

رنج یا گنج؟

آیا رسانه‌ها رنج انسان امروزی را زیاد کرده‌اند؟

عقیده شهرستانی

کارشناسی ارشد مدیریت رسانه دانشگاه تهران



مقدمه

بخش زیادی از محتوای رسانه‌ها، تصویر، فیلم و مطالبی است که گرچه در نگاه اول، رشد، پیشرفت و توسعه را نشان می‌دهند و انسان‌ها را به سوی تلاش سوق می‌دهند، ولی در درازمدت اثری جز افزودن ناراحتی‌های روحی برای انسان‌ها ندارند.

برای شروع بحث لازم است نگاهی عقلانی به موضوع خیر و شر داشته باشیم. در دیدگاه فلاسفه اسلامی، در پاسخ به

اشکال «شُرور» در رابطه با نظام احسن و اکمل، به مطلب جالبی اشاره می‌شود. در این دیدگاه به این نکته اشاره می‌شود که غیر از خداوند، آنچه دارای واقعیت وجود است، دو عالم است: یکی عالم مفارقات و مجردات و دیگری عالم طبیعت و مادیات. شرور تنها در عالم ماده و طبیعت ظهور می‌کند، زیرا ماهیتی عدمی دارد؛ عدم آنچه برای چیزی مطلوب و ممکن است، و آن عدم، یا «عدم کمال اولیه» و «عدم کمال ثانویه» است. در هر دو صورت، عدم مربوط به ماده و امکان است.^۱



و بر رنج و ناراضی او می‌افزاید. موضوع این است که چنین تبلیغات و نیازسازی‌هایی

همیشه تحت عنوانی موجه جلوه می‌کنند: پیشرفت، رفاه، آرمان‌گرایی، توسعه، الگوسازی و ... نکته مهمی که باید به آن توجه کرد، در صادق یا کاذب بودن این نیازهاست. رسانه‌ها نه تنها می‌توانند نیازهای کاذب ایجاد کنند، بلکه آدمی را به حرص برای به دست آوردن آن وا می‌دارند و این نیازها را هر روز گسترش می‌دهند. در نتیجه افراد به دلیل نرسیدن به آن هدف‌ها و خواسته‌ها دچار رنج و ناراحتی می‌شوند. چنان که امام علی (ع) می‌فرماید:^۴ «ای مردم! بدانید که ترسناک‌ترین چیزی که از آن بر شما خائفم، دو چیز است: پیروی از

هوا و هوس، و آرزوهای طولانی. پیروی از هوا و هوس، انسان را از حق باز می‌دارد و آرزوهای طولانی آخرت را به دست

آگاهی از اینکه رسانه‌ها چه چیز را به ما ارائه می‌دهند و چه آرزوهایی را در ما پرورش می‌دهند، از ملزومات زندگی امروز است که رسیدن به آن نیازمند آموزش و تفکر است

در همین راستا، **علامه طباطبایی** (رحمة‌الله علیه) نیز به این موضوع اشاره می‌کند که شر امری مقایسه‌ای است و از مقایسه با خوب و مطلوب پدید می‌آید. این خوب‌ها موافق طبع ما هستند و در نتیجه برای شر چیزی باید باشد که برای انسان مطلوب بوده است؛ تا نداشتن این صفت مطلوب برای آن، شر شمرده شود.^۲ مثلاً ما نداشتن گوش و قوه شنوایی را برای انسان شر می‌شمیریم، چون برای انسان مطلوب و مفروض است، ولی داشتن شاخ برای انسان مطلوب نیست و نداشتن آن برای انسان رنجی ایجاد نمی‌کند. انسان هم به دنبال آن نیست و آن را جزو نیازهای خود به شمار نمی‌آورد. از طرف دیگر در بخشی از علوم کلامی به حکمت و عدل خداوند می‌پردازیم و بر اساس آن می‌گوییم خداوند به هر موجودی آنچه را شایسته و بایسته وجود او بوده، عطا کرده است. چنان که **امام علی (ع)** در خطبه ۹۰ «نهج البلاغه» می‌فرماید:^۳ «مردم همگان روزی خور اویند و اوست که روزی آن‌ها را ضمانت و اندازه‌گیری کرده و راه مشتاقانش را به سوی خود هموار ساخته است.»

پس مشخص است که خداوند در خلقت و آفرینش خود، به هر بنده‌ای، آنچه لازم داشته، عطا کرده است. البته اینجا منظور همهٔ بندگان نیست، بلکه نوع انسان است؛ چنان که آدم‌هایی هستند که جسم سالم ندارند. ولی به‌طور کلی نوع بشر تمام چیزهایی را که برای زندگی و کمال خود لازم است، دارد. حال به اول بحث باز می‌گردیم که نبود این نیازهای اولیه و ثانویه موجب رنج می‌شود و شر به حساب می‌آید.

مصرف رسانه‌ای در چند سال اخیر، به‌خصوص به خاطر پدیدهٔ کرونا، بسیار بالا رفته است. تولید رسانه دیگر در اختیار سازمان‌ها نیست. افراد بسیاری به تولیدکننده تبدیل شده‌اند؛ به‌خصوص در حوزهٔ سبک زندگی، تولیدکنندگان بسیاری وجود دارند. بلاگرها، انواع پیج‌های مسافرتی، پیج‌های متفاوت غذا، سریال‌ها و فیلم‌های نمایش خانگی که در نشان دادن زندگی تجملی باهم رقابت می‌کنند، کانال‌های شوخی و سرگرمی، کانال‌هایی که زندگی چهره‌ها (سلبریتی‌ها)، بازیگران و فوتبالیست‌ها را به نمایش می‌گذارند، فیلم‌ها و سریال‌های آمریکایی و حتی برخی از فیلم‌ها و سریال‌ها نیز از جمله رسانه‌هایی هستند که زندگی قشری خاص از جامعه را به نمایش می‌گذارند.

البته از این قشر خاص نیز تنها قسمت خوشی‌های زندگی‌های آن‌ها به نمایش گذاشته می‌شود، بدون اینکه رنج و تلاش آن‌ها برای رسیدن به همین نقطهٔ مطلوب نیز نشان داده شود. کما اینکه بسیاری از این امکانات غیرواقعی‌اند و تنها در سریال یا فیلمی خاص فرد دارای این سبک زندگی است. اما این محتواها، با گذشت زمان در درازمدت اثر خود را می‌گذارند؛ سطح توقع فرد را از زندگی معمولی بالاتر می‌برند



مانند تصویری که رسانه‌های داخلی و خارجی از زندگی آمریکایی نشان می‌دهند و اسم آن را «رویای آمریکایی» می‌گذارند. در همین راستا افرادی موفق و شاد نشان داده می‌شوند که به این هدف‌ها رسیده‌اند.

اغلب این نیازها یا تصویرهای زندگی کاذب‌اند. در فرد حس نارضایتی ایجاد و او را از زندگی عادی جدا می‌کنند. در این زمینه می‌توان گزارش «خبرگزاری فارس» را دربارهٔ افرادی مطالعه کرد که با دیدن زندگی بلاگرها، به فکر جدایی و طلاق افتاده‌اند.^۶ چنان که امام صادق (ع) فرموده‌اند: «حکایت انسان حریص به دنیا، حکایت کرم ابریشم است که هر چه بیشتر بر خود می‌تند، بیرون آمدنش از پیله بعیدتر می‌شود؛ تا اینکه از غم و اندوه می‌میرد.»^۷

در حالت عادی نمی‌توان منکر طلب رفاه، تفریح، پیشرفت، و توسعهٔ مادی و حتی خواسته‌های معنوی، مانند کسب شهرت، علم و قدرت شد. اما باید دقت کرد که تعریف ما از این مسائل و ذهنیتی که به وسیلهٔ رسانه از آن می‌سازیم، باید با عقل سلیم، امکانات طبیعت و دنیا، و دین ما در تطابق باشد.

از طرف دیگر، همان‌طور که در قرآن کریم آمده، انسان در رنج آفریده شده است.^۸ و در واقع از آن گریزی ندارد. زیرا خوشی‌ها و ملایمات دنیا نیز همراه و مخلوط با رنج‌اند^۹ و عقل آدمی نیز در بسیاری از مواقع آن را درمی‌یابد. مثل اینکه غذا خوردن ممکن است با لذت همراه باشد، ولی فراهم کردن آن و هضم بعد از آن، همراه با سختی است.

آگاهی از اینکه رسانه‌ها چه چیز را به ما ارائه می‌دهند و چه آرزوهایی را در ما پرورش می‌دهند، از ملزومات زندگی امروز است که رسیدن به آن نیازمند آموزش و تفکر است.

پی‌نوشت‌ها

۱. <https://b2n.ir/w57366>

۲. عقاید استدلالی - علی ربانی گلپایگانی - انتشارات مرکز مدیریت حوزه‌های علمیهٔ خواران

۳. اصول فلسفه و روش رئالیسم - علامه طباطبائی - انتشارات صدرا، ج ۵، ص ۱۷۲

۴. «عِبَالُهُ الْخَلَائِقُ ضَمِنَ أَرْزَاقَهُمْ وَ قَدَّرَ أَقْوَاتَهُمْ وَ نَهَجَ سَبِيلَ الرَّاعِيَيْنِ إِلَيْهِ» نهج‌البلاغه ترجمهٔ محمد دشتی خطبهٔ شماره ۹۰ معروف به خطبهٔ اشباح

۵. أَيُّهَا النَّاسُ! وَإِنِّ أَخَوْفُ مَا أَخَافُ عَلَيْكُمْ إِثْنَان: اتِّبَاعُ الْهَوَى وَ طَوْلُ الْأَمَلِ. فَأَمَّا اتِّبَاعُ الْهَوَى فَيَصُدُّ عَنِ الْحَقِّ، وَ أَمَّا طَوْلُ الْأَمَلِ فَيُنْسِي الْأَخْرَجَةَ، نَهج‌البلاغه خطبه ۴۲

۶. بحار الانوار ۸۶/۳ - الحیات ۲۹۲/۵

۷. «مَثَلُ الْحَرِيصِ عَلَى الدُّنْيَا مَثَلُ دُوْدَةٍ كَلَّمَا ازادَات مِنَ الْقَرِّ عَلَى نَفْسِهَا لَقَا كَانَ أَبْعَدَ لَهَا مِنَ الْخُرُوجِ حَتَّى تَمُوتَ غَمًّا.» اصول کافی (ط - الاسلامیه) ج ۲، ص ۳۱۶

۸. بلد: ۴: (لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي كَبَدٍ) که ما انسان را در رنج آفریدیم

۹. انشراح: ۶: (إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا) همانا با هر سختی آسانی است.)



فراموشی می‌سپارد.

اگر در این مورد دقیق شویم، می‌بینیم که گاهی مسئله‌هایی که ظاهراً درست پنداشته می‌شوند، در دین ما به سادگی با آن‌ها برخورد نشده است. مثلاً امام صادق (ع) در مورد کار کردن می‌فرمایند: «مردم در حالت بی‌کاری بی‌نهایت گستاخ و به ناسپاسی دچار می‌شوند؛ تا جایی که فساد فراوان و کارهای زشت شایع می‌شوند. زیرا اگر تمام این‌ها (امور معاش و کالای لازم زندگی) در اختیار انسان قرار می‌گرفت و نیازی به کار و تلاش در این امور نبود، دیگر زمین زیر پای او از نافرمانی و ناسپاسی بند نمی‌شد و در نهایت به کارهایی دست می‌زد که مایهٔ هلاکت او باشد...»^۵ یعنی رفاه مطلق و آسایش مطلق در دین ما مردود شمرده شده است.

در صورتی که سبک زندگی نشان‌داده شده توسط رسانه‌ها، افراد را به سمتی می‌برد که می‌خواهند در روند کلی زندگی خود دست به تغییر بزنند. وقتی کلیت زندگی بر مبنای لذت و استفاده هر چه بیشتر از مادیات جهان باشد، ناخودآگاه روی نگاه فرد به زندگی و حتی روی نگاه او به دین‌داری تأثیر می‌گذارد. مثلاً وقتی سریال‌ها یا فیلم‌ها اکثراً در فضایی باشند که همهٔ افراد در سطح مالی و اجتماعی بالایی هستند، بیننده می‌پندارد این داشتنی‌ها عادی و حق مسلم هر فرد است و او نیز چون دیگران در شرایط عادی جامعه می‌تواند به آن‌ها برسد و چون این امر اساساً امکان‌پذیر نیست و تنها برای عدهٔ معدودی اتفاق می‌افتد، برای فرد به خواسته‌ای تبدیل می‌شود که نداشتن آن باعث رنجش می‌شود.

گاه رسانه دنیایی را برای مخاطب ترسیم می‌کند که پس از مدتی او باور می‌کند بهشتی روی زمین وجود دارد و او در آن می‌تواند به آرزوهایش برسد و به دنبال دنیایی دیگر می‌رود؛