



آسیب‌شناسی برنامه‌های گفت‌وگومحور دینی تلویزیون

این پژوهش در سال ۱۳۹۸ توسط زهرا ترکاشوند انجام‌شده و ناشر آن پژوهش پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات است.

روش پژوهش

روش این پژوهش کیفی و برمبنای مصاحبه عمیق است. همچنین مصاحبه‌شوندگان بینندگان سنین ۱۸ تا ۲۸ سال این برنامه‌ها بوده‌اند. (صفحه ۳)

ضعف‌های عمده برنامه‌های گفت‌وگومحور دینی از سوی جوانان

جذابیت، حلقه گمشده برنامه‌های معارفی: یکی از بزرگ‌ترین و ملموس‌ترین آسیب‌های برنامه‌های گفت‌وگومحور دینی، کسالت‌بار بودن این برنامه‌ها در نگاه کلی است. زمانی که از مخاطبان دلیل بیان این آسیب پرسیده شد، نداشتن جذابیت در اجزای مختلف آنها را اصلی‌ترین دلیلشان در انتخاب نکردن این برنامه‌ها برشمردند. طبق گفته یکی از مخاطبان جذابیت، نتیجه خلاقیت است. استفاده بی‌رویه از یک قالب، دکور و شیوه ارائه کلیشه‌ای و بی‌توجهی به تأثیر عناصر بصری در اغلب برنامه‌های گفت‌وگومحور دینی در سالیان متمادی، عامل اصلی کاهش جذابیت این برنامه‌ها و در نتیجه، کاهش مخاطبان آنها شده است. (صفحه ۷)

محدود کردن گستره وسیع مخاطبان به یک قشر خاص: بسیاری از مخاطبان جوانی که با آنان مصاحبه شد، چه افرادی که کمتر دغدغه فراگیری دین و آموزه‌های آن را داشتند و چه علاقه‌مندان به فراگیری مفاهیم دینی، همگی با این مسئله موافق بودند که برنامه‌های گفت‌وگومحور دینی اغلب طبق سلیقه قشر مذهبی جامعه تهیه و تدوین می‌شوند. از دید مخاطبان جوان، هدف از ساخت این برنامه‌ها بیشتر تکمیل و تقویت زمینه‌های اعتقادی یک قشر خاص است و متأسفانه جذب مخاطبان به صورت حداکثری صورت نمی‌گیرد و این برنامه‌ها بیشتر مطلوب یک طیف علاقه‌مند به آگاهی از معارف دینی تحت هر شرایطی است. به عبارت دیگر، خواست و نیاز دیگر اقشار جامعه با سطح اعتقادی و دین‌داری متفاوت در ساخت این برنامه‌ها لحاظ نمی‌شود. (صفحه ۸ و ۹)

آسیب‌های مرتبط با فرم و ساختار برنامه‌های گفت‌وگومحور دینی

قالب برنامه‌های گفت‌وگومحور: یکی دیگر از دلایل بی‌میلی جوانان به تماشای برنامه‌های گفت‌وگومحور دینی، فقط قالب این برنامه‌ها است به طوری که بسیاری از آنان از وجود یک گفت‌وگوی کاملاً یک‌طرفه از سوی کارشناس ابراز نارضایتی می‌کنند. به عبارت دیگر در این برنامه‌ها، گفت‌وگوی رسانه‌ای به معنای واقعی آن اتفاق نمی‌افتد و

مجری بیشتر نقش اداره‌کننده زمان‌بندی برنامه را دارد و کارشناس با این پیش‌فرض که باید درباره موضوعی فقط نظرهای خود را بیان کند در برنامه‌ها حضور می‌یابد. (صفحه ۹ و ۱۰) به این ترتیب، یکی از دلایل اصلی بی‌میلی جوانان به برنامه‌های گفت‌وگومحور دینی را می‌توان قالب این برنامه‌ها بیان کرد. فقدان تنوع بصری، الگوی فیلم‌برداری یکنواخت و دکورهای ساده و کلیشه‌ای و ساختار یک‌طرفه گفت‌وگوها و همچنین سکون و بی‌حرکی عوامل جلوی دوربین در برنامه‌های گفت‌وگومحور دینی، واپس رفتن مخاطب جوان و پرانرژی را در پی دارد. (صفحه ۱۰)

ضعف‌های بیان‌شده در مورد عملکرد مجری برنامه: اگرچه مخاطبان جوان برنامه‌های گفت‌وگومحور دینی از چهره محبوب، متانت، پوشش مناسب، خوش‌رویی، تواضع و آرامش بیشتر مجریان ابراز رضایت کردند، اما طبق انتظاراتی که در مصاحبه‌ها ابراز داشتند، این ویژگی‌ها بیشتر برای مخاطبان میان‌سال مناسب است و در جذب مخاطبان جوان به این برنامه‌ها تأثیر چندانی نداشته‌اند. (صفحه ۱۱)

ویژگی‌های ظاهری مجری: از مهم‌ترین ایرادهایی که مخاطبان جوان به تولیدکنندگان برنامه‌های گفت‌وگومحور دینی وارد دانستند، بی‌توجهی به معیارهای جوانان نسل امروز هنگام انتخاب مجری این برنامه‌ها بود. از دید بسیاری از مخاطبان، مجریان حال حاضر برنامه‌های گفت‌وگومحور دینی برای ایشان مطلوب نیستند. یکی از مخاطبان در این باره از جذابیت مجری‌ای مانند احسان علیخانی برای جوانان یاد می‌کند و دیگر نیز با اشاره به یکی از مجریان برنامه‌های گفت‌وگومحور دینی می‌گوید: «دیدن برنامه افرادی مثل علی درستکار برای من جذاب نیست. مجری پیرمردهاست. طرز لباس پوشیدنش هم مناسب تلویزیون نیست، نباید این‌طور باشد. در کل، شخصیت آرامی دارد و این برایم خسته‌کننده است» (صفحه ۱۲) از دید جوانان بیشتر مجریان حاضر در برنامه‌های گفت‌وگومحور دینی از مهارت‌های لازم برای جذب مخاطب حداکثری برخوردار نیستند. (صفحه ۱۳)

مؤلفه‌های موردنیاز در اجرای موفق

داشتن دانش کافی: از دید مخاطبان جوان، میزان اشراف مجریان بر موضوع، درجات مختلفی دارد. به این معنا که بعضی از مجریان دارای اطلاعات خوبی درباره موضوع هستند، اما میزان دانش برخی دیگر به حدی نیست که جسارت کافی به ایشان برای حضور فعال در بحث بدهد. (صفحه ۱۵)

توانمندی در مدیریت زمان برنامه و بحث: از منظر مخاطبان آنچه در برنامه‌های گفت‌وگومحور دینی دیده شده، این است که مجریان این برنامه‌ها اغلب در مدیریت زمان موفق بوده‌اند اما ورود نابجای مجری در کلام کارشناس با خواندن پیامک‌ها یا ایجاد مغالطه با سؤال‌های انحرافی از دیگر آسیب‌های مطرح‌شده از سوی مخاطبان جوان بود. (صفحه ۱۶)

علاقه و انگیزه کافی برای اجرا: یکی دیگر از دلایل گرایش نداشتن مخاطبان به برنامه‌های گفت‌وگومحور، انفعال مجریان و سرسری گرفتن مسئولیت مجری‌گری است. یکی از مخاطبان در این باره چنین توضیح می‌دهد: «گاهی اوقات این‌طور به نظر می‌رسد که مجری در حال بازی کردن نقش یک مجری در جلوی دوربین است و فقط برای رفع تکلیف در جایگاه شغلی، در برنامه حضور می‌یابد و مقابل کارشناس می‌نشیند.» (صفحه ۱۷)

حضور قشر روحانی در رسانه ملی از نگاه مخاطب جوان: به اعتقاد بیشتر افراد نمونه، این حقیقتی انکارناپذیر است که بهترین اشخاصی که صلاحیت پاسخگویی به سؤال‌ها و دغدغه‌های دینی افراد جامعه را دارند، قشر روحانی هستند اما از منظر مخاطبان این فرد باید هم‌زمان به علوم ارتباطات و رسانه نیز آگاهی کامل داشته باشد. با این حال، بخشی از مصاحبه‌شوندگان با حضور میهمان روحانی در برنامه‌های تلویزیون مخالفت داشتند. آنها بابت این که سخنان این قشر از کارشناسان به طور حتم مفید است، اما حضور روحانیان در تلویزیون همیشه به یک شکل بوده، دیگر مشتاق به دیدن برنامه‌هایی که میهمان روحانی دارند، نیستند. حتی میان مخاطبان جوان دغدغه مند دین نیز افرادی بودند که از حضور یکنواخت کارشناسان روحانی خسته شده‌اند. (صفحه ۱۹ و ۲۰)

ارزیابی دین بر اساس رفتار شخص روحانی: مسئله دیگری که منجر به استقبال نکردن مخاطبان، به ویژه مخاطبان نسل جوان از روحانیان می‌شود، سوء رفتارهایی به شمار می‌رود که از برخی از روحانیان دیده شده است. بعضی از افراد جامعه دست به تعمیم این رفتارها به کل جامعه روحانیت می‌زنند. (صفحه ۲۱) همچنین اشاره به یک مسئله که توسط برخی از مخاطبان مطرح شد، مهم به نظر می‌رسد و آن خودبزرگ‌بینی برخی از روحانیان در مقابل قشر کمتر مذهبی جامعه است. برخی از پاسخگوییان گفته‌اند که ایشان خیلی از بالا به مردم نگاه می‌کنند. عامل سومی که منجر به ایجاد حس بی‌اعتمادی به قشر روحانی در مخاطبان جوان شده است، بیان سخنان بحث‌برانگیز و غیر مرتبط با موضوع برنامه، به ویژه دخیل کردن مسائل سیاسی جامعه حین بحث درباره موضوعات دینی است. (صفحه ۲۲)

آسیب‌های ناشی از فن بیان کارشناس: استفاده از زبان ثقیل و سنگین، آسیب دیگری است که مخاطبان به فن بیان کارشناسان دینی نسبت دادند. به طوری که مطالب گفته شده در برنامه در سطحی برای غیر از مدرسان و دانشجویان الهیات قابل درک نیست. (صفحه ۲۲)

آهنگ صدا و لحن کارشناس: بیشتر پاسخگوییان فن بیان کارشناسان مدعو در برنامه‌های گفت‌وگومحور دینی را مطلوب نمی‌دانستند. به این دلیل که کارشناسان برنامه‌های گفت‌وگومحور دینی بیشتر از قشر روحانیان هستند، اغلب دارای سبک‌رفتاری و گفتاری یکسان‌اند. (صفحه ۲۳) همچنین بعضی از جوانان به لحن موعظه گونه کارشناسان واکنش نشان داده و می‌گفتند «ما از نصیحت خوشمان نمی‌آید.» (صفحه ۲۴)

اختلاف سنی بالا میان مخاطب و کارشناس: عامل دیگری که مانع از ایجاد شورونشاط در کلام کارشناس می‌شود، سن اوست. طبق شواهد امر، غالب کارشناسان دینی را افراد مسن تشکیل می‌دهند. این افراد به دلیل کهولت سن و کم‌توانی نمی‌توانند پرنانرژی ظاهر شوند. (صفحه ۲۴)

آسیب‌های ناشی از ضعف کارشناس در برقراری ارتباط مؤثر و موفق: یکی از ایرادهایی که مخاطبان جوان به میهمانان برنامه‌های گفت‌وگومحور دینی وارد دانستند، استفاده محدود از کارشناسان محبوب و سرشناس میان جوانان است. آسیب دیگری که در رابطه با کارشناسان دینی مطرح شده، ضعف این قشر در برقراری ارتباط مؤثر با مخاطبان تلویزیونی است. به خدمت گرفتن روحانیانی که از کار در رسانه تلویزیون و مقتضیات آن بی‌اطلاع باشند، آسیب بزرگی به برنامه‌ها وارد می‌کند. (صفحه ۲۶ و ۲۷)

عدم توانایی کارشناس در اقناع مخاطب: از نگاه مخاطبان بیان مطالب بدون ذکر منابع و مستندات بحث، نقش بسزایی در سلب اطمینان مخاطب از مطالب گفته شده دارد. استفاده اندک بعضی از کارشناسان از تمثیل و ضعف در بیان ادله کافی برای اقناع بهتر و بیشتر جوانان و تکیه بر زبان فنی و ثقیل به منظور نشان دادن میزان علم و دانش خود از عمده آسیب‌های روش کارشناسان در توضیح مفاهیم دینی است. طفره رفتن در پاسخگویی به شکل واضح، تمرکز بیش از اندازه بر بعد اندازی دین و سخن گفتن با مخاطب به زبان تهدید، استفاده از لحن تند و دستوری، پاسخ‌های سطحی و کوتاه و ناتوانی در ارائه راهکار مناسب با شرایط فرد سؤال‌کننده از دیگر آسیب‌های کارشناس، هنگام بیان مطالب است. اعمال جهت‌گیری‌های شخصی کارشناسان موضوع دیگری در عدم توانایی کارشناسان در اقناع مخاطب است. (صفحه ۲۷، ۲۸ و ۲۹)

تحلیل موضوعات با موضع سخت‌گیرانه و رادیکال: یکی دیگر از راه‌های انتقال محتوای دینی به جوانان، طبق گفته یکی از مخاطبان، ایجاد رابطه عاشقانه بین جوان و خداوند است. معرفی یک دین خشک و بدون استدلال و منطق که در صورت سرپیچی از دستورات الهی عاقبت خوفناکی پیش روی افراد خواهد بود، برای قشر جوان پیش

آسیب‌های ناشی از محتوای برنامه‌های گفت‌وگومحور دینی

کاربردی نبودن محتوا برای نسل جوان: از نگاه جوانان مخاطب، بزرگ‌ترین آسیبی که در محتوای برنامه‌های گفت‌وگومحور دینی دیده می‌شود، کاربردی نبودن آن برای نسل جوان است. از نگاه آنها، شاید دانستن بسیاری از مطالبی که در این برنامه‌ها مطرح می‌شود، فی‌نفسه خوب باشد، اما متأسفانه این موضوعات جزء دغدغه‌ها یا نیازهای دینی جوانان نیستند. (صفحه ۳۲)

نپرداختن به مسائل مبتلابه جوانان: با توجه به نظرهای افراد نمونه، برنامه‌های گفت‌وگومحور به مسائل مبتلابه جوان نمی‌پردازند تا موجب جلب‌توجه مخاطبان جوان شوند. (صفحه ۳۳) موضوع دیگر در این بحث محافظه‌کارانه عمل کردن رسانه ملی در بیان آسیب‌های منبعث از ضعف دین‌داری که متوجه نسل جوان است مانند شیطان‌پرستی، رابطه نامشروع و همجنسبازی و گرایش به دین مسیحیت به دلیل ترس از گسترش بیشتر آنها، یک رویکرد انفعالی است. (صفحه ۳۴)

انتخاب موضوعات سنگین برای درک مخاطب: بحث درباره علائم ظهور، سیره اخلاقی امامان و انبیاء، قواعد رعایت شده در قرآن کریم و تدبر در آیات قرآن، همگی مباحثی ارزشمند و مفید هستند، اما برای نسل جوان کمتر علاقه‌مند به مباحث دینی، این مباحث جاذبه و کشش لازم را ندارد و بیشتر برای تقویت دانسته‌های افراد مذهبی و دغدغه‌مند جذاب هستند. (صفحه ۳۶)

گفت‌وگوهای یکنواخت و کلیشه‌ای، آسیبی دیرینه: شاید تنها آسیبی که تمام مخاطبان مصاحبه‌شونده به‌نوعی به آن اشاره داشتند، شیوه یکنواخت و بدون جذابیت ارائه محتوا در برنامه‌های گفت‌وگومحور دینی است. (صفحه ۳۶)

بی‌توجهی به اهمیت عناصر بصری و دکور مناسب، آسیبی محرز: در حوزه عناصر بصری، برنامه‌های گفت‌وگومحور دینی همچون بخش شیوه ارائه محتوا، شاهد استفاده بی‌رویه از یک الگوی مشابه در ساخت دکورهای برنامه‌های گفت‌وگومحور دینی هستیم. از طرف دیگر، استفاده از فضاهای بسته و کوچک برای تولید برنامه‌ها، استفاده از اشیای بی‌کیفیت و همچنین وجود عناصر نامأنوس در دکور، بی‌توجهی به چیدمان اصولی اشیاء و صحنه‌آرایی، استفاده از رنگ‌های سرد و بی‌روح و به‌طورکلی، نادیده گرفتن اهمیت جذابیت‌های بصری در برنامه‌های گفت‌وگومحور دینی از عمده آسیب‌های مطرح‌شده از سوی مخاطبان جوان این برنامه‌ها است. (صفحه ۳۹)

سایر عوامل مؤثر بر عدم اقبال برنامه‌های گفت‌وگومحور دینی

مشکلات اقتصادی افراد: در مصاحبه‌های انجام‌شده، مشکلات اقتصادی از بارزترین موانعی بودند که مخاطبان از آنها به‌عنوان عاملی در بی‌انگیزگی، خستگی و بی‌حوصلگی برای تماشای چنین برنامه‌هایی معرفی کردند. بعضی دیگر از جوانان به بیکاری و شرایط سختی که برای فراهم کردن زندگی وجود دارد، اشاره می‌کردند و بی‌علاقگی به این‌گونه برنامه‌ها را به این شکل توجیه می‌نمودند. (صفحه ۴۳)

مسائل سیاسی و سوگیری‌های متفاوت افراد: وقتی برنامه‌ای دینی پخش می‌شود، چون در کشور ما اعتقاد بر این

است که دین از سیاست جدا نیست، بیشتر افراد تولید این برنامه‌ها را تحت تأثیر سیاست و حکومت می‌دانند؛ بنابراین به راحتی آنچه را که در قالب دین گفته می‌شود، نمی‌پذیرند. مخاطب جوان همواره این ظن بد را دارد که دین بی‌طرفانه ارائه نشده و طبق سیاست‌های حکومت و دولت ویرایش شده و بیان گردیده است. (صفحه ۴۴)

پیشرفت علم و فناوری: بسیاری از جوانان سنین ۱۸-۲۸ به‌طور کلی بیننده تلویزیون نیستند و از این رسانه حتی برای سرگرمی و تفریح استفاده نمی‌کنند. رسانه‌های دیگر به دلیل برخورداری از جذابیت بالا و همچنین دسترسی نامحدود و همیشگی به اطلاعات در هر زمان که مخاطب اراده کند، جایگزین برنامه‌های تلویزیونی شده‌اند که مخاطب مجبور بود در زمان مشخص پیام آنها را دریافت کند. (صفحه ۴۴)

مشاهده تناقض میان دین و رفتار دین‌داران: بیشتر افراد جامعه دین را با دین‌دار می‌سنجند؛ بنابراین با دیدن افراد متدین حین ارتکاب گناه، نسبت به کل قشر مذهبی جامعه بدبین می‌شوند. در اصل مخاطب جوانی که با تعدد برنامه‌های گفت‌وگومحور دینی روبه‌روست، انتظار مشاهده سوء رفتارهای متعدد را از مدعیان این امر ندارد. (صفحه ۴۵)

دید منفی به قشر روحانیت: چون یکی از شعارهای جامعه اسلامی آرمانی، جدا نبودن دین از سیاست است، مخاطبان بر این عقیده‌اند که هر آنچه بر زبان قشر روحانی جاری می‌شود، سیاستی در پس آن نهفته است. در ایجاد ذهنیت منفی نسبت به قشر روحانی، نقش تعیین‌کننده بستر خانوادگی فرد را نباید نادیده گرفت. (صفحه ۴۶)

عدم گرایش جوانان به دین آموزی: از عوامل متفرقه دیگر که در انتخاب نکردن برنامه‌های گفت‌وگومحور دینی از سوی جوانان با آن مواجه هستیم، بی‌میلی نسل جوان به دریافت محتوای دینی است. علاوه بر تبلیغات سوء علیه قشر روحانی، تهاجم فرهنگی غرب نیز در سرد کردن مخاطبان و دین‌گریزی آنها خیلی مؤثر بوده است. (صفحه ۴۷)

نتیجه‌گیری

طبق نتایج حاصل از این پژوهش، مهم‌ترین دلایل بی‌میلی جوانان به برنامه‌های دینی قالب نامناسب، محتوای نامرتب با نیازهای واقعی مخاطبان نسل جوان و شیوه ارائه یکنواخت و کلیشه‌ای آن است. با توجه به یافته‌های پژوهش، می‌توان افراد نمونه در پژوهش را به دو گروه تقسیم کرد: گروه اول، مخاطبان جوانی هستند که علاقه‌مند به دانستن معارف دین می‌باشند و افزایش معلومات دینی از دغدغه‌های اصلی ایشان است. این گروه از مخاطبان به راحتی در صورت ارائه محتوای به‌روز و کاربردی توسط یک کارشناس توانمند در فن بیان و بلاغت، جذب این برنامه‌ها می‌شوند.

دسته دوم، مخاطبانی هستند که به دلایل مختلفی دریافت محتوای دینی جزء اولویت‌های اصلی‌شان نیست. طبق یافته‌های این پژوهش، بیشتر مخاطبان جوان مصاحبه‌شونده طی پژوهش، جزء دسته دوم بودند. پس فرایند جذب ایشان به تماشای این برنامه‌ها به آسانی امکان‌پذیر نیست؛ بنابراین می‌توان آنها را جزء مخاطبان سرسخت دسته‌بندی کرد و نتیجه گرفت که مخاطب نسل جوان به پذیرش آنچه تحت عنوان برنامه‌های گفت‌وگومحور دینی ارائه می‌شود، اکراه دارد، مگر آنکه حداقل یکی از پنج انگیزه اصلی مخاطب فعال که فرانک بیوکا در سال ۱۹۸۸ معرفی کرد؛ یعنی گزینش‌گری، مشارکت، هدف‌گرایی، فایده‌گرایی و درگیری ذهنی با محتوا در او وجود داشته باشد. (صفحه ۴۹)