

نحوه بازتاب دین داری در سریال های دینی تلویزیونی

(تحلیل محتوای سریال مدینه ۱۳۹۳)

دکتر علی اصغر کیا ۱

دکتر حسین پور ۲

فاطمه پوربصیر ۳

چکیده

نقش ارتباطات بر تبلیغ و گسترش ادیان از بدو خلقت بشر بر کسی پوشیده نیست و امروز رسانه های نوین ابزارهای اصلی این ارتباطات هستند. یکی از قدرتمندترین و مؤثرترین رسانه های نوین، تلویزیون است. تلویزیون به منزله یک رسانه دیداری و شنیداری، زندگی انسانها را تسخیر کرده است. با توجه به توان تلویزیون به جذب حداکثری مخاطب به گونه ای که بیش از ۹۰ درصد مردم از این رسانه استفاده می کنند و رشد روزافزون این رسانه ها که به تولید و پخش اطلاعات می پردازند و از جهات مختلف بر افکار و رفتار ما تأثیر می گذارند نشان می دهد که ما باید از ظرفیت های این رسانه به نحو مطلوب استفاده کنیم. این مقاله به بررسی نحوه بازتاب دینداری در سریال های دینی تلویزیونی (تحلیل محتوای سریال مدینه، ۱۳۹۳) با تأکید بر الگوی دینداری گلاک و استارک و الگوی شجاعی زند و بخشی و ایازی می پردازد. در این مقاله با استفاده از روش تحلیل محتوای کمی و تدوین پرسشنامه معکوس، ۱۷ مؤلفه ابعاد دینداری با روش کدگذاری استخراج و بررسی شد. نتایج حاصل از این مقاله گویای این است که صبوری، اخلاق گرایی، گذشت، طبقه اجتماعی بالا و خیر مطلق بودن برای کاراکترهای مرجح و دیندار و در مقابل آشفتگی، بی قیدی اخلاقی، عصبی بودن، طبقه اجتماعی پایین و شر مطلق بودن برای کاراکترهای نامرجح و بی دین بازنمایی شده اند. همچنین ۴۲ مورد از مؤلفه های دینی در بعد رفتاری با بیشترین میزان و ۴ مورد در بعد نظری با کمترین میزان در این سریال بازتاب داده شده است.

واژگان کلیدی: دین، دین داری، تلویزیون، سریال، تحلیل محتوا

مقدمه

برنامه های تلویزیون ایران را می توان در طول طیفی قرار داد که یک سر آن برنامه های دینی و سر دیگر آن برنامه های سرگرم کننده غیردینی قرار می گیرند. سایر برنامه ها نیز به میزان تأکید بر محتوای دینی یا سرگرم کنندگی، در میانه طیف و نزدیک به هریک از دو سر آن قرار می گیرند. در نقطه وسط طیف نیز نوع سوم از برنامه ها قرار دارند که اگرچه در اقلیت هستند اما به میزان یکسان، دینی و سرگرم کننده هستند. ادعا این است که دو دسته نخست برنامه ها یعنی برنامه های سرگرم کننده و برنامه های دینی مستقیم (مثل سخنرانی از منبر، عزاداری در مساجد، مداحی ها، دعاخواندن های دسته جمعی و...)، در عمل کارکرد واحدی پیدا کرده و مخاطب را به سمت دوری از دین تشویق می کنند. تلویزیون ایران در سطح کلان با

۱ - استاد و عضو هیات علمی دانشکده علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی

۲ - دانشیار علوم ارتباطات دانشگاه نیروی انتظامی

۳ - کارشناسی ارشد علوم ارتباطات دانشگاه سوره

هدف انسان سازی و ایفای نقش مدرسه‌های بزرگ تعریف شده است. معنای انسان سازی در این تعریف، ایجاد یا رشد انسان دینی (به طور خاص مسلمان شیعه) است که نسبت به اعتقادات خود آگاهی کامل داشته و به آنها عمل می‌کند. این انسانی است که به دلیل عمل به اعتقاداتش خواه ناخواه در جریان امور سیاسی و جاری جامعه قرار گرفته و نسبت به آنها حساس است؛ انسان دینداری که موضع‌گیری و عمل سیاسی‌اش بر اعتقادات دینی‌اش مبتنی است. این هدفی است که از بیرون به تلویزیون منتسب شده است. بیرون یعنی زمینه اجتماعی که تلویزیون در آن قرار دارد. زمینه اجتماعی تلویزیون ایران در سطح کلان، دولت و حکومت جمهوری اسلامی است که قوانین آن مقید به احکام دینی است. همچنین جامعه ایران در کل یک جامعه دینی است که البته میزان دینداری و آگاهی‌های دینی اعضای آن متفاوت است. از آنجا که تلویزیون چنین رسالتی را برای خود تعریف کرده و در چنین زمینه اجتماعی به فعالیت مشغول است، می‌توان گفت رسانه دینی است و از آنجا که تلویزیون دولتی است و زیر نظر حکومت اداره می‌شود، رسانه ایدئولوژیک است. (راو دراد، ۱۳۸۸)

طرح مساله

دین، دینداری و هویت دینی در نظریه‌ها و پژوهش‌های علوم اجتماعی همواره مورد توجه بوده است. این امری پذیرفته شده در میان دانشمندان علوم اجتماعی است که هویت دینی نقش پررنگی در زندگی مردم داراست. این دیدگاه در تفکرات و نظریه‌های جامعه‌شناسان مختلف از جمله دورکیم، وبر، زیمل، یواخیم و... ریشه داشته است. یکی از مهم‌ترین آرمان‌های انقلاب اسلامی ایران تربیت نسلی مؤمن و معتقد به احکام اسلامی می‌باشد. در راستای دستیابی به این هدف مقدس نهادهایی چون آموزش و پرورش و رسانه‌های جمعی نقش به‌سزایی ایفا می‌کنند. به خصوص رسانه‌ها و از میان رسانه‌ها «تلویزیون» به واسطه تأثیرگذاری بالا در مخاطب می‌تواند در جذب افراد کم‌انگیزه موفق عمل کند. از طرفی دیگر مخاطب در تلویزیون به قدری مهم است که برنامه‌سازان تلویزیونی برای انتقال پیام مورد نظر خود به مخاطب باید شناخت صحیحی از خواست‌ها و نیازهای وی داشته باشند. این مسأله که مخاطب از پیام پخش شده در تلویزیون چه چیزی دریافت می‌کند به مراتب مهم‌تر از این مسأله است که کارگردان چه چیزی می‌سازد. از طرف دیگر طی سالیان اخیر انتقال مفاهیم و احکام دینی از طریق برنامه‌های پر بازدید تلویزیون مانند «سریال‌های دینی» مورد توجه محققان و علمای دینی قرار گرفته است. سریال‌هایی که در ماه‌هایی چون ماه مبارک رمضان و یا ماه محرم بیشترین زمان پخش و گاه بودجه‌هایی کلان را در بین برنامه‌های تلویزیونی به خود اختصاص می‌دهند.

با توجه به این که درباره سریال‌های دینی در ایران، کمتر تحقیق و بررسی صورت گرفته است و بیشتر نوشته‌ها در این خصوص، یا نوشته‌های روزنامه‌نگاری بوده‌اند یا مباحث مطرح شده در نتیجه فضای پخش یک سریال معین است که کمتر دنبال شده است و همچنین توجه به این نکته که این گونه سریال‌ها رو به فزونی بوده‌اند و دست کم دو یا سه شبکه در ایام و مناسبت‌های خاص (ایام عزاداری محرم یا ماه رمضان) به تولید این سریال‌ها می‌پردازند، این نوشتار در پی آن است که نحوه بازنمایی دینداری در سریال‌های دینی تلویزیون (سریال مدینه ۱۳۹۳) را بررسی کند. علاوه بر این ضرورت شناخت ویژگی‌های برنامه‌های دینی تلویزیونی به عنوان یک گونه‌ی تلویزیونی به همه‌ی ابعاد ساختاری آن مطرح است تا با فراهم آمدن مرجع اطلاعاتی به زبان فارسی برای علاقمندان و پژوهشگران در شناخت مناسب از قابلیت‌های این نوع برنامه‌سازی،

زمینه‌های پژوهش‌های جامع‌تر بعدی و همچنین فعالیت‌های فراگیرتر عملی در این زمینه مهیا می‌شود. نتایج تحقیق حاضر می‌تواند در سازمان‌های فرهنگی و دینی و دانشگاه و سازمان صدا و سیما مورد استفاده قرار گیرد.

پرسش‌های تحقیق

پرسش اصلی:

دینداری در سریال مدینه چگونه بازنمایی شده است؟

پرسش‌های فرعی:

کدام بعد دینداری بیشتر در سریال مدینه بازنمایی شده است؟

شخصیت‌های سریال براساس چه مقوله‌هایی در این سریال طبقه‌بندی می‌شوند؟

چه خصوصیات (شخصیتی و رفتاری) تعیین‌کننده شخصیت‌های دیندار و بی‌دین در این سریال می‌باشد؟

هدف اصلی:

چگونگی بازنمایی دینداری در سریال مدینه

اهداف فرعی:

شناسایی ابعاد دینداری در سریال‌های دینی

شناسایی مقوله‌های مورد استفاده در طبقه‌بندی شخصیت‌های سریال

شناسایی خصوصیات کاراکترهای دیندار و بی‌دین در سریال مدینه

مفهوم دین

از تعاریف موجود برای دین، تقسیم‌بندی‌های گوناگونی می‌توان ارائه داد. یکی از جهاتی که بر مبنای آن تقسیم‌بندی تعاریف صورت گرفته، نسبت تعریف دین با خود دین است. بر این مبنای تعاریف ارائه شده از دین به دو دسته تعارف درون دینی و برون دینی تقسیم می‌شود. متکلمان در مقام تعریف دین، به نوعی نگاهی درونی دارند، یعنی بیشتر با توجه به ادله و منابع یک دین خاص به تعریف همان دین می‌پردازند و اگر هم به نقد سایر تعاریف می‌پردازند، از همین زاویه به مسئله نگاه می‌کنند. برای مثال، در حوزه‌ی اسلام، دین به نظامی از باورها و توصیه‌ها از طرف خداوند برای هدایت و سعادت انسان‌ها اطلاق می‌شود. (بخشی و ایازی، ۱۳۹۴: ۹۳)

نینان اسمارت شش بعد را برای دین قائل می‌شود و به شرح آن‌ها می‌پردازد و دست آخر در تعریف دین چنین می‌گویی: دین موجودیتی شش بعدی است که نوعی اصول و عقاید، اسطوره‌های آموزه‌ای اخلاقی، مناسک و آیین‌های عبادی و نهادهای اجتماعی را در بر می‌گیرد و با انواع گوناگون تجربه‌های دینی جان می‌گیرد. (اسمارت، ۱۳۸۳: ۱۲-۱۳)

رسانه دینی

«ذات باوری» خصلت بنیادین مشترک میان رسانه و دین است. اسمیت معتقد است که انکار ذات باوری در دین مقید به شروطی است، از این رو در همان حال که ذات را برای دین رد می‌کنیم، باید قائل به امری به نام «وضع دینی» باشیم. وضع دینی، امری عام و استعلایی است که آن را ایمان می‌نامد. به عقیده او ایمان امری است که همواره می‌توان آن را وضعیتی دینی تشخیص داد. از این رو اسمیت دین را واقعیتی می‌داند که شی‌واره است و به واسطه عمل فرد ظهور می‌یابد در حالی که ایمان، حالتی درونی است.

دیدگاه اسمیت آن چنان سیطره‌ای در موضوع دین پژوهی و نسبت میان دین و رسانه دارد که به آسانی نمی‌توان نظریه‌ای جایگزین که در آن دین با اعتقادات و تکالیف و جهان بینی را بتوان با رسانه که موجبیت فکری و غربی دارد، ارائه کرد. دیدگاه بدیل این است که در «رسانه دینی» نه در جستجوی آیین، اخلاق یا باور ایمانی و درونی و ظهور آن در رسانه هستیم و نه در صدد غلبه دین بر رسانه؛ بلکه قصد گوه‌ری ما ایجاد نسبت منطقی میان دین و رسانه است که در آن رسانه با رهایی از ذات سکولار و غربی (و البته بدون تغییر اساسی در ذات رسانه) بتواند پیوندی با دین با تمام قلمروش داشته باشد. در غیر این صورت، نمی‌توان از رسانه دینی سخن گفت.

تفکر اسمیت که دیدگاه غالبی در رسانه دینی پروتستانیزم می‌باشد، تنها بخشی اندک از دین را در برمی‌گیرد که همان وجه آیینی و ایمانی است. در رویکرد دوم که بهتر است آن را دین رسانه‌ای بنامیم و از دهه پنجاه در آمریکا و از جانب پروتستان‌ها آغاز گردید، دین همچون مظلومی خواهد بود که رسانه ظرف آن می‌شود. دین در این دیدگاه تحت تأثیر شرایط، فکر و اندیشه تکنولوژی و مفهوم سازی و قالب و اقتضانات رسانه خواهد بود. حقیقت این است که تا پیش از دهه هفتاد، پرسش نسبت دین و رسانه، مهمترین جستجو محسوب نمی‌شد و کمتر کسی در حوزه رسانه این سؤال را طرح می‌کرد که رسانه‌ها به چه نحو و حسب کدام ساختار، خصلتی دینی به خود خواهند گرفت. (W. Smith, 1991, pp. 326-)

(329)

چارچوب نظری

نظریه کاشت

این نظریه توسط جرج گربرنر ارائه شد. وی در آگوست ۱۹۱۹ در بوداپست مجارستان متولد شد و در سال ۱۹۳۹ برای تحصیل در رشته روزنامه نگاری وارد دانشگاه برکلی شد. در سال ۱۹۵۵ دکترای خود را در رشته ارتباطات گرفت. وی معتقد بود عرصه ارتباطات جایی است که تمامی فعالیت‌های سیاسی، فرهنگی و اجتماعی رخ می‌دهد.

در میان نظریاتی که به آثار درازمدت رسانه‌ها پرداخته‌اند، حق تقدم با نظریه کاشت می‌باشد. برنامه تحقیقی در مورد نظریه کاشت توسط جورج گربرنر در اواخر ۱۹۶۰ شروع شد. و نتایج اولیه آن بوسیله گربرنر و لاری گراس در مقاله‌ای تحت عنوان زندگی با تلویزیون: نمایه خشونت مطرح شد. مسئله اصلی تحقیق این بود که قرار گرفتن در معرض رسانه‌ها، تا چه حد می‌تواند به باورها و تلقی عموم از واقعیت خارجی، شکل دهد؟ و فرض اصلی نظریه این بود که (heavy viewers) تماشاگران پر مصرف حس شدیدتری از خطر و ناامنی را از تلویزیون دریافت می‌کنند و تلویزیون ممکن است تماشاگران پر مصرف را به دنیایی پست و خشونت آمیزتر سناک هدایت کند. گربرنر مدعی بود که میان تماشای تلویزیون و اظهار نظر در مورد واقعیت‌های دنیا، رابطه وجود دارد و تماشاگران پر مصرف تلویزیون نسبت به واقعیات زندگی با بینندگان کم مصرف

اختلاف نظر دارند. همچنین گریز در واکنش به انتقادات، عناصری را بدان افزود دو مفهوم متداول سازی و تشدید. متداول سازی وقتی روی می دهد که تماشای بیش از حد تلویزیون منجر به تقارن دیدگاهی در گروه شود و تشدید وقتی روی می دهد که اثرات کاشت در گروه خاصی از مردم بیشتر از بقیه باشد. با این حال با ظهور رسانه های نوین هم این نظریه می تواند مورد توجه محققین باقی بماند. (سورین، تانکارد، ۱۳۸۸)

الگوی دینداری گلاک و استارک

سرآغاز ظهور دیدگاه های مبتنی بر چندبعدی بودن دینداری، اوایل دهه ۱۹۶۰ است. دهه ۱۹۷۰ مطالعات سنجش دینداری دستخوش تغییراتی شد که روش ها و تکنیک های جدیدی در این گونه مطالعات به کار گرفته شد. در این دهه، دینداری یا اهتمام دینی به اعتقاد و رفتارهای انسان، که در ارتباط با ماورالطبیعه و ارزش های غایی قرار دارد، اطلاق می شد. در این زمان، دینداری شامل اعتقادات و رفتارهای نهادینه و غیرنهادینه بود که شامل فرقه های وابسته به کلیسا یا مستقل از کلیسا می شد. چارلز گلاک طی دو دهه ۵۰-۶۰ میلادی در تلاش برای فهم و تبیین دین در امریکا بود. وی بحث ابعاد التزام دینی را در این کشور زنده کرد و با همکاری رادنی استارک در سال ۱۹۶۵، به شرح و بسط الگوی جدیدی از دینداری پرداخت. هدف اصلی آنها، عموماً درک شیوه های گوناگونی بود که مردم با توسل به آن، خود را مذهبی تلقی می کردند. گلاک و استارک بر این عقیده بودند که به رغم آنکه ادیان جهانی در جزئیات بسیار متفاوتند، اما دارای حوزه های کلی هستند که دینداری در آن حوزه ها و یا ابعاد — جلوه گر می شود. آنها برای دینداری چهار بعد اصلی «عمل»، «باور»، «تجربه»، «دانش یا معرفت» را تحت عنوان ابعاد عمومی الزام دینی مطرح کرده اند. این ابعاد چندگانه، در سطح مقیاس های اولیه به پنج شاخص یا مقیاس تقسیم شده اند که افزایش آن، ناشی از تفکیک بعد عمل به دو بخش شاخص مناسکی و عبادی است.

نظر به اینکه ابعاد دینداری مورد نظر گلاک و استارک با نام های مختلف، اما محتوای یکسان، مورد استفاده الگوهای بعدی قرار گرفته اند و هم اینکه عمده تأکید این نوشتار در بررسی ابعاد دینداری بر الگوی دینداری آنها استوار است، از این رو، تشریح هر یک از این ابعاد ضروری است.

۱- بعد باور: آن چیزی است که انتظار می رود پیروان یک دین بدان اعتقاد داشته باشند. گلاک و استارک این باورها را در هر دین به سه نوع تقسیم کرده اند: «باورهای پایه ای مسلم، که ناظر بر شهادت به وجود خدا و معرفی ذات و صفات اوست. باورهای غایتگر، که هدف و خواست خدا از خلقت انسان و نقش او در راه نیل به این هدف است. باورهای «زمینه ساز» که روش های تأمین اهداف و خواست خداوند و اصول اخلاقی را که بشر برای تحقق آن اهداف باید به آنها توجه کند، دربرمی گیرد». گلاک و استارک بعد باور یا عقیدتی را بعد ایدئولوژیکی هم نامیده اند.

۲- بعد مناسکی (عمل): نظام اعتقادی در هر دینی وجود دارد، اما این اعتقادات به صورت مناسک نمود عینی می یابند. «تمام ادیان بنا بر اقتضای نوع الهیات خود، نحوه خاصی از عمل و زیست را بر مؤمن الزام می کنند. که همان عمل دینی است. این عمل خواه ناخواه، در پرتو نظام فقهی و اخلاقی سامان می پذیرد». بعد عمل یا مناسک، اعمال دینی مشخصی نظیر عبادت های فردی، نماز، روزه، صدقه، زکات و... را دربرمی گیرد. گلاک و استارک در تشریح بعد مناسکی بر این نکته تأکید کرده اند که در عملیاتی کردن این بعد، علاوه بر مشارکت در فعالیت های مناسکی، تفاوت های مربوط به ماهیت یک

عمل و معنای آن عمل نزد فاعلان آن نیز بررسی می‌شود. از نظر امیل دورکیم، تمامی مناسک و اعمال دینی در ادیان «کارکرد اجتماعی دارند و هدف آنها زنده نگهداشتن حس تعلق به گروه و مواظبت از اعتقاد و ایمان است.

۳- بعد تجربه: تجربه دینی با احساسات، تجربیات و درون فرد دیندار مرتبط است. احساسات و عواطف دینی وجه عالی‌تری از دینداری است که کاملاً قلبی و درونی بوده و برخلاف مناسک و مراسم آیینی نمود بیرونی ندارد. دیندارانی که این بعد را کسب می‌کنند، «مخلص» نامیده می‌شوند.

۴- بعد دانش: بعد معرفتی، عقلانی یا دانش با بعد عقیدتی بسیار نزدیک است. تفاوت این دو بعد، مربوط به آگاهی و شناخت در اعتقادات در بُعد دانش است. معرفت دینی، آگاهی به متون دینی است که می‌تواند الگویی برای باور، عمل و تجربه دینی باشد. از نظر گلاک و استارک، بعد معرفتی در ارتباط با مطالبی است که مردم از طریق عالمان دینی درباره مذهب می‌آموزند.

۵- بعد پیامدی: این بُعد، به دلیل بیشترین انتقادات، در میان ابعاد الگوی دینداری گلاک و استارک پس از مدتی حذف شد، از جمله این که، بعد پیامدی فی نفسه پیامد دینداری است، نه بعدی از ابعاد آن. بعد پیامدی دینداری، که با این انتقاد از الگوی دینداری کنار گذاشته شد، به اعمالی گفته می‌شود که از عقاید، احساسات و اعمال مذهبی ریشه می‌گیرد و از ثمرات و نتایج ایمان در زندگی و کنش‌های بشر است. این بُعد، نقش چندانی در جهت‌گیری انسان ندارد، بلکه خود، تابع ساختارهای اجتماعی است. از نظر این دو محقق، بعد پیامدی جدا از سایر ابعاد قابل بررسی نیست. رفتارهای دینی می‌توانند در معنای پیامدی سنجه‌ای از دینداری باشند که منجر به استواری ایمان مذهبی می‌شود. آنجا که منجر شود تا از باور، اعمال، تجربه و دانش دینی پیروی شود. (احمدی، ۱۳۸۸)

الگوی دینداری شجاعی زند

شجاعی زند، دینداری را تأثیر و تجلی کم یا زیاد دین در ذهن، رفتار و روان افراد معرفی می‌کند که ابعاد پنج‌گانه معتقد بودن، مؤمن بودن، اهل عبادت بودن، اخلاقی عمل کردن و متشعر بودن از آن مستفاد می‌شود. علیرضا شجاعی زند دینداری را در ابعاد ذیل بر می‌شمرد: ابعاد وجود-ابعاد دین-نشانه دینداری-پیامد دینداری-ذهن معرفتی، اعتقاد، معتقد بودن داشتن معلومات دینی، بینش الهی-اخلاق-ایمان-عبادیات اخلاقی-مؤمن بودن-اهل عبادت بودن-شرعیات-متشعر بودن-عمل به تکالیف فردی-متقی بودن-داتن ظاهر دینی-هویت دینی-اهتمام دینی در خانواده

همان‌گونه که از توصیفات فوق درباره الگوهای دینداری برمی‌آید، مشخص می‌شود که بخش عمده‌ای از این الگوها محتواهای یکسانی را با عبارات اندکی متفاوت شرح داده و شباهت‌های بسیاری را با هم نشان می‌دهند. به همین دلیل، الگوهای سنجش دینداری در بسیاری از ابعاد محتوای یکسانی پیدا می‌کنند و غالباً در سه سطح به سنجش دینداری افراد می‌پردازند: «اولین سطح مماس با زندگی افراد یا همان اعمال و شعائر است. سطح درونی‌تر ایده‌ها و عقاید و بالاخره، سطح سوم درونی‌ترین بخش تجربه دینی افراد است. (همان)

الگوی دینداری بخشی و ایازی

بخشی و ایازی در جمع‌بندی از تعریف دین و ابعاد دینداری ۴ بعد نظری، رفتاری، درون فردی و نهادی را بر می‌شمارند. بعد نظری شامل گزاره‌هایی است که مؤمنان به آن اعتقاد دارند. بعد رفتاری اعمال انفرادی و اعمال جمعی و مناسک است.

بعد درون فردی بیان کننده احساسات قلبی فرد، تسلیم و ایمان است. یا بعد حوزه معنوی و ارتباط فرد با امور مقدس است. بعد نهادی شامل نهادها و سازمان‌های دینی و غیره می‌شود. (بخشی و ایازی، ۱۳۹۴)

روش تحقیق

مقاله حاضر به روش تحلیل محتوای کمی انجام شده است و مؤلفه‌های دین داری با کمک پرسشنامه معکوس و با روش کدگذاری استخراج شده است. واحد تحلیل در این سریال سکانس‌های سریال مدینه و واحد ثبت مؤلفه‌های دینداری مورد بررسی در این سریال است.

یافته های تحقیق

با تحلیل محتوای ۲۷ قسمت از سریال مدینه مؤلفه‌های دین داری در ۴ بعد نظری، درون فردی، رفتاری و نهادی این گونه

مشاهده گردید:

سریال	بعد نظری	بعد درون فردی	بعد رفتاری	بعد نهادی
قسمت اول		۱) رویاپردازی در مورد روح از دست رفتگان و این که آن‌ها در میان ما حضور دارند	۱. رعایت هنجارهای مورد نظر دین از سوی نقش اول (مدینه) و عدم رعایت آن توسط نقش با مکمل (روحی) با سود گرفتن ۲) درک دینی و اعتقاد به تقدیر در اتفاقات و مرگ همسر (شخصی)	۱. استفاده از نام‌های مذهبی برای شخصیت‌های نقش مثبت همچون مدینه، هانیه، فاطمه ۲. موسسه خیریه برای کودکان بی سرپرست ۳. وجود جمله «ن والقلم و ما یسطرون»
قسمت دوم	۱) اشاره به خواندن آیه-الکرسی برای حفظ دارایی و مواجهه با سختی‌ها ۱) استفاده فاده از جمله «فاتحه مع الصلوات» تأکید به مرگ کسی		۱) اشاره به مخلوط شدن پول حرام با حلال در اثر کم‌فروشی	
قسمت سوم	۱) استفاده فاده از جمله «لا حول و لا قوت الا بالله» ۲) استفاده فاده از جمله «فاتحه مع	۱) رویاپردازی در مورد حضور روح مردگان،	۱) عدم اطمینان از سمت قبله در خانه و که بیاتگر عدم انجام فرایض دینی است ۱) بیان نزول گرفتن و عاقبت شر آن برای هر دو طرف	۱) نمایی از سجاده، چادر نماز و تسبیح

			الصلوات» تأکید به مرگ کسی	
قسمت چهارم				۱) نزول گرفتن به عنوان عملی ناهنجار در دین ۲) نزول کردن به عنوان راه از بین بردن رابطه فرد با خدا ۳) نزول کردن به عنوان راه حرام کردن دارایی‌ها
قسمت پنجم				۱) اشاره به اهمیت نان حلال در آوردن ۲) ضد هنجار دینی بودن قمار و بیان عاقبت این عمل
قسمت ششم		۱) رویاپردازی در مورد وجود روح مرده		۱) عکس آیه «لا حول و لا قوت الا بالله» در خانه
قسمت هفتم				۱) نماز خواندن شخصیت‌های سریال
قسمت هشتم		۱) رویاپردازی در مورد حضور روح مردگان ۲) درک دینی از اتفاقات و رزق و روزی افراد (اقتصادی)		۱) تصویر قرآن و خواندن قرآن توسط یکی از شخصیت‌های فیلم
قسمت نهم		۱) رویاپردازی در مورد حضور روح مردگان در خواب و بیداری		۱) بیان نزول به عنوان امری ضد هنجار و حرام کننده حلال انسان
قسمت دهم		۱) بیان معجزه و امداد غیبی در بعضی کارهای درست و نه ضد هنجارهای دینی ۲) رویاپردازی در مورد حضور روح مردگان در زندگی		۱) ثواب کردن در راه خدا از طریق خندا ندن دیگران به عنوان عملی هر چند کوچک ۲) بیان نزول به عنوان امری حرام و بیان کردن عواقب آن
قسمت یازدهم				۱) وجود قاب عکس از آیه - الکرسی و «لا حول و لا قوت الا بالله» در خانه
				۱) بیان غیبت کردن به عنوان گناهی بزرگ ۲) نشان دادن غیبت کردن به عنوان کار تمام انسان‌ها هنگام مهمانی و دورهمی ۳) بیان نزول به عنوان امری ضد هنجار و حرام کننده حلال انسان

<p>قسمت دوازدهم</p>		<p>۱) رویاپردازی در مورد حضور روح مردگان در زندگی اطرافیان</p>	<p>۱) اهمیت نماز خواندن اول صبح توسط شخصیت‌ها ۲) روزه گرفتن و اهمیت ماه مبارک رمضان نزد مسلمانان ۳) صبر و شکیبایی در زمان مشکلات سخت (مالی و یا جانی)</p>	
<p>قسمت سیزدهم</p>				<p>۱) تصویر موسسه خیریه کمک به کودکان بی سرپرست ۲) قاب عکسی از آیه الکرسی در خانه</p>
<p>قسمت چهاردهم</p>			<p>۱) صدای اذان به عنوان اذکار دینی برای یادآوری انجام فرایض دینی ۲) بیان کننده مرکز کمک به کودکان بی سرپرست ۳) اذان به عنوان ابعاد نهادی دین</p>	<p>۱) نمایشی از امامزاده در کنار موسسه خیریه ۲) موسسه خیریه ۳) اذان به عنوان ابعاد نهادی دین</p>
<p>قسمت پانزدهم</p>		<p>۱) بیان نذر کردن و نیت کردن به عنوان گره گشای مشکلات</p>	<p>۱) بیان نزول به عنوان جنگ با خدا ۲) استغفار از ناامیدی از درگاه خدا ۳) امید به خواست خدا برای مواجهه به مشکلات و سختی‌ها ۴) اعتقاد به تقدیر و خواست خدا در تمام اتفاقات و پیشامدها ۵) دریافت پاداش صبوری و شکیبایی در مشکلات سخت و ناامیدی از درگاه خدا</p>	<p>۱) خواندن قرآن و اذکار همچون «لا حول و لا قوت الا بالله» توسط شخصیت اصلی سریال</p>

قسمت شانزدهم				<p>۱) شکرگذاری از خدا برای داشته‌ها و اعتقاد به قسمت و تقدیر در زندگی</p> <p>۱)نمایی از امامزاده مرکز خیریه کمک به کودکان بی سرپرست(کودکان در حال غذا خوردن)</p> <p>۲)نشان دادن تصویر «ن و القلم و مایسترون» در نمایی از موسسه خیریه</p> <p>۳)تصویری از کتاب یاد خدا که شامل ادعیه‌ها و اذکار</p>
قسمت هفدهم	-	-	-	-
قسمت هجدهم				<p>۱) یاد خدا در تمام مراحل زندگی</p> <p>۲) راضی بودن به رضای خدا</p>
قسمت نوزدهم	-	-	-	-
قسمت بیستم				<p>۱) ذکر «لا حول و لا قوت الا بالله» توسط شخصیت‌های سریال</p> <p>۲) ذکر کردن همراه با تسبیح</p> <p>۳)نشان دادن تسبیح در نمایی نزدیک</p>
قسمت بیست و یکم				<p>۱)نماز خواندن شخصیت‌های سریال</p> <p>۲) ذکر نام یا علی هنگام زمین خوردن</p>
قسمت بیست و دوم				<p>۱) شکرگذاری از خدا برای داشته‌ها و اعتقاد به رضایت به قسمت و تقدیر در زندگی</p> <p>۱)تصویر مهر و جانمایی در نمایی بسته</p>

	۲) نماز خواندن توسط طبقه مرفه جامعه			
قسمت بیست و سوم	۱) صوری در مشکلات زندگی و راضی بودن به رضای خدا			۱) تصویر ن والقلم و مایسترون روی دیوار موسسه خیریه ۲) موسسه خیریه کمک به کودکان بی سرپرست ۳) نهایی بسته از امامزاده کنار موسسه خیریه
قسمت بیست و چهارم	۱) بیان عاقبت نزول در زندگی نزول دهنده و نزول گیرنده در زندگی ۲) نماز خواندن شخصیت‌های سریال ۳) بیان اهمیت اذکار و نذر ذکر برای رفع مشکلات ۴) نماز خواندن در جاهای عمومی	۱) بیان نذر کردن برای راه‌گشای مشکلات ۲) خواست کمک از خدا برای مقابله با مشکلات		۱) تصویر نمازخانه در مکان‌های عمومی ۲) ذکر «لا حول و لا قوت الا بالله» توسط شخصیت‌های سریال
قسمت بیست و پنجم				۱) قاب «لا حول و لا قوت الا بالله» در خانه
قسمت بیست و ششم	۱) خواندن قرآن توسط شخصیت‌های سریال	۱) روی‌پردازی در مورد حضور روح مردگان در زندگی اطرافیان و آگاهی از آینده		۱) تصویر موسسه خیریه عیاض سفید
قسمت بیست و هفتم	۱) صدای اذان به عنوان اذکار دینی برای یادآوری انجام فرایض دینی ۲) خواندن قرآن توسط شخصیت‌های اصلی سریال	۱) روی‌پردازی در مورد حضور روح مردگان در زندگی اطرافیان		۱) تصویر از مسجد در میان بازاری و مکان‌های عمومی ۲) وجود ذکر «هو الرزاق» در بالای تابلو تهیه غذا

بحث و نتیجه‌گیری

مقاله حاضر با استفاده از روش تحلیل محتوای کمی به بررسی بازنمایی دین‌داری در سریال مدینه پرداخته است. نتایج تحقیق نشان داد که بیشترین تعداد ابعاد دینداری که در سریال مشاهده شده است ابعاد رفتاری با ۴۲ فراوانی است. ابعاد

رفتاری در این پژوهش و پرسشنامه معکوس شامل انجام فرایض عبادی و متعلقات، رعایت هنجارهای مورد نظر دین، انجام رفتارهایی که در حوزه اخلاقیات دین می‌گنجد (صبر و شکیبایی در مقابل مشکلات)، انجام رفتارهایی ناشی از برانگیخته شدن احساسات دینی (اعتقاد به قسمت و خواست خدا) می‌باشد. همچنین بعد نهادی در میان ابعاد دیگر در سریال دارای ۳۱ فراوانی است. ابعاد نهادی در این پژوهش و پرسشنامه معکوس شامل نمایش تولیدات مادی و آثار هنری دینی، نمایش اشیای مقدس (همچون مراقب امامان)، نمایش یا خواندن کتب دینی، تشکیلات دینی و مراسم‌های دینی، بکار بردن تکیه کلام‌های دینی و اخلاقیات و کسوت‌های دینی می‌باشد. بعد درون فردی در این سریال دارای فراوانی ۱۴ می‌باشد. این بعد در مقاله حاضر شامل بیان تجربه‌های دینی همچون رویاها و مکاشفات دینی، درک دینی از اتفاقات و پدیده‌ها، بیان احساسات دینی نسبت به سوژه‌های دینی و خصایل روانی ماندگار در فرد، بیان کنش‌های نفسانی دینی می‌باشد. بعد نظری در این سریال ۴ و دارای کمترین فراوانی می‌باشد. در این نوشتار بعد نظری شامل بیان مفهوم دینی و یا نام‌های حوزه‌های دینی و مفاهیم تولید شده در دین، بیان مفاهیم اعتقادی، مفاهیم نهادی و آشکار دینی در میان صحبت‌های افراد، بیان گزاره‌ها و اعتقادات و باورهایی که در مورد موضوعات دینی است، می‌باشد. علاوه بر موارد فوق نتایج حاصل گویای این است که جذابیت، اخلاق گرایی، قهرمانی، طبقه اجتماعی بالا و خیر مطلق بودن برای کاراکترهای مرجح و دیندار و در مقابل عدم جذابیت، بی‌قیدی اخلاقی، ضد قهرمانی و تبه‌کاری، طبقه اجتماعی پایین و شر مطلق بودن برای کاراکترهای نامرجح و بی‌دین‌بازنمایی شده‌اند. در مجموع این بحث کلی در مورد بازنمایی مفاهیم دینی در تلویزیون جمهوری اسلامی ایران مطرح است که به دلایل محدودیت‌های تصویری، تولید کم سریال‌های دینی - محدود به زمان‌هایی خاص از سال -، عدم استفاده از کارشناسان همه‌جانبه‌نگر دینی، گرایش به یک‌گفتمان خاص دینی - سنت‌گرایی اسلامی - و عدم توجه به سایر گفتمانها منجر به فقدان بازنمایی همه‌جانبه و عمیق از مفاهیم دینی شده است و لذا احتمال بازنمایی منفی - از نظر مخاطبان - از مفاهیم دینی ارائه شده بسیار متصور می‌باشد.

منابع

فارسی:

- احمدی، یعقوب، (۱۳۸۸)، وضعیت دینداری و نگرش به آینده دین در میان نسل‌ها مطالعه موردی شهر سنندج، شماره اول، ص ۴۹
- اسمارت، نینان، (۱۳۸۹)، دین پژوهی، ترجمه سعید رضا منتظری و احمد شاکر نژاد، نشر ادیان، صص ۱۲
- بخشی، حامد و ایازی، فاطمه سادات، (۱۳۹۳)، بازنمایی دین در فیلم‌نامه‌های اولین جشنواره فیلم دینی رویش، شماره ۶۲، ص ۵۲
- راوودراد، اعظم (۱۳۸۸)، نقش برنامه‌های دینی و غیردینی تلویزیون در افزایش یا کاهش دینداری، فصل‌نامه تحقیقات فرهنگی، دوره دوم، شماره ۶، صص ۴۹-۷۷.
- ورنر، جوزف سورین، تانکارد، جیمز، (۱۳۸۸) نظریه‌های ارتباطات جمعی، ترجمه دهقان، علیرضا، انتشارات دانشگاه تهران، ص ۴۷

لاتین:

- Smith, W. C. (1978). The meaning and end of religion. London: SPCK Turnbull, C.
(1961). The forest people. London: Jonathan Cape.