



آسیب شناسی تبلیغات هنری در مواجهه با جنبش های معنوی

پدیدآورده (ها) : گودرزی، پریسا

ادیان، مذاهب و عرفان :: مطالعات معنوی :: بهار و تابستان 1393 - شماره 11 و 12

From 55 to 74

آدرس ثابت : <https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/1260842>

دانلود شده توسط : دفتر رصد موسسه بهداشت معنوی

تاریخ دانلود : 23/04/2019

مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی (نور) جهت ارائه مجلات عرضه شده در پایگاه، مجوز لازم را از صاحبان مجلات، دریافت نموده است، بر این اساس همه حقوق مادی برآمده از ورود اطلاعات مقالات، مجلات و تألیفات موجود در پایگاه، متعلق به "مرکز نور" می باشد. بنابر این، هرگونه نشر و عرضه مقالات در قالب نوشتار و تصویر به صورت کاغذی و مانند آن، یا به صورت دیجیتالی که حاصل و بر گرفته از این پایگاه باشد، نیازمند کسب مجوز لازم، از صاحبان مجلات و مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی (نور) می باشد و تخلف از آن موجب پیگرد قانونی است. به منظور کسب اطلاعات بیشتر به صفحه [قوانین و مقررات](#) استفاده از پایگاه مجلات تخصصی نور مراجعه فرمائید.



پایگاه مجلات تخصصی نور

www.noormags.ir

آسیب‌شناسی تبلیغات هنری در مواجهه با جنبش‌های معنوی

پریسا گودرزی*

چکیده

در کنار عصر ارتباطات و امانیسم، عصر کنونی را عصر «معنویت» نیز نام نهاده‌اند. می‌توانیم آن را عصر تبلیغات معنوی نیز بنامیم. در این معرکه‌ی بزرگ که بنا بر روایت پیتر کلارک^۱، بیش از سیصد فرقه و گروهک دینی و معنوی به تبلیغ و ترویج عقاید و اصول فکری و تعالیم معنوی خود مشغولند، آنچه مسلم است این است که تعدد فرقه‌ها و تنوع کیش‌های مذهبی، حاکی از نیاز همیشگی بشر به دین، معنویت و تنوع‌طلبی او در این زمینه است. شیوه‌ی معرفی هر کیش معنوی یا دینی و به عبارت دیگر، مسئله «تبلیغات» از مهم‌ترین علل تعیین‌کننده در میزان گرایش افراد به سمت فرقه و کیش است. نگارنده در این مقاله قصد دارد بر اهمیت و سهم هنر، چه در معنای قبل از دوران مدرن و چه در معنای امروزی آن به‌ویژه بر هنر ادبیات (شامل: داستان، نمایشنامه، فیلمنامه) و هنرهای ترسیمی (که نقاشی اهم آنها است) و هنرهای نمایشی (شامل: فیلم، سینما و تئاتر) در تبلیغات دینی تأکید کند و ضرورت همکاری هنرمندان و مبلغان دینی را در توسعه و تعمیق گرایش‌های دینی روشن کند. همچنین نگارنده می‌کوشد نشان دهد

* دکترای عرفان اسلامی پژوهشکده امام خمینی و انقلاب اسلامی، p.goudarzi@yahoo.com

تاریخ ورود: ۹۴/۵/۲۰ تاریخ تأیید: ۹۵/۲/۳

1. Peter B. Clarke.

که چگونه همسویی دوا ابزار هنر و تبلیغ به ترویج گسترده‌ی جنبش‌های نوپدید دینی منجر شده و چگونه غفلت متولیان دینی-فرهنگی جامعه‌ای اعم از مبلغان و هنرمندان آسیب‌هایی گزنده به بدنه‌ی دینی و فرهنگی جامعه وارد ساخته است.

واژگان کلیدی: هنر، تبلیغات، مبلغان دینی، هنرمندان، جنبش‌های نوپدید دینی.



مقدمه

در این امر تردیدی نیست که برخورداری از چشم ظاهری برای درک جهانی سراسر جمال و کمال و پر رمز و راز، اگرچه لازم است، اما کافی نیست. شاید به همین جهت است که از حس ششم یا چشم سوم و مانند آنها به عنوان ابزارهایی برای درک لایه‌های دیگری از عالم وجود یاد می‌شود که به چشم ظاهر نمی‌آیند. این لایه‌های عمیق‌تر وجودی، همان‌هایی هستند که اتو^۲ از آنها با عنوان اموری یاد می‌کند که تنها از طریق تجارب دینی و عرفانی فراچنگ آدمی می‌آیند. نکته‌ای که در اینجا، جالب توجه به نظر می‌رسد افقی است که دین، عرفان و هنر در آن لایه و در تلفیقی مبارک به یکدیگر می‌رسند. شاید برای همین باشد که در تاریخ اسطوره‌ها، همواره تجارب دینی و عرفانی از طریق تجارب هنری بازنموده شده‌اند. برای هنر با وجود خصیصه‌ی معنویت نمی‌توان تعریف روشن و دقیقی، مانند دیگر علوم داشت و نمی‌توان به لحاظ منطقی جنس، فصل و حدی را برای آن تعریف کرد؛ چراکه در واقع امر هنر و هنرمندی خاص پروردگار است. از این‌رو، در دل هنر به نوعی اشراق و شهود نهفته است. شکی نیست که بررسی رابطه‌ی تبلیغ هنری با محصول مکاشفه‌ها و دریافت‌های اشراقی از ظریف‌ترین و دقیق‌ترین زوایای تأثیرات هنری پرده برمی‌دارد.

دین و هنر

دو اصل جدایی‌ناپذیر دین و هنر از ابتدای خلقت در سرشت انسان وجود داشته است. انسان در طول تاریخ به وسیله هنر بهترین پیام‌ها، ایده‌ها و آرمان‌ها را به‌ویژه در حیطه دین به‌طور مستقیم و غیرمستقیم تبلیغ کرده و پیام موردنظر را تا



2. Rudolf Otto.

اعماق روح انسان نفوذ داده است. حدود سی هزار سال پیش، انسان نخستین نمونه هنر در روی کره خاکی را پدید آورد. در اعماق غارهای آهکی منطقه‌ای که اکنون فرانسه و اسپانیا به حساب می‌آید، انسان‌های اندیشه‌ورز^۳ «کرومانیون»^۴ در دوران سنگی، کنده‌کاری‌هایی برای حک کردن نقوش حیوانات کرده‌اند: گاو، گوزن، اسب و گاومیش زخمی یا خوابیده به دور از هر گونه نور طبیعی و به دور از مراکز مسکونی؛ انسان اولیه این نقوش سرخ، سیاه و زرد را به عنوان بخشی از آیین‌های دینی خود بر دیواره‌ی غارها حک می‌کرد (بائرز، ۱۳۸۴: ۱۰۸). این نمونه‌ها در دوران ماقبل تاریخ و دوران اخیر، همگی نشان دهنده‌ی دامنه‌ی ارتباط میان هنر و اعمال معنوی است.

درواقع، روح ارتباط ماهوی میان طریقت معنوی و هنرها را می‌توان در سخن رسول اکرم صلی الله علیه و آله و سلم یافت که فرمودند: «کتب الله الاحسان علی کل شیء». واژه احسان در اینجا به معنای «کمال» و همچنین به معنای زیبایی و فضیلت تلقی شده است؛ این واژه در معنایی دقیق‌تر اشاره به معنای زیبایی باطنی یعنی زیبایی روح و قلب می‌کند که ظهور و بروز بیرونی می‌یابد و هر فعالیت انسانی را به هنر و هر هنری را به ذکر خداوند بدل می‌کند (بورکهارت، ۱۳۸۶: ۸۱). اگر با نگاهی تاریخی به قرون وسطای مسیحی و پیش از دوره مدرن بنگریم درمی‌یابیم که آنچه در زبان لاتین، «هنر» نامیده می‌شود، از آنچه تحت عنوان کلی «پیشه» در زبان فارسی و «صنعت» در زبان عربی به کار رفته، قابل تفکیک نیست و این تفکیک‌ناپذیری نشان دهنده‌ی ارتباط ماهوی طریقت معنوی با هنرها است (پازوکی، ۱۳۸۹: ۸۰). هنگامی که تعلیم صنعت‌گری در جهت کمال باشد این ارتباط ماهوی بیشتر خود را نمایان



3. Home sapiens.
4. Cro-Magnon.
5. Arts.
6. Craft

می‌کند. این ارتباط در برخی از دین‌ها و یا فرقه‌ها از جمله ذن بودیسم، پر رنگ‌تر به نظر می‌رسد؛ زیرا شریعت در ذن همان جایگاهی را دارد که ما در اسلام به آن طریقت می‌گوییم. درواقع سلوک در طریقت ذن، بیشتر در هنرهای همچون شمشیربازی، گل‌آرایی، خطاطی و غیره تجلی پیدا می‌کند. در اینجا شخص در زندگی عادی و روزمره خود با انواع هنر سروکار دارد، بی‌آنکه نام او هنرمند باشد و در حین کار و تلاش روزمره‌اش در حال سلوک نیز باشد. این امر نشان‌دهنده‌ی این است که کار و هنر پیش از این در گذشته، تمایزی نداشتند و کار امری مقدس به‌شمار می‌رفته است. گفتنی است که این ارتباط ماهوی با تلقی جدید از هنرها سازگار نیست.

در دوره‌ی مدرن، تعبیر جدید هنر در حقیقت برخاسته از هنرهای زیبا است؛ معنای جدید هنر به‌طور عمده در حوزه‌ی فلسفه‌ی رمانتیک آلمانی رخ داد. در دوره مدرن کار و پیشه‌ی آن به دو قسم تقسیم شده است: پیشه کاربردی که به کار فرد مربوط می‌شود و پیشه‌ی هنری - یعنی کار در زمینه‌ی آنچه زیباست و زیبایی می‌آفریند - که هنر زیبا نام می‌گیرد؛ اما این تقسیم‌بندی جدید باعث نمی‌شود که هنر را نتوان در تعلیم دین و تبلیغات دینی به خدمت گرفت. چنانچه جنبش‌های نوپدید دینی از هر دو معنای هنر در جهت پیشرفت و اعتلای عقایدشان بهره برده‌اند. اصل خلق هنر، توسط هنرمند نیازی به اثبات ندارد، اما این ادعا که هنر در تبلیغات - به‌ویژه در تبلیغات دینی - نقش بسزایی دارد با تأمل در معنای لغوی هنر قابل اثبات است. در زبان سانسکریت واژه هنر به‌شکل «سونر» موجود بوده و در زبان اوستایی به «هونر» تبدیل شده و بدین‌گونه «سین» در فارسی به «ها» مبدل گردیده است (مددپور، ۱۳۸۱: ۲۷۶). پس «سو» به «هو» تبدیل شده که به معنای نیک و خوب است (اوشیدری، ۱۳۸۶: ۴۹۷) و «نر» و «نره» به ترتیب به معنای مرد و زن است. بنابراین، سونر و هونر به معنای نیک مرد است و سونره و هونره به معنای نیک زن است (مددپور، ۱۳۸۱: ۲۷۶) و در نتیجه هر انسان نیک



رفتار و صاحب فضیلتی اعم از آنکه مرد باشد یا زن، هنرمند است و این انسان‌های هنرمند - صاحب فضیلت و نیک - به علت خصیصه فضیلت، مبلغان دین و اخلاق شده و مورد تأیید افراد واقع می‌شوند.

بی‌شک تلفیق انواع هنر با یکدیگر اثر را هنری‌تر و در القای مفاهیم و رموز در ذهن بیننده مؤثرتر می‌گرداند. بشر در تمام دوره‌ها از انواع هنر به دلیل برخورداری از زبان ارتباطی خاص، توانسته به بهترین وجه در راه تبلیغ و اشاعه‌ی عرفان و دین و یا برضد آنها بهره‌برداری کند. برای نمونه، اثرپذیری هنر نگارگری در ادبیات عرفانی دامنه‌ی وسیعی دارد. هنرمندان عارف مسلک، آثار برجسته ادب فارسی که دارای معانی عرفانی است را به نگاره‌ها می‌آراستند تا هم آنها را زیباتر کنند و هم معانی مطرح شده به زبان ادبی‌شان را به زبانی دیگر قوت ببخشند. همنشینی هنر نگارگری با هنر ادبیات به‌ویژه ادبیات عرفانی، به معنای همنشینی هنر با معانی و مضامین عرفانی است که نمونه‌ی آن را در نگاره‌های بوستان سعدی، شاهنامه‌ی فردوسی و خمسه نظامی^۷ مشاهده می‌کنیم که نشانگر مقام تفرید در مکاشفه است (گودرزی، ۱۳۸۹: ۴).

اکنون در سراسر جهان در کنار ترویج عرفان و معنویت ادیان الهی، شاهد رشد قارچ‌گونه‌ی عرفان‌ها و معنویت‌های نوظهور و گرایش روزافزون مردم به آنها هستیم. در ایران نیز با وجود حاکمیت دین مبین اسلام بر جامعه، شاهد پیوستن افرادی به این جنبش‌ها می‌باشیم. البته این در حالی است که این جنبش‌ها به‌طور مستمر هم از سوی گروه‌هایی، مانند سازمان‌های دولتی، نهادهای تبلیغاتی و حتی امنیتی و هم به شکلی فردی و از سوی محققان و مبلغان دلسوز، مورد نقادی قرار می‌گیرند؛ اما ارزیابی نخستین از حرکت‌های انتقادی، چیزی نیست جز تولید انبوهی از نقدهای تکراری، همچنین برخوردهای فیزیکی و اعمال محدودیت‌های قانونی نسبت به فعالیت‌های تبشیری و تبلیغی این جنبش‌ها به لحاظ فرهنگی نیز

۷. از جمله‌نگاره‌ی «مجنون و آهو در بیابان» در نسخه‌ی خطی خمسه نظامی منسوب به بهزاد.

تأثیرگذار نخواهد بود. به راستی علت پیشروی جنبش‌ها با وجود انواع مبارزه‌ها چه بوده؟ نقص و کاستی جامعه ما در روند اقبال نسل‌ها به‌ویژه نوجوانان و جوانان به این‌گونه جریان‌ها چیست؟ این یک اصل کلی است که اگر خواهان حذف موفقیت‌آمیز امری در جامعه هستی، باید جانشین مناسب و پذیرفتنی را برای او انتخاب کرده باشی، در واقع باید در کنار حذف و مقابله سلبی با جریان‌های مزبور، دست به رفتارهای ایجابی زد و در جهت تولید نظر و عمل به‌عنوان جانشینی مناسب برای تعالیم این جنبش‌ها کوشید. هنر در جامعه ما باید مفاهیم و ارزش‌هایی را که در فرهنگ اسلامی، به‌ویژه در اندیشه‌ی شیعی وجود دارد را مطرح و تبلیغ کند. باید نقطه‌های اوج زیبایی معنوی و کمال روحی انسان را برای بشریت معاصر عرضه کند؛ چراکه امروزه بشر خالی از معنویت سخت بدان محتاج است (محدثی، ۱۳۶۸: ۴۵).

تبلیغات و ارتباطات از طریق هنر

با توجه به بحرانی که به‌آن اشاره کردیم، باید از بهترین شیوه‌های تبلیغی - از جمله هنر و با عنایت به شرایط و نیازهای روانی، فرهنگی و اجتماعی - برای حل این بحران استفاده کنیم. تبلیغ در فرهنگ فارسی و برای نمونه در لغت‌نامه معین به‌معنای «رسانیدن پیام و خبری به مردم» و «موضوعی را با انتشار اخبار و با وسایل مختلف مانند: رادیو، تلویزیون، روزنامه و ... در اذهان عمومی قرار دادن» به‌کار رفته است. در واقع، خواندن کسی به دینی، عقیده‌ای، مذهبی، مسلکی و ترغیب کسی به راهی در نظر گرفته شده است که تبلیغ‌کننده در نظر دارد. در فرهنگ‌های غربی نیز از اصطلاح پروپاگاندا یا تبلیغات Propaganda که مأخوذ از ریشه‌ی لاتینی است، برای تبلیغات به معنای ترویج امیال، ایجاد نظر خوب یا بد نسبت به شخص، سازمان، مذهب یا عقیده‌ای از طریق تحت‌تأثیر قرار دادن افکار و عقاید مردم استفاده می‌شود. از معنای لغوی تبلیغ به‌کاربرد آن در دستیابی به مقاصد دینی نیز

آگاهی می‌یابیم.

از گذشته‌های دور همواره مهم‌ترین وسیله ارتباط با دیگران «قلم» و «سخن» بوده است. خداوند در قرآن به قلم سوگند یاد کرده و فرموده است: «ن و القلم و ما یسطرون» حال آنکه قلم به وجود آورنده انواع هنر بوده است. البته این هنر دست هنرمند است که با این قلم چه بیافریند.

برخلاف نظر بسیاری از دینداران، مقوله هنر در یک جامعه دینی از مؤثرترین و بهترین ابزارها جهت ارائه حقایق و معارف دینی به‌شمار می‌آید. چنانچه که بیان شد از دوران باستان، جایی که زبان‌ها قدرت بیان نداشتند، هنر به روشنی توانسته زبان رساندن حقایق دین باشد. از میان انبوه محاسن تبلیغات از طریق هنر، می‌توان به این ویژگی هنر اشاره کرد که؛ درک مفاهیم پیچیده را آسان می‌کند. گفتنی است که همین قرابت سادگی و هنر راز موفقیتش در تبلیغات می‌شود.

نزدیکی دین و هنر

همان‌گونه که دین قصد هدایت انسان به سمت رستگاری، فلاح و راهنمایی برای رجعت او به اصل خویش را دارد، هنر نیز انسان را به اصل خویش یادآور می‌شود که از آن آمده و به آن رجعت خواهد کرد (نقی‌زاده، ۱۳۷۹: ۴۶). هنرمند مسلمان به واسطه اسلام و تسلیمش به شریعت الهی همواره از این واقعیت آگاه است که وی زیبایی را ایجاد یا ابداع نمی‌کند، بلکه اثر هنری تا اندازه‌ای زیبا است که از نظام کیهانی پیروی می‌کند و از این حیث، زیبایی کلی و جهانشمول را بازتاب می‌دهد (بورکهارت، ۱۳۸۶: ۷۵).

هنرمندان می‌توانند با خلق آثار هنری، مروج آیین و مذهب اسلام باشند. در نتیجه هنرمندان که طبق تعریف، انسان‌های نیک رفتاری هستند با علم به اینکه سرچشمه تمامی هنرها پروردگار است، با خلق آثار هنری بیانگر گرایش و علاقه به تکرار هنرمندی‌های خداوند هستند. در نتیجه هنرمندان می‌توانند هم رسالت با



مبلغان دینی شوند و در این زمینه همکاران فعال آنها محسوب شوند. در سوره زمر آیه ۱۸ قرآن به کسانی که بعد از شنیدن همه‌ی قول‌ها از بهترین آنها تبعیت می‌کنند، بشارت داده است و آیا آثار هنری مصداق «اتباع احسن» طبق این آیه محسوب نمی‌شوند؟ همچنین آیات متعددی از جمله، آیه ۱۸ سوره عنکبوت به سیر در زمین و نظاره‌گری به آفاق توصیه کرده‌اند که ابداع‌ها و مخلوقات هنری نیز از جمله مصداق موجودات آفاقی هستند که نظاره به آنها درس‌آموز و هدایت‌گر انسان عصر امروزی به حساب می‌آید. گفتنی است که هنرمندان جنبش‌های نوپدید دینی این راز را به‌خوبی کشف و در تبلیغ و ترویج آیین و عقایدشان از آن بهره‌ها برده‌اند. برای نمونه اشو معتقد است: «اجبار برای خلق هر چیزی اولین پرتو از نور در تاریکی شب روح شما است. اجبار برای خلق، همانا اجبار برای اشتراک با فعل خدا است» (اشو، ۱۳۷۹: ۱۰۳). تبلیغات از طریق هنر جذابیت و تأثیر بیشتری را به همراه دارد. زمانی که قالب‌های خشک سستی از اثرگذاری عاجز می‌شود، هنر قد علم می‌کند و همه را شیفته و مجذوب خویش می‌کند. برای نمونه، گاه خلاصه‌ی یک قاعده و اصل خشک فلسفی - دینی را می‌توان هنرمندانه، در دل یک بیت گنجانند و به مخاطب عرضه کرد، چنانکه به‌طور نمونه وحدت وجود عرفانی را می‌توان در این بیت سعدی دریافت که:

به جهان خرم از آنم که جهان خرم از اوست

عاشقم بر همه عالم که همه عالم از اوست

کاستی شناسی هنر در تبلیغ عرفان اسلامی و تنقید عرفان‌های جدید

شکی نیست که هنر در قالب‌های مختلف اعم از: فیلم، سینما و تئاتر، داستان، نمایشنامه، فیلمنامه، نقاشی و ... به‌عنوان جذاب‌ترین و در عین حال رساترین ابزار جهت انتقال پیام، به‌ویژه پیام ادیان نوظهور مورد استفاده قرار گرفته و می‌گیرد. این در حالی است که بر خلاف تصور رایج، هم رفتار تبلیغی ما در



کشور در مقام معرفی و ترویج عرفان و معنویت اسلامی فاقد جذابیت و تأثیر است و هم رفتار منتقدانه‌ی ما نسبت به فرقه‌های نوظهور در عمل - اگر خود نوعی ترویج و تبلیغ آنها نباشد - راه به جایی نمی‌برد. این بدان سبب است که اشخاص و گروه‌های مسئول از ابزارهای منسوخ سنتی برای تبلیغ و نقادی سود می‌جویند و ابزار مؤثری نظیر هنر تصویرگری، نمایشنامه‌نویسی، رمان و ... را به جد مورد بی‌مهری و غفلت قرار داده‌اند و اگر به ندرت از هنر در جهت تبلیغ دین بهره‌جسته‌اند، متأسفانه شاید به علت بهره‌نبردن از متخصصین مبرز بازتاب و نتیجه‌اش در سطح عموم منفی بوده و این نکته بیشتر اشاره به هنر فیلم و فیلم‌سازی در کشور ما می‌شود. این بی‌توجهی فرهنگی وقتی نمود بیشتری پیدا می‌کند که دریابیم «هنر» از جمله مهم‌ترین روش‌هایی است که فرقه‌ها و نحله‌ها برای توصیف و تبلیغ آموزه‌های خویش مورد استفاده قرار می‌دهند و به جذب حداکثری مخاطب می‌پردازند.

انواع هنر در پیشبرد و کارآیی تبلیغات عرفان‌های نوظهور چندان تأثیرگذار است که اینک وقت آن است که ما نیز با حساسیت بالا نسبت به انواع هنر و بهره‌گیری مناسب از آنها در جهت پیشبرد اهداف عرفان اسلامی و حتی نقد این گونه فرقه‌ها مدد بگیریم. بدون تردید امروزه عرفان اسلامی با استفاده از هنر می‌تواند به موفقیت در برابر عرفان‌های نوظهور و وارداتی ایستادگی کند.

مبلغان دینی نباید تک بعدی عمل کنند، بلکه باید دیندارانی هنرمند، روان‌شناس و جامعه‌شناس باشند. مراکز علمی-پژوهشی و هنر در غربت از یکدیگر زیست کنند. البته این بدان معنا نیست که موضوعات و اهداف اصلی مراکز پژوهش دینی تغییر کند و جای خود را به امور دیگری بدهد، بلکه منظور این است که روش‌های تبلیغ دین و روش‌های آموزش به روز گردد و قالب‌های تبلیغاتی تغییر کند. اکنون تبلیغ آموزه‌های دینی از سوی مراکز دینی، گاهی با همان زبان مهجور و سخت و خشک متون عرفانی-دینی صورت می‌گیرد. مبلغ دینی مخاطب

خود را با انبوهی از کلمات سخت و واژگان غریب مواجه می‌کند و مخاطب احساس سردرگمی می‌کند و با مطلب مورد آموزش مانوس نمی‌گردد و قدرت مقایسه با آموزه‌های ادیان دیگر را از دست می‌دهد. در این میان ناخواسته مراکز دینی افراد را در شناسایی دین به عقب می‌کشاند.

مبلغ دین نباید تنها به قوت پیام اکتفا کند، بلکه باید به این نکته نیز توجه داشته باشد که مخاطبان، انواع و اقسام دارند، ذهنیت‌های متفاوتی در مکان‌ها و موقعیت‌های متفاوت دارند، اطلاعات پیشین آنها متفاوت است، ذوق و سلیقه‌ی آنان یکسان نیست، با بهره‌های هوشی متفاوت در معرض تبلیغ دین قرار می‌گیرند و درجات ایمانی و اخلاقی آنها نسبت به هم متفاوت است. با وجود این‌گونه تفاوت‌ها، یک مبلغ دینی دیگر نمی‌تواند با یک فرم و قالب تبلیغی به سراغ مخاطب برود و برای انواع مخاطبین در جامعه نسخه‌ای واحد بپیچد. در اینجا است که نیاز به هنر با نمادپردازی‌هایش احساس می‌شود تا متون سخت و خشک، اما پر مغز را در قالبی هنری تلطیف دهد و مفاهیم دشوار آن را همه فهم و در سطح عموم عرضه کند.



میراث مکتوب عرفان اسلامی در مقایسه با زبان و ادبیات عرفان‌های نوظهور

در تاریخ عرفان اسلامی بدون هیچ تردیدی، میراث گران‌قدری از آثار و متون عرفانی به رشته‌ی تألیف درآمده و ادبیات غنی، اصیل و البته دارای مباحثی پیچیده و پر رمز و راز به منصه‌ی ظهور درآمده‌اند. تغییر شایانی که پژوهشگران عرفان اسلامی در طول سال‌ها در این زمینه انجام داده‌اند تغییر متون از چاپ سنگی به چاپ جدید و رسم‌الخط‌های امروزی است. حتی طی سال‌ها در زمینه ترجمه‌ی متون اصیل عرفانی موفق به ترجمه روان و ممتازی نگشته‌اند و کماکان عطش تشنگان معارف عرفانی به واسطه متون اصیل سیراب نشده است. از قضا سهل‌انگاری ما در ارائه‌ی کارآمد و امروزی این آثار و حفظ متون اولیه در همان

قالب‌های سنتی باعث نبود توجه و فقدان جذابیت این‌گونه متون شده است. اگرچه گاه‌وبی‌گاه شعرایی مانند، حافظ و مولانا و دیگران سعی داشته‌اند با به شعر درآوردن مباحث عرفانی و همراه ساختن مضامین آنها با آهنگ، وزن و آواز از پیچیدگی سطوح معنایی این‌گونه معارف بکاهند و به عرضه‌ی عمومی هرچه بیشتر مدد برسانند، اما آنان نیز در نیل به هدف غایی مورد اشاره در این مقاله چندان قرین توفیق نبوده‌اند؛ چراکه به جای کاستن از رمزآمیزی و رازآلودگی آن با زبان کنایه و استعاره به آن دامن زده‌اند.

در این شرایط خواننده‌ای موفق‌تر است که آشنایی دقیق و عمیقی به زبان متون عرفان اسلامی داشته باشد. البته گفتنی است که با وجود مشکل یاد شده، وقتی متون عرفانی شعر می‌شوند، کمی تلطیف یافته و جذابیت بیشتری می‌یابد و تعداد خوانندگان و فهم آن بالاتر می‌رود، اما آنچه نیاز کنونی ما را در جامعه تامین می‌کند این است که عرفان اسلامی را از حصار این‌گونه نوشته‌های سخت و پر رمز و راز خارج کنیم، پیام و نکات آن را برای کسانی برسانیم که به عرفان اسلامی به مثابه برنامه‌ای پویا و زنده می‌نگرند. گفتنی است که فعالیت‌های ما نظیر: تجدید چاپ، بالابردن تیراژ و تبلیغ این متون، جز بر رنج و ابهام و وحشت خوانندگان این متون نیفزوده است. به‌راستی از طریق تجدید چاپ این‌گونه کتاب‌های پر رمز و کنایه و مشحون از تعابیر و الفاظ تخصصی و دیریاب می‌توانیم به انسان معاصر که به گفته هانری کربن در دام انواع دترمینیسیم‌ها و پوزیتیویسم‌ها گرفتار آمده و آزادی ذهنیش را از دست داده مددی رسانیم؟

در واقع، انسان امروزی نیاز به معنویت را احساس کرده و با انواع روش‌ها در پی بازیابی این معنویت از دست‌رفته است. به عقیده کربن در کتاب ابن‌سینا و تمثیل عرفانی، ما ایرانیان و مسلمانان که میراث‌دار عارف-فلسوفانی نظیر ابن‌سینا هستیم نباید آموزه‌های آنان را یکسره بخشی از سنت گذشته خویش به حساب بیاوریم، بلکه می‌توانیم آنها را در متن زندگی‌مان وارد کنیم.



البته گاهی علت نبود کوشش برای نرم‌نویسی این قبیل متون را ترس از این دانسته‌اند که در صورت همه فهم کردن این آثار، آنها را از ارزش و اعتبار اولیه ساقط کرده و به عرفی شدن آنها کمک کرده‌ایم و یا اینکه این گونه متون و معانی، ویژه افرادی خاص و صاحب کشف و شهود است، در حالی که منظور ما از نرم‌نویسی و عرفی شدن، همانا کوشش به منظور مشاهده‌ی امور در مرتبه‌ی تجربی تاریخ ظاهری است و نه مشاهده‌ی آنها در میانه‌ی زمین و آسمان (کربن، ۱۳۶۹: ۱۳۱).

نقل است که گاه عارف بزرگ آیت‌الله شاه آبادی در منبرهای عمومی از مباحث عرفانی یاد می‌کرده است. شاید هدف او ترویج و آشنا ساختن عموم با این گونه مباحث و متون بوده باشد. اما در طول زمان، شاهد روند و روشی متضاد بوده‌ایم به این معنا که نه آن الفاظ در سطح عموم گسترش یافت و نه در نرم‌نویسی‌اش تلاش خاصی صورت گرفت.

در مقابل، نویسندگان و مروجان عرفان‌های نوظهور از این خلأ بسیار سود جسته‌اند و در جهت پیشرفت اهداف‌شان بسیار کوشا بوده‌اند. آنها بنیان‌های عقلی - روانی، مبانی فکری، عقیدتی و علمی خویش و حتی بسیاری از مبانی ادیان ابراهیمی را به زبان و بیانی بسیار شیوا و همه فهم در قالب داستان و غیره و در برخی موارد مصور در دسترس افراد قرار داده‌اند. اکنون در کشور و به ویژه در چند سال اخیر، همه روزه شاهد انتشار آشکار و پنهان انواع کتاب و پایگاه‌های اینترنتی مربوط به انواع جنبش‌های نوظهور هستیم و در همان حال، اشخاص و نهادهای مسئول در قالب‌های گوناگون در حال نقد فرقه‌های نوظهور هستند. با این حال، هنوز از همان روش تکراری توصیف، تحلیل و نقد و در اکثر اوقات نقدهای تند و حتی غیرعلمی بهره‌برداری می‌شود. هرگز از روش چشم در برابر چشم بهره نجسته‌ایم، این در حالی است که ما در میان همین فرق می‌بینیم که داستان‌هایی به زبانی بسیار سلیس و روان نوشته شده و مورد استقبال تمام گروه‌های سنی در تمام



دنیا بوده و حتی در کشور ایران هم بالاترین تیراژ فروش را داشته است. برای نمونه عرفان سرخ‌پوستی با استفاده از روش مطرح شده، مریدان بسیاری را در سراسر دنیا جذب کرده است. مطالعه‌ی کتاب کیمیاگر پائولو کوئلیو - که پایه و مایه کتابش برگرفته از داستان مولوی است - و یا رمان‌های سیلور استاین معروف به عمو شلبی در تبلیغ عرفان سرخ‌پوستی؛ تردیدی نیست که سبک نوشتاری و بهره‌گیری از ظواهر هنری و پارامترهای زبانی خاص در این‌گونه آثار، به‌ویژه در مورد عمو شلبی، نه تنها در جهت انحطاط و سرنگونی عرفان سرخ‌پوستی گام برنداشته، بلکه به رشد و اعتلای آن نیز کمک شایانی کرده است.

سیلور استاین در کتابچه‌ای موسوم به مجموعه داستان‌های شل سیلوراستاین، مبانی عقیدتی عرفان سرخ‌پوستی را به زبان داستان و تصویر درمی‌آورد. وی در خلال این داستان خواننده را با تأثیر روان‌شناختی عمیق، متوجه چیستی اهدافش می‌کند. داستان‌های دلکش و ساده فهم استاین چنان اثرگذار است که کودک تا کهنسال خواننده آن می‌شوند. اینک از باب نمونه، موضوع مشترکی میان عرفان اسلامی از زبان ابن ترکه، نویسنده عرفان اسلامی و شل سیلور استاین، نویسنده عرفان سرخ‌پوستی درباب «جامع اضداد بودن حق تعالی» آورده می‌شود:

کی یک کرگدن ارزان می‌خواد؟ (این داستان در کتاب مصور است)

من یکی برای فروش سراغ دارم، با گوش‌های نرم و آویزان و پاهای تالاپ تالابی و یک دم دوست داشتنی که تکان تکان می‌خورد. او تپل و بامزه و بغل‌کردنی است و مثل موش آرام و ساکت است و خیلی از کارهای خانه را هم برایت انجام می‌دهد. مثلاً ... می‌توانی از آن به‌جای جالباسی استفاده کنی. او در خاراندن پشت معرکه است و می‌تواند یک چراغ خواب دوست‌داشتنی درست کند. کارنامه‌های بدت را قبل از اینکه مامان و بابات ببینند می‌خورد، اما در بازکردن درب زیاد وارد نیست.



می‌تواند یک دزد دریایی وحشی و خشمگین شود. می‌تواند قوطی نوشابه را برای عمومیت باز کند و یکشنبه‌ها می‌توانی برایش داستان‌های خنده‌دار بخوانی. از چرخاندن طناب خوشحال می‌شود ... اگر نوبت او رسد هنگام راه رفتن خیلی دقت و توجه نمی‌کند، اما برای گرفتن پول تو جیبی اضافی از پدرت خیلی به درد می‌خورد. می‌تواند یک ناو جنگی شود هیچ‌گاه غرق نمی‌شود، اما از حمام رفتن زیاد خوشش نمی‌آید. زمانی که روی پایش می‌نشینی خیلی راحت هستی، اما وقتی او روی پای تو می‌نشیند زیاد راحت نیستی. برای کمک کردن به مادر بزرگ هنگام درست کردن شربنی محشر است و هنگامی که واقعاً کار بدی انجام ندادی نمی‌گذارد مادرت تو را کتک بزند. در شب‌های سرد زمستانی با مهربانی می‌خزد توی رختخوابت و نیمه‌های شب پاورچین پاورچین از پله‌ها پایین می‌آید تا با هم چیزی بخوریم و با خوشحالی ته مانده غذاهای روی میز را می‌خورد. در بازی کردن نقش بن و چارلی، دو تبه‌کار، استاد است و عاشق غافلگیر کردن است. با خوشحالی در بافتن ژاکت به خاله‌ات کمک می‌کند. مخصوصاً اگر برای خودش باشد. دقت می‌کند تا رد پای کرگدن اطراف خانه نماند. وقتی مریض می‌شود پرستاری کردن از او سرگرمی خوبی است. اگر کشاورز باشی برای شخم زدن مزرعات عالی است. ساختن خانه برای او خیلی سخت است. ولی در ساحل خیلی با او سرگرم می‌شوی؛ چون در تقلید کردن از کوسه خیلی وارد است. اگر گرامافون نداشته باشی خیلی خوب برایت صفحه پخش می‌کند. در جشن می‌توانی لباس دخترانه تنش کنی. اگرچه از اینکار خوشش نمی‌آید. قایم باشک بازی را خیلی دوست دارد. خوب می‌توانی سرش داد بزنی و دوست داشتش آسان است (سیلورستاین، ۱۳۸۸: ۱۰۳)

اکنون مطلبی را که در بالا خواندیم به بیان دیگری از کتاب عرفانی می‌آوریم:
 خصوصیه المعنی المحيط التی بها یمتاز عن سائر ما عداها انما هی الشمول و الاحاطه. و لاشک ان هذه الخصوصیه انما تقتضی ملحوقیة المعنی المحيط بسائر

المفهومات و عدم ما نعيته لشيء من الخصوصيات المتقابله المتمانع بعضها مع بعض، على ما هو مقتضى طبيعه الاحاطه و الشمول ... و هذا يناسب ما تسمعه من أئمة التحقيق يسمون الهوية المطلقة مجمع الاضداد (ابن ترکه، ۱۳۶۰: ۲۱). ویژگی یک معنای محیط که با آن از دیگر معانی امتیاز می‌یابد، همان شمول و احاطه‌اش است و بی‌تردید این ویژگی اقتضای آن را دارد که آن معنای محیط، همه‌ی مفاهیم را بپذیرد و از هیچ‌کدام از ویژگی‌های متقابل و متمانع مانع نباشد؛ چنانکه مقتضای طبیعت احاطه و شمول چنین است ... و این مطلب، مناسب با این سخن از پیشوایان عرفان است که؛ هویت مطلقه مجمع اضداد است.

هر دو متن اشاره به جامع اضداد بودن حق تعالی داشتند، با دو بیان صددرصد متفاوت، اثری امروزی با قلمی امروزی و اثری قدیمی با سبک نوشتار قدیمی و مشکل؛ تا به امروز در حوزه عرفان اسلامی هنرمندان، نویسندگان و یا مبلغان دینی دست به تولید آثاری نظیر نوشته‌های پائولو و یا عمو شلبی نزده‌اند. ما شاهد سلیس و روان‌شدن متون اصلی‌مان با سبک داستانی و مصور در کنار حفظ کتب اصلی با اصطلاحات تخصصی نبوده‌ایم. اینجاست که به یکی از پاسخ‌های ابتدای این مقاله می‌رسیم که علت اقبال جامعه ما به سمت عرفان‌های نوظهور وارداتی، آشنا نبودن جامعه ما با متون و مفاهیم دینی و عرفانی خودی است.

از دیگر روش‌هایی که جنبش‌های معنوی از آن بسیار مدد جستند و در کشور ما نسبت به آن بی‌توجهی شده، تهیه و ساخت فیلم، سریال و به نمایش گذاشتن آداب، عادات و آموزه‌های فرقه‌های معنوی است. در جهان غرب، سالیانه میلیون‌ها دلار صرف ساخت فیلم‌ها و مجموعه‌هایی جذاب و پرمخاطب در زمینه‌ی جادوگری، مابعدالطبیعه و معناگرایی، شیطان‌پرستی، نقد مسیحیت و یهودیت و حتی اسلام و ادیان جدید می‌شود و از خلال آن، مبلغان از طریق هنر فیلم و تئاتر و ... به نیت‌های خویش نایل می‌شوند. جنبش‌های نوپدید دینی به‌خوبی در قالب هنر فیلم‌سازی، نمادها و آیین‌ها و حتی موسیقی‌هایشان را برای بیننده مطرح می‌کنند، اما در کشور ما سازندگان فیلم‌های دینی و مقدس، با دست‌هایی خالی تنها



نظاره‌گری می‌کنند و همان‌طور که مطرح شد اگر هم گه‌گاهی توفیقی یابند و به تولید فیلم یا مجموعه‌ای با مضامین دینی و عرفانی پردازند، علاوه بر نقدهای فراوانی که از حیث مضمون و صورت می‌توان بر آنها وارد کرد، خواسته یا ناخواسته به مضامین دینی و قدسی جفا کرده و گاه حتی به تبلیغ فرقه‌های سکولار و آموزه‌هایشان دست می‌زنند. برای نمونه در مجموعه‌ی هدهد و یا در فیلم نارنجی‌پوش که در جشنواره‌ی فیلم فجر در سال ۹۰ صاحب سیم‌رغ هم شد، به شکل رسمی تبلیغ آثار دگراندیشان و تعالیم فرقه‌ی فنگ‌شوی را شاهد بودیم و تأثیر و پذیرش این آثار و تعالیم را در میان مردم مشاهده کردیم. این در حالی است که در کنار این گونه ضد تبلیغات، بارها شاهد پخش مجموعه‌هایی نظیر کلید اسرار بوده‌ایم که مستقیم و غیرمستقیم به ترویج آموزه‌ی تناسخ می‌پردازد.

نتیجه‌گیری

آدمیان در تمام ادوار به نوعی دارای دین و معنویت بوده‌اند، بشر اغلب از دو طریق دینداریش را بدست می‌آورد، افرادی که با علم و اعتقاد درصدد جست‌وجوی دین واقعی برمی‌آیند که تعداد آنها در مقایسه با گروه دوم بسیار کمتر است و یا افراد بسیاری که دین و نیاز به معنویت خود را تحت شرایط خانوادگی و محیطی انتخاب می‌کنند. در هر دو صورت، ضرورت تبلیغات و معرفی دین برای انتخاب درست افراد احساس می‌شود. گفتنی است که ادیان جدید به‌خوبی این نکته را درک کرده‌اند و به مدد انواع روش‌ها و تبلیغ‌ها - در عصری که به عصر تبلیغات معروف است - به‌ویژه از طریق انواع هنر به جهت ویژگی ملموس و دسترس‌پذیر و قابل فهم‌تر کردن پیام، دست به تبلیغ و توسعه آموزه‌های خود زده‌اند و هر روزه بر طرفداران خود می‌افزایند. از جمله دلایلی که جامعه دینی و فرهنگی ما در برابر این‌گونه جنبش‌های معنوی ضعف نشان داده، توجه نکردن به تبلیغات جدید به‌ویژه از کانال‌های هنری - نرم‌نویسی و همه فهم کردن متون ادبی، تهیه فیلم‌های دیدنی با مضمون دینی، نوشتن رمان و داستان‌های جذاب مصور با



موضوع دینی و ...- و نبود همکاری صمیمانه بین هنرمندان و مبلغان دینی است.



شماره یازدهم و دوازدهم / بهار و تابستان ۹۹



فهرست منابع

۱. ابن ترکه، صائن الدین (۱۳۶۰) *تمهید القواعد*، تصحیح سید جلال الدین آشتیانی، تهران: انتشارات انجمن حکمت و فلسفه ایران.
۲. اشو (۱۳۷۹) *مزه‌ای از ملکوت*، مرضیه شنکایی، تهران: انتشارات آبگینه.
۳. اوشیدری، جهانگیر (۱۳۸۶) *دانش نامه مزدینا*، تهران: نشر مرکز.
۴. بائرز، فویون (۱۳۸۴) *عرفان ایران (هنر، صنعت و دین)*، حسن نورائی بیدخت، تهران: انتشارات حقیقت.
۵. بورکهارت، تیتوس (۱۳۸۶) *مبانی هنر اسلامی*، امیر نصری، تهران: انتشارات حقیقت.
۶. پازوکی، شهرام (۱۳۸۹) *طریقت معنوی و هنر اسلامی*، ویژه‌ی طریقت معنوی، ماهنامه فرهنگی هنری بیناب (ویژه طریقت معنوی)، انتشارات سوره مهر، شماره ۱۷.
۷. سیلورستاین، شلدون آلن (۱۳۸۸) *داستان‌های شل سیلورستاین*، سپیده اسدی، تهران: انتشارات خیام.
۸. کربن، هانری (۱۳۶۹) *فلسفه ایرانی و فلسفه تطبیقی*، جواد طباطبایی، تهران: انتشارات توس.
۹. گودرزی، پریسا (۱۳۸۹) *شاخصه‌های عرفانی نگارگری دوره‌ی صفویه*، تهران: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی.
۱۰. محدثی، جواد (۱۳۶۸) *هنر مکتبی*، قم: دفتر تبلیغات اسلامی مدیریت فرهنگی - هنری معاونت پرورش.
۱۱. مددپور، محمد (۱۳۸۱) *دیدار فرهی و فتوحات آخرالزمان*، تهران: انتشارات نظر.



۱۲. مصاحب، غلامحسین (۱۳۸۰) *دایره‌المعارف فارسی*، تهران: انتشارات امیرکبیر.
۱۳. معین، محمد (۱۳۸۱) *فرهنگ فارسی*، تهران: انتشارات بهراد.
۱۴. نقی زاده، محمد (۱۳۷۹) *از نیستان به نیستان* (ریشه‌های هنر معنوی)، فصلنامه هنر، شماره ۴۶.

