

Design and Development of a Specialized Iranian-Islamic Art Television Network Based on Gerbner's Cultivation Theory

Payam Foroutan¹

(Received on: 2024-05-15; Accepted on: 2024-07-20)

Abstract

In the twenty-first century, television has increasingly moved toward specialization and personalization, driven by an audience-centric approach. With the emergence of nonlinear networks, programming is now tailored to individual interests and the preferences of specific audience groups. In Iran, national broadcasting has taken initial steps in this direction by launching specialized networks for sports, health, animation, and more. However, one significant gap remains—the establishment of a dedicated art network focused specifically on Iranian culture and art. The creation of a specialized Iranian-Islamic art network requires the careful design and formulation of unique components, characteristics, and elements deeply rooted in Iran's cultural, religious, and even Shiite jurisprudential traditions. Without such a foundation, the success and sustainability of such a network would be unattainable. This study seeks to develop a framework for such a network by drawing upon Gerbner's cultivation theory, analyzing both the advantages and challenges of establishing a specialized art network in Iran. Based on this framework, the research suggests that the primary challenge in launching this network is not structural but rather content-related. This study is applied research that employs thematic analysis in its methodology. It is a qualitative study, structured within a conceptual model, aiming to define a specialized art network based on Iranian-Islamic notions.

Keywords: art, specialized art network, media, cultivation theory, Gerbner, content.

1. Assistant Professor, Faculty of Dramatic and Music Arts, College of Fine Arts, University of Tehran, Tehran, Iran.
Email: payamforoutan@ut.ac.ir

طراحی و تبیین شبکه تلویزیونی تخصصی هنر ایرانی - اسلامی بر اساس نظریه کاشت گربنر

پیام فروتن^۱

[تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۲/۲۶؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۴/۳۰]

چکیده

جهان تلویزیون در قرن بیست و یکم بیش از پیش به سمت تخصصی شدن و شخصی سازی پیش رفته است. این رویکرد بر اساس مخاطب محوری شکل گرفته است و با پدید آمدن شبکه های غیرخطی، به سمت علایق و سلیق شخصی مخاطبان یا گروه های خاصی از مخاطبان حرکت می کند. در ایران نیز صداوسیما با ایجاد شبکه هایی نظیر ورزش، سلامت، پویانمایی و... گام های ابتدایی در این باره برداشته است؛ با این وجود آنچه مغفول مانده است، تأسیس شبکه تخصصی هنر است که به طور خاص به فرهنگ و هنر ایران بپردازد.

ایجاد شبکه تخصصی هنر ایرانی - اسلامی، نیازمند طراحی و تبیین مؤلفه ها، ویژگی ها و عناصر خاصی است که کاملاً وابسته به فرهنگ، دین و حتی فقه شیعه است؛ در غیر این حالت، دستیابی و استمرار چنین شبکه ای ناکام می ماند. این نوشتار می کوشد از بطن نظریه کاشت گربنر به الگوی تبیین چنین شبکه ای دست یابد و به همین واسطه مزایا و موانع پیش روی تأسیس یک شبکه تخصصی هنر در ایران را بررسی کند. در همین راستا و بر مبنای همین الگو، به نظر می رسد مشکل عمده ایجاد شبکه تخصصی هنر، بیش از آنکه شکلی باشد، محتوایی است.

این پژوهش، تحقیقی - کاربردی است که در نگارش آن از شیوه تحلیل مضمون استفاده شده است. این نوشتار کیفی بر اساس مدل مفهومی به رشته تحریر درآمده است و می کوشد به تبیین یک شبکه تخصصی هنر بر اساس انگاره های ایرانی - اسلامی بپردازد.

کلیدواژه ها: هنر، شبکه تخصصی هنر، رسانه، نظریه کاشت، گربنر، محتوا.

۱. استادیار دانشکده هنرهای نمایشی و موسیقی، دانشکدگان هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، تهران، ایران

مقدمه

امروزه سیمای جمهوری اسلامی ایران از امکانات سخت افزاری و نرم افزاری چشمگیری برخوردار است. امروزه این مجموعه عظیم فرهنگی چهل هزار کارمند دارد (شبکه بی بی سی تنها بیست هزار کارمند دارد) و «علاوه بر صدها شبکه رادیویی و تلویزیونی، از حدود هشت هزار فرستنده، روزنامه، انتشارات و شبکه های اینترنتی» (انصاف نیوز، ۱۴۰۲) برخوردار است. این سازمان دربردارنده «۲۸ شبکه سراسری، ۹ شبکه برون مرزی، ۳۲ شبکه استانی، ۳ شبکه محلی و ۳ شبکه منحل شده» (خبرآنلاین، ۱۴۰۲) است و با بودجه عظیم ۷.۹۳۸.۰۲۰.۴۰۰.۰۰۰ میلیارد تومانی که برای سال ۱۴۰۳ به خود اختصاص داده است (خبرآنلاین، ۱۴۰۲)، بی تردید باید بزرگترین سهم در عرصه تولیدات فرهنگی و رسانه ای کشور را بر عهده داشته باشد؛ درحالی که مطابق آخرین نظرسنجی ها، میزان مخاطبان این رسانه در بهترین حالت تنها به ۲۴٪ می رسد (انصاف نیوز، ۱۴۰۲). در همین راستا، مهسا بهادری - روزنامه نگار و از فعالان رسانه ای - می نویسد: «گاهی اوقات پیش آمده که کنترل به دست، شبکه های تلویزیون را بالا و پایین کرده ایم تا محتوایی مناسب برای تماشا پیدا کنیم؛ اما با تعویض هر شبکه، با در بسته مواجه شده ایم. صداوسیما بیش از هفتاد شبکه فعال دارد که اگر بخواهیم برای جابجایی بین هر کدام از آنها یک دقیقه زمان بگذاریم تا محتوای مناسبی برای تماشا بیابیم، در نهایت چیزی حدود یک ساعت و پانزده دقیقه از زمان ما گرفته خواهد شد» (خبرآنلاین، ۱۴۰۲). اما آیا در این پایین و بالا کردن شبکه های مختلف با محتوای پذیرفتنی و چشمگیری نیز روبرو می شویم؟ همان طور که وب سایت خبری «انتخاب» منتشر کرده است، بیشترین میزان مخاطب تلویزیون در سال ۱۴۰۲، ۲۴٪ را برنامه «فوتبال برتر» در اختیار داشته است (آن هم تنها به دلیل برگزاری جام ملت های آسیا) و پس از آن دیگر برنامه ها، ناگهان دستخوش سقوط آزاد می شوند. اما زمانی که به همین تعداد بسیار بالای شبکه های تلویزیونی می رسیم و به ارزیابی آنها می پردازیم، با خلأ جالب توجه و با این وجود آزاردهنده ای روبرو می شویم. درحالی که سیمای

جمهوری اسلامی از شبکه‌های تخصصی نظیر پویانمایی، مستند، قرآن، سلامت و ورزش برخوردار است، هیچ شبکه تخصصی در حوزه هنر دیده نمی‌شود؛ یعنی شبکه انحصاری و تخصصی که تنها در زمینه فرهنگ و هنر ایران فعالیت کند و مخاطب عمده آن را هنرمندان و علاقه‌مندان به عرصه هنر داخلی و خارجی شکل دهند. توجه کنیم که سال‌هاست فعالان عرصه رسانه و هنرمندان، نیاز واقعی به تأسیس چنین شبکه‌ای را یادآور شده‌اند و از مسئولان صداوسیما خواسته‌اند چنین شبکه‌ای را احداث کند. «همشهری آنلاین» سال ۱۳۹۳ ضمن مصاحبه با چند هنرمند، گزارشی را منتشر کرد که در جریان آن هنرمندان تقاضای تأسیس شبکه تخصصی هنر را مطرح کرده بودند. کاوه معین فراز نویسنده‌گان سرویس هنری وب‌سایت «عصر ایران» نیز اظهار داشته است: «همواره این سیاست دوری از رشته‌های مختلف هنری [در تلویزیون] به چشم می‌آمد؛ ولی واقعاً دیگر باید اذعان داشت این حجم از بی‌محلی صداوسیما به مؤلفه مهمی چون هنر بیشتر از اینکه تاسف‌بار باشد (که هست)، یک لطمه جبران‌ناپذیر بر پیکر هنر و جامعه هنری است» (عصر ایران، ۱۴۰۲). او در جایی دیگر می‌افزاید: «واقعیت این است که مدیران و مسئولین یک جامعه باید نسبت به چنین خلأی در جامعه احساس نگرانی کنند و تصمیمات آنهاست که می‌تواند چنین کم‌وکاستی‌هایی را رفع نموده یا ترمیم بخشد؛ اما گویا آن‌چنان همه درگیر سیاست و وضعیت اقتصادی شده‌اند که مقوله هنر کاملاً مغفول مانده است» (عصر ایران، ۱۴۰۲). ضرورت تأسیس چنین شبکه‌ای به اندازه‌ای بدیهی و روشن است که حتی میان روحانیت نیز این خواسته به کرات مطرح شده است. آیت‌الله محمد رضا ناصری - امام جمعه یزد - در ۲۹ فروردین ۱۳۹۶ در اظهاراتی به این نکته اشاره و اظهار کرد: «صداوسیما مکانی مناسب برای ترویج هنر سالم و ارزشمند در جامعه است» (شبستان، ۱۳۹۶). ایشان ضمن یادآوری تلاش دشمنان برای حمله به فرهنگ و ارزش‌های اسلامی ایران می‌افزاید: «صداوسیما یکی از مراکز مهم و استراتژیک برای فرهنگ و فرهنگ‌سازی در جامعه است که مسئولان صداوسیما بایستی تلاش کنند تا در این راستا

گام‌های اساسی پیردازند» (شبستان، ۱۳۹۶). در این میان باید توجه کرد که هنر بخش مهمی از فرهنگ را شکل می‌دهد.

طراحی و تأسیس شبکه تخصصی هنر، افزون بر تحت تأثیر قرارداد طیف وسیعی از مخاطبان، می‌تواند در عرصه‌های گوناگون منجر به بروز تحولات مثبت متعددی شود؛ از ارتقای فرهنگی جامعه و شکل‌دهی به نوعی وحدت ملی گرفته تا کارآفرینی و توسعه هنر و صنایع وابسته به آن. با این حال موانع گوناگونی سبب شده‌اند تا این مهم تا امروز به وجود نیاید و همچنان جای خالی چنین شبکه مهمی خالی جلوه کند. این نوشتار می‌کوشد ضمن طراحی و تبیین شبکه تخصصی هنر، موانع پیش‌روی آن را نیز مورد ارزیابی قرار دهد و در نهایت با استفاده از الگوی ایرانی - اسلامی، پیشنهادهایی را در این باره مطرح کند. بی‌تردید آنچه ارائه می‌شود، گام‌های نخستین و ابتدایی در این باره خواهد بود و می‌تواند بستری برای ورود به مباحثات وابسته به آن و در نهایت اجرایی شدن ایده تأسیس یک شبکه تخصصی هنر ایرانی به شمار آید.

۱. پیشینه تحقیق

درباره طراحی و تأسیس شبکه تخصصی هنر در ایران - همان‌طور که یاد شد - گفتگوهای بسیاری انجام گرفته است؛ اما این مباحث بیشتر در قالب مصاحبه‌ها و مطالبات هنرمندان و دست‌اندرکاران رسانه بوده است که در نشریات و جراید متعدد منتشر شده‌اند، در حالی که تقریباً هیچ تحقیق و پژوهش جامعی در این باره صورت نگرفته است. به عبارت دیگر در هیچ‌یک از مباحث پیش‌گفته، هیچ تعریف مشخصی از شبکه تخصصی هنر مطرح نشده و ماهیت آن تبیین نشده است. در همین راستا بدیهی است که ساختارها و مؤلفه‌های بنیادین وابسته به یک شبکه تخصصی هنری نیز مطرح و بازنمایی نشده است؛ اما در حوزه وجود چنین شبکه‌هایی در خارج از کشور می‌توان به نمونه‌های بسیار قابل تأملی برخورد کرد؛

شبکه‌هایی نظیر «آرته» یا «متزو» که در این حوزه از سرآمدان به شمار می‌آیند. در این میان بی‌تردید این شبکه‌های تلویزیونی از ساختار و چارچوب‌های مشخصی برخوردارند که در احداث یک شبکه ایرانی می‌تواند مورد توجه قرار گیرد. از آنجاکه امروزه درباره‌ی چرایی و لزوم تأسیس چنین شبکه‌ای در ایران مناقشه‌های متعددی وجود دارد، این نوشتار به ساختارها و عناصر سازنده این شبکه‌ها ورود نکرده است و فقط به اهمیت برپایی یک شبکه اختصاصی هنر در ایران و موانع پیش روی آن می‌پردازد. به یقین موضوع مطرح شده می‌تواند دست‌مایه مقالات و پژوهش‌های بعدی قرار گیرد.

۲. روش تحقیق

این پژوهش، تحقیقی کاربردی است که در نگارش آن از شیوه تحلیل مضمون استفاده شده است. این نوشتار از دو بُردار کمی و کیفی برخوردار است که نگارنده در حوزه کیفی، به مفصل‌گشایی طراحی یک شبکه تخصصی هنر پرداخته است و در زمینه کمی - پس از دستیابی به مدل لازم - مؤلفه‌های گردآوری شده مورد ارزیابی کمی قرار می‌گیرند. این بخش را می‌توان در حوزه تبیین شبکه تخصصی هنر مورد شناسایی قرار داد.

نگارنده خاطرنشان می‌سازد در حوزه کمی این پژوهش، مدافه بسیار بیشتری لازم است که این مهم می‌تواند پس از تبیین الگوهای مشخص و دقیق ایرانی - اسلامی و تأسیس شبکه، از طریق پژوهش‌های میدانی و استفاده از نظرسنجی‌های مختلف، به دست آید و منظر دقیق‌تری از پژوهش موجود را به نمایش بگذارد.

۳. تعریف مفاهیم

پیش از ورود به تعریف شبکه تخصصی هنر، لازم است به اجمال نگاهی به عبارت «سواد رسانه‌ای» بیندازیم و سپس به بحث مفهوم وارد شویم. «سواد رسانه‌ای، توانایی درک این موضوع است که شکل‌های گوناگون رسانه‌های جمعی چگونه کار می‌کنند، چگونه مفاهیم

را تولید می‌کنند، چگونه مفاهیم تولید شده را سازماندهی می‌کنند و چگونه به شکلی هوشمندانه از آنها بهره می‌برند» (دوآبرو، ۱۴۰۱ ه.ش، ص ۱۹۶). دوآبرو در سواد رسانه‌ای بر «مفهوم» تأکید می‌کند. در همین راستا وقتی به تعریف مفهوم یک شبکه تلویزیونی می‌رسیم، باید به چند عبارت کلیدی توجه کنیم و بر اساس آنها ساختار تعاریف خود را سازماندهی نماییم: تولید مفهوم، سازماندهی مفهوم و بهره‌برداری از مفهوم. این سه عبارت بنیادین از یک واژه مشترک برخوردارند: «مفهوم». بدین ترتیب آنچه در تعریف یک شبکه تخصصی هنری از اهمیت خاصی برخوردار می‌شود، مفهوم هنر است.

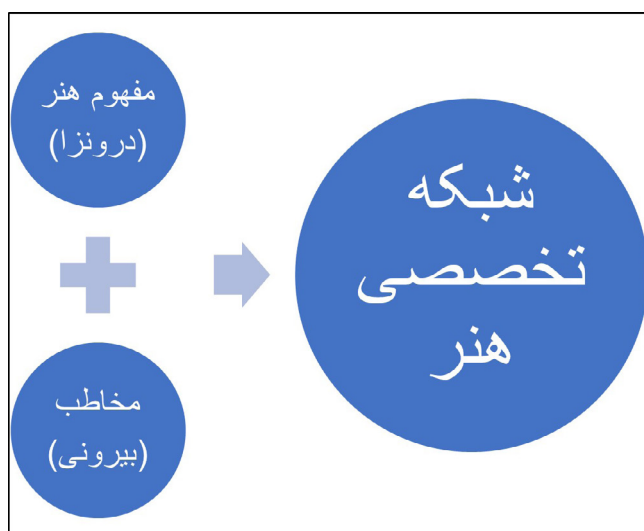
اگرچه برای هنر نمی‌توان معنای جامع، فراگیر و یکپارچه‌ای تعریف کرد، «مفهوم» هنر دقیقاً همان چیزی است که قابل وزن‌تر و کمی‌تر است و می‌توان از آن برای تعریف یک شبکه فرهنگی و هنری استفاده کرد. زمانی که مفهوم هنر ارزیابی می‌شود، عناصر متعددی وارد میدان می‌شوند؛ از مؤلفه‌های درون‌زای وابسته به ماهیت هنر گرفته تا نیروهایی که از بیرون وارد شده و بر آن تأثیر می‌گذارند؛ ویژگی مهمی که در حوزه رسانه نیز از سازوکار مشابه برخوردار است و آن را متأثر می‌کند.

در این میان رسانه - و در اینجا تلویزیون - را نمی‌توان فارغ از «گفتمان» و فلسفه وجودی، بسترهای شکل‌گیری، مباحثات، اهداف، پیامدها و نتایج محصولات آن مورد ارزیابی قرار داد. موضوع مهمی که زهرا آقاجانی و سولماز حشمتی آن را در حوزه رویدادها و مباحث بیرون از گستره خود تلویزیون می‌دانند: «گفتمان تلویزیونی، برون‌داد تلویزیونی است و از این رو کدها، سبک‌ها، ژانرها و قراردادهای آشنای جریان اصلی را در کنار عادات‌های تثبیت شده برنامه‌ریزی و تداوم و کل مجموعه رویه‌های حرفه‌ای، ابزارهای متنی و راهبردهایی دربر می‌گیرد که آموخته‌ایم آنها را به مثابه «تلویزیونی» شناسایی کنیم و از تلویزیون انتظار داشته باشیم؛ اما بخش بزرگی از گفتمان تلویزیون در خارج از آن و بیرون از برنامه‌های این رسانه قابل جستجو است» (آقاجانی و حشمتی، ۱۳۹۶ ه.ش، ص ۱۶).

بنابراین برای تعریف شبکه تخصصی هنر باید گفتمان تلویزیون را در دو حوزه ماهیت و جوهر وجود آن و نیروهای خارج از این حوزه ارزیابی کرد. بر اساس انگاره دوآبرو (Belinha de Abreu)، تعریف گفتمان شبکه تخصصی هنر را باید در «مفهوم» آن جستجو کرد. این واژه به پژوهشگر کمک می‌کند تا از منظرهای گوناگون به ارائه تعریف خود بپردازد. اگر هدف، تعریف معنای هنر باشد، باید به سمت مؤلفه‌های رنسانسی به بعد حرکت کرد و به نوعی وارد حوزه تفسیر شد. تفسیر - در بیشتر موارد - دارای چارچوب است و کمتر می‌تواند دستخوش تغییر و تحول شود، درحالی‌که رسانه و ماهیت آن - که البته مفهوم هنر نیز می‌تواند نوعی رسانه محسوب شود - کاملاً متغیر و تحول‌پذیر است. «رسانه‌ها در بستر زمان، دچار تغییر و تحول می‌شوند و جامعه را تغییر می‌دهند. نظریه تکامل و تحول رسانه‌ها بر اهمیت پدیده‌های نوظهور در رسانه تأکید کرده است» (نزاکی، ۱۳۹۷ ه.ش، ص ۹۶). با این تعریف و همبستگی و هم‌پوشانی هنر و رسانه، باید به سمت تأویل حرکت کرد و یک شبکه تلویزیونی را از این پنجره به تماشا نشست. در این میان «مفهوم» دقیقاً همان قرائت پسامدرن از هنر محسوب می‌شود. مفهوم در هنر از نیمه دوم قرن بیستم به شکلی جدی‌تر مورد توجه قرار گرفت؛ تا جایی که باعث شکل‌گیری هنرهای مفهومی و هنرهای اجرایی شد (Goldberg, 1998)؛ از این رو به شدت با مخاطب در ارتباط است. به عبارت دیگر مخاطب مفهوم یک اثر هنری را شکل می‌دهد و هرگونه قرائت و برداشت از آن مجاز است. در نهایت زمانی که به تعریف شبکه تخصصی هنر نزدیک می‌شویم، باید آن را از منظر ماهیت و مخاطب مورد بررسی قرار دهیم.

در تعریف مفهوم هنر، عبارت‌های متعددی به کار رفته است و نظریه‌پردازان گوناگونی در این باره صحبت کرده‌اند؛ با این حال زمانی که به تعریف آن در قالب یک شبکه تلویزیونی می‌رسیم، بی‌تردید باید به سمت تعاریف مفهومی رایج و مرسوم حرکت کرد؛ تعاریفی که کاملاً به حوزه هنرهای والا، هنرهای زیبا و هنرهای کاربردی وابسته‌اند. به عبارت دیگر در

بنیان‌های شکل‌دهنده به یک شبکه تلویزیونی تخصصی هنر باید هر سه حوزه یادشده را مورد توجه قرار داد؛ اما این هنرها هنگامی که به بحث مفهوم نزدیک می‌شوند - موضوعی که کاملاً به مخاطب (ایرانی) وابسته است - شکل و شمایل دیگری می‌یابند. همین دفرم‌اسیون و تغییر در بستر فرهنگ ایرانی - اسلامی شاید منجر به شکل‌نگرفتن چنین شبکه‌ای تاکنون شده است. اما وقتی حوزه مخاطب رسانه را ارزیابی می‌کنیم، باید به یاد داشته باشیم «رسانه‌های یکی از عوامل و ابزارهای مهم جامعه‌پذیری و فرهنگ‌پذیری هستند که نقش مهمی در رشد و تحول جنبه‌های گوناگون زندگی افراد ایفا می‌کنند. امروزه انسان‌ها در معرض نهادهای رسانه‌ای متولد می‌شوند، می‌اندیشند، دنیا را از این منظر می‌بینند... به تعبیر مارک دوز (Mark Diaz)، انسان‌ها دیگر نه با رسانه‌ها، بلکه درون آنها زندگی می‌کنند» (شریفی و امیدی، ۱۳۹۹ ه.ش، ص ۳۳). در راستای همین تعریف است که مفهوم هنر و مخاطب با یکدیگر هم‌پوشانی می‌یابد و هریک بر دیگری تأثیر می‌گذارند.



نمودار ۱: الزام‌های ضروری برای تعریف شبکه تخصصی هنر

درنهایت باید گفت یک شبکه تخصصی هنر، شبکه‌ای پویا، فعال و تغییرپذیر است که به طور مستمر به ارائه برنامه‌هایی می‌پردازد که به شکل خاص وابسته به عرصه هنر و اقسام آن است و براساس فرهنگ و نیازهای مخاطبان شکل می‌گیرد. در تعریف دقیق‌ترین شبکه می‌توان از مدل جان پرسکات توماس (John Prescott-Thomas) بهره برد و آن را در قالب جدول زیر ارائه داد:

یک شبکه تخصصی هنر همچون خود مفهوم هنر، سلسله مراتب‌های کهنه شده رسانه‌ای را کنار می‌گذارد.
شبکه تخصصی هنر، هسته‌های کسب و کاری مستقل خود را حول یک مرکز واحد به نام «هنر» شکل می‌دهد.
در یک شبکه تخصصی هنر، تصمیم‌های مدیریتی به طور غیرمتمرکز اتخاذ می‌شوند.
در یک شبکه تخصصی هنر، عمده تلاش‌ها معطوف به ارتقای کیفیت می‌شود، نه کمیت.
در یک شبکه تخصصی هنر، فعالیت‌ها و رای و وظایف تخصصی مرسوم در گذشته شکل می‌گیرند.
شبکه تخصصی هنر، رابطه خود با دیگر سازمان‌ها و نهادهای هنری را توسعه می‌دهد (سرمایه‌گذاری مادی و معنوی مشترک).
یک شبکه تخصصی هنر تلاش می‌کند تا ارتباط نزدیک‌تری را با مشتریان (مخاطبان) خود برقرار کند.

جدول (۱): مهم‌ترین مؤلفه‌های تعریف‌کننده یک شبکه تخصصی هنر (الگوی توماس، تطبیق از نگارندگان؛ توماس، ۱۳۹۳ ه.ش، ص ۷۲ - ۷۳).

۱-۳. سلسله مراتب رسانه‌ای در شبکه تخصصی هنر

یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های هنر برخلاف علوم تجربی، تغییرپذیر بودن آن است. هنر همواره در حال پوست اندازی است و به شکلی مستمر از یک شکل به شکلی دیگر و از یک

سبک به سبکی دیگر تغییر می‌کند. بنابراین رسانه وابسته به آن - در اینجا شبکه تلویزیونی تخصصی هنر - نیز نمی‌تواند از نظام سلسله‌مراتبی دیگر رسانه‌ها برخوردار باشد و باید نظام خطی - عمودی خود را به نفع یک نظام افقی تغییر دهد.

۳-۲. شکل‌گیری هسته مرکزی بر اساس مفهوم هنر

در یک شبکه تخصصی هنر، تمام عناصر و مؤلفه‌ها باید بر اساس مفهوم هنر، ویژگی‌ها و اجزای بنیادین آن ساخته و پرداخته شود؛ برای مثال در بخش خبری این شبکه نمی‌توان از خبرهای سیاسی یا اقتصادی استفاده کرد و اگر چنین رویدادی به وقوع پیوست، باید این‌گونه خبرها در راستای اهداف هنری شکل گیرند؛ از جمله می‌توان به رخدادهایی پرداخت که در حوزه اقتصاد هنر یا سیاست و هنر به وقوع پیوسته‌اند. یکدستی و تشتت‌نداشتن در تولید محتوا، رکن اصلی یک شبکه تخصصی هنر را شکل می‌دهد.

۳-۳. تصمیم‌های مدیریتی غیرمتمرکز

تولید هنر، عرصه تعامل ایده‌هاست. این موضوع به‌ویژه در زمینه هنرهای جمعی نظیر سینما، تئاتر و هنرهای نمایشی بیش از دیگر گونه‌های هنر دیده می‌شود. درحقیقت فرایند تولید یک اثر هنری کاملاً وابسته به تصمیم‌های جمعی است و هر جزء یک گروه هنری از دیگر اجزای ایده می‌گیرد و تأثیر می‌پذیرد. توجه کنیم در عرصه رسانه نیز امروزه تصمیم‌گیری متمرکز تقریباً منسوخ شده است؛ تا جایی که گونتلت (Gauntlett) می‌نویسد: «مطالعات رسانه باید فکر خلاق و ساختن خلاقانه را تشویق نماید. مطالعه رسانه باید ابزار را در اختیار مردم قرار دهد یا آنکه آنها را در اختراع ابزار یاری دهد؛ چیزی که تبادل خلاق را بین افراد و گروه‌ها تقویت خواهد کرد» (مک دوگال، ۱۳۹۷ ه.ش، ص ۴۸).

۳-۴. کیفیت به جای کمیت

اگرچه دوام یک رسانه به‌ویژه در حوزه هنر - که کمتر وابسته به جهان تجارت است - به ورودی‌های چشمگیر مالی وابسته است، در یک شبکه تخصصی هنر کیفیت نباید فدای کمیت یا محتواهای نازل اما عامه‌پسند شود. «باید در نظر داشته باشیم که اینک در زمینه تلویزیون، همزیستی یا تعادل میان فلسفه‌های مخالف، میان اقتصاد و فرهنگ، با تسلط یکی بر دیگری مورد تهدید قرار گرفته است؛ از این رو به نظر ما مهم است که حدود مرزهای "همه چیز در خدمت بازار" که امروزه حاکم است، تعیین شود و بر وجود فلسفه‌ای که امکان تعیین و سامان دادن مشروعیت تلویزیون عمومی را فراهم سازد پافشاری کنیم» (اتکینسون، رابوی و دیگران، ۱۳۹۰ ه.ش، ص ۶۱). بنابراین در یک شبکه تلویزیونی تخصصی هنر، باید حدود و مرزهای درآمدزایی به شکل کاملاً شفاف روشن شود.

۳-۵. فراتر رفتن از تخصص‌های مرسوم

همان‌گونه که در تولید یک اثر هنری جمعی با وجود تقسیم وظایف، عملکردهای مختلف از سوی عوامل گوناگون مورد انتظار است، در تلویزیون تخصصی هنر نیز تخصص‌های مختلف در خدمت امور متنوع قرار می‌گیرند و بدین ترتیب شبکه یادشده از ارتقا و توسعه بیشتری برخوردار می‌شود. ضمن اینکه چنین رویکردی سبب افزایش روحیه اعتماد به نفس و خودباوری پرسنل شبکه نیز می‌شود.

۳-۶. رابطه شبکه با دیگر نهادها و سازمان‌ها

به یقین یک شبکه تخصصی هنر بدون ارتباط با دیگر نهادهای هنری، قادر به ادامه فعالیت نیست؛ نهادهایی چون دانشکده‌های هنری، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی،

سازمان تبلیغات اسلامی و حتی حوزه‌های علمیه با توجه به رویکرد مدل ایرانی - اسلامی. این قبیل تعاملات را می‌توان در زمینه تولید محتوا ارزیابی کرد. همچنین برای حمایت مالی شبکه، باید با نهادهای دیگری وارد تعامل شد؛ سازمان‌ها و ارگان‌هایی که کاملاً در حوزه اقتصادی فعال هستند و می‌توانند بخش اعظمی از بار مالی شبکه را تأمین کنند و هزینه‌های آن را بر عهده بگیرند. از سوی دیگر ما «بازیگران جذاب، بازیگران زن، نوازندگان و ورزشکارانی را می‌بینیم که موفق هستند، آنها صاحب ثروت و شهرت‌اند، آنها موفق شده‌اند و ما به رفتار آنها توجه می‌کنیم» (رولینگر، ۱۴۰۱ ه.ش. ص ۳۹). این گروه اجتماعی و تعامل با آنها نیز می‌تواند ضمن ساخت محتوا، به کاهش هزینه‌های برنامه‌سازی با آنها و حتی جبران بخشی دیگر از هزینه‌های شبکه یاری رساند.

۳-۷. ارتباط نزدیک با مخاطبان

باکینگهام (Buckingham) درباره نقش محوری رسانه‌ها و فرهنگ مصرف‌کننده به «تداوم تغییر شکل جوامع مدرن» اشاره می‌کند. مخاطبان جامعه مدرن یا در حال توسعه یک شبکه تخصصی هنر - همچون خود ماهیت هنر - تنوع طلب‌اند و هر روز منتظر یک رویکرد، یک محتوا و یک سبک تازه‌اند. همان‌گونه که درباره «مفهوم» هنر و ارتباط آن با مخاطب بیان شد، با توجه به تنوع فرمی و محتوایی جهان هنر، نباید مخاطبان آن را نیز که از همین سلیقه برخوردارند، از یاد برد و هر روز باید به شیوه‌های جدید ارتباط و تعامل با آنها اندیشید. هووارد تاینر (Howard Tyner) - سردبیر قبلی «شیکاگو تریبون» (Chicago Tribune) - مدت‌هاست که اذعان می‌کند تجارت روزنامه‌نگاری، جذب حداکثری نگاه مردم برای تولی‌های رسانه‌ای است. برای مدت‌های مدیدی روزنامه‌ها موتور گردآوری و ویرایش اخبار بودند؛ اما دیگر انتقال اطلاعات به خوانندگان کافی نیست، بلکه نیاز

داریم به نگاه مصرف‌کنندگان وب، بینندگان تلویزیون و مصرف‌کنندگان برنامه‌های کابلی و حتی شنوندگان رادیو که از چشمشان برای استفاده از رادیو استفاده نمی‌کنند راه بیابیم (نزاکتی، ۱۳۹۷ ه.ش، ص ۶۲). بدین ترتیب مدیران یک شبکه تخصصی هنر باید همواره به یاد داشته باشند با مخاطبانی سروکار دارند که از تمام ابزارهای رسانه‌ای فناورانه نوظهور استفاده می‌کنند.

۴. تبیین و ساختار

ساختار یک شبکه تلویزیونی تخصصی هنر را می‌توان بر اساس الگوهای مختلف رسانه‌ای تبیین کرد. یکی از این نمونه‌ها، الگوی هارولد لاسول (Harold Lasswell) محقق مشهور رسانه‌ای است که در طبقه‌بندی رسانه‌ای خود سه نقش بنیادین را برای رسانه‌ها برمی‌شمرد: «نظارت بر محیط (نقش خبری)، ایجاد و توسعه همبستگی‌های اجتماعی (نقش تشریحی و تفسیری) و انتقال میراث فرهنگی (نقش آموزشی)» (معمد نژاد، ۱۳۸۸ ه.ش، ص ۸۷). در الگوی لاسول، جای یک نقش دیگر به‌ویژه با توجه به موضوع این نوشتار خالی است؛ کارکردی که «چند سال بعد، چارلز رایت (Charles Wright)، محقق ارتباطی آمریکایی، نقش اجتماعی دیگری در مورد ایجاد سرگرمی (نقش تفریحی)، به نقش‌های قبل اضافه کرد» (معمد نژاد، ۱۳۸۸ ه.ش، ص ۸۷).

یکی دیگر از مدل‌هایی که در این باره می‌تواند به شدت مفید واقع شود، «مطالعات کاشت، با پژوهش پروفیسور جرج گربرنر (George Gerbner) و همکارانش در دانشگاه پنسیلوانیا، مدرسه آنبرگ ارتباطات [است که] در طول دهه ۱۹۶۰ تا ۱۹۸۰ به جامعه علمی معرفی گردید» (شریفی و امیدی، ۱۳۹۹ ه.ش، ص ۷۹). مدل کاشت گربرنر شاید بتوان نزدیک‌ترین و بهترین مدل برای تبیین یک شبکه تلویزیونی تخصصی هنر دانست. مک‌کوایل (Mc-Quail) و وینداهل (Windahl) درباره مدل کاشت اظهار داشته‌اند: «تلویزیون به عنوان یک

پنجره به سوی جهان یا بازتابی از جهان نیست، بلکه جهانی در درون خود دارد» (شریفی و امید، ۱۳۹۹ ه.ش، ص ۸۱). اگر بتوان هر اثر هنری را جهانی دانست که برای کشف آن باید به درون آن نفوذ کرد، نظریه کاشت گربنر با جهانی که در خود حمل می‌کند، می‌تواند در جایگاه مدل آرمانی تبیین شبکه تخصصی هنر مورد توجه قرار گیرد. این مدل به خوبی می‌تواند با الگوی ایرانی - اسلامی تطبیق یابد و در قالبی بومی مورد استفاده قرار گیرد.

۴-۱. تبیین نظریه کاشت گربنر

نظریه کاشت از سه نوع تحلیل متنوع برخوردار است: ۱. تحلیل فرایند نهادی: به بررسی همه قدرت‌های اصلی، نقش‌ها و روابطی می‌پردازد که به طور منظم و تعمیم یافته در چگونگی انتخاب، شکل‌بندی و انتقال پیام تأثیرگذار است. تولید و پخش یک برنامه ورزشی [در اینجا هنری] تلویزیونی می‌تواند از نظر اینکه چگونه نسبت به آن تصمیم‌گیری شده یا در آن اعمال سلیقه شده، مورد تحلیل قرار گیرد. ۲. تحلیل سیستم پیام: اساساً تحلیل محتوای گسترده محصولات رسانه‌ای از جمله برنامه‌های خاص کودکان [در اینجا هنری] است. ۳. تحلیل کاشت: شامل سنجش بلند دیدگاه‌های مردم نسبت به موضوعات خاص است که سطوح دریافت رسانه‌ای (مانند میز تماشای تلویزیون) از متغیرهای کلیدی آن به شمار می‌رود» (شریفی و امید، ۱۳۹۹ ه.ش، ص ۸۱).

۴-۲. فرایند نهادی و شبکه تخصصی هنر

فرایند نهادی گربنر با توجه به ساختارهای چندمدیریتی رایج در ایران کاملاً اجرashدنی است. تولید محتوا در این فرایند، کاملاً با توجه به نیروهای درون‌زا و بیرونی شکل می‌گیرند، تمام جوانب امر مورد ارزیابی قرار می‌گیرد و چارچوب‌بندی می‌شوند. سلايق گوناگون، محذورات دینی و فرهنگی و نقش حامیان مالی که پیش‌تر باید حدود و مرزهای آن تعیین

شده باشند، شناخته شده و برنامه نهایی بر اساس همین مؤلفه‌ها ساخته می‌شوند. اگرچه پیش‌تر درباره آزادی و رهایی هنر صحبت شد، اما فرایند نهادی‌گرایی به متولیان این شبکه یادآور می‌شود که بدون در نظر گرفتن قواعد جاری و مرسوم، ادامه حیات چنین شبکه‌ای امکان‌پذیر نخواهد بود. توجه کنیم «رابطه با رسانه‌ها را نمی‌توان به یک رسانه و یک گونه رسانه و یک برنامه و محتوا محدود کرد؛ حتی سخن گفتن از رابطه دوسویه میان کنشگر اجتماعی و رسانه نیز گویای عدم شناخت از سیستم شبکه‌ای که آخرین سنگری که فتح کرده است تلویزیون است» (فکوهی، ۱۴۰۰ ه.ش، ص ۸۴). بنابراین در نظام سیاسی کنونی، نه تنها باید به رابطه و تعامل شبکه تخصصی هنر با دیگر رسانه‌ها اندیشید، بلکه نقش کنشگران اجتماعی را نیز نباید فراموش کرد که گاهی در قالب نهادهای مختلف خود را به نمایش می‌گذارند.

میان مسئولان فرهنگی و سیاسی ما اندیشه و باور خاصی غالب است که اظهار می‌دارد: «فعالیت‌های فرهنگی ما به طور معمول آلوده به ابزار غربی یا گرفتار آن است و در این زمینه به خود اجازه تصرف در ابزار راندا داده تا آنها را متناسب با فرهنگ خود هماهنگ سازی کنیم» (معلمی، ۱۴۰۰ ه.ش، ص ۱۷۲). بنابراین لازمه طراحی و تأسیس شبکه تخصصی هنر، پیش از هر چیز تعامل نزدیک با نهادهای سیاسی و دینی است و جز این گریزی نیست. باید توجه کرد این‌گونه موارد اصولاً تحت عنوان توصیه‌های سیاستی شبکه هنر طراحی و ذیل آن درج شود. سیاست‌گذاری و مباحثی از این قبیل، موضوعات مهمی هستند که باید در مقالات دیگر مورد ارزیابی قرار گیرد.

۳-۴. تحلیل سیستم پیام و شبکه تخصصی هنر

تحلیل سیستم پیام، تحلیلی گسترده، جامع و همه‌جانبه محتوایی خاص است. «در سال‌های اخیر مجموعه پژوهش‌هایی درباره تلویزیون در کشورهای جهان سوم انتشار یافته

که همگی بر این حقیقت توافق دارند که دستگاه تلویزیون در اتاق نشیمن - صرف نظر از اینکه چه نوع برنامه آن را تماشا کنند - دگرگونی‌هایی در الگوهای رفتار اجتماعی پدید آورده است» (اسمیت و پاترسون، ۱۳۹۶ ه.ش، ص ۱۴۲ - ۱۴۳). بدین ترتیب می‌توان نتیجه گرفت در ممالک جهان سوم، آنچه بیش از فرم بر مخاطبان تأثیر می‌گذارد، محتوای یک برنامه تلویزیونی است. در یک شبکه تلویزیونی تخصصی هنر، نمی‌توان به شکلی بی‌محابا دست به تولید محتوا زد و باید تمام جوانب امر اعم از تأثیرگذاری، نیروهای بیرونی، فرهنگ‌های نامتجانس، قومیت‌ها، مسائل اجتماعی و سیاسی، مسائل شرعی و دینی و بسیاری دیگر از مؤلفه‌ها را مورد توجه قرار داد. عزت‌الله ضرغامی رئیس اسبق سازمان صداوسیما سال ۱۳۸۶ در گفتگویی با یکی از نگارندگان این نوشتار، ابراز داشت: «ما دیگر نمی‌دانیم چه کنیم؛ برنامه‌ای را می‌سازیم و پخش می‌کنیم؛ از حوزه علمیه به ما زنگ می‌زنند و تذکر می‌دهند. برنامه دیگری می‌سازیم و به روی آنتن می‌بریم؛ از خیابان جردن به ما زنگ می‌زنند و ناسزا می‌گویند». بنابراین می‌توان به نقش برجسته تحلیل محتوا پیش از تولید آن پی برد و بر آن تأکید کرد.

۴-۴. تحلیل کاشت و شبکه تخصصی هنر

در این بخش از فرایند، واکنش‌های مخاطبان درباره برنامه‌های گوناگون مورد توجه قرار می‌گیرد. مرکز گردآوری این واکنش‌ها، قسمت مهمی از قطب ساختاری یک شبکه تلویزیونی تخصصی هنر را شکل می‌دهد؛ از این رو ضربان لازم برای ادامه حیات شبکه به دست می‌آید، از اشتباهات پیش‌رو جلوگیری می‌شود و جریان برنامه‌سازی در شبکه، به طور مستمر و بدون خلل پیش‌بینی‌ناپذیر ادامه می‌یابد. «در بازاری که موانع برای ورود به آن و رقابت در آن برداشته شده است، هر شبکه جدیدی که تأسیس می‌شود، باید برای رونق‌گرفتن خود ارزشی اضافی به بینندگان ارائه دهد؛ مثلاً سرویس‌های جدید باید امکان

بیشتری برای انتخاب برنامه یا افزایش کمی برنامه‌های محبوب یا کیفیت بهتر یا خدمات بازاری بهتر با قیمت ارزان‌تر یا امکانات و تسهیلات بهتر و بیشتری نسبت به خدمات موجود ارائه دهند» (اتکینسون، رابوی و دیگران، ۱۳۹۰ ه.ش، ص ۶۳). بنابراین با استفاده از تحلیل کاشت می‌توان وارد حوزه ارزش‌های افزوده شد و سبب ارتقا و توسعه شبکه شد.



نمودار (۲): سه مرحله مطالعات رسانه کاشت‌گیر؛ این مراحل به طور انکارناپذیری بر یکدیگر تأثیر می‌گذارند (نمودار از نگارندگان).

۵. مزایای تأسیس شبکه تخصصی هنر

۱. با توجه به شرایط و تحولات سیاسی، اجتماعی و اقتصادی امروز ایران، شبکه تخصصی هنر می‌تواند در هریک از حوزه‌های یادشده وارد شود و آثار مثبتی بر آنها داشته باشد. به عبارت دیگر هنر با قدرت نرم خود سبب نرمش و انعطاف در هریک از میادین قدرت پیش‌گفته می‌شود.

۲. مدت هاست کشور ما مورد هجوم‌های فرهنگی خارجی قرار گرفته است؛ این هجوم که در جهان رسانه از آن با عنوان «امپریالیسم فرهنگی» یاد می‌شود (اسمیت و پاترسون، ۱۳۹۶ ه.ش، ص ۱۳۴)، بسیاری از ارزش‌های فرهنگی ما را تخریب کرده یا در شرف نابودی آن است؛ از این رو ایجاد چنین شبکه‌ای می‌تواند در مقابل بخش اعظمی از این تهاجم فرهنگی قرار گیرد.
۳. بخش مهمی از شبکه تخصصی هنر را می‌تواند آموزش هنر به خود اختصاص دهد؛ حتی شبکه تخصصی هنر می‌تواند در زمینه آموزش خود رسانه نیز وارد عمل شود. همان گونه که هپل اظهار می‌دارد: «آموزش رسانه‌ها قابلیت آن را دارد که یک سرعت‌دهنده فوق‌العاده در انتقال یادگیری به هزاره سوم باشد» (مک دوگال، ۱۳۹۷ ه.ش، ص ۴۹).
۴. شبکه تخصصی هنر می‌تواند سبب آشنایی مخاطبان داخلی این شبکه با فرهنگ و هنر گسترده ایران شود و در نهایت منجر به شکل‌گیری نوعی حس غرور جمعی گردد.
۵. آشنایی مخاطبان خارجی این شبکه با فرهنگ و هنر گسترده ایران، سبب تقویت صنعت گردشگری می‌شود و از سوی دیگر، استحکام فرهنگی و پیشینه تاریخی این سرزمین را به نمایش می‌گذارد.
۶. تأسیس این شبکه می‌تواند به رونق صنعت سرگرمی‌سازی و هنر ایران کمک کند و برای هنرمندان داخلی، فرصت‌های شغلی متعددی را به وجود آورد.
۷. حوزه هنر، همواره مشوق رواداری و گفتگو بوده است. در شرایطی که جامعه ما دارای کمبود گفتگو است، این شبکه می‌تواند به تلطیف این فضا یاری رساند.
۸. شبکه تخصصی هنر می‌تواند تحول بزرگی را در زمینه پژوهش در حوزه فرهنگ و هنر به وجود آورد.

۹. نپیوستن ایران به کنوانسیون کپی‌رایت برن (۱۸۸۶)، امکان فوق‌العاده‌ای را در اختیار این شبکه قرار می‌دهد تا از محصولات خارجی هنری به صورت رایگان و فارغ از پیگیری‌های قانونی بهره‌برداری کند.

۶. موانع پیش‌رو

۶-۱. عدم تدقیق «مفهوم» هنر

میان متولیان فرهنگی و هنری مادرک دقیق و جامعی از مفهوم هنر که مشتمل بر جوهر هنر و مخاطب آن است وجود ندارد؛ به گونه‌ای که پیمان جبلی رئیس فعلی سازمان صداوسیما در حاشیه اختتامیه دوازدهمین جشنواره مردمی فیلم عمار در جمع خبرنگاران اظهار داشت: «شناسایی ظرفیت‌های مردمی در حوزه فرهنگ و هنر و فیلم و مستند و بقیه آثار هنری یکی از برنامه‌های رسانه ملی است؛ اینها ظرفیت‌های بسیار مهمی هستند که در دوره جدید در قالب قرارگاه فرهنگی بودن صداوسیما حتماً باید به سمت آن حرکت کنیم» (ایرنا، ۱۴۰۳). درواقع ریاست سازمان صداوسیما، عرصه فرهنگ و هنر را با میدان جنگ قیاس کرده و از واژه «قرارگاه» استفاده می‌کند. همچنین او در دیداری که در اردیبهشت ۱۴۰۱ با هنرمندان داشت، با پذیرفتن این موضوع که مخاطب صداوسیما کم شده است، گفت: «همه ما، چه شما به عنوان هنرمند، چه ما به عنوان مسئولان صداوسیما باید از خودمان بپرسیم چرا احساس علاقه‌ای که مخاطب به هنرمندان و آثارشان داشت، کاهش یافته است؟ چرا بعضی آثار که در گذشته با هزینه‌های کمتر ساخته می‌شد، ماندگارترند؟ همه ما مقصریم و نمی‌توانیم خودمان را تبرئه کنیم» (عصر ایران، ۱۴۰۲). نتیجه چنین نقصانی را می‌توان در ریزش روزانه مخاطبان صداوسیما مشاهده کرد. بنابراین برای طراحی و تأسیس شبکه تخصصی هنر باید پیش و بیش از هر چیز به سراغ نخبگانی

رفت که در این باره از تخصص و برنامه مشخص برخوردارند. در این میان باید توجه داشت «یکی از فرایندهای مهم تاریخی که در رشد و توسعه علمی در سراسر جهان به ویژه در حوزه های مرکزی رشد علم پس از رنسانس شاهد آن بودیم، شکوفاشدن دانش نخبگان بر زمینه ای از دانش مردمی بود. نخبگان همواره در طول تاریخ وجود داشته اند؛ اما هر کجا شاهد رشد فوق العاده ای از دانش آنها و پیشرفت های عظیم فکری بوده ایم، این امر بر زمینه و آماده سازی های پیشین اتفاق افتاده و نشان دادن رابطه میان این دو کار نسبتاً ساده ای است» (فکوهی، ۱۴۰۰ ه. ش، ص ۶۱).

۶-۲. چند پارگی تمرکز بر فرهنگ و هنر

میان مسئولان و مدیران فرهنگی و هنری با وجود علاقمندی به برخی حوزه های هنری، نوعی چند پارگی شناختی و رویکردی وجود دارد؛ مسئله مهمی که آن هم از بطن عدم شناخت مفهوم هنر زاده شده است. برای درک بهتر این موضوع می توان به رویکردهای مقطعی و گذرای آنها به هنر اشاره کرد.

برای مثال احمد پهلوانیان، مدیر کل صداوسیما استان فارس در جریان بازدید خود از تمرین تئاتر «اسب قاتلین» که در ۱۱ آذر ۱۴۰۲ انجام گرفت، «با تأکید بر اینکه تمام ظرفیت صداوسیما استان را برای ارتقای هنر فارس در اختیار هنرمندان قرار می دهیم، گفت: رسانه ملی در استان با تمام ظرفیت برای تبلیغ و اطلاع رسانی در جهت رونق تئاتر شیراز آمادگی دارد» (ایسنا، ۱۴۰۲). همچنین در ۲۱ تیر ۱۳۸۸ اعلام شد: «صداوسیما جمهوری اسلامی ایران با معاونت هنرهای سنتی و صنایع دستی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری برای تحقق اهداف و توسعه هنرهای سنتی و صنایع دستی کشور همکاری می کند» (ایرنا، ۱۳۸۸). همچنین می توان به اظهارات محمد مهدی اسماعیلی

— وزیر سابق فرهنگ و ارشاد اسلامی - درباره هنر تعزیه و تلویزیون اشاره کرد: «در همه شهرهایی که هنر تعزیه وجود دارد، از این هنر حمایت خواهیم کرد و این هنر مردمی و تاریخی باید زنده بماند. امیدواریم با توجه به حضور همکاران مان در صداوسیما، به پاسداشت و مستندنگاری این میراث مهم کمک شود و در این راه همکاری صورت گیرد» (ایکنا، ۱۴۰۲).

بنابراین هنرمندان، مخاطبان و علاقمندان هنر، بارها شاهد چنین وعده‌هایی بوده‌اند که تنها در حد وعده باقی مانده و هیچ‌گاه جامه عمل نپوشیده است. در همین راستا شاید شبکه تخصصی هنر بتواند بخش مهمی از این وعده‌ها را محقق کند.

۳-۶. عدم حمایت کافی از هنر از سوی نهادهای دینی

بسیاری از نهادهای دینی از جمله حوزه‌های علمیه نیز تعریف مشخص و دقیقی از هنر ندارند؛ به عبارت دیگر تاکنون تقریباً هیچ‌یک از فقیهان تلاش نکرده‌اند تا در زمینه زیبایی‌شناسی و هنر، رساله‌ای جامع و فراگیر منتشر کنند و در آن به تدقیق و شرح زیبایی‌شناسی از منظر فقه شیعه جعفری بپردازند. اگر هم مباحثی از سوی ایشان مطرح شده است، در قالب استفتاها و مواردی از این قبیل بوده و غالباً جنبه سلبی داشته‌اند؛ در حالی که پدران کلیسای کاتولیک بارها به این کار اقدام کرده‌اند. الهیات توماس آکوئیناس یکی از رسالات است که یک باب آن به زیبایی‌شناسی اختصاص دارد و هجده مجلد آن به عنوان سومین کتاب مقدس کلیسای کاتولیک - پس از کتاب مقدس و فرامین پاپی - به شمار می‌آید. به همین دلیل وقتی در زمانه کنونی به بحث فرهنگ و هنر می‌رسیم، با مجموعه‌ای از سلايق شخصی روبرو می‌شویم که گاه مانع عمل به شمار می‌آیند. کم نبوده‌اند اجرای تئاترهای شهرستان که با وجود دریافت مجوز اجرا از وزارت فرهنگ و ارشاد

اسلامی، با دستور امام جمعه آن شهرستان توقیف شده‌اند (گفتگوی نگارنده با چند تن از فعالان تئاتر شهرستان). بنابراین پیش از تشکیل هر شبکه هنری، باید محورها و مبانی آن را با چند تن از آیات عظام مطرح کرد و از مشورت ایشان بهره‌مند شد. همچنین اهالی حوزه نیز از مشارکت در این گونه برنامه‌ها استقبال می‌کنند؛ برای مثال «آیت الله محمد یزدی رئیس جامعه مدرسین حوزه علمیه قم، در دیدار رئیس، معاونان و برخی دانش‌آموختگان دانشکده صداوسیما می‌گفت: دانشکده صداوسیما می‌تواند با آموزش مباحث رسانه‌ای و تربیت نیروی انسانی متخصص در جهت تحقق رهنمودهای رهبر معظم انقلاب گام‌های مؤثری بردارد» (رسانوز، ۱۳۸۹). در همین دیدار، کمال اکبری رئیس دانشکده صداوسیما می‌گفت: «این دانشکده آمادگی دارد در سطوح مختلف نظری و برنامه‌سازی و تولید محصولات رسانه‌ای مبتنی بر بنیادهای دینی اقدام و رهنمودهای مقام معظم رهبری را اجرایی کند» (رسانوز، ۱۳۸۹). بدین ترتیب به نظر می‌رسد با توجه به این رویکرد غالب، می‌توان به یک الگوی ایرانی - اسلامی برای طراحی و تبیین و حتی تأسیس یک شبکه تخصصی هنر اقدام کرد.

۴-۶. نبود یا ضعف قانون حق مؤلف در ایران

«تاریخچه قانون حق تکثیر در ایران مربوط می‌شود به قانون ثبت علائم تجاری که در سال ۱۳۰۴ تصویب شد و در سال ۱۳۴۸ قانون حمایت حقوق مؤلفان و مصنفان و هنرمندان به عنوان بدنه اصلی حق تکثیر در ایران تصویب شد. در ایران قانون حق تکثیر هیچ‌گاه به درستی اجرا نشده است» (وب آرشیو رادیو، ۱۳۹۰). با این وجود در سال ۱۳۹۰، پیش‌نویس لایحه جامع حمایت از حقوق مالکیت ادبی و هنری و حقوق مرتبط ارائه شد که آن نیز همچنان در انتظار تصویب به سر می‌برد. بنابراین می‌توان گفت یکی از موانع بزرگ طراحی

شبکه تخصصی هنر، نبود قانون درست و کامل حق مؤلف است که می‌تواند مشکلات عمده مالی و حقوقی را به دنبال داشته باشد. این معضل به گونه‌ای مهم و بنیادین بوده است که در ۱۹ خرداد ۱۴۰۰، خبرآنلاین با درج این یادداشت، نظر مخاطبان خود را جویا می‌شود: «استفاده بدون اجازه شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی از آثار هنرمندان به ویژه در عرصه موسیقی، همیشه مورد اعتراض بوده است. این کشمکش سال‌هاست بین صداوسیما و اهالی هنر ادامه دارد و همچنان حل نشده باقی مانده است. نظر شما در این باره چیست؟» (خبرآنلاین، ۱۴۰۰).

نتیجه

در این نوشتار تلاش شد بنیان‌های نظری یک شبکه تلویزیونی تخصصی هنر مورد ارزیابی قرار گیرد. در همین راستا از مدل رسانه‌ای کاشت گربنر نیز استفاده شد. بدین ترتیب در زمینه مدل و الگوی لازم برای تبیین چنین شبکه‌ای، فقر اطلاعاتی وجود ندارد. این پژوهش اثبات می‌کند آنچه سبب شده است شبکه تخصصی هنر تاکنون تأسیس نشود یا حتی مورد ارزیابی دقیق قرار نگیرد، مسئله مهم محتواسـت. بزرگ‌ترین مانع پیش‌رو را باید در عدم شناخت مسئولان فرهنگی و هنری درباره مفهوم هنر و مخاطب دانست که منجر به چندپارگی توجه به این حوزه شده است. از سوی دیگر باید به نهادهای دینی اشاره کرد که تاکنون هیچ راهبرد دقیق و فراگیری در زمینه هنر و زیبایی‌شناسی را ارائه نکرده‌اند و همین موضوع سبب مداخلات به شدت سلیقه‌ای در حوزه فرهنگ و هنر شده است. ضمن آنکه تمایزات و تفاوت‌های شدید فرهنگی میان توده‌های گسترده ایران نوعی چندپارگی در دیدگاه را به وجود آورده است که متولیان امر را بیش از پیش از دستیابی به نتیجه نهایی بازداشته است.

بنابراین برای طراحی و تبیین شبکه تخصصی هنر در گام نخست باید از نخبگان و متخصصان این حوزه استفاده کرد که از برنامه‌های دقیق و روشن برخوردارند. در گام بعدی باید توجه خود را به عالمان و روحانیون معطوف داشت و برنامه‌های مختلفی را از منظر آنها گذراند. تشویق این عزیزان به تدقیق و نگارش رسالات جامع و فراگیر درباره زیبایی‌شناسی و هنر از منظر فقه می‌تواند راهگشا باشد. در نهایت مجلس شورای اسلامی را وادار کرد تا درباره تصویب نهایی قانون حق مؤلف در ایران اقدام‌های لازم را به عمل آورد.

کتاب‌نامه

- آقاجانی، زهرا؛ و سولماز حشمتی. (۱۳۹۶ ه.ش). رسانه‌شناسی. تهران: نشر ادیبان روز.
- اتکینسون، دیوید؛ مارک رابوی؛ و دیگران. (۱۳۹۰ ه.ش). رادیو - تلویزیون خدمت عمومی چالش‌های قرن بیست و یکم. ترجمه: مرتضی ثاقب‌فر. تهران، سروش.
- اسمیت، آمتونی؛ و ریچارد پاترسون. (۱۳۹۶ ه.ش). تلویزیون در جهان. ترجمه: مسعود اوحدی. تهران: سروش.
- توماس، جان پرسکات. (۱۳۹۳ ه.ش). راهنمای مدیریت رسانه‌های در حال گذار. ترجمه: محمدقلی میناوند و مسعود مقصودی. تهران، دانشگاه صدا و سیما.
- دوآبرو، بلینها. (۱۴۰۱ ه.ش). آموزش سواد رسانه‌ای. ترجمه: حسین بصیریان جهرمی. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- رولینگر، دینا. (۱۴۰۱ ه.ش). جامعه و رسانه‌های نوین. ترجمه: میلاد پوررجبی و حمیدرضا بیژنی. تهران: نشر نقد فرهنگ.
- شریفی، سیدمهدی؛ و افشین امیدی (۱۳۹۹ ه.ش). نظریه‌های رسانه. تهران، ادیبان روز.
- فکوهی، ناصر. (۱۴۰۰ ه.ش). فرهنگ و رسانه‌های نوین. تهران: نشر همشهری.

معتمدنژاد، کاظم. (۱۳۸۸ ه.ش). ارتباطات در جهان معاصر. تهران: نشر شهر.
مک دوگال، جولین. (۱۳۹۷ ه.ش). مبانی مطالعات رسانه. ترجمه: احمد داوودی. تهران: نشر گستره.
معلمی، عباس. (۱۴۰۰ ه.ش). رسانه و سبک زندگی. تهران: سروش.
نزاکتی، فرزانه. (۱۳۹۷ ه.ش). رسانه‌ها روند همگرایی و تحولات فناورانه. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

Goldberg, Roslee (1998). Performance Live art since the 60s, Thames & Hudson.

منابع آنلاین

B2n.ir/w40822
B2n.ir/n13680
B2n.ir/p53432
B2n.ir/f99042
B2n.ir/t77940
B2n.ir/q92328
B2n.ir/j23284
B2n.ir/q14242
B2n.ir/u79304
B2n.ir/d25738
B2n.ir/a35658
B2n.ir/k28277