



دانشگاه باقر العلوم علیه السلام

دانشکده: علوم اجتماعی

پایان نامه جهت اخذ درجه کارشناسی ارشد

رشته: تبلیغ و ارتباطات فرهنگی

عنوان:

# بررسی ماهیت و الگوی جذابیت در پیام‌رسانی دینی با تاکید بر سینما

استاد راهنما:

**دکتر سید محمدحسین هاشمیان**

استاد مشاور:

**دکتر سید مجید امامی**

نگارش:

**حوریه بزرگ**

تیرماه 1393

# بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## تقدیم به

حضور غایب از نظری که عالم به جذب وجودش پابرجاست...

## تقدیر و تشکر

یارب، من به عجز خویش برای پاس از فضل بی کرانت اعتراف می کنم که آنچه در این مسیر به بنده تحسیرافاضه کردی کثیر بود و شکر من

قلیل...

هر چند زبان قاصر از پاس و تقدیر از زحمات اساتید بزرگوار و دوستان است، اما به رسم ادب از تمام افرادی که در نوشتن این اثر بنده راراهنمایی کردند بسیار سپاسگزارم؛ به ویژه از اساتید بزرگوار جناب آقای دکتر باشمیان و جناب آقای دکتر امامی به سبب آشنا کردن بنده با عالم بجهت زای حکمت اسلامی و راهنمایی های ارزشمند و صورانه شان کمال قدردانی و پاس را دارم.

بعلاوه، از پدر و مادر و خانواده ی عزیزم که با فراهم کردن شرایط مناسب، صورانه مراد نوشتن این اثر یاری کردند نهایت سپاسگزاری را دارم.

## چکیده

سینما از جمله قالب های نو ظهور هنر تکنولوژیک است که در بستر اندیشه ای مدرنیته به ظهور رسید و به سبب جذابیت های ویژه ی خود توانست به سرعت در تمام جوامع رخنه کرده و از مخاطبان روزافزونی برخوردار شود. بهره گیری از این مدیوم با هدف پیام رسانی دینی به سبب تقابل اندیشه ای اسلام و مدرنیته با چالش های جدی روبروست؛ مسئله جذابیت یکی از مهم ترین این چالش هاست. تحقیق حاضر، در گام نخست با گزینش

رهیافت حکمت اسلامی به بررسی ماهیت جذابیت و در گام دوم با تأمل و بازاندیشی در حکمت هنر اسلامی به بیان الگوی جذابیت در پیام‌رسانی هنری پرداخته است. در گام نهایی تلاش شده است، مبتنی بر مبانی مطرح شده، ماهیت و الگوی جذابیت در پیام‌رسانی از طریق سینما طرح گردد. نتایج پژوهش بیانگر آن است که مبتنی بر حکمت اسلامی، جذابیت همان وصول به زیبایی و ادراک آن است که بسته به سیر انفسی فرد و بستر فرهنگی جامعه متغیر و دارای مراتب است. بعلاوه، بر پایه مبانی حکمت هنر اسلامی، در فرایند جذب و انجذاب هنری، ما با عناصر سه‌گانه هنرمند، اثر هنری و مخاطب روبرویم. به میزانی که هنرمند بسته به سیر انفسی خویش و در نسبت با بستر فرهنگی جامعه توان ادراک و صعود از زیبایی‌های حسی به زیبایی‌های معقول را داشته باشد اثر هنری از میزان جذابیت بیشتری برخوردار خواهد بود. جذابیت اثر هنری برای مخاطب نیز بسته به سیر انفسی او، بستر فرهنگی جامعه و میزان تعالی اثر هنری است. فرآیند جذب و انجذاب هنری، در باب هنر سینما نیز قابل تعمیم است که این امر در نسبت با مؤلفه‌های سه‌گانه ارتباط ماهوی تصویر سینمایی با جهان دیدنی، حرکت و الزامات آن و تبدیل تصویر به نماد به مثابه مؤلفه‌های جذابیت در عالم سینمایی مورد بررسی قرار گرفته است.

## واژگان کلیدی

زیبایی، جذابیت، پیام‌رسانی دینی، سینما

## فهرست مطالب

### فصل اول: کلیات تحقیق

- 1-1: بیان مسأله..... 2
- 1-2: اهمیت و ضرورت تحقیق..... 4
- 1-3: اهداف تحقیق ..... 5
  - 1-3-1: هدف اصلی ..... 5
  - 1-3-2: اهداف فرعی ..... 5
- 1-4: سوالات تحقیق ..... 6
  - 1-4-1: سوال اصلی ..... 6
  - 1-4-2: سوالات فرعی ..... 6
- 1-5: پیشینه‌ی تحقیق ..... 6
- 1-6: چارچوب مفهومی تحقیق..... 11
  - 1-6-1: مقدمه ..... 11
  - 2-6-1: مفاهیم ..... 13
    - 1-2-6-1: ماهیت ..... 13
    - 2-2-6-1: الگو ..... 13
    - 3-2-6-1: جذابیت ..... 13
    - 4-2-6-1: پیام‌رسانی دینی ..... 15
    - 5-2-6-1: عالم سینمایی ..... 15
- 1-7: روش انجام تحقیق ..... 15

## فصل دوم: مبانی الگوی جذابیت از منظر اسلام؛ مبانی هستی‌شناسی، معرفت-

### شناسی، انسان‌شناسی و زیبایی‌شناسی

- 1-2: مقدمه ..... 17
- 2-2: مبانی هستی‌شناسی صدرایی ..... 18
- 2-2-1: عوالم وجود ..... 19
- 2-2-1-1: عالم عقل ..... 19
- 2-2-1-2: عالم خیال (عالم مثال) ..... 20
- 2-2-1-3: عالم حس ..... 20
- 2-2-2: قوس نزول و صعود ..... 20
- 3-2: مبانی انسان‌شناسی صدرایی ..... 21
- 2-3-1: اصل «تشکیک در وجود» ..... 22
- 2-3-2: اصل «حرکت جوهری» ..... 22
- 2-3-3: اصل «جسمانیه الحدوث و روحانیه البقاء» بودن نفس انسان ..... 22
- 4-3-2: قوا و مراتب نفس انسانی ..... 23
- 1-4-3-2: مرتبه‌ی نفس نباتی ..... 24
- 2-4-3-2: مرتبه نفس حیوانی ..... 25
- 1-2-4-3-2: قوای ادراکی ..... 25
- 2-2-4-3-2: قوای تحریکی ..... 28
- 3-4-3-2: نفس انسانی ..... 30
- 1-3-4-3-2: قوه‌ی علامه و عماله به مثابه‌ی قوای ادراکی و تحریکی ..... 31
- 4-2: مبانی معرفت‌شناسی صدرایی ..... 35
- 2-4-1: تعریف علم ..... 36
- 2-4-2: اقسام علم ..... 36
- 2-4-2-1: علم حصولی و حضوری ..... 36
- 2-4-2-2: مدرکات امکانیه و عوالم سه‌گانه ..... 37
- 2-4-3: فرایند و مکانیزم ادراک ..... 38
- 1-3-4-2: فرایند ادراک در علم حصولی ..... 38

- 2-3-4-2: اتحاد ادراک، مدرک و مدرک ..... 39
- 2-5: مبانی زیبایی شناسی صدرایی ..... 41
- 2-5-1: اصول زیبایی شناسی حکمت صدرایی ..... 42
- 2-5-1-1: اصالت زیبایی ..... 42
- 2-5-1-2: وحدت زیبایی ..... 42
- 2-5-1-3: تشکیل زیبایی ..... 42
- 2-5-1-4: مراتب زیبایی ..... 43
- 2-5-2: حقیقت زیبایی ..... 44
- 2-5-3: بررسی لذت به مثابه اثر زیبایی ..... 46
- 1-3-5-2: مراتب لذت ..... 47
- 2-5-3-2: نسبت زیبایی و لذت ..... 49
- 2-6: فرهنگ، جامعه و جذابیت ..... 50
- 1-6-2: نظام های معنایی و جهان های اجتماعی ..... 53
- 1-1-6-2: مدینه فاضله ..... 53
- 2-1-6-2: مدینه غیر فاضله ..... 54
- 2-6-2: امکان اعراض از یک نظام معنایی به نظام دیگر ..... 55
- 2-7: ماهیت جذابیت مبتنی بر مبانی حکمت صدرایی ..... 56
- فصل سوم: عناصر و روابط الگوی جذابیت در پیام رسانی هنری دینی**
- 3-1: مقدمه ..... 62
- 3-1-1: تبارشناسی واژه هنر، صنعت، تکنولوژی ..... 62
- 3-1-2: تبیین ماهیت هنر از منظر حکمای مسلمان ..... 65
- 3-1-3: تعریف مختار از هنر ..... 74
- 3-2: عنصر اول: هنرمند ..... 74
- 3-2-1: هنرمند؛ آیینه تجلی اسماء الهی ..... 74
- 3-2-2: فرآیند خلق اثر هنری ..... 76
- 3-3: عنصر دوم: اثر هنری ..... 81
- 1-3-3: نگرش آیه ای - تسبیحی ..... 81



- 3-3-2: متعالی بودن صورت و محتوا ..... 83
- 3-3-3: واقعیت بستر وصول به حقیقت ..... 84
- 3-3-4: تصویرگری مدینه فاضله ..... 86
- 3-4: عنصر سوم: مخاطب ..... 86**
- 3-4-1: انسان و ادراک زیبایی ..... 87
- 3-4-1-1: نسبت مراتب سه گانه عالم و مراتب سه گانه ادراک زیبایی ..... 87
- 3-4-1-2: تبعیت ارتقاء ادراک زیبایی از حالات مدرک ..... 90
- 3-4-2: تاثیر زیبایی و ادراک آن ..... 91
- 3-4-3: جامعه، فرهنگ و جذابیت اثر هنری ..... 94
- 3-4-4: مخاطب و ادراک زیبایی اثر هنری ..... 96

### فصل چهارم: عناصر و روابط الگوی جذابیت در پیام رسانی دینی

#### از طریق سینما

- 4-1: مقدمه ..... 100**
- 4-2: عنصر اول: سینما ..... 101**
- 4-2-1: امکان یا امتناع سینمای دینی ..... 101
- 4-2-2-1: مولفه های سه گانه ی جذابیت در عالم سینمایی ..... 107
- 4-2-2-1-1: مولفه اول: ارتباط ماهوی با جهان دیدنی ..... 107
- 4-2-2-2: مولفه دوم: حرکت و الزامات آن ..... 108
- 4-2-2-2-1: الزام اول: توهم واقعیت ..... 108
- 4-2-2-2-2: الزام دوم: فراغت از آنروپی زمان و مکان ..... 110
- 4-2-2-2-3: الزام سوم: رهایی از حصار بُعد و اندازه ..... 110
- 4-2-2-2-4: الزام چهارم: امکان پدیداری جنبه های نامکشوف ..... 111
- 4-2-2-2-5: الزام پنجم: روایت داستانی ..... 112
- 4-2-2-2-6: الزام ششم: تدوین ..... 113
- 4-2-2-3: مولفه سوم: تبدیل تصویر به نماد ..... 113
- 4-3: عنصر دوم: مخاطب ..... 114**
- 4-3-1: مولفه ی اول: ارتباط ماهوی تصویر با جهان دیدنی ..... 115

- 117 ..... 4-3-2: مولفه‌ی دوم: حرکت و الزامات آن
- 117 ..... 4-3-2-1: الزام اول: توهم واقعیت
- 119 ..... 4-3-2-2: الزام دوم: فراغت از آنتروپی زمان و مکان
- 4-3-2-3: الزام سوم و چهارم: رهایی از حصار اندازه و بُعد و امکان  
 122 ..... پدیداری جنبه‌های نامکشوف
- 122 ..... 4-3-2-4: الزام پنجم: روایت داستانی
- 123 ..... 4-3-2-5: الزام ششم: تدوین
- 124 ..... 4-3-3: مولفه سوم: تبدیل تصویر به نماد
- 126 ..... 4-4: عنصر سوم: سینماگر**
- 127 ..... 4-4-1: مولفه اول: ارتباط ماهوی تصویر با جهان دیدنی
- 128 ..... 4-4-1-1: چالش اول: تقلیل گرایی
- 129 ..... 4-4-1-2: چالش دوم: ادراک متفاوت از قداست
- 129 ..... 3-1-4-4: تبدیل چالش به فرصت
- 129 ..... 1-3-1-4-4: مواجهه با چالش اول
- 130 ..... 4-4-1-3-1-1: ظرفیت‌های تصویرآفرینی قرآنی
- 131 ..... 4-4-1-3-2: مواجهه با چالش دوم
- 132 ..... 4-4-2: مولفه دوم: حرکت و الزامات آن
- 132 ..... 4-4-2-1: الزام اول و ششم: توهم واقعیت و تدوین
- 133 ..... 4-4-2-2: الزام دوم: سینماگر و فراغت از آنتروپی زمان و مکان
- 134 ..... 1-2-2-4-4: ظرفیت‌های تصویرآفرینی قرآنی
- 135 ..... 4-4-2-3: الزام سوم: رهایی از حصار اندازه و بُعد
- 136 ..... 4-4-2-4: الزام چهارم: امکان پدیداری جنبه‌های نامکشوف
- 138 ..... 4-4-2-5: الزام پنجم: روایت داستانی
- 141 ..... 4-4-2-5-1: ظرفیت‌های تصویرآفرینی قرآنی
- 143 ..... 4-4-3: مولفه سوم: تبدیل تصویر به نماد
- 144 ..... 4-4-3-1: سمبولیسم فطری
- 144 ..... 4-4-3-2: بسط معنایی

## فصل پنجم: نتیجه گیری

فهرست منابع ..... 157

## فهرست جداول و نمودارها

- نمودار 1-2: حرکت دورانی موجودات در قوس صعود و نزول ..... 21
- جدول 1-2: مراتب نفوس و انواع قوا ..... 35
- جدول 1-2: نسبت مراتب نفوس و جذابیت ..... 60
- جدول 1-3: هنر از منظر اندیشمندان مسلمان ..... 73
- جدول 2-3: نسبت مراتب نفوس هنرمند و جذابیت اثر هنری ..... 81
- نمودار 1-3: فرایند جذب و انجذاب در پیامرسانی هنری دینی ..... 98
- جدول 1-4: نسبت مراتب نفوس سینماگر و امکان یا امتناع سینمای دینی. 106

فصل اول

کلیات تحقیق

---

## 1-1: بیان مسأله

هستی، جلوه‌ی جمال الهی است. حقیقت وجودی انسان به مثابه مسافر عالم ناسوت، تنها در سایه ادراک و وصول به زیبایی و جمال حقیقی، می‌تواند به آرامش و سعادت رهنمون شود. به دیگر بیان، نیل به زیبایی، همان گمشده‌ای است که آدمی در طلب آن خواسته یا ناخواسته همواره در حرکت است.

زیبایی، نمود و تجلی‌ای از وجود است که طبع آدمی متمایل به آن بوده و ادراکش برای او همراه با سرور و رضایت‌مندی است.<sup>1</sup> لذا، زیبایی همواره، برای فطرت آدمی دارای کشش و جاذبه است.

انسان که آیه‌ای از آیات جمال الهی است، خود نیز به واسطه برخورداری از اسماء «خالق»، «باری» و «مصور» می‌تواند خالق زیبایی باشد. آثار هنری اصیل هنرمندان مسلمان، در این میان می‌توانند به عنوان نمودی از زیبایی‌های حقیقی به واسطه‌ی انسان قلمداد شوند. آثاری که به نسبت شهود و سلوک باطنی خالقانشان، می‌توانند با آشکارسازی مراتبی از زیبایی، مخاطبان خویش را به نسبت سعه وجودیشان جذب کرده و به تجربه‌ی احساسی همراه با لذت و ألم (با غایت لذت)، مهمان کنند. لذت، در واقع نمود و اثری از میزان جذابیت زیبایی اثر هنری در نزد مخاطب است که وابسته به ساختار مراتبی نفس انسانی است.

در واقع، فرآیند خلق اثر هنری و مواجهه‌ی مخاطب با آن را می‌توان به مثابه‌ی یک فرآیند ارتباطی با سه عنصر اصلی هنرمند، اثر هنری و مخاطب دانست. در این فرآیند ارتباطی هنرمند عنصری محوری در جذابیت‌آفرینی و پیام‌رسانی مبتنی بر مبانی دینی است. میزان دینی بودن این پیام‌رسانی در ارتباط تام با مراتب سلوک و مبانی اندیشه‌ای خالق اثر و البته بستر فرهنگی شکل-گیری اثر هنری است. در نقطه‌ی مقابل، میزان ادراک زیبایی اثر هنری و جاذبه‌اش برای مخاطب نیز وابسته به مراتب سلوک مخاطب و فرهنگ غالب جامعه و عصری است که وی در آن می‌زید. به

---

1. جمیل صلیبا، فرهنگ فلسفی، ترجمه: منوچهر صانعی دره‌بیدی، چاپ اول، تهران، انتشارات حکمت، 1366، ص 284.

دیگر بیان، در پیام‌رسانی دینی به مثابه پیام‌رسانی‌ای که مبتنی بر مبانی دینی است و قصد رسانش پیام دین را دارد، سعه‌ی وجودی هنرمند و مخاطب از یک‌سو و فرهنگ غالب جامعه‌ی مورد نظر - و به دیگر بیان نوع مدینه (فاضله یا غیرفاضله) - تعیین‌کننده‌ی ماهیت و میزان جذابیت در فرآیند خلق و ادراک اثر هنری است. بر همین اساس چه بسا یک اثر هنری برای مخاطبین یک جامعه زیبا و جذاب قلمداد شود و در جامعه‌ای دیگر بالعکس باشد.

استفاده از بیان هنرمندانه با هدف رسانش پیام دین، می‌تواند در قالب‌های مختلفی انجام گیرد. شعر، داستان، موسیقی، معماری و ... از جمله قالب‌های تاثیرگذاری بوده است که هنرمندان مسلمان در طول تاریخ به خوبی از آن بهره برده‌اند. اما در دوران حاضر و با ظهور عصر موسوم به ارتباطات که با گسترش بیش از پیش پیشرفت‌های تکنولوژیک همراه است، قالب‌های هنری جدید، متنوع و متفاوتی هنرمندان مسلمان را به بهره‌گیری از خویش فرامی‌خوانند. سینما یکی از این قالب‌های نوظهور است که به سبب جذابیت‌های بصری‌اش از مخاطبان زیادی برخوردار است. مخاطبانی که در طول تاریخ سینما، غالباً نه مجذوب تصویرآفرینی زیبایی‌های حقیقی، بلکه مقهور تصویرسازی‌های فریبنده‌ی خالقان فیلم‌ها بوده‌اند.

این امر که ناشی از تغییر نگاه انسان در عصر جدید و اصالت یافتن بعد حیوانی اوست به خوبی در آثار تولید شده در طول تاریخ سینما قابل پیگیری است. زیرا در غالب آثار مذکور اتکا بر ضعف‌های بشری برای جذب مخاطب و نگاه‌داشتن او بر روی صندلی سینما و سوء استفاده از گرایش‌های غریزی وجود حیوانی، امری مجاز و بسیار رایج بوده و هست.<sup>1</sup> رهاورد این شیوه‌ی بیان به ظاهر هنرمندانه، برای مخاطبانش محرومیت از ادراک زیبایی‌های حقیقی به واسطه‌ی فعال کردن قوای نفس حیوانی و تجربه‌ی لذات بصری - شهوانی است؛ اما غلبه‌ی شیوه‌ی بیان مذکور به معنای عدم امکان مطلق پیام‌رسانی دینی مبتنی بر جذابیت‌های اصیل و حقیقی از طریق مدیوم-های هنری نوظهور نیست؛ و همین امر دلیلی بر شکل‌گیری تحقیق حاضر و ضرورت تأمل بر ماهیت جذابیت مبتنی بر مبانی اندیشه‌ای و حکمی اسلام است. در واقع مسئله اساسی این تحقیق بررسی ماهیت جذابیت و الگوی آن در پیام‌رسانی دینی مبتنی بر حکمت اسلامی و حکمت هنر اسلامی است. ما در این تحقیق در گام اول در پی پاسخ به این سوال هستیم که در عالم حکمت اسلامی جذابیت به چه معناست؛ در گام دوم از رهگذر یافتن پاسخ سوال اول تلاش می‌شود که الگوی جذابیت در پیام‌رسانی هنری دینی مبتنی بر عناصر دخیل در فرآیند مذکور دنبال شود؛ بدین معنا که جذب و انجذاب در فرآیند ارتباطی خلق و ادراک اثر هنری دینی در عالم حکمت

1. سید مرتضی آوینی، جذابیت در سینما، در: آیین‌های جادو، چاپ سوم، تهران، نشر ساقی، 1382، ج 1، ص 4 و 11.

هنر اسلامی چگونه است. نیل به پاسخ‌های مذکور زمینه‌ساز بحث در باب الگوی جذابیت در پیام-رسانی دینی از طریق سینما خواهد بود. در واقع در این مرحله تلاش خواهد شد به این سوال پاسخ داده شود که مبتنی بر تعریفی که از جذابیت اصیل و فرآیند خلق و ادراک آن مبتنی بر چهارچوب اندیشه‌ای اسلامی وجود دارد، چگونه می‌توان به خلق و ادراک امر جذاب در سینما اندیشید.

## 2-1: اهمیت و ضرورت تحقیق

هر دینی به منظور برقراری ارتباط با انسان‌ها و انتقال پیام خود از نظام ارتباطی مبتنی بر مبانی خویش بهره می‌برد. مبانی خاصی که بر اساس آن تولید و مبادله‌ی معنا رخ می‌دهد. از منظر حکمت اسلامی، هنر - به مثابه یکی از شیوه‌های تاثیرگذار در انتقال پیام دین - تجلی امر زیبا و خلق شیئی جمیل است که قادر است از رهگذر ادراک محسوس اثر هنری مخاطب خویش را به ادراکی متعالی از زیبایی‌های معقول نائل کند.

به دیگر بیان، هنر اسلامی با الهام از اصول و باطن دین قادر به ایجاد فضایی است که انسان به باطن اشیاء و مفاهیم متوجه شود و این امر همان نیاز انسان معاصر است؛ چراکه هنرهای پرمخاطب در عصر حاضر را باید هنرهایی تکنولوژیک دانست که بستر ظهورشان فرهنگ مدرنیته بوده است، خالقان آثار هنری مذکور در زادگاه این پدیدارها، مبتنی بر مبانی اندیشه‌ای مدرن خویش و غلبه‌ی نگاه سکولار به جهان و اومانیستی به انسان، دغدغه و تعهدی به تجلی زیبایی‌های حقیقی و معقول در آثار خود نداشتند و لذا، رویکردهای رایج هنری در عصر مدرن با محور قرار دادن سوژکتیویته‌ی هنرمند، مسئولیتی بیش از ارضای هواهای نفسانی و پرداختن به زیبایی‌های محسوس برای خود تعریف نکرد. این امر نباید ما را دچار سطحی‌انگاری و غفلت از حضور دین و امور ماورایی در عرصه‌ی هنر مدرن کند. بلکه هدف نگارنده آن است که غلبه تفکر مدرنیته هنر را دچار نوعی تقلیل انگاری در باب جهان و انسان کرد و دغدغه هنرمندان را از هنر به مثابه‌ی «آنچه باید باشد» و روایت امرمتعالی به روایت «آنچه هست» و برساخت واقعیت بر اساس منافع خود تغییر داد. بدین‌سان دیگر هنر نه محملی برای رهایی مخاطب از خود و رسیدن به خدا بلکه ابزاری جهت از خودبیگانگی و سرگردانی مخاطب شد.

تغییر نگاه به هنر، توجه به مسئله ورود پدیدارهای هنری مدرن به کشورهای مسلمان و اقبال روزافزون به آنها، در کنار تأمل در تفاوت‌ها و تناقض‌های مبانی اندیشه‌ای اسلام و مدرنیته، ضرورت بازاندیشی در مبانی متعالی اسلام با هدف بهره‌گیری مطلوب از هنرهای تکنولوژیک مدرن

1. محمد نقی‌زاده، نیاز انسان امروز به هنر دینی، هنر دینی، شماره 15 و 16، بهار و تابستان 1382، ص 66.



و از جمله سینما را بیش از پیش آشکار می‌کند. در واقع، خلاء و نقص تئوریک در حوزه ی نسبت دین و رسانه‌ی سینما و به تبع مسئله‌ی امکان، ضرورت و چگونگی رسانش موفق و جذاب پیام دینی به واسطه‌ی ابزارهای هنری مدرن دغدغه‌ای بوده است که از همان سال‌های نخستین انقلاب اسلامی تا کنون دغدغه اندیشمندان ارتباطی و سینماگران مسلمان بوده است. طیف آراء اندیشمندان در باب نسبت دین و رسانه را باید از ردّ کامل امکان پیام‌رسانی تا پذیرش بی‌قید و شرط امکان هرگونه پیام‌رسانی دانست. تحقیق پیش رو با رویکردی تعامل‌گرایانه هر دو گروه از دو طیف مذکور را به تأمل و بازاندیشی در مبانی حکمت اسلامی و حکمت هنر اسلامی با محوریت موضوع جذابیت در پیام‌رسانی دینی دعوت می‌کند. چرا که به زعم نگارنده، امر مذکور می‌تواند با آشکارگی ماهیت جذابیت و فرآیند جذب و انجذاب در چهارچوب حکمت اسلامی و حکمت هنر اسلامی، قدمی در جهت پر کردن خلاء تئوریک حاضر در باب نسبت دین و هنر تکنولوژیک سینما باشد. بدین ترتیب، گزینش و بهره‌مندی از مبانی غنی حکمت اسلامی جهت نیل به هدف تحقیق از مزایا و نقاط تمایز تحقیق پیش‌رو با سایر تحقیقات در حوزه‌ی مذکور است. پرداختن به عناصر جذابیت و روابط میان آنها در فرآیند خلق و ادراک اثر هنری برای رسیدن به الگوی جذابیت را می‌توان از دیگر نقاط قوت اثر حاضر دانست. چرا که تبیین نسبت هر یک از عناصر ارتباطی هنرمند، اثر هنری و مخاطب با مقوله جذابیت، بستر نگاهی جامع و نظام‌مند را فراهم کرده و می‌تواند زمینه‌ای در جهت دور شدن از نگاه‌های تقلیل‌گرایانه باشد.

### **3-1: اهداف تحقیق**

#### **1-3-1: هدف اصلی**

بررسی ماهیت و الگوی جذابیت در پیام‌رسانی دینی با تاکید بر سینما.

#### **2-3-1: اهداف فرعی**

1. بررسی مبانی الگوی جذابیت از منظر اسلام مبتنی بر سطوح چهارگانه‌ی مبانی هستی-شناختی، معرفت‌شناختی، انسان‌شناختی و زیبایی‌شناختی.
2. بررسی عناصر و روابط الگوی جذابیت در پیام‌رسانی هنری دینی مبتنی بر عناصر سه-گانه هنرمند دینی، اثر هنری و مخاطب.
3. بررسی عناصر و روابط الگوی جذابیت در پیام‌رسانی دینی از طریق سینما مبتنی بر عناصر سه‌گانه سینماگر، سینما و مخاطب سینمایی.

## 4-1: سوالات تحقیق

### 1-4-1: سوال اصلی

ماهیت و الگوی جذابیت در پیام‌رسانی دینی با تاکید بر مدیوم سینما چیست؟

### 2-4-1: سوالات فرعی

1. مبانی الگوی جذابیت از منظر اسلام مبتنی بر سطوح چهارگانه‌ی مبانی هستی‌شناسی، معرفت‌شناسی، انسان‌شناسی و زیبایی‌شناسی چیست؟
2. عناصر و روابط الگوی جذابیت در پیام‌رسانی هنری دینی مبتنی بر عناصر سه‌گانه هنرمند دینی، اثر هنری دینی و مخاطب چگونه است؟
3. عناصر و روابط الگوی جذابیت در پیام‌رسانی دینی از طریق سینما مبتنی بر عناصر سه‌گانه سینماگر، سینما و مخاطب سینمایی چگونه است؟

## 5-1: پیشینه‌ی تحقیق

با توجه به بکر بودن و جنبه‌ی اکتشافی موضوع، انتخاب رهیافت فلسفی جهت تبیین بحث، رویکرد نظام‌مند و جامع به مقوله‌ی جذابیت در قالب بررسی مبانی و عناصر و روابط الگوی جذابیت و چند سطحی بودن موضوع (سطح هنر به طور عام و سطح سینما به مثابه اثر هنری)، تحقیقی که به طور مستقیم با موضوع پژوهش پیش‌رو مرتبط باشد، یافت نشد. لذا، برخی از تحقیقات پیشین ذیل دو محور کلی تحقیقات مرتبط با مقوله جذابیت در پیام‌رسانی هنری دینی و تحقیقات مرتبط با مقوله جذابیت در پیام‌رسانی دینی از طریق سینما بررسی می‌شود.

### 1. تحقیقات مرتبط با مقوله جذابیت در پیام‌رسانی هنری دینی

با توجه به انتخاب رهیافت فلسفی و حکمی تحقیق حاضر و قرابت امر زیبا با امر جذاب، تحقیقات ذیل در این حوزه قابل ذکر است:

مهدی پرویزی، زیبایی در حکمت متعالیه، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته فلسفه

و کلام اسلامی، قم، دانشگاه باقرالعلوم (ع)، شهریور 1388.

نگارنده این اثر، سوال اصلی تحقیق خود را بررسی زیبایی‌شناسی به عنوان علمی که به

تبیین ماهیت زیبایی و کیفیت ادراک آن می‌پردازد، مبتنی بر مبانی فلسفی حکمت متعالیه معرفی

می‌کند. جهت نیل به پاسخ مذکور، پژوهش در چهار فصل اصلی تنظیم شده است:

1. اصول دخیل در مبانی زیبایی‌شناسی

2. حقیقت زیبایی

### 3. کیفیت ادراک زیبایی و انواع آن

#### 4. تاثیر زیبایی و ادراک آن

با توجه به محدود بودن منابعی که به صورت تفصیلی و مستدل به زیبایی از منظر حکمت اسلامی خاصه حکمت صدرایی پرداخته باشند، این اثر را می توان جزو معدود آثار در این حوزه دانست؛ و لذا، از این منظر تحقیقی قابل تقدیر است.

با توجه به قرابت امر زیبا با امر جذاب و بهره‌مندی از مبانی حکمی صدرایی<sup>۱</sup> پایان‌نامه مذکور از جمله منابعی است که می‌تواند جهت تبیین بهتر مسئله پژوهش حاضر راهگشا باشد.

سیدمهدی امامی‌جمعه، فلسفه‌ی هنر در عشق‌شناسی ملاصدرا، چاپ دوم، تهران،

موسسه تالیف، ترجمه و نشر آثار هنری «متن»، 1388.

سیدمهدی امامی‌جمعه در کتاب فلسفه‌ی هنر در عشق‌شناسی ملاصدرا تلاش کرده است تا پیوند میان فلسفه‌ی هنر و زیبایی‌شناسی ملاصدرا را با «عشق‌شناسی» او نشان دهد. وی در این راستا معتقد است که «یکی از ویژگی‌های برجسته‌ی حکمت متعالیه که مورد غفلت واقع شده، رابطه‌ای است که ملاصدرا بین وجودشناسی فلسفی و زیبایی‌شناسی آنتولوژیک از یک‌سو و زیبایی‌شناسی در صنایع لطیفه از دیگرسو برقرار ساخته است. او از خلال مبانی عشق‌شناسی به چنین رابطه‌ای پی برد و آن را عمیقا مورد توجه قرار داد و تبیین کرد.»<sup>۲</sup> مولف کتاب، در ده فصل تلاش می‌کند تا به تبیین امر مذکور بپردازد. هر چند گاه به نسبت بحث وارد مباحث مقایسه‌ای بین نگرش‌های ملاصدرا و نگرش‌های فیلسوفان هنر در عصر جدید نیز می‌شود. اما به نظر می‌رسد در شش فصل نخست تبیین آراء صدرا غلبه داشته و فصول هفتم تا نهم بیشتر رویکردی آسیب‌شناسانه به مبانی فلسفی هنر مدرن دارد. فصل دهم به گفته‌ی امامی‌جمعه تلاشی در جهت تشریح فضای هنر نگارگری در عصر صفوی و نحوه ورود صدرا به این فضا و تکمیل آن با نقادان‌های خود است. عناوین شش فصل نخست این اثر عبارتند از:

1. فلسفه‌ی اسلامی و راز پیوند عشق و هنر در ساحت ربوبی

2. ویژگی‌های نگاه ملاصدرا به هنر و زیبایی‌شناسی هنری

3. سه قاعده‌ی اصلی در رویکرد وجودی ملاصدرا به هنر و زیبایی‌شناسی هنری

4. زیبایی‌شناسی بدیع ملاصدرا در عشق‌های عفیف انسانی

5. تصویر تمثیلی معشوق یا اثر هنری عاشق

1. در تحقیق حاضر جهت نیل به ماهیت و الگوی جذابیت مبانی حکمت صدرایی برگزیده شده است.  
2. سیدمهدی امامی‌جمعه، فلسفه‌ی هنر در عشق‌شناسی ملاصدرا، چاپ دوم، تهران، موسسه تالیف، ترجمه و نشر آثار هنری «متن»، 1388 ص 12 (مقدمه).

## 6. التذاذ جنسی یا التذاذ هنری و زیبایی‌شناسانه در عشق مجازی

تقریرات مولف این کتاب به خصوص با ارجاعات متعدد به متن آثار صدرا به نظر بدیع و مستدل می‌رسد. این کتاب نیز یکی از معدود منابع موجود و شاید تنها اثر مکتوب تفصیلی در باب تبیین هنر از منظر صدراست. لذا، با توجه به انتخاب مبنای حکمت صدرایی در پایان‌نامه حاضر و لزوم تحقیق در باب هنر از منظر حکمت اسلامی و تبیین چگونگی خلق اثر هنری این کتاب، از جمله‌ی منابع کارآمد در این حوزه به شمار می‌رود.

زهیر انصاریان، *بازشناسی عناصر فلسفه هنر بر پایه مبانی حکمت صدرایی*، مجله

**نقد و نظر، سال یازدهم، شماره سوم و چهارم، پاییز و زمستان 1385.**

انصاریان در این مقاله با طرح ادعای توانمند بودن فلسفه‌ی اسلامی در پاسخگویی به پرسش‌های جدید، لزوم بازاندیشی و بازسازی اندیشه‌ی فیلسوفان اسلامی را جهت تحقق امر مذکور یادآور می‌شود. وی موضوع مقاله‌ی خویش را بررسی فلسفه هنر و زیبایی‌شناسی در نظام فلسفی ملاصدرا به مثابه‌ی یکی از مقولات فلسفی نوین و روشی برای بازسازی اندیشه‌های فیلسوفان اسلامی در حوزه‌های جدید فلسفه، معرفی می‌کند. جایگاه هنر و برخی از انواع هنر مانند شعر و موسیقی، فعل هنری و فاعلیت هنرمند، نقش قوه‌ی خیال و آفرینش اثر هنری از منظر مکتب صدرایی در کنار بررسی نظریه‌های مختلف هنر مانند بازنمایی، فرانمایی، فرم‌گرایی و ارائه‌ی نظریه‌ی هنر صدرا به عنوان نظریه‌ای کمال‌طلب و جامع نظریه‌های سه‌گانه‌ی مذکور از جمله مباحث مطرح شده در مقاله‌ی مذکور است.

مقاله بازشناسی عناصر فلسفه هنر بر پایه مبانی حکمت صدرایی، به سبب نگاه نو و جدیدش در کنار تبیین مستدل از موضوع از جمله منابع قابل ارجاع و کاربردی محسوب می‌شود. بعلاوه این مقاله در بخش تبیین هنر صدرایی و فرآیند خلق اثر هنری در تحقیق حاضر قابل بهره‌مندی است.

مقاله‌ی «ارتباط وجودشناسی و زیبایی‌شناسی در فلسفه‌ی ملاصدرا» نوشته‌ی رضا اکبری و «ظهور حکمت صدرایی و نقش آن در احیای حکمت هنر اسلامی» نوشته‌ی اکبر فایده‌ی از دیگر مقالات قابل ذکر در این حوزه است.

## 2. تحقیقات مرتبط با مقوله جذابیت در پیام‌رسانی دینی از طریق سینما

سید مرتضی آوینی، «جذابیت در سینما»، در: آیین‌های جادو، چاپ سوم، تهران،

نشر ساقی، 1382، جلد اول.

به نظر می‌رسد مقاله سید مرتضی آوینی با عنوان «جذابیت در سینما» که در جلد اول کتاب آیین جادو به چاپ رسیده است، یکی از مهم‌ترین مقالات مرتبط با این تحقیق می‌باشد. ایشان معتقدند در سینمای حاضر معیار جذابیت، گیشه است و بنیان جذابیت سینمایی بر ایجاد ابهام، ایجاز، تفنن، اعجاب و تلذذی است که رهایی از آن ممکن نیست. وی متذکر می‌شود: «جذابیت سینمایی نمی‌تواند نیازهای کودکانی بزرگسالان را مورد اعتنا قرار ندهد؛ نمی‌تواند زیبایی‌های ظاهری را فراموش کند؛ نمی‌تواند از سهولت و سادگی پرهیز کند.» از منظر سید مرتضی آوینی آنچه که مذموم است نه مطلق جذابیت، بلکه اصالت دادن به آن است. از این رو اعتنا به نیازهای انسان برای ایجاد جاذبه نباید به ممانعت از سلوک مخاطب به سوی کمال وجودی‌اش منجر شود و عقل و اختیار مخاطب نباید محکوم جذبیت‌های تکنیکی واقع شود. نگاه آوینی به جذابیت در این مقاله را می‌توان نوعی نگاه سلبی به این مقوله دانست، مقوله‌ای که راه رهایی از آن عدم اصالت دادن به آن است. تحقیق پیش‌رو در بخش سینمایی را می‌توان ادامه‌ای بر تبیین حکمی شهید آوینی دانست؛ اما جذابیت نه به عنوان عنصری منفی بلکه به مثابه‌ی مولفه‌ای مثبت برای نفوذ در دل و جان مخاطب و هدایت او مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

مهدی عالمیان، بررسی عوامل جذابیت محتوایی در نمایش‌های تلویزیونی با نگاهی

به مجموعه کلید اسرار، پایان‌نامه‌ی نظری کارشناسی ارشد رشته‌ی تولید سیما، قم،

دانشکده صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، 1392.

نگارنده این اثر فقدان عناصر جذابیت، تکراری بودن سوژه‌ها، سطحی و زودگذر بودن مفاهیم، عدم تعمق در فرهنگ خودی همراه با ذهنیت غیر ملی در سینما و تلویزیون را موجب دلسردی مخاطبان عام و خاص این مرز و بوم از این رسانه‌ی توانمند می‌داند. بر این اساس، شناخت جذابیت‌ها و نوع تدوین آنها در فیلم با قالب و محتوای دینی را مقوله‌ای راهگشا جهت جذب هر چه بیشتر مخاطبان معرفی می‌کند. وی «جذابیت» را جوابی به امیال و خواسته‌های تماشاگران می‌داند که نادیده گرفتن آن موجب دوری مخاطب خودی از رسانه‌های داخلی و سوق دادن توجه آنان به رسانه‌های بیگانه می‌شود. عالمیان مبتنی بر نظریات مختلف ارائه شده در اثرش و به مدد بهره‌گیری از روش اسنادی و نشانه‌شناسی، اصل غریزه‌ی انسانی را مبتنی بر گرایش به سعادت و

کمال که در آن تمایل به درک و فهم ماوراء و امور نامحسوس وجود دارد، می داند. وی امر مذکور را از جذابیت‌های واقعی که ریشه در ذات انسان دارد شمرده و لزوم توجه به آن را در آثار نمایشی یادآوری می‌کند.

در فصل چهارم این پایان‌نامه مبتنی بر مبانی مطرح شده در فصول قبل برخی از قسمت‌های مجموعه تلویزیونی کلید اسرار مورد تحلیل قرار گرفته است. نگارنده معتقد است که به واسطه‌ی آنکه برای انسان بماهو انسان، چیزهایی که دسترسی‌اش برایش سخت یا غیرقابل ممکن است جذاب است، اگر جذابیت‌های محتوایی را که عموماً از جنس امور غیرقابل دسترس هستند در نظر بگیریم، خواه ناخواه انسان به خاطر غریزه دست‌یابی به امور مخفی به آنها جذب شده و آنها را می‌پذیرد. نتیجه آنکه آثار نمایشی که با نگاه ماورایی شاخه می‌شوند و غالباً هم مورد استقبال قرار می‌گیرند از این نوع جذابیت محتوایی برخوردارند و در نهایت اینکه مجموعه کلید اسرار با استفاده از همین خصوصیت و بهره‌مندی از مبانی نظری ماورایی و به کار بستن و تطبیق آنها در شکل تصویری، موفق به جذب مخاطب شده است.

اثر مذکور از نظر پرداختن به موضوع جذابیت با موضوع پایان‌نامه‌ی حاضر مشترک است. اما به سبب استفاده از روش نشانه‌شناسی و مطالعه موردی با مبنای پایان‌نامه حاضر متفاوت است.

**مصطفی حسینی گلکار، معرفت‌شناسی سینمای دینی از منظر حکمت هنر، پایان -**

**نامه کارشناسی ارشد رشته دین، تهران، دانشگاه تهران، 1389.**

این پایان‌نامه به بررسی مسئله امکان سینمای دینی بر اساس دو گام سلبی و ایجابی پرداخته است. وی معتقد است موانع تحقق سینمای دینی نه ذاتی سینما بلکه محصول شرایط خاص فرهنگی - اجتماعی است. وی اشکالات سینمای دینی را برخاسته از سینما به عنوان هنر می‌داند؛ لذا، برای یافتن پاسخ به حکمت هنر مراجعه می‌کند. این تحقیق از منظر انتخاب روش حکمی برای مواجهه با موضوع سینما با تحقیق حاضر مشابه است. پرداختن به مسئله جذابیت به طور خاص را می‌توان یکی از نکات تمایز تحقیق حاضر با پایان‌نامه گلکار دانست.

در باب نسبت میان دین و سینما نیز در طی سال‌های اخیر مقالات متعددی نوشته شده است. کتاب «از نگاه اندیشه: مقالات دومین هم‌اندیشی دین از چشم سینما» در سه جلد و کتاب - هایی متفاوت با عنوان مشابه «دین و رسانه» (مجموعه مقالات) حاصل تلاش مرکز پژوهش‌های صدا و سیما، دفتر پژوهش‌های رادیو، دانشگاه ادیان و مذاهب و... است که تلاش کرده اند طی مقالاتی از نویسندگان ایرانی و خارجی به بحث ارتباط میان دین و رسانه بپردازند. در واقع می‌توان گفت از زمان ظهور رسانه و پدیدار شدن تاثیرات شگفت آن بر مخاطبانش بحث در باب جنبه های

متفاوت رسانه‌ها همواره یکی از موضوعات محافل علمی اندیشمندان ارتباطی بوده است. این تحقیق را نیز می‌توان ادامه‌ی مسیر مذکور دانست. بهره‌گیری از روش فلسفه اسلامی و به طور خاص حکمت صدرایی و پرداختن به مولفه‌ی خاص جذابیت در پیام‌رسانی دینی را می‌توان از نکات تمایز این تحقیق با دیگر تحقیقات انجام شده دانست.

## 6-1: چارچوب مفهومی تحقیق

### 1-6-1: مقدمه

در تمامی مفاهیم و مباحث مطرح شده در این تحقیق دو رویکرد کلی به صورت متناظر دنبال خواهد شد: رویکرد معرفتی و رویکرد فرهنگی و اجتماعی.

**رویکرد معرفتی:** در این رویکرد هدف محقق بررسی روابط معرفتی نظریات علمی با مبادی، مبانی، اصول موضوعه، پیش فرض‌ها، مفاهیم، موضوعات و حتی با دیگر علوم و دانش‌ها است. در این رویکرد نظریه علمی در جهان نخست یعنی در مقام نفس الامر و با صرف نظر از ظرف آگاهی فردی و اجتماعی مورد بررسی قرار گرفته و روابط آشکار و پنهان نظریه با مبادی اجزاء و لوازم آن دنبال می‌شود. نظریه علمی در جهان نخست به لحاظ نفس الامر خود با برخی تصورات و تصدیقات آغازین همراه است.<sup>1</sup> این تصورات و تصدیقات یا از سنخ اصول متعارفه (بدیهی) هستند که برای هر انسانی معلوم بالذات‌اند و نیاز به بررسی ندارند و یا از سنخ اصول موضوعه (غیربدیهی) که باید در یک علم مقدم بر آن اثبات شوند و این سلسله به یک علم اولی برمی‌گردد که مبتنی بر بدیهیات اولیه است و خود نیازمند هیچ علم دیگری نیست. به عبارت دیگر اصول موضوعه هر علم یا نظریه‌ی علمی، گزاره‌هایی هستند که هرچند صدق آن‌ها بدیهی نیست و نیازمند اثبات است ولی در علم (یا نظریه‌ی) مذکور صادق فرض شده‌اند، چراکه اساساً این گزاره‌ها مسایل دانش دیگری هستند (لذا می‌بایست در آن دانش اثبات شوند) و از آن دانش وام گرفته شده‌اند.<sup>2</sup> مبادی و اصول موضوعه هر علم را می‌توان به مبادی هستی‌شناختی، مبادی معرفت‌شناختی، مبادی انسان‌شناختی و مبادی مربوط به سایر علوم تقسیم کرد؛<sup>3</sup> مبادی زیباشناختی با توجه به موضوع این تحقیق قابل طرح است.

از آن‌جا که غالب گزاره‌های هستی‌شناختی، معرفت‌شناختی و انسان‌شناختی جزء مسایل فلسفه می‌باشند، لذا می‌توان ادعا کرد که هر نظریه‌ی علمی در هر حوزه‌ای، آگاهانه یا ناآگاهانه در

1. حمید پارسانیا، نظریه و فرهنگ: روش‌شناسی بنیادین تکوین نظریه‌های علمی، راهبرد فرهنگ، سال ششم، شماره 23، پاییز 1392، صص 9-10.  
2. سعید خورشیدی، صورت‌بندی نظریه‌ی فرهنگ صدرایی (با الهام از دیدگاه‌های استاد حجت الاسلام پارسانیا)، معرفت فرهنگی اجتماعی، سال سوم، شماره اول، زمستان 1390، ص 130.  
3. حمید پارسانیا، نظریه و فرهنگ: روش‌شناسی بنیادین تکوین نظریه‌های علمی، ص 10.

حاشیه‌ی یک مکتب فلسفی شکل گرفته است.<sup>۱</sup> نظریه‌ی جذابیت- که در پی توضیح ماهیت جذابیت و تبعات آن در سطح جامعه از جمله در عرصه خلق آثار هنری و نوع اقبال افراد جامعه به آن است - نیز از قاعده‌ی فوق مستثنی نیست. بر این اساس، در فصل دوم از این تحقیق و جهت نیل به ماهیت جذابیت مبانی حکمت صدرایی در چهار سطح هستی‌شناسی، انسان‌شناسی، معرفت‌شناسی و زیبایی‌شناسی مورد بررسی قرار می‌گیرد.

### رویکرد فرهنگی و اجتماعی: پی‌گیری روابط تاریخی، فرهنگی و اجتماعی نظریات علمی،

رویکرد دیگری است که می‌تواند توسط محققان به کار گرفته شود. در این روش نظریه در جهان دوم یعنی ظرف آگاهی و معرفت عالم و بلکه در جهان سوم یعنی در ظرف فرهنگ و آگاهی جمعی مورد نظر قرار گرفته و عوامل وجودی و یا زمینه‌های بروز و ظهور آن را در جامعه علمی شناسایی می‌شود.<sup>۲</sup> تأثیر زمینه‌های معرفتی و انگیزه‌ها و عوامل غیر معرفتی فردی و اجتماعی در تکوین نظریه‌های علمی در شرایط فرهنگی و تاریخی مختلف یکسان نیست و دست کم این تأثیرات در همه شرایط به صورتی واحد به رسمیت شناخته نمی‌شوند. در فرهنگ‌هایی که حقایق علمی با صرف نظر از معرفت و آگاهی فردی و اجتماعی به رسمیت شناخته می‌شوند و تأملات عقلی و دریافت‌های شهودی و وحیانی نسبت به آن حقایق در بین عالمان و نخبگان علمی آنان حضور زنده دارند تأثیر زمینه‌های معرفتی در آنها فعال‌تر است. در این نوع فرهنگ‌ها زمینه‌های معرفتی برتری خود را بر انگیزه‌ها و عوامل غیر معرفتی حفظ می‌کنند یعنی عوامل غیر معرفتی تحت تأثیر زمینه‌های معرفتی در جهت تکوین نظریه‌های علمی فعال می‌شوند. لکن در فرهنگ‌هایی که به دلیل هویت دنیوی و سکولار خود و تحت تأثیر حس گرایی عالم حقایق را که همان جهان نخست است، محدود و مقید می‌گردانند، دامنه تأثیر عوامل غیر معرفتی افزایش می‌یابد و هنگامی که جهان اول از افق ادراک و فهم آدمیان غایب شود، عوامل و انگیزه‌های غیر علمی تفوق و برتری کامل پیدا می‌کند چندان که زمینه‌های معرفتی علم به طور کامل به انگیزه‌ها و عوامل غیر علمی تقلیل داده می‌شوند.<sup>۳</sup>

بررسی نسبت مسئله جذابیت با نوع جامعه و بستر فرهنگی آن از جمله موضوعاتی است که در این تحقیق تا حدی متعرض آن خواهیم شد. بعلاوه، در فصل سوم به طور خاص تأثیر مبانی حکمت صدرایی در عرصه‌ی هنر و فرآیند خلق و ادراک اثر هنری دنبال می‌شود. از این رو می‌توان گفت در پژوهش حاضر علاوه بر رویکرد نخست و بررسی نظریه جذابیت از منظر مبانی معرفتی،

1. سعید خورشیدی، صورت‌بندی نظریه‌ی فرهنگ صدرایی، ص 130.  
2. حمید پارسانیا، نظریه و فرهنگ: روش‌شناسی بنیادین تکوین نظریه‌های علمی، ص 14.  
3. همان، صص 19-20.



رویکرد دوم در قالب تاثیر بستر فرهنگی جامعه در ادراک امر جذاب به طور عام و در ساحت هنر به طور خاص نیز پیگیری شده است.

### 1-6-2: مفاهیم

#### 1-6-2-1: ماهیت

چیستی، ذات و طبیعت شیء و ماهیت، نزد حکما عبارت از پرسش به «ماهو» است و چیزی است که در پاسخ سوال «ما» حقیقه گفته می شود که پرسش از گوهر اشیاء است و بنابراین اطلاق بر حقیقت شی می گردد و آنچه شیئیت شیء بدان است را ماهیت می گویند.

#### 1-6-2-2: الگو

الگو، برداشتی انتزاعی از دنیای واقعیات است. بازسازی و خلاصه‌ای از واقعیت که با در برداشتن ویژگیهای اصلی آن، شناخت ما از واقعیات مورد نظر را تسهیل می‌کند. الگو را می‌توان مجموعه‌ای از عناصری دانست که در یک چهارچوب مشخص با یکدیگر در تعامل هستند. این نظام که از مبنا تا بنا از نظمی منطقی برخوردار است دارای ظرفیتی ویژه در حوزه تدوین، تبیین و تجویز است. ساده و خلاصه بودن، داشتن قدرت نظم‌دهندگی، توانایی بیان جنبه‌های اصلی و مهم پدیده موردنظر، هماهنگی و تطابق با واقعیات و تسهیل امر تحقیقات را می‌توان از جمله ویژگی‌های یک الگوی مطلوب برشمرد. جهت نیل به این مطلوب، ساماندهی مطالب این تحقیق در سه لایه محوری مبانی، عناصر و روابط، ناظر بر نسبت عناصر بر یکدیگر و تاثیر مبانی در عناصر با محوریت موضوع جذابیت دنبال شده است.

#### 1-6-2-3: جذابیت

#### 1-6-2-3-1: تعریف لغوی جذابیت

گیرایی، کشش، دلربایی و قوه ای که هر چیز را به سوی خود می کشد از جمله معادل‌هایی است که برای واژه جذابیت آمده است.<sup>۱</sup>

در فرهنگ لغات و اصطلاحات فقهی نیز جذب مصدر جَدَبَه به معنای «کشیدن» نوشته شده است.<sup>۲</sup> فرهنگ ابجدی عربی فارسی نیز مترادف واژه جذب، به عنوان ریشه واژه جذابیت، را «کشیدن» و واژه «دَفَع» را متضاد جذب بیان کرده است. ذیل مشتقات واژه جذب به «جاذِبِيَّةُ الْجَمَال» به معنای زیبایی دل ربا و فریبنده و «الجَدَاب» به معنای جالب، جذاب و آنچه که در دیده یا بصیرت زیبا باشد، اشاره شده است.<sup>۳</sup>

1. مهشید مشیری، فرهنگ زبان فارسی الفبایی قیاسی، چاپ سوم، تهران، سروش، ص 307.  
2. سید محمد حسینی، فرهنگ لغات و اصطلاحات فقهی، چاپ اول، تهران، سروش، 1382، ص 160.  
3. فواد افرام بستانی، فرهنگ ابجدی (الفبایی، عربی به فارسی)، مترجم: رضا مهیار، تهران، انتشارات اسلامی، ص 14.

در فرهنگ فشرده فارسی به انگلیسی دکتر عباس آریانپور کاشانی نیز مقابل جذابیت از کلمه attractiveness chaym استفاده شده و معانی دلفریبی و زیبایی به عنوان مترادف آن ذکر شده است.<sup>1</sup> در فرهنگ فارسی به انگلیسی حیم نیز واژه attractiveness معادل واژه جذابیت آمده است.<sup>2</sup>

### 1-6-2-3: تعریف اصلاحی جذابیت

با توجه به گزینش رهیافت حکمت اسلامی در این تحقیق تلاش خواهد شد مفهوم جذابیت به مثابه‌ی یک سازه مفهومی از رهگذر بررسی و تبیین مباحث در لایه های مختلف مبانی هستی-شناسی، انسان‌شناسی، معرفت‌شناسی و زیبایی‌شناسی و عناصر و روابط حاکم میان آنها کشف گردد.

در این راستا واژه «جذبه» یکی از کلیدواژه‌هایی است که در ادبیات حکمی ما به عنوان نقطه‌ی شروع قابل بیان است. در ابن باره آیت الله جوادی آملی (دامت برکاته) می‌فرمایند: «جذبه آن است که با بارقه‌ای الهی دفعتاً معارف بسیاری برای عارف حاصل شود و سلوک آن است که برای رسیدن به آن معارف درجات و مقامات مناسب با آن را یکایک طی کند. اهل شهود یا همه درجات را با سلوک طی می‌کنند، در این صورت سالک محض‌اند یا همه درجات را با جذبه می‌پیمایند، در این حالت مجذوب محض‌اند یا اوایل راه را با سلوک می‌پیمایند و در اواخر جذبه الهی نصیب آن‌ها می‌شود. این گروه سالک مجذوب‌اند یا اینکه اول جذبه‌ای نصیب آن‌ها می‌شود؛ لیکن در انتها ناگزیر از سیر و سلوک‌اند. این عده مجذوب سالک‌اند. برای کسی که ابتدا جذبه نصیب او شده ولیکن بعد از آن به طریق عادی راه را ادامه می‌دهد ادامه کار مشکل و توانفرساست. این مصرع لسان الغیب بیان حال آن گروه است: «که عشق آسان نمود اول ولی افتاد مشکلها».<sup>3</sup>

بعلاوه، جذابیت با مفهوم «جمال» و «زیبایی» نیز قرابت زیادی دارد. زیبایی از منظر فیلسوفان، صفتی قابل مشاهده در اشیاء است که سبب سرور و رضامندی در درون انسان می‌شود؛ در واقع، زیبا، نحوه‌ی موجودیت موجودی است که طبع متمایل به آن و جان‌پذیرای آن است. اگوست کنت نیز زیبایی را چیزی می‌داند که بدون ایجاد تصور، در نفس رضایت انسان را برمی‌انگیزد.<sup>4</sup> بدین‌سان، زیبایی به سبب رضایت و سروری که در مخاطب ایجاد می‌کند، طبیعتاً نوعی جذبه و جذابیت را به دنبال دارد.

1. عباس و منوچهر آریانپور کاشانی، فرهنگ فشرده فارسی به انگلیسی، 1357، ص 364.  
2. سلیمان حیم، فرهنگ بزرگ فارسی به انگلیسی، چاپ بیستم، فرهنگ معاصر، 1385، ص 262.  
3. عبدالله جوادی آملی، عین النضاح (تحریر تمهید القواعد)، تنظیم حمید پارسانیا، قم، اسراء، 1387، ج 2، ص 148.  
4. جمیل صلیبا، فرهنگ فلسفی، ص 248.

#### **1-6-2-4: پیام‌رسانی دینی**

پیام‌رسانی دینی یعنی پیام‌رسانی‌ای که مبتنی بر مبانی دینی و در بستر آن شکل می‌گیرد و قصد رسانش پیام دین را دارد. در تحقیق حاضر فرایند پیام‌رسانی ذیل سه عنصر هنرمند، اثر هنری و مخاطب دنبال می‌شود.

#### **1-6-2-5: عالم سینمایی**

تکنولوژی عامل اصلی شکل‌گیری عالم سینمایی و نقطه تمایز هنر سینما با دیگر هنرهاست. چرا که زمان، مکان، رویدادها، شخصیت‌ها و در یک کلام عالم سینمایی از طریق پرده سینما متجلی می‌گردد. ارتباط ماهوی تصویر با جهان دیدنی، حرکت و الزامات آن مانند توهم واقعیت، فراغت از آنروپی زمان و مکان، رهایی از حصار بعد و اندازه، شکل‌گرفتن روایت داستانی و تدوین در کنار تبدیل تصاویر به نماد از جمله ویژگی‌های خاص عالم سینمایی به مثابه‌ی مولفه‌های جذابیت آن است. این مولفه‌ها در فصل چهار مورد بررسی قرار گرفته و ظرفیت‌های آن جهت پیام‌رسانی دینی به بحث گذاشته می‌شود.

#### **7-1: روش انجام تحقیق**

با توجه به مبنای حکمی و فلسفی مباحث ارائه شده، در این تحقیق مبتنی بر روش گردآوری کتابخانه‌ای از شیوه‌ی توصیفی و تحلیلی استفاده شده است.