

دین است در قالب نمایش، دوم معاشرت با مردم که علماً معمولاً بخشی از وقت خود را صرف این کار می‌کنند و سوم هم گردهمایی‌ها در مساجد و تکیه‌هاست که نوع بیان رفتاری در رسانه‌های سنتی را شامل می‌شود.

### پرداخت رسانه‌های مدرن به دین

اما رسانه‌های مدرن در چهار بخش به بیان دین می‌پردازند:

گفتاری-نوشتاری-شنیداری-دیداری  
بیان گفتاری مثل روایت و قصه‌گویی، مثل یک گفت و گوی دینی که دین را در رسانه‌های جدید به نمایش می‌گذارند.

بیان نوشتاری مثل کتاب، شعر، انواع ادبیات داستانی، مطبوعات، اعلامیه‌های دینی که اینها بیان نوشتاری دین در رسانه‌های جدید است. بیان شنیداری مثل رادیو، نرم‌افزارهای صوتی، پادکست، موسیقی‌های مذهبی. اینها بیان شنیداری دین در رسانه‌های جدید است.

و بیان دیداری که خاصه در رسانه‌های جدید اتفاق می‌افتد شامل هنرهای تجسمی، هنرهای نمایشی، هنرهای تصویری، نرم‌افزارهای رایانه‌ای که اینها بیان دیداری دین در رسانه‌های مدرن هستند.

و اما مسئله بعدی ساختارهای بیان دین در رسانه است. دو گانه‌ای که اینجا مطرح می‌شود این است که ساختارهای ما مستقیم باشد یا غیرمستقیم. یعنی دین را به صورت مستقیم و بی‌پرده عرضه کنیم یا به صورت غیرمستقیم و کادوبیچ شده!

بیان مستقیم دین مثل سخنرانی دینی، مناظره دینی و مسابقه دینی. اکثر برنامه‌های معارفی امروز تلویزیون ما در این دسته هستند. یعنی به بیان مستقیم امر دینی می‌پردازند. مثل حسینیه معلی و باقی برنامه‌های ماه رمضان و ماه محرم. اما نکته‌ای که اینجا مطرح است این است که در رسانه‌های سنتی، بیان مستقیم دین بیشتر کاربرد داشته و حالا با گسترش رسانه‌های مدرن که در ذات خود نوعی بیان پوشیده و غیرمستقیم را دارند، ما هم باید به سمت بیان غیرمستقیم دین برویم. بیان غیرمستقیم در رسانه یعنی چه؟ یعنی شیوه‌های هنری برای بیان دین مثل قصه‌گویی استفاده کنیم. برنامه‌های تریکبی، تله‌تئاتر، تله‌فیلم، مجموعه‌های تلویزیونی، فیلم سینمایی و... که به صورت غیرمستقیم مباحث غیردینی ما را ارائه می‌دهد.

### اولویت بیان غیرمستقیم دین به جای بیان مستقیم

امروزه باتوجه به گسترده‌گی رسانه‌های مدرن و فضای اجتماع، بیان غیرمستقیم دین با همان «به غیرالسنتم» برای بیان دین بسیار بهتر از بیان مستقیم دین است که ممکن است گاردی را در مخاطب ایجاد کند. می‌گویند در اوایل انقلاب یک کارگردانی

مجازی و در بستر تلفن‌های همراه امروزه بسیار استفاده می‌شود در تقسیم‌بندی دین دیجیتال قرار می‌گیرد. دین دیجیتال یعنی چه؟ یعنی دین همراه خود افراد باشد. دیگر به جای اینکه به صورت هفتگی به کلیسا برویم تا مراسم دعاخوانی اجرا شود، همه این دعاها کلیسا همراه ما باشد. اصطلاحاً «دین همراه خود» که این دین همراه خود نوعی دین رسانه‌ای است که تمام قرآن و مفاتیح و ادعیه در یک بسته همراه به نام موبایل قرار می‌گیرد که در اینجا دین در ابزار موبایل در حال خودنمایی است.

### بیان دین در رسانه

در رسانه‌های مختلف، بیان دین چگونه اتفاق می‌افتد؟

رسانه‌ها را به صورت عام می‌توانیم به دو دسته تقسیم کنیم: رسانه‌های سنتی و رسانه‌های مدرن.

در رسانه‌های سنتی بیان دین به صورت مشخصی است اما در رسانه‌های مدرن، بیان دین به انواع مختلفی دسته‌بندی می‌شود.

رسانه‌های سنتی چگونه می‌توانند بیان دین داشته باشند؟

در سه شکل: بیان گفتاری، بیان نوشتاری و بیان رفتاری

بیان گفتاری خود انواع مختلفی دارد: موعظه و خطابه، پرسش و پاسخ، مناظره، آموزش، منبر، روضه‌خوانی و مداحی، امر به معروف و نهی از منکر و... که همه اینها بیان گفتاری دین در رسانه‌های سنتی است.

بیان نوشتاری نیز انواع مختلفی دارد مثل: کلام وحی، کلام معصوم، قرآن، احادیث، ادعیه و... که بیان نوشتاری دین در رسانه‌های سنتی است.

بیان رفتاری نیز به سه دسته کلی تقسیم می‌شود: اولی تعزیه است که نوعی بیان رفتاری

تحمیل می‌کند. برای همین عده‌های معتقد هستند که دینی که از رسانه‌ها پخش می‌شود، لزوماً دین واقعی نیست. این نکته مهمی است. دین رسانه‌ای، یعنی دینی که از رسانه‌ها پخش می‌شود، دین واقعی نیست. دین دستکاری شده است که توسط خلاقیت‌های هنری و رسانه‌ای بازنمایی می‌شود برای مخاطب.

### انواع دین رسانه‌ای

حالا خود دین رسانه‌ای را هم به دو بخش تقسیم می‌کنند:

یکی دین آنلاین. مثلاً کلیسای آنلاین که در دوران کرونا مراسمات مذهبی‌شان را به صورت آنلاین و تلویزیونی پخش می‌کردند. این نوعی دین آنلاین است. هیئت آنلاین که الان به صورت برخط هیئت‌ها را بررسی می‌کنند. این نوعی دین رسانه‌ای است. یعنی اقتضائات رسانه دارد خودش را بر دین تحمیل می‌کند. این تعریف ادبیات خاص خودش را دارد. مثلاً وقتی شما در مجلس روضه حضور دارید، فضا و اتمسفر به نحوی است و وقتی یک مراسم سخنرانی را از تلویزیون مشاهده می‌کنید یا یک روضه را در ماشین گوش می‌دهید، متفاوت است. این اقتضائات خاص رسانه‌ای اجازه نمی‌دهد که روضه به همان صورت تمام و کمالی که در مجلس عزاروی شما اثر می‌گذارد، مؤثر واقع شود.

شنیدن روضه از طریق رسانه‌های جمعی تا در مجلس عزاداری بسیار متفاوت است.

شنیدن خطبه اگر در همان مجلس باشید نوعی رسانه گرم است و اثرگذاری بالایی دارد اما اگر همان خطبه در تلویزیون پخش شود، تبدیل به رسانه‌ای سرد می‌شود و اجازه ارتباط گیری به همان نحو حضوری را نمی‌دهد.

بخش دیگری از دین رسانه‌ای، دین دیجیتال است. دینی که امروزه در شبکه‌های



**مسئله بعدی ساختارهای بیان دین در رسانه است. دو گانه‌ای که اینجا مطرح می‌شود این است که ساختارهای ما مستقیم باشد یا غیرمستقیم. یعنی دین را به صورت مستقیم و بی‌پرده عرضه کنیم یا به صورت غیرمستقیم و کادوبیچ شده!**

