررسی مؤلفه‌های فیلم‌های آخرالزمانی با نگاهی به منجی در ادیان ابراهیمی» (قاسم‌زاده، ۱۳۹۰)؛ «چگونگی انتقال مفاهیم دینی از طریق اسطوره‌سازی تلویزیونی در سریال» (فرزین، ۱۳۹۲)؛ «بررسی انتقادی دگردیسی حجاب چادر در بازنمایی تلویزیونی: مطالعه معناشناختی دو سریال آخرین گناه و بی‌صدا فریاد کن» (جعفری و اسماعیلی، ۱۳۹۱) اشاره کرد.

درواقع پژوهش‌های گذشته در پی تبیین نحوه بازنمایی دین در قالب تصویر نمایشی بوده‌اند؛ اما حوزه برنامه‌های غیرنمایشی و یا به‌تعبیردیگر برنامه‌هایی که محتواهایی در ظرف کلام را ارائه می‌دهند، به‌طور جدی در پژوهش‌های پیش از این مغفول مانده است و مشخص نشده که تصاویر در این نوع از برنامه‌ها چه نقشی ایفا کرده‌اند؟ لذا در این پژوهش قصد آن است که نحوه بازنمایی دین در برنامه‌های کلام‌محور مورد پرسش قرار گیرد و این سؤال پاسخ داده شود که در برنامه‌های دینی تلویزیونی که کلام محوریت دارد، تصویر چگونه در کنار کلام قرار گرفته است؟ و آیا تصویر توانسته به مدد کلام درآید یا به‌نوعی تصویر و کلام در تضاد با هم قرار گرفته‌اند؟

البته مشابه چنین رویکردی در معدودی از پژوهش‌ها دیده شده است؛ ازجمله این پژوهش‌ها می‌توان به «تأثیر رنگ، فرم و بافت در انتقال مفاهیم دینی - قرآنی با بررسی برنامه‌های گفتگومحور شبکه قرآن» (اسکندری، ۱۳۹۱)؛ «شیوه‌های بهره‌گیری مطلوب از برنامه‌های مناسبی دینی در کارکردهای سیمای جمهوری اسلامی ایران» (استیری، ۱۳۸۶) و «سخن گفتن از خدا در تلویزیون» (عادل، ۱۳۹۰) اشاره کرد.

بنابراین پژوهش حاضر در دو جهت با پژوهش‌های پیشین متفاوت است: اولاً، به

مباحث نظری و ارائه الگو کمتر پرداخته و تلاش شده است مباحث در سطح عمل نیز مورد سنجش قرار گیرد و ثانیاً، به جای تمرکز بر نحوه بازنمایی دین در داستان و روایت و یا گفتگومحور، بر نحوه این بازنمایی در قالب تصویری اذان متمرکز شده که در پژوهش‌های پیش از این مشاهده نشده است.

۲. ادبیات نظری

بخشی از چهارچوب ادبیات نظری این پژوهش، پاسخ به این سؤال است که تصویر چیست؟ و به طور دقیق‌تر، تصویر تلویزیونی چگونه تصویری است؟ بدین منظور در ادامه ویژگی‌های تصویر تلویزیونی را مرور می‌نماییم. بخشی دیگری از ادبیات نظری متکی بر هنر اسلامی است که در انتهای مباحث تصویر به آن پرداخته خواهد شد:

۱- **تصویر، واقعیت و امر مجازی:** 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 مجموعه تلویزیونی واقعیتی رؤیایی است. صورت‌های آن به‌حالت مثالی است که همه زوائد واقعی آن حذف شده است. این صورت‌های مثالی که از آن به «امر مجازی» تعبیر می‌کنند، نه تنها همتای امر واقعی می‌شوند بلکه می‌خواهند جای آن را بگیرند. این مسئله، تعریف سبک بصری جدیدی است که امر مجازی تلویزیون را به صورت 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 (Mirzoeff, 1999, p. 92).

براین اساس، نسبت تلویزیون و واقعیت در عین حال که واقع‌بینانه به نظر می‌آید؛ اما اغلب در دو جاده مختلف حرکت می‌کنند. 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 به طوری که همه چیز غیر از آن چیزی است که در واقعیت وجود دارد (Howells, 2003, p. 209).

در مجموع با توجه به ماهیت و ویژگی‌های واقعیت مجازی می‌توان این‌طور استنباط کرد که واقعیت مجازی اولاً، برخاسته از خیال و ذهن است که در قالب تصویر عینی به نمایش درآمده است و ثانیاً، به واسطه حسی که از طریق این خیال تصویر شده، ایجاد می‌-

گردد، مخاطب را با تمام حسش درگیر تصویر مجازی می‌کند. در نتیجه تلفیقی از خیال و حس را به صورت عینی و تصویری در نقطه اوج خود برای مخاطب به ارمغان می‌آورد.

۲- **تصویر، نشانه و معنا:** ویژگی دوم تصویر تلویزیونی، نشانه‌های تصویری است. اما نشانه چیست؟ به طور کلی نشانه، امری فیزیکی و قابل دریافت با حواس است که به چیزی غیر از خود دلالت دارد (فیسک^۱، ۱۳۸۶، ص. ۶۵). نشانه‌شناسی، ارتباط را تولید معنا در پیام می‌داند؛ در عین حال معنا مفهومی مطلق و ایستا نیست بلکه روندی فعال است و نتیجه کنش متقابل و پویا بین نشانه، تعبیرکننده و موضوع است (فیسک، ۱۳۸۶، ص. ۷۲).

در این میان تلویزیون به شکل کلامی و بصری معنا تولید می‌کند و طیف گسترده‌ای از علائم ترکیبی را در رمزها و قواعد پیچیده به کار می‌برد. تلویزیون معنادهندگانی از قبیل کلام، موسیقی، جلوه‌های صوتی، رنگ‌ها، اشارات، حالات چهره و حرکات را همزمان ارائه می‌دهد (مک‌کوین^۲، ۱۳۸۴، ص. ۳۹۵)؛ لذا پژوهشگر می‌تواند با تحلیل نشانه‌ها، حداقل معانی احتمالی و آشکارتر را روشن سازد و کاربردها و تدابیر گفتمانی مورد استفاده در آن متن را مورد تحلیل قرار دهد (دالگرن^۳، ۱۳۸۰، صص. ۵۷-۵۸).

به همین منظور نشانه را به دو عنصر دال یا آوا - تصویر^۴ و مدلول یا مفهوم^۵ تقسیم می‌کنند. علاوه بر این پیرس^۶ نیز توجه خود را بر سه بُعد نشانه‌ها یعنی ابعاد سه‌گانه تصویری، اشاره‌ای و نمادین (یا سمبولیک) متمرکز کرد (آسابرگر^۷، ۱۳۸۳، ص. ۱۷).

آنچه در این میان، برای برنامه‌های دینی رسانه حائز اهمیت است، پاسخ به این سؤال است که آیا مفاهیم و معانی دینی قابلیت تبدیل شدن به نشانه تصویری را دارند؟ مطالعه تاریخ دین نشان می‌دهد که دین سرشار از نمادهای تصویری دینی است که تلاش شده از طریق آنها معانی دینی منتقل شود؛ چنانکه کلارک^۸ و هوور^۹ نیز به دین به‌عنوان «ستزها و نمادهای برگرفته شده از نظام‌های اعتقادی‌ای که از لحاظ فرهنگی بامعنا

1. Fiske
 2. Mc Queen
 3. Dahlgren
 4. Signifier / sound- image
 5. Signified / concept
 6. Peirce
 7. Asa Berger
 8. Clark
 9. Hoover

هستند»، می‌نگرند و لذا دین در چهارچوب نمادهای جمعی‌ای است که به «هستی» جامعه موجود نظم و سامان می‌بخشد (لاندبای^۱، ۱۳۸۲، ص. ۲۰۱)؛ لذا رسانه‌ای همچون تلویزیون می‌تواند به منزله منبعی نمادین درآید تا فرایند معناسازی را شکل دهد (هوور، ۱۳۸۶، ص. ۱۱۴) و از این طریق دین را به میان مخاطبان بیاورد.

۳- تصویر، صدا و حرکت: اگر زیبایی‌شناسی تلویزیون به‌طور دقیق تشریح گردد، اولاً، مشخص می‌گردد که هر تصویر تلویزیونی، اثری از تقابل نور و رنگ است. اهمیت ادراک نور و رنگ از آن روست که مستقیماً بر درک اندازه تصویر، حیطه، شکل و مدت آن تأثیر می‌گذارد. موقعیت، راستا و حرکت اشیاء و سوژه در فضا نیز مستقیماً به نور و رنگ مربوط می‌شود و به‌واسطه آنها قابل درک است (متالینوس^۲، ۱۳۸۴، صص. ۵۱-۵۳). ثانیاً، آشکار می‌گردد که درک تصویر تلویزیونی به ساختار و کنترل مناسب تصویر و ترکیب صدا بستگی دارد. ادراک‌های سمعی و بصری باید به‌گونه‌ای منظم، همزمان و مناسب با یکدیگر ترکیب شوند که ساختاری هماهنگ و قابل کاربرد به‌وجود آورند؛ چراکه زتل^۳ معتقد است تلویزیون رسانه‌ای سمعی - بصری است و تلویزیون صامت از نظر اطلاع‌رسانی و نیز زیبایی‌شناختی غیرقابل تصور است (متالینوس، ۱۳۸۴، صص. ۶۷-۶۸). ثالثاً، نمایان می‌گردد که رسانه تلویزیون از جمله رسانه‌های «تصویر متحرک» است. کنترل ماهرانه «حرکت» و کاربرد مؤثر آن در ساخت تصاویر، یکی از ابزارهای کارگردان‌های سینما و تلویزیون محسوب می‌شود؛ زیرا حرکت را عامل یا ساختی محسوب می‌کنند که احساس واقعی بودن ایجاد می‌کند (متالینوس، ۱۳۸۴، صص. ۶۹-۷۰).

بنابراین مشخصه منحصربه‌فرد تلویزیون عبارت است از سنتز سه‌لایه تصویر تلویزیونی یعنی تصویر، صدا و حرکت و عمل هماهنگ آنها در تحریک و بیدار کردن عواطف بیننده. تصویر تلویزیونی و درواقع کل برنامه تلویزیونی، درست در هنگام حرکت و رخداد آن، ترکیب می‌شود (متالینوس، ۱۳۸۴، ص. ۱۵۷).

۴- هنر دینی: بخشی از ادبیات نظری پژوهش مبتنی بر هنر دینی و به‌طور خاص هنر اسلامی است. هنر اسلامی بر مبنای «هنر انتزاعی» شکل می‌گیرد تا از طریق «سمبل» یا

1. Lundby
2. Metallinos
3. Zettle

«نماد» بتواند «معانی» را آشکار سازد. در واقع هنر دینی مبتنی است بر علم به صور و قوالب یا به بیان دیگر بر آیین نمادورزی (سمبولیسم) خاص صور و قوالب. در سمبولیسم هنر دینی «هر چه در آسمان و زمین است، آیت و نماد، سمبل و نشانه‌ای است که دلالت بر صاحب این جهان می‌کند. در این معنا، سمبل، خصوصیت ذاتی هستی و چیزی است که دلالت بر خداوند باری می‌کند» (فهمی‌فر، ۱۳۸۸، ص. ۷۸).

درواقع نماد یا رمز وسیله انتقال و ابزاری برای صعود ذهن از مرتبه سفلی به مرتبه علیا است و حرکتی عمودی دارد (شهبازی و دیگران، ۱۳۹۱، ص. ۲۲۶) و حضور عناصر نمادین در هنر اسلامی به نحوی دلپذیر و عمیق ما را به سرچشمه‌های غنی حکمت و معرفت عرفان راهبر می‌شود؛ زیرا آثار هنری تمدن اسلامی چیزی جز بیان هنری و زیباشناسانه متون عرفانی آن و بنیادهای متافیزیکی آن نیست (شهبازی و دیگران، ۱۳۹۱، ص. ۲۳۹).

بنابراین برای حل معضلی 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. همان‌طور که گفته شد این مسیر یعنی به‌کارگیری سمبول‌ها منجر به پدیدآمدن «هنر انتزاعی» می‌گردد. در بررسی تصاویر اذان می‌توان نحوه به‌کارگیری هنر دینی را ارزیابی نمود.

۳. روش پژوهش

در این پژوهش به دلیل ماهیت آن که پی بردن و کشف معناهای نهفته در پیام‌های دینی تلویزیون است، روش کیفی مدنظر قرار گرفته است. در بین تحلیل محتوای کیفی رسانه‌ها ۵ روش عام را می‌توان برشمرد. هیژمن (۱۹۹۶) انواع تحلیل محتوای کیفی رسانه‌ای را این‌گونه می‌نامد: تحلیل ساختاری - نشانه‌شناسی؛ تحلیل گفتمان؛ تحلیل ادبی؛ تحلیل روایی و تحلیل تفسیری (Gunter, 2000, p. 83) به نقل از فرجی و حمیدی، ۱۳۸۵، ص. ۱۶۴).

مطالعه حاضر مشخصاً از تحلیل نشانه‌شناسی سود خواهد برد. روش نشانه‌شناسی به معانی عمیق پیام‌ها توجه دارد. در واقع به محتوای آشکار پیام‌ها توجه نمی‌کند بلکه تمرکز بر روابط ساختاری بازنمایی در متون است (فرجی و حمیدی، ۱۳۸۵، ص. ۱۶۵).

در رهیافت نشانه‌شناسی هر چیزی - کلمات، تصاویر و خود چیزها - می‌تواند به‌مثابه دال‌هایی برای تولید معنا به‌کار گرفته شود و به‌طور کلی روشی برای تحلیل چگونگی انتقال معنی به‌واسطه بازنمایی‌های بصری است. پرسش اصلی در بررسی نشانه‌شناسانه این است که معناها چگونه ساخته می‌شوند و واقعیت چگونه بازنمایی می‌شود (چندلر^۱، ۱۳۸۷، ص. ۲۵)؛ بنابراین نشانه‌شناسی مطالعه یا علم نشانه‌ها و نقش عام آنها به‌مثابه ابزارهای معنا در فرهنگ است (خالق‌پناه، ۱۳۸۷، ص. ۱۶۶).

بنابراین در نشانه‌شناسی برنامه‌های دینی تلویزیون به‌دنبال پاسخ به این سؤال هستیم که چه نوع الگوها، رویکردها و ایدئولوژی‌هایی مبتنی بر تصویر شکل گرفته است و لذا مواردی که در نشانه‌شناسی برنامه‌های دینی تلویزیون به آنها توجه خاص می‌شود عبارت‌اند از:

- لباس، جنسیت و سن: یکی از نشانه‌های مهم در برنامه‌های دینی نوع پوشش افراد حاضر در تصویر است که می‌تواند باورپذیر و جذب‌کننده مخاطب باشد و درعین‌حال به ارزش‌های مشترک فرهنگی اشاره داشته باشد. سن و جنس نیز از منظر نشانه‌شناسی می‌تواند دلالت‌هایی مبنی بر تمرکز بر گستره و نوع مخاطبان را بازتاب دهد.

- حرکت: به‌دلیل آنکه حرکت یکی از ویژگی‌های اصلی تلویزیون است، بررسی این معیار هم به‌لحاظ میزان سرعت تصویر و هم به‌لحاظ تنوع تصویری حائز اهمیت است. ترکیب‌های تصویری: یکی از مسائل در تحلیل تصویری این است که چطور فریم، پلان (نما)، صحنه و سکانس به هم ارتباط پیدا می‌کنند و هرکدام نیز شامل نشانه‌هایی است که دلالت‌های خاصی را دربر دارد (فرامرزی، ۱۳۹۰، صص. ۱۳۰-۱۳۵).

- رنگ و نور: رنگ‌ها می‌توانند یک الگوی نمادین بااهمیت بسازند که می‌تواند موجب تشریح و شکل‌دهی بافت متن شود و آگاهی اجتماعی را ایجاد نمایند (Hutchings, 1989 به نقل از فرامرزی، ۱۳۹۰، ص. ۱۰۹). علاوه‌براین، معانی دیگری نیز از رنگ‌ها تداعی می‌شوند که حالت سمبلیک دارند. هر رنگ دارای معانی بسیاری است که برخی از آنها از راه تداعی با یک چیز طبیعی و برخی دیگر

از طریق رمزی دارای آن معنا شده‌اند (داندیس^۱، ۱۳۹۳، ص. ۸۲). در نتیجه تحلیل رنگ در تصویر تلویزیونی اهمیت بسیاری دارد.

- روایت: روایت، زنجیره‌ای از رویدادهاست که در چهارچوب روابط علی و معلولی و در زمان و مکان اتفاق می‌افتند. وجه روایتی تلویزیون، یعنی شیوه‌های گوناگون قصه‌پردازی با واژه‌ها و تصاویر، توجه زیادی را در پژوهش‌های اخیر به خود جلب کرده است (گرنر^۲، ۱۳۹۲، صص. ۸۷-۸۸). شناخت این نوع روایت‌ها و به‌طور کلی ساختار برنامه‌ها، خود می‌تواند به نوع نشانه‌های خاصی رهنمون باشد.

در این پژوهش تصاویر همراه «اذان» در طول سه دهه لحاظ شده و از هر دهه یک نمونه به صورت تصادفی انتخاب شده است. با توجه به اینکه نمونه‌ها از آرشیو صدا و سیما استخراج شده، شبکه پخش آن مشخص نیست؛ اما سال پخش آن مشخص است؛ لذا سه اذان شامل اذان سال ۱۳۶۳ (دهه ۶۰)، اذان سال ۱۳۷۹ (دهه ۷۰) و اذان سال ۱۳۸۹ (دهه ۸۰) انتخاب شده و به لحاظ نشانه‌شناسی تصویری و همچنین موارد لباس، سن و جنسیت، رنگ و نور، ترکیب‌های تصویری و روایت مورد ارزیابی قرار گرفته است تا بتوان به یک شناخت تقریبی از نظر تغییرات تصویری دست یافت. اگرچه شاید با یک نمونه از هر دهه نتوان تصاویر یک دهه را تحلیل کرد؛ اما با توجه به حجم محدود مقاله، می‌توان از این طریق تغییرات تصاویر همراه اذان را در سه دهه با یکدیگر مقایسه نمود.

۴. یافته‌های پژوهش

در ادامه نمونه اذان‌های سه دهه به ترتیب مورد تحلیل قرار می‌گیرد:

۴-۱. اذان سال ۱۳۶۳

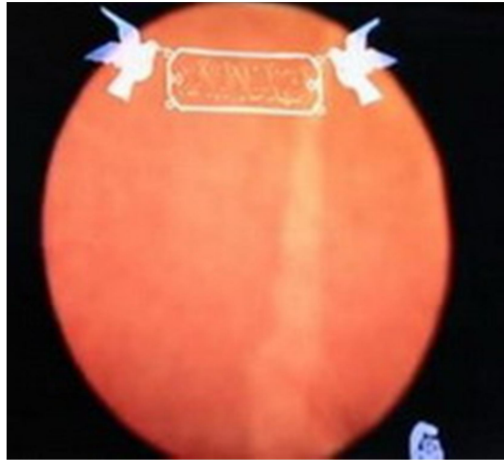
الف) توصیف: در این اذان، تصویر دایره‌ای قرمز رنگ در وسط صفحه‌ای سیاه قرار دارد. سپس با شروع اذان، کلمات اذان در کادری سفید رنگ به وسیله دو کبوتر نقاشی شده از جلوی صفحه تلویزیون به سمت دایره قرمز رنگ برده می‌شود و در هنگام رسیدن به صفحه قرمز رنگ محو می‌گردد و به همین ترتیب کلمات مختلف اذان یکی

1. Dondis
2. Corner

پس از دیگری آمده و در نهایت از صحنه خارج می‌شود (تصویر شماره ۱).
(ب) **تحلیل نشانه‌شناختی:** این تصویر جزو اولین تلاش‌ها برای تصویرسازی اذان است و البته در زمانه خود و به‌عنوان شروع این راه قابل توجه است. درعین حال به‌لحاظ نشانه‌شناسی حاوی نکاتی چند است:
به‌لحاظ نشانه‌شناختی، دایره قرمز رنگ، نمادی از نور است. هنگامی که کلمات اذان در این صفحه محو می‌شود، می‌خواهد به مخاطب این پیام را دهد که اذان دعوت شما به سوی این نور به‌عنوان نماد «حق تعالی» است.



تصویر (۱): اذان سال ۱۳۶۳ - آرشیو سازمان صدا و سیما



تصویر (۲): اذان سال ۱۳۶۳ - آرشیو سازمان صدا و سیما

کبوتر سفید نمادی از پرواز روح انسان به سوی معبود است که با کلمات اذان به سوی نور حرکت می‌کند. حرکت کبوتر از نزدیک به دور (به صورت پرسپکتیو) نمایانگر حرکت روح به سوی آسمان و به تعبیر دیگر جدا شدن از زندگی مادی و حرکت به سمت زندگی معنوی است (تصویر شماره ۲).

پ) رنگ و نور: به لحاظ نور، رنگ‌ها (به ویژه رنگ قرمز دایره) مرده است و درخشندگی و تابندگی خاصی ندارد. اگرچه تصویرساز با زمینه سیاه تلاش داشته تضاد نور و ظلمت را نشان دهد؛ اما به طور ناخودآگاه تضاد زندگی مادی و این دنیایی را با زندگی معنوی و آن دنیایی القاء کرده است. ضمن آنکه پیش زمینه سیاه، زیبایی تصویر را دچار خدشه جدی کرده است.

ت) حرکت: ویژگی اصلی تصویر تلویزیونی حرکت است. در این اذان تصویر اصلی دایره قرمز رنگ، ثابت است و تنها حرکت موجود، حرکت کبوتران همراه با کلمات اذان است که تصویرساز تلاش داشته به نوعی حرکت را در کار خود لحاظ کند؛ اما در کل بیشتر یک تصویر ثابت است و لذا با ویژگی تصویر تلویزیونی همخوانی ندارد.

ث) روایت: این اذان حاوی هیچ گونه روایتی نیست و تنها در صدد پخش اذان است.

ج) لباس، جنسیت و سن: در این اذان مورد خاصی مشاهده نشد.

ج) ترکیب‌های تصویری: این اذان از نقاشی کبوتر و کادری که به‌نوعی نمایشگر کتیبه‌های مسجد است، بهره برده شده است؛ اما نقاشی کبوتران بسیار ابتدایی است. عبارات اذان هم با خطوط اسلامی، در طول اذان در تصویر وجود دارد که به‌لحاظ زیبایی‌شناختی تا حدودی مؤثر است.

ح) تحلیل نهایی: هنگامی که اذان در قالب تصویر ارائه می‌گردد، برای آنکه اثرگذاری و به‌تعبیری حس را در قالب تصویر ارائه دهد، نیازمند «حرکت» است، و آلا تأثیر آن در حد همان صوت باقی می‌ماند. آنچه اذان دهه ۶۰ را دچار اشکال جدی می‌کند، همین نبود «حرکت» جدی در قالب تصویر است. آنچه مشاهده می‌شود، نمای ثابتی است که متن اذان به همراه تصویری ابتدایی در آن حرکت می‌کند؛ لذا حسی که ایجاد می‌کند، اندک است و دچار ضعف جدی است.

ایجاد خیال از طریق تصویر هم، راهکار دیگری جهت کمک به افزایش حس دینی است. در این اذان‌ها، تصویرساز به این امر نیز توجه داشته و از طریق شکل‌های نقاشی همچون کبوتر و یا دایره نورانی تلاشی جهت برانگیختن خیال داشته؛ اما به‌دلیل آنکه اساساً تصاویر در قالب نقاشی ابتدایی است، با واقعیت فاصله زیادی دارد و در نتیجه نتوانسته خیال‌انگیز جلوه کند و تأثیر آن اندک ارزیابی می‌شود.

علاوه بر دو بُعد حس و خیال، می‌توان عقل را نیز در جهت افزایش انگیزش و حس دینی مدد گرفت تا موجب هم‌افزایی در این دعوت الهی برای عبادت گردد. آنچه که می‌تواند اذان تصویری را به‌لحاظ ارتقاء عقلانی مدد رساند، استفاده از «نشانه تصویری» است که چنانچه به‌درستی به‌کار برده شود، می‌تواند مسیر حسی این دعوت را به‌لحاظ عقلانی سرعت بخشد.

آنچه تصویرهای اذان دهه ۶۰ نشان می‌دهد، حاکی از آن است که تصویرساز به این بُعد نشانه نیز توجه داشته و تلاش دارد از طریق نشانه «پرواز کبوتر» یا «حرکت کبوتران با کلمات اذان به‌سوی دایره نورانی» این نشانه‌سازی را در تصویر بگنجانند، اگرچه همان مشکل سابق یعنی «کیفیت پایین تصویرسازی»، نتوانسته به‌خوبی از عهده این وظیفه (یعنی برانگیختن عقلانی) برآید.

درعین حال تصویرساز به نمادهای دینی توجه داشته است؛ به‌عنوان مثال «دایره» نماد

آسمان، بی‌کرانگی، کمال و تمامیت است. بنای اصلی مسجد به‌عنوان یکی از نمادهای معماری اسلامی، شامل گنبدی بود که بر چهار پایه قرار داشت. گنبد دوار، نماد آسمان و مقصد عروج روح انسان نمازگزار است (بلخاری، ۱۳۹۰، صص. ۲۵۹-۲۶۴). شکل دایره به‌گونه‌ای است که نگاه مخاطب را از پراکندگی به یک نقطه که مرکز آن است، هدایت می‌کند که این امر نشانگر محوریت توحید در هنر اسلامی است (فهیمی‌فر، ۱۳۸۸، ص. ۷۷).

در مجموع به نظر می‌رسد که تصویرساز به هر سه بُعد حس، خیال و عقل توجه داشته؛ اما کار گرافیکی و نوع تصویرسازی به‌دلیل نبود امکانات یا هر دلیل دیگری، کیفیت کار را ضعیف و غیرقابل قبول کرده و در نتیجه نمی‌تواند تصاویر مناسبی جهت پخش همراه اذان ارزیابی شود.

۴-۲. اذان سال ۱۳۷۹

الف) توصیف: در این اذان که به‌صورت پویانمایی (انیمیشن) تهیه شده، ابتدا تصویری سیاه از آسمان پُرستاره است و سپس تصویر کره زمین را نشان می‌دهد که نوری از آسمان به آن وارد می‌شود. در تصویر بعدی رودخانه‌ای را در کنار بوته گل نشان می‌دهد. سپس تصویر بت‌های یک بتکده را نشان می‌دهد که شکسته می‌شود و تصویر خانه خدا که در صحرایی قرار گرفته و دور تا دور آن ستاره‌های نورانی است. پس از آن کوهی را نشان می‌دهد که شعاع نورانی از آن می‌درخشد.

بعد از آن تصویر دو دست که به نشانه وحدت همدیگر به یکدیگر گره خورده‌اند و پس از عبور از نخلستان، خانه خدا به نمایش درمی‌آید. در انتها فردی با لباس احرام در حال نماز است و کبوتری از کره زمین به سمت آسمان پرواز می‌کند و تصویر کره زمین که گل‌هایی در نقاط مختلف آن رویده‌اند، نشان داده می‌شود.

ب) تحلیل نشانه‌شناختی: این مجموعه تصویری بر پایه «معادلسازی تصویری برای مفاهیم اذان» قرار داده شده است؛ لذا نشانه‌های تصویری آن در موارد متعدد قابلیت تحلیل و ارزیابی دارد که در ذیل به آن پرداخته می‌شود:

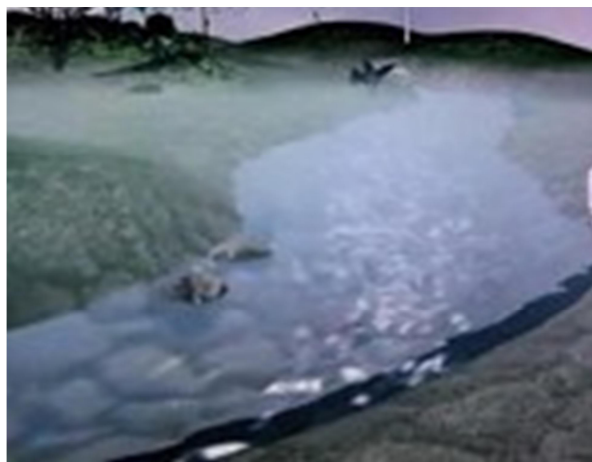
ابتدای شروع اذان، تصویر فضای کلی آسمان همراه با ستاره‌ها و کره نورانی که در واقع خورشید است، نشان داده می‌شود و سپس با عبور از خورشید به سمت زمین

دین و تصویر: تحلیل تصویری سه دهه تصاویر اذان در تلویزیون / بشیر معتمدی و همکاران *پژوهش‌های ادبیات* ۱۴۳

حرکت می‌کند و همراه با اولین جمله اذان یعنی (الله اکبر) نوری در کره زمین وارد می‌شود (تصویر شماره ۳) که نمادی از نور معنویت و عبادت «نماز» است که از سوی خداوند برای افراد بشر فرستاده شده است.



تصویر (۳): اذان سال ۱۳۷۹ - آرشو سازمان صدا و سیما

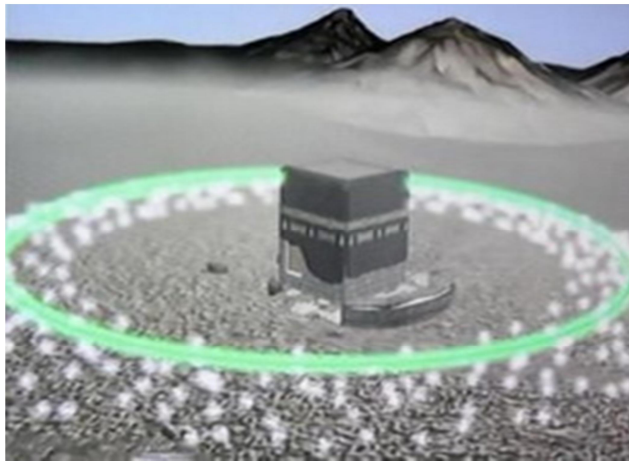


تصویر (۴): اذان سال ۱۳۷۹ - آرشو سازمان صدا و سیما

در صحنه بعد، تصویر وارد فضای کره زمین می‌شود و در کنار تپه‌ای، نهر آبی را نشان می‌دهد که بوته گل قرمزی نیز در کنار آن است (تصویر شماره ۴) تا مطابق با حدیث نبوی، نماز را همچون آبی معرفی کند که باعث پاکیزگی روح می‌گردد. تصویر سپس با حرکتی وارد فضای بُت‌خانه‌ای می‌شود که بُت‌های آن در حال افتادن است. تصویر از میان بت‌ها گذشته و به سوی بت اصلی در میانه صحنه می‌رود که دو مشعل آتش در دو طرف آن قرار دارد (تصویر شماره ۵) و آتش نمادی از شیطان است. سپس همراه جمله (اشهد ان لا اله الا الله) در اذان، تبری سربت بزرگ را می‌شکند که اشاره به حدیثی است با این مضمون که (نماز خار چشم شیطان است).

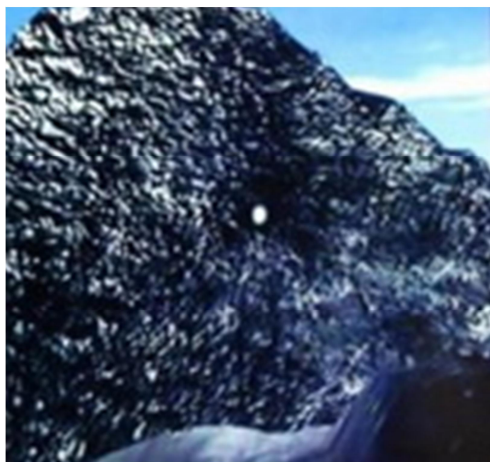


تصویر (۵): اذان سال ۱۳۷۹ - آرشیو سازمان صدا و سیما

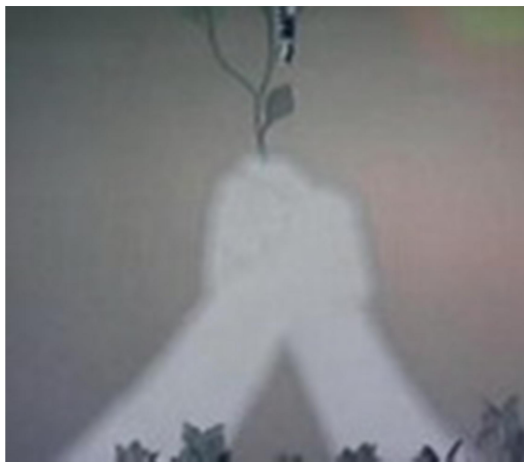


تصویر (۶): اذان سال ۱۳۷۹ - آرشیو سازمان صدا و سیما

در صحنه بعدی، خانه کعبه در وسط بیابان نشان داده می‌شود، درحالی‌که گرداگرد آن هاله‌ای سبز رنگ و نقطه‌های نورانی در حال چرخش است (تصویر شماره ۶)، گویی با بیرون راندن بت‌ها از خانه کعبه، فضا نورانی و آماده طواف شده است، ضمن آنکه تمثیلی از خانه دل است که اگر بت‌ها شکسته شود، فضای آن نورانی می‌گردد. پس از آن تصویر کوهی است که با نزدیک شدن تصویر به آن، نوری از آن خارج می‌شود که تداعی‌کننده غار حرا است (تصویر شماره ۷)، چراکه هم‌زمان «اشهد ان محمداً رسول الله» گفته می‌شود.



تصویر (۷): اذان سال ۱۳۷۹ - آرشو سازمان صدا و سیما

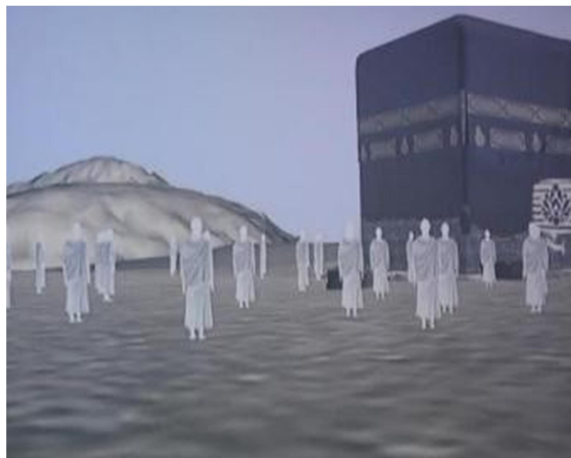


تصویر (۸): اذان سال ۱۳۷۹ - آرشو سازمان صدا و سیما

سپس تصویر دو دست نشان داده می‌شود که در هم گره خورده و نهالی سبز رنگ از میان آن رشد می‌کند و به آسمان می‌رود و هم‌زمان عبارت «اشهد ان علیاً ولی‌الله» گفته می‌شود (تصویر شماره ۸). در واقع تصویر درعین‌حالی که متضمن یادآوری واقعه غدیرخُم است (به دلیل عبارتی که هم‌زمان خوانده می‌شود)، اشاره به آیه «واعتصموا

بحیل الله جميعاً» می‌کند که نهال را همچون حبلی الهی ترسیم می‌کند که دست‌های گره کرده به آن چنگ زده و آن را محکم چسبیده‌اند. علاوه بر این، تصویر دست‌های گره شده به هم، نشانه‌ای از وحدت است که هم به آیه فوق اشاره دارد و هم وحدت شیعه و سنی را یادآور می‌شود.

در قسمت بعد، تصویر خانه کعبه است که حاجیانی با لباس احرام به طور پراکنده به دور آن ایستاده‌اند (تصویر شماره ۹). سپس فردی را در لباس احرام و در حال نماز به سمت کعبه به تصویر می‌کشد (تصویر شماره ۱۰). گویی با تمرکز بر سنگ حجرالاسود اشاره به عهدی می‌کند که انسان با خدای خود در کنار سنگ می‌بندد که فقط خدا را بپرستد و تصویر نماز تداعی گر چنین معنایی است. در همان حال عبارت «حی علی الصلاه» به گوش می‌رسد که مؤید این تصاویر است.



تصویر (۹): اذان سال ۱۳۷۹ - آرشیو سازمان صدا و سیما



تصویر (۱۰): اذان سال ۱۳۷۹ - آرشیو سازمان صدا و سیما

هنگامی که نمازگزار با لباس احرام که نماد پاکی و معنویت است، به سجده می‌رود، تصویر فرد در کبوتری سفید که به پرواز در می‌آید، محو می‌شود تا نشان دهد روح انسان با نماز به پرواز در می‌آید. هنگامی که عبارت «حی علی الفلاح» گفته می‌شود، کبوتر از کره زمین دور شده و به آسمان می‌رود، درحالی که هاله‌ای از نور از زمین به آسمان همراه آن حرکت می‌کند (تصویر شماره ۱۱). گویی سجده فرد سبب فلاح و رستگاری شده است.



تصویر (۱۱): اذان سال ۱۳۷۹ - آرشیو سازمان صدا و سیما



تصویر (۱۲): اذان سال ۱۳۷۹ - آرشیو سازمان صدا و سیما

در صحنه بعد که هم‌زمان عبارت «حی علی خیر العمل» خوانده می‌شود، پاهای فردی با لباس احرام را نشان می‌دهد که در حال حرکت است، گویی به سمت بهترین عمل یعنی نماز می‌شتابد (تصویر شماره ۱۲). بلافاصله نیز تصویر دستی است که دستی دیگر را می‌گیرد و در تلاش است که آن را به سوی بالا کشد (تصویر شماره ۱۳). در واقع هم عبارت «بشتابید به سوی نماز» را تلاش نموده تصویری نماید و هم با کشیدن دست به سمت بالا، ارتقایی که در اثر نماز برای انسان پدید می‌آید، نشان دهد.



تصویر (۱۳): اذان سال ۱۳۷۹ - آرشیو سازمان صدا و سیما



تصویر (۱۴): اذان سال ۱۳۷۹ - آرشيو سازمان صدا و سيما

درنهایت کره زمین را در فضای آسمان نشان می‌دهد که هاله‌های ابر آن را فرا گرفته و سپس با نزدیک شدن به آن، گل‌های مختلفی در نقاط مختلف زمین دیده می‌شود (تصویر شماره ۱۴). گویی نماز سبب رویش گل‌ها در نقاط مختلف زمین شده است. سپس دشت سبزی را نشان می‌دهد که در آن گل‌های مختلفی وجود دارد و درنهایت آخرین جمله اذان یعنی «لا اله الا الله» در وسط آسمان در کاغذی سبز رنگ و درحالی که همچون پرچم در حال حرکت است، نشان داده می‌شود (تصویر شماره ۱۵) تا تمثیلی از حدیث «نماز پرچم اسلام است» باشد.



تصویر (۱۵): اذان سال ۱۳۷۹ - آرشیو سازمان صدا و سیما

پ) رنگ و نور: به لحاظ نور، درخشندگی و تابندگی رنگ‌ها به واسطه آنکه از پویانمایی استفاده شده، طبیعی نیست و حالت مات و غیرزنده دارد؛ البته به واسطه اینکه جزو کارهای اولیه پویانمایی در این زمینه است، تا حدی قابل قبول است. در عین حال تلاش شده به لحاظ ترکیب رنگ‌ها، از رنگ‌های روشن همچون آبی، سفید، سبز و... در کنار رنگ‌های تیره همچون قهوه‌ای، سیاه و... استفاده شود. نمادهای خوبی با رنگ‌های روشن و نمادهای زشتی با رنگ‌های تیره نشان داده شده است.

ت) حرکت: این مجموعه به خوبی «حرکت» را در تصویرسازی لحاظ کرده است. هم تغییر مرتب تصویرها در کل فرایند اذان وجود دارد و هم در خود تصویر. در این حرکت‌ها به واسطه آنکه از طریق رایانه حرکت ایجاد شده، تغییرات پشت سرهم و از زوایای گوناگون بالا، پایین، مورب، عقب، جلو وجود دارد و همین امر سبب پویایی تصویر شده است و از نقاط بسیار مثبت کار به حساب می‌آید.

ث) روایت: این اذان روایت جدی ندارد؛ اما در صحنه‌هایی تلاش نموده که گریزهایی به داستان‌ها و وقایع تاریخی بزند و از این طریق برای مخاطب، آن را ترسیم و ملموس نماید. این امر مثبت ارزیابی می‌شود که می‌توانست بیش از این نیز به کار رود؛ اما به یک یا دو مورد بسنده شده است.

ج) لباس، جنسیت و سن: در این مجموعه، از مرد جوان در تصویرسازی استفاده شده

که البته چهره آن به صورت واضحی نشان داده نمی‌شود. تنها در یک صحنه نمایی از تصویر او در حال نماز وجود دارد که بیشتر تلاش شده با رنگ سفید به آن فرد نورانیت ببخشد. در یک صحنه افراد دیگری به صورت ایستاده (بدون حرکت) و در لباس احرام و به سمت کعبه نشان داده شده ولی تصویری از چهره آنان وجود ندارد. پوشاندن لباس سفید احرام، از جنبه آنکه ترسیم‌کننده پاکی است، بسیار مناسب است. به لحاظ سنی به دلیل اینکه جامعه ایرانی جوان است، استفاده از جوان در تصویرسازی نقطه مثبت است؛ اما نیم‌دیگر جامعه یعنی زنان نادیده گرفته شده است.

ج) ترکیب‌های تصویری: در کل این مجموعه به دلیل اینکه از تصویرسازی رایانه‌ای استفاده شده، به طور مرتب از ترکیب‌های تصویری بهره‌برداری شده است و همین امر سبب شده که تصویرهای نو و بدیعی ایجاد شود؛ البته کلمات اذان در این ترکیب‌های تصویری استفاده نشده و تنها عبارت آخر اذان به صورت نوشته است.

ح) تحلیل نهایی: در این مجموعه اذان تلاش شده که با استفاده از حرکت‌های تصویر مداوم، به ایجاد حس برای مخاطب مدد رساند. در کنار آن، نشانه‌های تصویری نیز استفاده شده تا مفاهیم دینی نیز منتقل شود؛ اما وجه مشخصه این مجموعه، به کارگیری عنصر «تخیل» است که به دلیل استفاده از تصاویر رایانه‌ای امکان‌پذیر شده است. در واقع مجازی بودن تصاویر عینیت یافته است. همین امر موجب شده که تخیل بتواند در ساختن مفاهیم دینی فعال شود؛ البته همین نقطه مثبت این مجموعه، درون خود نقطه ضعف را هم دارد. علت آن هم تصویرسازی رایانه‌ای نه‌چندان قوی است که موجب شده واقعیت مجازی ایجاد شده با واقعی بودن فاصله بگیرد و برای مخاطب باورپذیر نباشد. این واقعی نبودن، در مکان‌ها، شخصیت‌ها و رنگ‌ها نمود یافته است و در نتیجه تخیلی که ایجاد می‌شود، نمی‌تواند کامل باشد. در هر صورت این مجموعه در آن سال‌ها، حرکتی روبه‌جلو جهت تصویرسازی اذان به حساب می‌آید و در مجموع کار متوسط خوب ارزیابی می‌شود.

۴-۳. اذان سال ۱۳۸۹

الف) توصیف: در این مجموعه اذان که نام «از خاک تا افلاک» را برگزیده است، روایتی را همراه اذان به تصویر می‌کشد. در این روایت، فردی در صحرا نشان می‌دهد که تیمم کرده و سپس همراه خود مقداری خاک به منزلش می‌آورد و از طریق

سفالگری کاشی درست می‌کند که در دیوار مسجد به‌کار می‌رود.
ب) تحلیل نشانه‌شناختی: در ابتدای اذان، مردی را نشان می‌دهد که در بیابانی بر روی خاک نشسته و تیمم می‌کند (تصویر شماره ۱۶). با زدن دو دست خود بر روی خاک، علاوه بر تیمم، پیوند بین دست و خاک را نشان داده و این معنا را متبادر می‌سازد که انسان از خاک آفریده شده است.



تصویر (۱۶): اذان سال ۱۳۸۹ - آرشیو سازمان صدا و سیما



تصویر (۱۷): اذان سال ۱۳۸۹ - آرشیو سازمان صدا و سیما

در تصویر بعد، همان فرد را در حال خواندن نماز در وسط بیابان نشان می‌دهد، درحالی که خورشید در بالای سر او قرار دارد و او به سمت آن خورشید رکوع و سجده می‌کند (تصویر شماره ۱۷)؛ گویی خورشید نمادی از نور پروردگار است. این تصویر با صدای اذان، تداعی گر حس نماز است.

در ادامه فرد را در حال سجده در بیابان، در نمای دور نشان می‌دهد، درحالی که دوربین از پایین به بالا، تپه‌ای از شن را نشان می‌دهد که جاپای آن فرد در روی آن است و در بالای تپه مانند، مرد مشغول نماز است (تصویر شماره ۱۸). گویی با نماز روح او از پایین (یا دنیا) قدم به قدم به بالا (یا آخرت) رسیده است.



تصویر (۱۸): اذان سال ۱۳۸۹ - آرشبو سازمان صدا و سیما



تصویر (۱۹): اذان سال ۱۳۸۹ - آرشیو سازمان صدا و سیما

بعد از آن، همان فرد در حال جمع‌آوری خاک در درون کیسه‌ای است. سپس مسیری را در بیابان می‌گذراند تا در صحنه بعد، او را در حال پایین آمدن از پله‌های زیرزمین نشان دهد. بعد از آن، مرد خاک‌ها را به شکل کوه کوچکی درست می‌کند تا نمادی از عظمتی باشد که از دل خاک بیرون می‌آید (تصویر شماره ۱۹).

پس از آن، مرد جوان با کوزه بر روی خاک‌ها آب می‌ریزد (تصویر شماره ۲۰)، شاید کنایه از «آب حیاتی» است که حافظ در شعر خود «واندر آن ظلمت شب آب حیاتم دادند» اشاره می‌کند و البته نقبی به داستان خلقت انسان و آیه «وجعلنا من الماء کل شیء حی» و آب وضو هم هست.



تصویر (۲۰): اذان سال ۱۳۸۹ - آرشبو سازمان صدا و سیما



تصویر (۲۱): اذان سال ۱۳۸۹ - آرشبو سازمان صدا و سیما

در انتها و درحالی که تصویر به صورت کلوزآپ از این گِل گرفته می‌شود، آن را می‌ایستاند، گویی نمادی از خلقت انسان است.

درنهایت گِل را در قالبی ریخته و با برداشتن قالب، مربعی همچون کاشی درمی‌آید و سپس با قلمو مشغول کشیدن نقش و نگار آن می‌شود. در این حال، نور قرمز و زردی از پنجره کناری او، به داخل تابیدن گرفته و دور و بر او کوزه و کاشی چیده شده است که

در مجموع نماد خلقت و آفرینشی است که دارد صورت می‌گیرد (تصویر شماره ۲۱). در این میان، قلم‌مو را در داخل ظرف سفالی حاوی آب می‌زند. این آب با استفاده از نور، درخشندگی و تالو ویژه‌ای یافته و گویی این خلقت (یعنی گِل) که نمادی از خلقت انسان است، درونش آکنده از لطافت و پاکی است (تصویر شماره ۲۲).



تصویر (۲۲): اذان سال ۱۳۸۹ - آرشیو سازمان صدا و سیما



تصویر (۲۳): اذان سال ۱۳۸۹ - آرشیو سازمان صدا و سیما

سپس فرد را در کنار کوره‌ای از آتش نشان می‌دهد، درحالی‌که مشغول نماز است (تصویر شماره ۲۳). کوره آتش همچون سر در مساجد یا محراب، طاق‌مانند است و آتش از میان آن شعله می‌کشد تا تمثیلی باشد از آیه قرآن در هنگامی که خداوند در وادی طور با حضرت موسی (علیه‌السلام) صحبت می‌کند: «هنگامی‌که به سراغ آتش آمد، از کرانه راست دره، در آن بقعه مبارک، از میان یک درخت ندا داده شد که ای موسی! منم خداوند، پروردگار جهانیان» (قصص / آیه ۳۰). تصویر، از نمای متوسط مرد در حال نماز شروع می‌شود و به سمت تصویر کلوزآپ کوره آتش می‌رود، گویی با نماز این نزدیکی به آن آتش در بقعه (تمثیلی از خداوند) ایجاد شده است.

در تصویر بعد، مرد جوان، کاشی آماده شده را نشان می‌دهد، درحالی‌که بر روی آن عبارت «یا حی یا قیوم» حک شده است (تصویر شماره ۲۴) تا نشان از خدایی باشد که «زنده» و «برپاکننده همه‌چیز» است و از خاک، انسان را خلق می‌کند. ضمن آنکه تمثیلی از انسانی که از خاکِ ناچیز به خدا می‌رسد و حتی می‌تواند به مقام «فنا فی الله» برسد. همراهی صدای اذان نیز، تداعی‌گر مسیر «نماز» برای رسیدن به این مقام است.



تصویر (۲۴): اذان سال ۱۳۸۹ - آرشبو سازمان صدا و سیما



تصویر (۲۵): اذان سال ۱۳۸۹ - آرشیو سازمان صدا و سیما

سپس همان کاشی را نشان می‌دهد که در دستان پیرمرد بنایی است و در حال کارگذاشتن آن بر روی دیوار مسجد است تا بر همان معانی پیشین تأکید کرده باشد (تصویر شماره ۲۵). بلافاصله مردمی را نشان می‌دهد که در حال ورود به مسجد هستند و در هنگام ورود، بر همان کاشی دست می‌کشند، درحالی‌که نمای گنبد مسجد نیز از دور نمایان است (تصویر شماره ۲۶). نمای نزدیک از کاشی و نمای دور از مسجد در یک قاب و حرکت افراد از این نمای نزدیک به آن نمای دور، بیانگر مسیری است که انسان برای نزدیکی واقعی به آن معبود حی و قیوم، باید به سمت آن مسجدی رود که نماز در آن اقامه می‌شود.



تصویر (۲۶): اذان سال ۱۳۸۹ - آرشیو سازمان صدا و سیما



تصویر (۲۷): اذان سال ۱۳۸۹ - آرشیو سازمان صدا و سیما

در ادامه همین تصویر، پروانه‌ای را نشان می‌دهد که در حال پرواز به دور همان کاشی‌های مسح شده توسط افراد است تا تمثیلی باشد از همان داستان عاشقی «پروانه و شمع»، گویی نمازگزاران همچون پروانه‌ای هستند که با نماز خود عاشقانه بر گرد محبوب خود پرواز می‌کنند. در واقع نماز را فراتر از عبادت متشرعانه، به سلوک عارفانه

تأویل کرده است.

در نمای انتهایی، با چرخش دوربین به سمت آسمان، تصویری مطلقاً سفید را به نمایش درمی‌آورد (تصویر شماره ۲۷)، تا معنای «فناى فى الله» را تمثیل کند. نور و سفیدی مطلق جایی است که پروانه به‌عنوان نمادی از انسان عاشق، در آن محو می‌شود و آنچه باقی می‌ماند، نور مطلق خداوندی است.

پ) رنگ و نور: تصویرساز در این مجموعه تصویری توانسته به‌خوبی تناسب رنگ‌ها را ایجاد نماید و با استفاده از رنگ‌های روشن همچون سفید، آبی فیروزه‌ای، کرم، زرد و... فضای روحانی و معنوی متناسب با اذان را مهیا سازد. در مواقع لازم نیز با ایجاد درخشندگی و تابندگی به نورهای موجود در تصویر، بر جذابیت تصویر افزوده است. تصویرساز حتی برای اینکه تنوع رنگ‌ها افزایش یابد، اشیایی (مانند کاشی‌هایی به رنگ‌های مختلف) در صحنه قرار داده است تا تصویر زیباتر جلوه کند.

ت) حرکت: در این مجموعه به‌دلیل آنکه در قالب روایت، اذان پخش شده است، حرکت به‌خوبی از تصویری به تصویر دیگر و در خود تصویر، از زاویه‌ای به زاویه دیگر (از نزدیک به دور، از راست به چپ و...) وجود دارد و اساساً ثبات تصویری به‌ندرت مشاهده می‌شود و همین امر موجب جذابیت تصویر و ایجاد حس لازم برای مخاطب شده است.

ث) روایت: در این مجموعه اذان، به‌خوبی توانسته از طریق ساختار روایت، اذان را پیش ببرد. آنچه این اذان را به‌لحاظ روایت متفاوت کرده، وجود روایت تمثیلی به‌جای روایت واقعی و عادی است. این امر موجب شده است که مجاز بودن تصویر بیش از پیش نمایان شود و مجازیت عنصر اصلی روایت گشته است.

ج) لباس، جنسیت و سن: در این مجموعه، یک مرد جوان عنصر اصلی روایت است. مرد جوان که از نظر تیپ و قیافه همچون افراد عادی به نظر می‌رسد، توانسته طیف معمول جامعه را نمایندگی کند. حُسن این انتخاب آن است که به‌سراغ لباس‌های غیرمعمول برای روایت عرفانی نرفته (مثلاً ریش‌های بلند یا لباس‌های سفید خاص)، بلکه از همان تیپ معمول جامعه برای روایت خود استفاده کرده تا بدین ترتیب نشان دهد که سلوک عرفانی نیاز به تیپ یا لباس خاصی نیست.

سن نسبتاً جوان شخصیت اصلی، ضمن آنکه طیف اصلی جامعه جوان را نمایندگی می‌کند، نشانگر آن است که سلوک عرفانی مختص پیران نیست. لباس سفید و شلوار کرم نیز نمادی از پاکی و خلوص اوست. تغییر شخصیت روایت از جوان به پیرمردی که در حال بنایی است، می‌تواند تمثیل از راهی باشد که باید از جوانی تا پیری را برای سلوک عرفانی و عبادت پیمود. درعین حال، یکی از اشکالات این روایت را می‌توان عدم حضور زنان در آن دانست که در نتیجه، جامعه زنان را نمایندگی نمی‌کند.

چ) ترکیب‌های تصویری: زیرنویس یا خود کلمات اذان در این مجموعه تصویر به‌کار نرفته است؛ اما آنچه در این مجموعه می‌توان به‌عنوان ترکیب تصویری مطرح کرد، حرکت از یک تصویر به تصویر دیگر و تداخل تصاویر است که اصطلاحاً به آن برش^۱ می‌گویند (آسابرگر، ۱۳۸۳، ص. ۵۴). این امر ضمن آنکه هم‌زمانی و توالی پی‌درپی روایت را نشان می‌دهد، موجب ایجاد هیجان می‌گردد و تداعی‌گر معانی عرفانی است. علاوه بر این، از تصویر رایانه‌ای پروانه در داخل تصویر اصلی بهره‌برداری شده که به‌نوعی ترکیب تصویری به حساب می‌آید.

ح) تحلیل نهایی: در این مجموعه تصویری، ترکیب بسیار خوبی از سه عنصر تخیل، عقل و حس دیده می‌شود. اولاً، به‌دلیل حرکت‌های مداوم از یک تصویر به تصویر دیگر و در خود تصاویر و همچنین بیان روایت در طول پخش اذان و ترکیب‌های تصویری توانسته به‌خوبی حس لازم را برای مخاطب فراهم کند. ثانیاً، به‌دلیل کاربرد نشانه‌های متعدد در تصاویر نظیر کاشی، کوزه، خاک، کوره آتش، مسجد، آب، طرح‌های اسلیمی در نماهای ساختمان ... و همچنین رنگ‌های معنادار به‌لحاظ نشانه‌ای، توانسته عقل را نیز مدد رسان حسی کند که قرار است به مخاطب منتقل شود. در کنار آن روایتی که ترکیب درستی از واقعیت و مجاز است و می‌توان آن را واقعیتی مجازی دانست، توانسته عنصر خیال را در نزد مخاطب فعال کند تا این عنصر نیز در ایجاد حس لازم برای فضای اذان مدد رسان دو عنصر دیگر باشد؛ لذا این تصاویر، یکی از کامل‌ترین مجموعه‌های تصویری برای اذان به حساب می‌آید.

نتیجه‌گیری

چنانچه ملاحظه شد در طی ۳۰ سال، مجموعه اذان دچار تحولات متعددی به لحاظ تصاویری که همراه آن پخش می‌گردد، شده است و همین امر نشان می‌دهد که اذان با محتوای ثابت با چه مجموعه متنوعی از تصاویر می‌تواند همراه شود. از مجموعه یافته‌ها در مورد تصویرهای همراه اذان در طی سه دهه می‌توان نتایج ذیل را برشمرد:

۱- حرکت: حرکت به عنوان یکی از عناصر اصلی تصویر تلویزیونی بر دو عامل استوار است: یکی حرکت در خود تصویر و دیگری تنوع تصاویر. تحولات نشان می‌دهد که در اذان دهه ۶۰، تنوع تصویر وجود نداشت و عمدتاً با تصاویر ثابت مواجه هستیم؛ اما در همان تصویر ثابت شاهد حرکت هستیم که اذان سال ۱۳۶۳ نمونه چنین اذانی است؛ اما در دهه ۷۰، اذان تنوع تصویری پیدا می‌کند و مخاطب در طول اذان با مجموعه‌ای از تصاویر روبه‌رو است؛ اما خود تصاویر، از حرکت اندکی برخوردار است. از دهه ۸۰ هر دو عامل دچار تحول می‌شوند و شاهد تصاویری همراه اذان هستیم که هم تنوع تصویری متعددی دارند و هم در خود تصاویر، حرکات مختلفی وجود دارد. این مهم در اذان آخر (اذان سال ۱۳۸۹) به خوبی مورد توجه قرار گرفته است. این امر نشان می‌دهد که «حرکت» به عنوان یکی از ویژگی‌های تصویر تلویزیونی به تدریج در تعامل دین و تصویر مورد توجه قرار گرفته، به طوری که افزایش تنوع تصاویر و حرکت در خود تصویر توانسته بهتر و کامل‌تر مفاهیم دینی را بازنمایی کند.

۲- رنگ و نور: در اذان‌های دهه ۶۰ تنوع رنگی محدود و از دو یا سه رنگ بیشتر استفاده نشده است. علاوه بر این بیشتر از رنگ‌های مرده و مات بهره‌برداری شده و لذا جذابیت رنگی وجود ندارد. در اذان دهه ۷۰ تنوع رنگی وجود دارد؛ اما کمتر به نورپردازی پرداخته شده و بیشتر رنگ‌ها مات و مرده است. در دهه ۸۰، تنوع رنگی همچنان وجود دارد، ضمن آنکه اهمیت نورپردازی در تصاویر همراه اذان درک شده و در نتیجه تلاش گردیده از طریق نورپردازی، تصاویر به جهت زیبایی-شناسی، کیفیت بهتری پیدا کند. نشانه‌شناسی رنگ‌ها و همچنین تغییرات آن نشان داد که تنوع رنگ در کنار نورپردازی مناسب می‌تواند معانی دینی را گسترده‌تر و عمیق‌تر به مخاطبان ارائه دهد.

۳- روایت: در حالی که در دهه ۶۰، روایت جایگاهی در اذان نداشت، از انتهای دهه ۷۰، شاهد ورود روایت به اذان هستیم. در ابتدای ورود روایت، شاهد تصویرسازی‌های معادل با مفاهیم اذان هستیم که در نتیجه آن روایت‌های کوتاه کوتاه از مفاهیم اذان شکل می‌گیرد که اذان سال ۱۳۷۹ به صورت انیمیشن تلاش داشت این مفهوم‌سازی را برای اذان ایجاد نماید. در دهه ۸۰، روایت‌های همراه اذان بیشتر در پی روایتی عارفانه و به اصطلاح سمبولیک از حرکت به سمت نماز است؛ لذا بیش از همه با تصاویری مواجه هستیم که با استفاده از نورپردازی و نمادهای دینی در پی نمایش نوعی سلوک عرفانی برای یک فرد است که اذان سال ۱۳۸۹ نمونه بارز چنین رویکردی است. این تغییرات نشان می‌دهد که تا چه اندازه «روایت» می‌تواند مدد رسان بازنمایی مفاهیم دینی در مجموعه‌ای همچون اذان که کاملاً مبتنی بر کلام است، باشد.

۴- لباس، جنسیت و سن: در اذان دهه ۶۰ اساساً نمایش فرد انسانی که اذان برای دعوت او ارائه می‌گردد، وجود نداشت و بیشتر تصاویر سمبولیک بودند. در اذان دهه ۷۰، کم‌کم شاهد حضور فرد انسانی هستیم که البته «مرد» محوریت دارد. با شروع روایت‌های تصویری همراه اذان در دهه ۸۰، این حضور پُررنگ‌تر می‌شود که باز هم «مرد» محور تصویرسازی است. بیشترین گروه سنی نیز، افراد «جوان» هستند که مطابق با حضور بیشتر این نسل در جامعه است. لباس‌ها نیز اکثراً سفید و یا رنگ‌های روشن است تا القای نوعی پاکی در اثر نماز را در مخاطب ایجاد نماید. به‌طور کلی حضور افراد انسانی در تصاویر، از دهه ۸۰ جدی شد؛ اما این حضور نیز بیشتر از آنکه جمعی باشد، فردی بود و بیشتر متمرکز بر مفاهیم انتزاعی است. به بیان دیگر معادل‌سازی تصویری اجتماع‌گرا برای اذان صورت نگرفته است.

۵- ترکیب‌های تصویری: در اذان دهه ۶۰، ترکیب‌های تصویری معدودی وجود داشت. در اذان دهه ۷۰ نیز این ترکیب‌ها به ندرت رؤیت می‌شد؛ اما از دهه ۸۰ اهمیت ترکیب‌های تصویری درک شد و از طریق ترکیب تصویری تلاش شد تا مفاهیم دینی بهتر بازنمایی شود.

۶- نشانه‌های تصویری: در اذان دهه ۶۰، این نشانه‌ها هر چند با امکانات محدود آن

سال‌ها، در تصاویر همراه اذان وجود داشت و تصویرساز خود سعی در ایجاد نشانه در تصویر می‌کرد. در دهه ۷۰ از طریق تصاویری همچون مسجد، گنبد، حوض، چشمه و... این نشانه‌گذاری در تصویر صورت گرفت. در اذان دهه ۸۰ نشانه‌گذاری در تصاویر همراه اذان به صورت حساب شده پُررنگ‌تر شد و به تدریج افزایش یافت. ویژگی نشانه‌ها در تماشای طول سه دهه بیشتر از همه تأکید بر مفاهیم قدسی و انتزاعی دینی است و به عبارت دیگر در پی القای مفاهیم عرفانی (همچون پرواز روح) از طریق نشانه‌ها است؛ بنابراین در تصاویر مربوط به اذان تلاش شده تا نمادهای هنر اسلامی به کار گرفته شود.

۷- اما در هر سه اذان می‌توان نشانه‌های غایب را هم برجسته نمود؛ به عنوان نمونه و همان‌طور که پیشتر گفته شد، «زنان» در تصویرسازی اذان غایب هستند که خود حکایت از «مردسالاری» جوامع دینی دارد. همچنین دینی که در قالب تصاویر ارائه می‌شود، بیشتر دینی «فردگرا» است تا «جمع‌گرا»، چراکه نشانه‌های حضور «جمعی» کم‌رنگ است و این «فرد» است که محوریت دارد و در نهایت «دین فردی عرفان‌گرا» برجسته می‌گردد. از دیگر نشانه‌های غایب در اذان‌ها می‌توان به نشانه‌های «مدرنیته» اشاره کرد. به بیان دیگر در هر سه اذان به گونه‌ای تصویرسازی شده است که انسان شهری مدرن با نشانه‌های مدرن نظیر فناوری‌های نوین غایب است. در اذان دوم نوع لباس و اشیاء حاضر همگی در فضای طبیعت بدوی نظیر کوه، چشمه و... طراحی شده است و در اذان سوم اساساً فرد در بیابان و در فضای خانه‌های قدیمی بازنمایی شده است. نتیجه این گونه تصویرسازی این است که دین را امری مرتبط با سنت و مربوط به گذشته معرفی می‌کند، در حالی که جامعه مدرن شده و رو به آینده در حرکت است. در نتیجه به صورت ناخودآگاه و ناخواسته امر دینی برای جامعه مدرن بی‌معنی می‌گردد.

در هر صورت مجموعه تغییراتی که در طی سه دهه در تصاویر اذان رخ داده است، نشان می‌دهد که تصاویر در ابعاد گوناگون ارتقاء یافته و توانسته به بازنمایی معانی دینی مدد رساند. اگرچه شاید به نظر رسد که پیشرفت فناوری به طور طبیعی موجب کیفیت بهتر تصاویر خواهد شد؛ اما اولاً، بیانگر آن است که در تعامل دین و تصویر، تصویر می‌تواند در خدمت مفاهیم دینی قرار گرفته و حتی در اذان که صرفاً بر کلام استوار

است، می‌توان تصاویر را در جهت بازنمایی بهتر، کامل‌تر و عمیق‌تر معانی دین قرار داد. ثانیاً، تغییرات تصویری در سه دهه نشان می‌دهد که اهمیت بیش از پیش تصویر درک شده و تلاش گردیده از طُرُق گوناگون به کیفیت تصاویر افزوده شود. درعین‌حال این تغییرات نشان می‌دهد که ارائه دین در قالب تصویر قطعاً الزاماتی دارد که چنانچه به آن توجه نشود، می‌تواند به ضد خود تبدیل شود و تصویر را از معانی دینی تهی کند؛ بنابراین در عین اینکه باید الزامات تصویر و به ویژه تصویر تلویزیونی را رعایت نمود، باید بتوان با بهره‌گیری از منابع دینی، تصاویر متناسب با مفاهیم دینی را خلق نمود.

چنانچه تلویزیون بخواهد این مسیر ادامه یابد، نیازمند آن است که تصویرسازی برای اذان را جدی بگیرد و تلاش نماید از همه ظرفیت‌های تصویر جهت بازنمایی بهتر معانی دینی بهره ببرد. در این راستا لازم است تنوع و حرکت تصاویر افزایش یافته، از ترکیب‌های تصویری درست جهت انتقال مفاهیم دینی بهره برده و نشانه‌های دینی مناسب در تصاویر گنجانده شود. همچنین اهمیت روایت علی‌رغم زمان کوتاه اذان درک شده و تنوع رنگ و نور به ویژه با توجه به معانی آن در عرفان اسلامی ارتقاء یابد. علاوه بر این، امروزه انواع حرکت‌های تصویری و تکنیک‌های تصویربرداری بسیار گسترده شده که می‌توان از آنها جهت تصویرسازی مناسب برای اذان بهره برد.

در کنار آن باید به منابع دینی رجوع دوباره‌ای صورت گیرد تا بتوان با بهره‌گیری از آن، مواد لازم برای تولید تصویر مناسب فراهم گردد. در این میان به نظر می‌رسد عرفان، به‌عنوان یکی از ذخایر غنی در باب مفاهیم دینی می‌تواند راهگشا باشد، چراکه بیش از سایر سرچشمه‌های معارف دینی همچون فلسفه، کلام و... به مفاهیم تصویر نزدیک است و امکان خلق تصاویر با کیفیت بهتر را بیش از پیش فراهم می‌سازد و نشانه‌شناسی تصویری اذان نیز همین رابطه را تصدیق می‌کند؛ لذا بهره‌گیری از عرفان در جهت تصویرسازی دینی حداقل برای اذان که به‌طور خاص مفاهیم آن با مفاهیم عرفانی نزدیک است، این مسیر را تسهیل می‌نماید. در کنار آن زیبایی موسیقایی اذان نیز مهم است که می‌توان در جهت ارتقاء آن نیز اقدام نمود.

کتابنامه

- آسابرگر، آرتور (۱۳۸۳). روش‌های تحلیل رسانه‌ها. ترجمه پرویز اجلائی، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- استتی، صلاح (۱۳۷۵). اسلام و تصویر. ترجمه محمدسعید محمصی، نشریه نقد سینما، (۸)، ۷۱-۷۹.
- اعرافی، علیرضا (۱۳۹۰)، *فقه هنر (مجموعه و نقاشی)*. قم: مؤسسه فرهنگی هنری اشراق و عرفان.
- ایول، ژاک (۱۳۹۱). «تعارض دینی میان تصویر و کلمه» در: *جستارهایی در رسانه (ج ۳)* ترجمه افشین خاکباز، قم: دانشگاه ادیان و مذاهب.
- بلخاری قهی، حسین (۱۳۹۰). *فلسفه هنر اسلامی*. تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.
- چندلر، دانیل (۱۳۸۷). *مبانی نشانه‌شناسی*. ترجمه مهدی پارسا، تهران: سوره مهر.
- خالق‌پناه، کمال (۱۳۸۷). *نشانه‌شناسی و تحلیل فیلم: تحلیل نشانه‌شناختی فیلم لاک‌پشت‌ها هم پرواز می‌کنند*. مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۴(۱۲)، ۱۶۳-۱۸۳.
- دالگرن، پیتر (۱۳۸۰). *تلویزیون و گستره عمومی*. ترجمه مهدی شفقتی، تهران: سروش.
- داندیس، دونیس (۱۳۹۳). *مبادی سواد بصری*. ترجمه مسعود سپهر، تهران: سروش.
- دویر، راشل (۱۳۸۸). «اسلامی کردن فیلم» در: *جستارهایی در رسانه (ج ۲)*. ترجمه شاپور عظیمی، قم: دانشگاه ادیان و مذاهب.
- شاپوری، سعید (۱۳۸۰). *تصویر در اسلام*. کتاب ماه هنر، (۳۷ و ۳۸)، ۶۲-۶۳.
- شهبازی، مجید؛ میرزایی، قاسم و محمدی‌کیا، محمد (۱۳۹۱). نقش عناصر طبیعت و نمادپردازی در عرفان و هنر اسلامی. *عرفان اسلامی*، ۸(۳۲)، ۲۲۳-۲۴۱.
- فتح‌الله بیاتی، محمدرضا (۱۳۹۴). *درآمدی بر جذابیت در رسانه دینی: مؤلفه‌های جذابیت دینی در برنامه‌های گفتگومحور تلویزیونی*. تهران: بسیج دانشجویی دانشگاه امام صادق (علیه‌السلام).
- فرامرزی، محسن (۱۳۹۰). مقایسه تطبیقی با رویکرد نشانه‌شناسی آگهی‌های بازرگانی تلویزیونی ایران و شبکه‌های ماهواره‌ای. *مطالعات رسانه‌ای*، ۶(۱۲)، ۹۳-۱۱۸.
- فرجی، مهدی و حمیدی، نفیسه (۱۳۸۵). *بازنمایی زندگی روزمره در خیابان: نشانه‌شناسی کلیپ‌های راهنمایی و رانندگی*. *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، ۲(۵)، ۱۵۹-۱۷۸.

- فهیمی فر، علی اصغر (۱۳۸۸). جستاری در زیبایی‌شناسی هنر اسلامی. فصلنامه پژوهش در فرهنگ و هنر، (۲)، ۷۳-۸۲.
- فیسک، جان (۱۳۸۶). *درآمدی بر مطالعات ارتباطی*. ترجمه مهدی غبرایی، تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- گرنر، جان (۱۳۹۲). *اندیشه‌های انتقادی در مطالعات تلویزیونی*. ترجمه مهدی رحیمیان، تهران: دانشگاه صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.
- لانداپای، نات (۱۳۸۲). «شبکه تجلیات جمعی» در: *بازاندیشی درباره رسانه، دین و فرهنگ*. ترجمه مسعود آریایی‌نیا، تهران: سروش.
- متالینوس، نیکوس (۱۳۸۴). *زیبایی‌شناسی تلویزیون*. ترجمه جمال آل احمد، تهران: اداره کل پژوهش‌های سیما.
- محسنیان‌راد، مهدی (۱۳۸۲). حلقه وصل دین و رسانه‌ها: تشدید ادراک، تقلیل احساس. *روزنامه ایران*، ۹ (۲۶۳۰)، ۱۴ آبان ۱۳۸۲.
- مک‌کوین، دیوید (۱۳۸۴). *راهنمای شناخت تلویزیون*. ترجمه فاطمه کرمعلی و عصمت گیویان، تهران: اداره کل پژوهش‌های سیما.
- مک‌لوهان، مارشال (۱۳۷۷). *برای درک رسانه‌ها*. ترجمه سعید آذری، تهران: مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌های صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.
- مورگان، دیوید (۱۳۹۱)، «تصویر» در: *کلیدواژگانی در باب دین، رسانه و فرهنگ*. ترجمه امیر یزدیان، قم: مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما.
- هوور، استوارت (۱۳۸۶). *از رسانه تا معنا*. ترجمه اسماعیل بشری، فصلنامه رسانه، ۱۸ (۶۹)، ۹۵-۱۱۹.
- یاسینی، سیده‌راضیه (۱۳۹۳). *سیمای پیامبران در سینمای هالیوود و ایران*. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

Grabber, Oleg (2006). *Islamic Art and Beyond*, Hampshire: Ashgate Publishing Limited.

Gross, Larry; Kats, John Stuart & Ruby, Jay (2003). *Image Ethics in the Digital Age*. University of Minnesota Press.

Hocks, Mery E.; Kendrick, Michelle R. (2005). *Eloquent Images: Word and Image in the Age of New Media*. MIT Press.

Howells, Richard (2003). *Visual Culture*. London: Polity Press & Blackwell Publishers Ltd.

Mirzoeff, Nicholas (1999). *An Introduction to Visual Culture*. London:

Routledge.

Mitchell, William John Thomas (2005). *What Do Pictures Want?: The Lives and Loves of Images*. Chicago: University of Chicago Press.

Naef, Silvia (2004). *Y a-t-il une question de l' Image en Islam*. Paris: Teraedre.

References

- Arafi, Alireza (2011). Art Jurisprudence (sculpture and painting). Qom: Eshraq and Irfan Cultural Institute. (In Persian)
- Asa Berger, Arthur (2004). Media Analysis Techniques. Translated by Parvizi Ejlali, Tehran: Media Studies and Research Center. (In Persian)
- Bolkhari Qahi, Hossein (2011). Philosophy of Islamic Art. Tehran: Scientific and Cultural Publishing Company. (In Persian)
- Chandler, Daniel (2008). Semiotics: the Basics. Translated by Mahdi Parsa, Tehran: Sureh Mehr. (In Persian)
- Corner, John (2013). Critical Ideas in Television Studies. Translated by Mahdi Rahimian, Tehran: University of Radio and Television of the Islamic Republic of Iran. (In Persian)
- Dahlgern, Peter (2001). Television and the public sphere. Translated by Mahdi Shafghati, Tehran: Soroush. (In Persian)
- Dondis, Donis (2014). A Primer of Visual Literacy. Translated by Massoud Sepehr, Tehran: Soroush. (In Persian)
- Dwyer, Rachel (2008). "Islamizing the Film" in: Essays in the Media (Vol. 2). Translated by Shapour Azimi, Qom: University Religions and Denominations. (In Persian)
- Ellul, Jacques (2012). "Religious conflict between Image and Word" in: Essays in Media (Vol.3). Translated by Afshin Khakbaz, Qom: University of Religions and Denominations. (In Persian)
- Fahimifar, Ali Asghar (2009). An essay on the aesthetics of Islamic art. Quarterly Journal of Research in Culture and Art, (2), 73-82. (In Persian)
- Faraji, Mehdi, and Hamidi, Nafiseh (2006). Representation of Everyday Life in Street: Semiotics of Rahnamis and Ranandegi Clips. Cultural Studies and Communication, 2 (5), 159-178. (In Persian)
- Faramarzi, Mohsen (2011). A comparative comparison with the semiotic approach of Iranian television commercials and satellite channels. Media Studies, 6(12), 93-118. (In Persian)
- Fathullah Bayati, Mohammad Reza (2015). An introduction to attractiveness in religious media: the components of religious attractiveness in television talk shows. Tehran: Student Mobilization of Imam Sadegh University (AS). (In Persian)
- Fiske, John (2007). Introduction to Communication Studies. Translated by Mahdi Ghabrai, Tehran: Office of Media Studies and Development. (In Persian)
- Graber, Oleg (2006). Islamic Art and Beyond, Hampshire: Ashgate Publishing Limited.
- Gross, Larry; Kats, John Stuart & Ruby, Jay (2003). Image Ethics in the Digital Age. University of Minnesota Press.

- Hocks, Mery E.; Kendrick, Michelle R. (2005). *Eloquent Images: Word and Image in the Age of New Media*. MIT Press.
- Hoover, Stewart (2007). *From Medium to Meaning*. Translated by Ismail Bashari, *Media Quarterly*, 18(69), 95-119. (In Persian)
- Howells, Richard (2003). *Visual Culture*. London: Polity Press & Blackwell Publishers Ltd.
- kheleghpanah, kamal (2008). *Semiotics and Film Analysis: a Semiotic investigation of Turtles Can Fly*. *Journal of Cultural Studies Communication*, 4(12), 163-183. (In Persian)
- Lundby, Knut (2003). *The Web of Collective Representations in: Rethinking Media, Religion, and Culture*. Translated by Masoud Aryainia, Tehran: Soroush. (In Persian)
- Mc Luhan, Marshall (1998). *Understanding Media*. Translated by Saeed Azari, Tehran: Center for Research, Studies and Evaluation of Radio and Television Programs of the Islamic Republic of Iran. (In Persian)
- Mc Queen, David (2005). *Television: A Media Student's Guide*. Translated by Fatemeh Karamali and Ismat Givian, Tehran: General Directorate of Sima Research. (In Persian)
- Metallinos, Nikos (2005). *Television Aesthetics*. Translated by Jamal Al Ahmad, Tehran: General Directorate of Sima Research. (In Persian)
- Mirzoeff, Nicholas (1999). *An Introduction to Visual Culture*. London: Routledge.
- Mitchell, William John Thomas (2005). *What Do Pictures Want?: The Lives and Loves of Images*. Chicago: University of Chicago Press.
- Mohsenian Rad, Mahdi (2003). *The link between Religion and Media: intensifying perception, reducing emotion*. *Iran newspaper*, 9(2630), (5). (In Persian)
- Morgan, David (2012). *Image in: Key Words in Religion, Media and Culture*. Translated by Amir Yazdian, Qom: Center for Islamic Research of Radio and Television. (In Persian)
- Naef, Silvia (2004). *Y a-t-il une question de l' Image en Islam*. Paris: Teraedre.
- Shahbazi, Majid; Mirzaei, Qasem & Mohammadi Kia, Mohammad (2012). *The Role of Natural Elements and Symbolism in Islamic Arts and Sufism*. *Islamic mysticism*, 8(32), 223-241. (In Persian)
- Shapouri, Saeed (2001). *Image in Islam*. *Book of Art Month*, (37 & 38), 62-63. (In Persian)
- Steti, Salah (1996). *Islam and Image*. Translated by Mohammad Saeed Mohasesi, *Naqd Cinema Magazine*, (8), 71-79. (In Persian)
- Yasini, Seyedeh Razieh (2014). *The Image of the Prophets in Hollywood and Iranian Cinema*. Tehran: Research Institute of Culture, Art and Communication. (In Persian)