

محرم در قاب تلویزیون:

تحلیل محتوای ویژه برنامه‌های تلویزیونی محرم در سال ۱۳۹۸^۱

غلامرضا محمدی مهر[✉]، سیداحمد محمدی بحرانی*

چکیده

در پژوهش حاضر، به بررسی ویژه برنامه‌های محرم پرداخته شده است. هدف اصلی، شناخت شیوه بازنمایی ابعاد نهضت عاشورا، واحد تحلیل، آیتم و جامعه آماری، شامل تمام ویژه برنامه‌هایی بوده که در ۱۳ روز اول ماه محرم ۱۳۹۸، از شبکه‌های اول، دوم، سوم، چهارم، آموزش، افق، شما و جام جم سیمای جمهوری اسلامی ایران پخش شده‌اند. حجم نمونه نیز برابر با جامعه آماری تحقیق و با توجه به هدف پژوهش، برنامه‌های گفتگو محور (کارشناسی) و ترکیبی بوده‌اند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که بیش از نیمی از برنامه‌های مورد بررسی (۵۲/۴ درصد) با جنبه‌های شعور و معرفت قیام ابا عبدالله (ع) و ۳۸/۴ درصد، با جنبه‌های عاطفی یا در اصطلاح، شور نهضت حسینی مرتبط بوده است. تقریباً ۱۰ درصد از مدت زمان آنها به کلیات برنامه‌ای (سلام و احوالپرسی، معرفی برنامه و کارشناس، راه‌های ارتباط با برنامه و غیره) اختصاص یافته و به لحاظ موضوعی، در ۲۸/۳ درصد از این مدت زمان، به بحث درباره ویژگی‌ها و قابلیت‌های ابا عبدالله (ع) برای نجات انسان و جامعه و بیان خصوصیات اخلاقی، خاندان و اصحاب ایشان پرداخته شده است. موضوع دلایل قیام ابا عبدالله (ع) به عنوان موضوعی مستقل، چندان در برنامه‌ها، مورد توجه نبوده و ۴/۵ درصد از آیتم‌های کارشناسی به آن اختصاص یافته است. بیان پیشینه تاریخی قیام تقریباً در ۱۵ درصد و ذکر وقایع و حوادث مرتبط با نهضت، تقریباً در یک پنجم (۱۸/۵ درصد) از مدت زمان برنامه‌ها، مورد بحث و بررسی قرار گرفته است. به این ترتیب، جا دارد که در ویژه برنامه‌های آتی، به بحث و بررسی درباره دلایل و اهداف قیام ابا عبدالله (ع) و نقد دیدگاه‌های متعارض در این خصوص نیز که محور و اساس ابعاد معرفتی مرتبط با نهضت عاشورا است، پرداخته شود.

کلیدواژه‌ها: نهضت ابا عبدالله (ع)، برنامه‌های گفتگو محور، نظریه بازنمایی، دلایل

و پیامدهای نهضت عاشورا

۱. این مقاله برگرفته از پژوهشی است که در مرکز تحقیقات سازمان صداوسیما انجام شده است.
 ✉ نویسنده مسئول: دکترای علوم سیاسی، پژوهشگر مرکز تحقیقات سازمان صداوسیما، تهران، ایران
 * دکترای حقوق جزا، پژوهشگر مرکز تحقیقات سازمان صداوسیما، تهران، ایران

پژوهش‌های ارتباطی،
سال بیست و هفتم،
شماره ۴ (پیاپی ۱۰۴)،
زمستان ۱۳۹۹

مقدمه

یادمان هیچ حادثه‌ای به‌اندازه نهضت عاشورا، جامعه مسلمانان و به‌ویژه شیعیان را به جوش و خروش نمی‌آورد؛ با وجود گذشت ۱۴ قرن از این واقعه، گذر ایام، هیچ‌گاه از وسعت و شدت گرامیداشت آن نکاسته و حتی سال‌به‌سال، بر گستره آن افزوده است. بی‌تردید، این امر از عظمت قیام بی‌نظیر حضرت اباعبدالله و ابعاد چندگانه، به‌ویژه اهداف، انگیزه‌ها و دلایل آن نشئت می‌گیرد. در کنار اهداف و انگیزه‌ها، آنچه می‌توان به‌عنوان جنبه‌های معرفی قیام اباعبدالله (ع) از آن یاد کرد، پیامدهای کوتاه‌مدت و بلندمدت نهضت حسینی است که بلافاصله پس از شهادت حضرت، نمودار می‌شود؛ آنجا که روشنگری زینب کبری (س) و حضرت سجاد (ع) در دوران اسارت، به بیداری کوفیان و اهل شام می‌انجامد و لرزه بر اندام ابن زیاد و یزید می‌اندازد (حیدر، ترجمه ذوالقدر، ۱۳۸۳: ۲۷۶).

علاوه بر تحلیل‌هایی که فقط با آن مقطع از تاریخ جامعه مسلمانان، یعنی اواخر سال ۶۰ و اوایل سال ۶۱ هجری ارتباط پیدا می‌کنند، بسیاری از صاحب‌نظران، با استناد به ادعیه و بهره‌گیری از زیارت‌هایی چون زیارت وارث، به تحلیل واقعه عاشورا در فرایند تاریخ پرداخته‌اند و حسین را وارث پیامبران دانسته‌اند. بی‌دلیل هم نیست که نبی اکرم (ص) ایشان را کشتی نجات و چراغ هدایت معرفی کرده‌اند (محمدی ری‌شهری، ۱۳۸۸: ۷۴). تعبیری که در مورد هیچ‌یک از ائمه معصوم به‌کار نرفته است.

در جهان امروز نیز، کمتر حرکت رهایی‌بخشی است که از نهضت اباعبدالله (ع) الگو نگرفته باشد؛ چنان‌که حکومت‌های جور، همواره از گرامیداشت اصیل مناسبت محرم در جوامع اسلامی، ترسان و نگران بوده‌اند (صافی گلپایگانی، ۱۳۷۹: ۱۳). به‌این ترتیب، می‌توان گفت که دلایل و پیامدهای نهضت عاشورا، تمام ابعاد فردی و اجتماعی جامعه اسلامی را در بر گرفته و آثار عمیق اخلاقی، عرفانی، فلسفی، جامعه‌شناختی، سیاسی گوناگونی از خود برجای گذاشته است. با وجود پاسداشت ایام محرم و زنده نگهداشتن نام و نهضت اباعبدالله (ع) در جامعه شیعیان، توده مردم با ابعاد فردی و اجتماعی این قیام آشنایی چندانی ندارند و بیشتر از جنبه‌های فردی آن، آگاه‌اند. به‌عبارت‌دیگر، فلسفه این نهضت، برایشان ناآشناست.

امروزه در نظام جمهوری اسلامی ایران، به‌عنوان یک دولت شیعی، وسایل

محرم در قاب تلویزیون:
تحلیل محتوای ویژه
برنامه‌های تلویزیونی
محرم در سال ۱۳۹۸

ارتباط‌جمعی و به‌ویژه رسانه ملی، در تبلیغ اصول و احکام دینی و مذهبی، جای رسانه سنتی منبر را گرفته و به تعبیر دیگر، رسالتی منبرگونه یافته‌اند به همین دلیل نیز در تبلیغ قیام سیدالشهدا (ع)، رسالت سنگینی بر عهده دارند. در ایام محرم و به‌خصوص دهه اول آن، به‌منظور پاسداشت و زنده نگهداشتن یاد و خاطره قیام امام حسین (ع)، تمام شبکه‌های رسانه ملی، ویژه برنامه‌هایی را تدارک می‌بینند. در محرم سال ۱۳۹۸ نیز همچون سال‌های گذشته، تمام شبکه‌های سیمای جمهوری اسلامی ایران، از شب اول محرم تا سومین روز شهادت امام، در قالب‌های مختلف برنامه‌سازی، به بازتاب این مناسبت پرداخته‌اند. این برنامه‌ها، اغلب شامل مداحی و نوحه‌خوانی، مراسم محرم در میان اقوام ایرانی، سرگذشت پیر غلامان حسینی و ویژه برنامه‌هایی بوده که در قالب میزگرد و کارشناسی، به بحث و بررسی ابعاد این حادثه پرداخته‌اند. حال پرسش یا مسئله‌ای که مطرح می‌شود، این است که در برنامه‌های ویژه محرم، کدام‌یک از ابعاد نهضت عاشورا بازتاب یافته‌اند؟ در واقع، شناسایی شیوه بازنمایی ابعاد نهضت عاشورا در ویژه برنامه‌های سیمای جمهوری اسلامی ایران هدف کلی این مقاله است.

پیشینه پژوهش

جستجوهای صورت گرفته نشان می‌دهد که درباره نحوه بازتاب نهضت ابا عبدالله (ع) در برنامه‌های صداوسیما و فراتر از آن، وسایل ارتباط‌جمعی، تاکنون پژوهشی انجام نشده است؛ تنها یک اثر در سال ۱۳۹۲ به چاپ رسیده که شیوه تهیه برنامه‌های مناسبتی محرم را به تفصیل مورد بحث قرار می‌دهد. در این کتاب، چگونگی بازتاب حوادث عاشورا و رویدادهای منتهی به آن، ویژگی‌ها و خصایص امام حسین (ع) و اهل بیت ایشان، اهداف قیام عاشورا و تقریباً تمام اخبار مرتبط با این مناسبت در ویژه برنامه‌های محرم مورد بحث قرار می‌گیرد و حتی به مباحث فنی و چینش موضوعات در قسمت‌های مختلف هر برنامه نیز پرداخته می‌شود که در نوع خود کم‌نظیر است (رضایی آدریانی، ۱۳۹۲). بخش دیگری از مطالعات مرتبط با موضوع پژوهش حاضر که بسیار پرشمارند و هر سال نیز به تعدادشان افزوده می‌شود، پژوهش‌هایی هستند که به‌طور عمده، به مقتل‌نویسی، نگارش زندگینامه اهل بیت یا اصحاب ابا عبدالله (ع) و تحلیل و بررسی دلایل و پیامدهای نهضت پرداخته‌اند. نگارش مقتل، از صدر اسلام آغاز شد. نخستین و مشهورترین مقتل مرتبط با

پژوهش‌های ارتباطی،
سال بیست و هفتم،
شماره ۴ (پیاپی ۱۰۴)،
زمستان ۱۳۹۹

واقعه عاشورا، مقتل ابی‌مخنف است که در این پژوهش به آن پرداخته نمی‌شود؛ همچنان بررسی زندگینامه نیز در چارچوب این اثر قرار نمی‌گیرد. آنچه در ادبیات و چارچوب مفهومی پژوهش حاضر، مورد استفاده قرار خواهد گرفت، آثاری است که به ابعاد و اهداف نهضت عاشورا پرداخته‌اند. نگارندگان، به‌منظور شناخت این آثار که به زبان فارسی نگاشته شده‌اند، ضمن بررسی آرشیو چند کتابخانه، از کتاب‌شناسی نیز بهره برده‌اند؛ از جمله کتاب‌شناسی توصیفی امام حسین (ع) که از سوی سلمان حبیبی، به نگارش درآمده است (حبیبی، ۱۳۸۱). در ادامه سعی شده است تا از خلال بررسی این آثار، چارچوب نظری و مفهومی پژوهش به‌دست آید.

با توجه به اینکه تقریباً همه‌ساله، پس از دهه اول محرم، مرکز تحقیقات سازمان صداوسیما به نظرسنجی از مخاطبان برنامه‌های محرم می‌پردازد، در سال ۹۸ نیز نظرسنجی‌ای را در این زمینه انجام داده که در اینجا چکیده‌ای از آن بیان می‌شود. بر اساس نتایج این نظرسنجی ۷۰/۹ درصد پاسخگویان، بیننده سریال‌ها و ویژه برنامه‌های دهه اول محرم بوده‌اند. در میان جنبه‌های مختلف ویژه برنامه‌های دهه اول، ۷۸/۸ درصد بینندگان، این برنامه‌ها را از نظر نمایش همدلی و همکاری مردم در برگزاری عزاداری، ۷۶ درصد از نظر ایجاد شور در میان مردم، ۶۴/۹ درصد از نظر ترویج فرهنگ صحیح عزاداری و ۶۰/۲ درصد از نظر ایجاد معرفت و آگاهی درباره فلسفه و دلیل قیام امام حسین (ع) در حد زیاد موفق ارزیابی کرده‌اند. مهم‌ترین انتقادهای بینندگان از برنامه‌های یاد شده، به ترتیب، تکراری بودن سریال‌ها، کم محتوا یا بی‌محتوا بودن برنامه‌ها، بیان نشدن وقایع عاشورا و طولانی بودن زمان برنامه‌های عزاداری اعلام شده است (مرکز تحقیقات صداوسیما، ۱۳۹۸).

چارچوب مفهومی

کم نیستند آثار و پژوهش‌هایی که ابعاد و اهداف قیام اباعبدالله (ع) را بررسی و تحلیل کرده‌اند و از زوایای مختلف به آن نگریسته‌اند. انگیزه‌ها و دلایل نهضت عاشورا و اوضاع سیاسی و اجتماعی منتهی به آن، بررسی سیر تاریخی حوادث و تحولات نهضت، ویژگی‌ها و فضائل اباعبدالله (ع) و اصحاب و یاران ایشان، نوع تعامل و ارادت اصحاب نسبت به اباعبدالله و ویژگی‌ها و خصائل دشمنان امام حسین (ع) از جمله این ابعاد است که می‌توان آنها را در دو دسته کلی فردی و

محرم در قاب تلویزیون:
تحلیل محتوای ویژه
برنامه‌های تلویزیونی
محرم در سال ۱۳۹۸

اجتماعی تقسیم کرد. در اینجا سعی می‌شود با توجه به اعتبار منابع و مؤلفان، چارچوب نظری و مفهومی مورد نیاز پژوهش، بررسی و استخراج شود.

سیدجعفر شهیدی در پژوهش خود، با رویکرد جامعه‌شناسی تاریخی، به بررسی قیام امام حسین (ع) پرداخته و ضمن بررسی اوضاع سیاسی اجتماعی پس از رحلت پیامبر که منتهی به نهضت اباعبدالله (ع) شده است را بررسی کرده و به‌خوبی نشان داده که چگونه پس از طی نیم‌قرن، سنت پیامبر اکرم، دگرگون و حتی گاه فراموش شده است. در بخشی از این کتاب می‌خوانیم: «پرهیزکاری و عدالت، یعنی همان چیزی که آن را روح شریعت اسلامی می‌خوانیم، در اجتماع دیده نمی‌شد. از احکام اجتماعی دین، تنها جمعه و جماعت، رونقی، آن‌هم به‌صورت تشریفاتی داشت؛ و گه‌گاه، همین صورت تشریفاتی، به بدعت یا فسق می‌گرایید» (۱۱۰:۳۸۳).

مرتضی مطهری نیز در کتاب حماسه حسینی، در خصوص دلایل قیام اباعبدالله (ع) گفته است:

«در ساختمان نهضت مقدس حسینی سه عنصر اساسی دخالت داشته و در مجموع، سه عامل به این حادثه بزرگ شکل داده است. یکی اینکه، بلافاصله بعد از درگذشت معاویه، یزیدبن معاویه فرمان می‌دهد که از حسین بن علی علیه‌السلام الزاماً بیعت گرفته شود. امام در مقابل این درخواست امتناع می‌کند؛ آنها فوق‌العاده اصرار دارند و به هیچ قیمتی از این تقاضا صرف‌نظر نمی‌کنند، امام هم به‌شدت امتناع می‌کند و به هیچ قیمتی حاضر نیست به این بیعت تن بدهد. از همین‌جا، تضاد و مبارزه آغاز می‌شود. عامل دومی که در این نهضت تأثیر داشته و باید آن را عامل درجه دوم و بلکه سوم به حساب آورد این است که وقتی امام به‌واسطه درخواست بیعت، در چنین شرایطی قرار می‌گیرد که از آن طرف، اصرار و از طرف ایشان، انکار است، به مکه مهاجرت می‌کند. پس از یکی دو ماه اقامت در مکه، خبر چگونگی قضیه به مردم کوفه می‌رسد و آن وقت، آنان که به خود آمده‌اند، امام را دعوت می‌کنند. برعکس آنچه اغلب می‌شنویم و به‌خصوص در بعضی کتب درسی می‌نویسند، دعوت مردم کوفه، دلیل نهضت امام نیست. نهضت امام، دلیل دعوت مردم کوفه است. نه چنان بود که بعد از دعوت مردم کوفه، امام قیام کرد بلکه بعد از اینکه امام حرکت کرد و مخالفت خود را نشان داد و مردم کوفه از قیام ایشان مطلع شدند، چون زمینه به نسبت آماده‌ای فراهم شده بود، کوفیان گردهم آمدند و امام را دعوت کردند.

عامل سوم، امر به معروف و نهی از منکر است. این عامل را خود امام، مکرر و با صراحت کامل، بدون آنکه سخنی از مسئله بیعت و دعوت اهل کوفه به میان آورد، به عنوان یک اصل مستقل و یک عامل اساسی، ذکر و به آن استناد کرده است» (۱۳۶۵: ۳۸-۳۷).

در خصوص عامل امر به معروف و نهی از منکر، بیشترین ارزش نهضت حسینی از ناحیه این عنصر است؛ عوامل خاصی که قیام امر به معروف را ایجاب می‌کنند به این قرارند:

الف) موروثی کردن حکومت و خلافت و تحقق بخشیدن به آرزوی ابوسفیان
ب) نقض موارد صلح امام حسن (ع) و معاویه؛ وضع تحمل ناپذیر شیعیان که حتی بخشنامه شده بود با اتهام به تشیع آنها را دستگیر کنند. محبت علی کافی بود که نام و سهم اشخاص را از بیت‌المال حذف کنند؛ محرومیت شیعیان از حقوق اجتماعی، از شهادت، قضاوت و امامت جماعت. قتل اکابر شیعیان از قبیل حجر بن عدی، عمرو بن حمق خزاعی و غیره
ج) سب علی علیه‌السلام در منابع

د) تبلیغ به نفع امویان، به‌ویژه معاویه و قرار دادن او در صف صحابه کبار ...
به‌طور کلی، سیاست اموی‌ها، به‌خصوص معاویه این بود که شکل اسلام را حفظ و محتوا را خالی کنند (مطهری، ۱۳۶۵: ۲۴۸ و ۲۴۳).

بخشی از وصیت‌نامه امام به برادرش محمد حنفیه در مدینه نیز به این شرح است: «من از روی خودخواهی یا خوشگذرانی و برای فساد و ستمگری از شهر خود بیرون نیامده‌ام، بلکه هدف من از این سفر، امر به معروف و نهی از منکر و خواسته‌ام از این حرکت، اصلاح مفسد امت و احیای سنت و قانون جدم، رسول خدا و راه و رسم پدرم علی بن ابیطالب است» (نجمی، ۱۳۸۱: ۵۵).

آنچه بیش از همه درباره نهضت عاشورا تکرار می‌شود و شهرت زیادی دارد، بحث امر به معروف و نهی از منکر است که در این وصیت، جای تشریح آن نبوده است. به‌طور قطع، منظور سیدالشهدا (ع) از جمله امر به معروف و نهی از منکر، فراتر از امور فردی است و با مسائل اجتماعی آن دوران ارتباط پیدا می‌کند. ایشان دو سال پیش از مرگ معاویه، یعنی در سال ۵۸ قمری، برای به‌جا آوردن حج، راهی مکه شدند و جمع زیادی از تابعین و اصحاب خود را که بالغ بر هزار نفر بودند، در منی گردآوردند و خطبه‌ای طولانی ایراد کردند و نخبگان، اصحاب خاص پیامبر و رجال اسلامی را در جریان شرایط عمومی دنیای اسلام قرار دادند

محرم در قلاب تلویزیون:
تحلیل محتوای ویژه
برنامه‌های تلویزیونی
محرم در سال ۱۳۹۸

(دری نجف‌آبادی، ۱۳۸۱: ۲۰۹) ایشان با «طاغیه» خواندن معاویه، به افشاگری در خصوص عملکرد او و دستگاه بنی‌امیه می‌پردازد (الهلالی الکوفی، ۱۹۸۰: ۲۰۶). در بخشی از این خطبه، مصادیق امر به معروف، از زبان آن حضرت، به صراحت ذکر شده‌اند:

امر به معروف و نهی از منکر، دعوت به اسلام است، بازگرداندن حقوق ستمدیدگان به آنان است، مبارزه با ستمگران است، توزیع عادلانه ثروت ملی و عمومی و غنایم جنگی است، جمع‌آوری صدقات و مالیات‌ها از موارد صحیح و صرف آنها در موارد صحیح و شرعی است (نجمی، ۱۳۸۱: ۳۷۷).

اباعبدالله (ع) خود نیز در پاسخ به نامه‌های کوفیان، ویژگی‌های امام را چنین برمی‌شمارد: طبق کتاب خدا عمل کند؛ بیت‌المال را با صداقت تقسیم کند و خود را وقف خدمت به خدا کند (بلوکباشی و همکاران، ۱۳۹۲: ۶۶۸). محمدتقی جعفری، در کتاب امام حسین، شهید فرهنگ پیشرو انسانیت می‌نویسد: چنان نبود که فرزند بنیانگذار اسلام، چشم باز کرد و یزیدیان را دید. او سالیان متمادی بود که خون دل می‌خورد و مهر سکوت بر لبانش بود. جعفری، تبعید ابوذر به ریزه، شهادت عمار یاسر، مالک اشتر و اویس قرنی، همچنین ظلم‌هایی را که به برادرش امام حسن مجتبی شده بود، به‌عنوان نمونه‌ای از خون دل خوردن اباعبدالله (ع) ذکر می‌کند و سپس، سایر عوامل را برمی‌شمارد: پایمال شدن قوانین و حق و حقیقت، نقض احترام انسان‌ها و معامله با مردم جامعه، مانند معامله با بردگان و ارزش ندادن به رأی و نظر و خواسته‌های آنان، نقض قانون تساوی و عدل در حقوق و تکالیف میان طبقات و افراد، نقض شایستگی و استقامت در مدیریت امور جامعه اسلامی، نقض عدالت در توزیع اقتصادی آن، نقض خیرخواهی و حق انتقاد (۱۳۸۰: ۲۴۸-۵۸).

غلامحسین زرگری‌نژاد هم در پژوهش خود، چند عامل را برشمرده و در خصوص هریک از آنها، به تفصیل به بحث پرداخته است. این عوامل عبارت‌اند از: استبداد سیاسی و سلطنت اسلامی، تثبیت و مشروعیت اشرافیت و نظام طبقاتی، امحای عدالت و برابری، ارتقای اراذل و انزوای افاضل (۱۳۸۶: ۲۵۲-۷۴).

ابوالاعلی مودودی، از اندیشمندان اهل تسنن، نیز برای نظام پادشاهی که محتوا و صورت آن در دهه آخر حکومت معاویه اوج ممکن خود را یافته بود، ۸ مشخصه را ذکر کرده است:

۱. دگرگونی در نحوه جایگزینی حاکم. معاویه نخستین کسی بود که در

شرایط صحت و سلامت خود، با استفاده از قدرت و نیروی نظامی، برای یزید بیعت گرفت.

۲. دگرگونی در روش زندگی حاکم

۳. دگرگونی در کیفیت نگهداری و برداشت از بیت‌المال، به گونه‌ای که بیت‌المال، ثروت و اموال شخصی حاکم تلقی می‌شد و بدون حساب و کتاب از آن هزینه می‌کردند. حقوق افراد ذی‌حق قطع می‌شد و به ناحق، به هر کس هر قدر می‌خواستند، می‌بخشیدند.

۴. پایان آزادی اندیشه، باور و نظر

۵. پایان آزادی امر قضا

۶. پایان حکومت شورایی

۷. ظهور و بروز عصبیت‌های قومی، نژادی و قبیله‌ای

۸. نابودی قانون (مهاجرانی، ۱۳۸۳: ۴۱-۳۹).

محمد اسفندیاری در پژوهشی که به‌تازگی، در قالب کتاب حقیقت عاشورا به چاپ رسیده، به تحلیل و نقد دیدگاه‌های مختلف درباره عاشورا می‌پردازد. آن‌طور که در مقدمه کتاب آمده، این پژوهش ۱۰ بار بازخوانی شده و ۸ تن از صاحب‌نظران، تمام یا بخش‌هایی از آن را خوانده‌اند. پژوهشگر نیز دو سال با کار بی‌وقفه، آن را به انجام رسانده است. در مقدمه، درباره محتوای کتاب می‌خوانیم: چکیده آنچه در این کتاب خواهم گفت، این است که نهضت عاشورا دو ویژگی برجسته داشت:

نخست اینکه، حماسی (ظلم‌ستیزانه) بود و دوم اینکه، جنبه عقلانی داشت، یعنی دو ویژگی که عده‌ای در جمع آنها توفیق نمی‌یابند؛ اما بعدها، ۵ تحریف سهمگین دامن‌گیر آن شد:

۱. تقلیل دادن آن به عزاداری (با غفلت از ظلم‌ستیزی)، تفسیرهای غیرعقلانی، تفسیرهای فوق‌واقعی، تفسیرهای افراطی و خشونت‌آمیز، تفسیرهای عامیانه (۱۳۹۸: ۱۰-۹).

علی شریعتی، صاحب‌نظر و استاد جامعه‌شناسی ادیان، در تفسیر نهضت اباعبدالله (ع)، از منظر فلسفه تاریخ به موضوع می‌نگرد و در پرتو تفسیر زیارت وارث، حضرت اباعبدالله (ع) را وارث تمام پیامبران برای مقابله با ظلم و استکبار و دفاع از عدالت می‌شمرد (۱۳۸۰: ۲۹۲). دیدگاه وی به‌صورت مفصل در کتابی با عنوان حسین وارث آدم، درج شده است.

محرم درقاب تلویزیون:
تحلیل محتوای ویژه
برنامه‌های تلویزیونی
محرم در سال ۱۳۹۸

علاوه بر تفاسیر بسیار زیادی که اندیشمندان از اهداف و دلایل نهضت به رشته تحریر درآورده‌اند، مورخان نیز در آثار بسیار زیادی، ضمن بیان رویدادهای تاریخی دلایل قیام راهم برشمرده‌اند که مجال ذکر آن در این مختصر نیست. از جمله حسن ابراهیم حسن در کتاب خود، به خوبی از عهده این مهم برآمده است (ترجمه پاینده، ۱۳۷۶) یا به عنوان نمونه‌ای دیگر می‌توان سیر حوادث نهضت به همراه اهداف آن را در کتاب تاریخ سیاسی اسلام ملاحظه کرد (جعفریان، ۱۳۷۸).

چارچوب نظری پژوهش نظریه بازنمایی

استوارت هال^۱، اندیشمند برجسته مطالعات فرهنگی، در کتاب معنا، فرهنگ و زندگی اجتماعی، به تفصیل، به تشریح نظریه بازنمایی پرداخته است. وی درباره معنا و چیستی بازنمایی می‌گوید: از طریق نحوه بازنمایی چیزها، یعنی واژه‌هایی که درباره آنها به کار می‌بریم، داستان‌هایی که درباره آنها نقل می‌کنیم، تصاویری که از آنها می‌سازیم، احساساتی که به آنها نسبت می‌دهیم، شیوه‌هایی که آنها را طبقه‌بندی و مفهوم‌بندی می‌کنیم و ارزش‌هایی که برایشان قائل می‌شویم، به آنها معنا می‌بخشیم (هال، ترجمه گل محمدی، ۱۹:۱۳۹۱).

دغدغه اصلی هال در این کتاب، نه درباره معنای لغت بازنمایی، بلکه به طور عمده، درباره نقش و جایگاه بازنمایی در فرایند انتقال معنا است که از طریق زبان و رسانه‌ها صورت می‌گیرد. از این منظر، بازنمایی از دید او، یعنی استفاده از زبان برای گفتن چیزهایی معنادار درباره جهان یا نمایاندن جهان به دیگران. بازنمایی، بخش اصلی فرایندی است که به واسطه آن، معنا، تولید و میان اعضای یک فرهنگ مبادله می‌شود. بازنمایی عبارت است از کاربرد زبان، نشانه‌ها و تصاویری که نماینده یا معرف چیزها هستند (هال، ترجمه گل محمدی، ۳۱:۱۳۹۱). عنصر مهم و اساسی در بازنمایی، تولید معناست و نه انتقال معنایی که از پیش وجود دارد. عنصر تولید معنا تا آنجا در بازنمایی اهمیت می‌یابد که بنا بر نظر استوارت هال، جهان را از طریق بازنمایی می‌سازیم و بازی می‌کنیم (کارلوت^۲ و لوپس^۳، ۲۰۰۸: ۲۳۸). به بیان ساده‌تر بازنمایی به مثابه نماینده بودن چیزی به جای دیگری است و می‌تواند در کلام و نوشتار به همان شیوه تصاویر متحرک اتفاق بیافتد (ربیعی و احمدزاده، ۴۴:۱۳۸۷).

1. S.Hall
2. Calvert

3. Lewis

رویکردهای نظری به بازنمایی

استوارت هال بر این باور است که در حالت کلی، درباره بازنمایی سه رویکرد نظری مطرح است: نظریه بازنمایی انعکاسی یا بازتابی، بازنمایی نیت‌مند و بازنمایی برساخت‌گرا. آنچه از میان این سه رویکرد و در ارتباط با رسانه‌ها اهمیت می‌یابد و اساس نظریه بازنمایی با آن شناخته می‌شود، رویکرد برساخت‌گراست.

نظریه برساخت‌گرا، به مشخصه اجتماعی و عمومی زبان احترام می‌گذارد. طبق این نظریه، این «ما» هستیم که با استفاده از نظام‌های بازنمایی، یعنی نظام مفاهیم و نظام زبان، به برساخت معنا همت می‌گماریم (۱۹۹۷: ۲۵). بر مبنای این رویکرد، ما معانی را می‌سازیم و این عمل را به واسطه نظام‌های بازنمایی مفاهیم و نشانه‌ها انجام می‌دهیم. برساخت‌گرایی، وجود جهان مادی را نفی نمی‌کند اما معتقد است آنچه معنا را حمل می‌کند، جهان مادی نیست، بلکه نظام زبانی یا نظامی که ما برای بیان مفاهیم از آن استفاده می‌کنیم، حمل‌کننده معناست (گیویان و سروی زرگر، ۱۳۸۹: ۱۵). از این نظر «بازنمایی کردن» می‌تواند به معنای ارائه و به تصویر درآوردن چیزی باشد؛ بنابراین بهتر است به ایده «بازنمایی» به صورت «باز-نمایندن» جهان نگاه کنیم؛ زیرا در این حالت بر فرایند ساختن در متون رسانه‌ای تأکید می‌شود؛ به این معنی که از طریق فرایند تولید برای مثال، یک برنامه تلویزیونی، ما هرگز نمی‌توانیم برای بیننده نوعی دسترسی ساده، مستقیم و بدون واسطه از جهان «واقعی» فراهم کنیم. مهم نیست ارائه ما چقدر واقعی به نظر برسد، چون به هر حال، واقعیت این است که آنچه بر پرده یا صفحه تلویزیون می‌بینیم، نوعی سازه است که اعمال نظرهای ما را درباره آنچه باید رمزگذاری شود، محل قرار گرفتن دوربین و نحوه ویرایش و تدوین مواد ضبط شده و غیره دربرمی‌گیرد.

استوارت هال، برساخت‌گرایی را در راهبردهای بازنمایی، نشان داده است. به نظر او، بازنمایی دو راهبرد دارد:

۱. کلیشه‌سازی به معنای نادیده گرفتن برخی خصوصیات یا ویژگی‌ها و اکتفا کردن به برخی امور کلی است و از نوعی خواست همسان‌سازی حکایت می‌کند (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷: ۲۰).

۲. طبیعی‌سازی: طی این جریان وضعیت موجود در ساختارهای مختلف اجتماعی، فرهنگی و تاریخی از بعد تاریخی خود تهی می‌شود و به همین دلیل این ساختارها طبیعی به نظر می‌رسند (هیوارد، ترجمه محمدی، ۱۳۸۰: ۲۰۴).

محرم درقاب تلویزیون:
تحلیل محتوای ویژه
برنامه‌های تلویزیونی
محرم در سال ۱۳۹۸

نظریه برجسته‌سازی

علاوه بر بازنمایی، نظریه برجسته‌سازی نیز در تحلیل یافته‌های این پژوهش به‌نوعی کاربرد دارد. این نظریه، نخستین بار از سوی مک‌کامب^۱ مطرح شد. وی با انجام پژوهشی درباره انتخابات امریکا به این نتیجه دست یافت که مخاطبان، همان چیزی را که در مطبوعات به‌عنوان مسئله مهم مطرح شده بود، با اهمیت می‌دانستند (علی‌آبادی، ۱۳۷۳: ۱۹۱). وی معتقد است که برجسته‌سازی با نقش ارتباطات جمعی در ایجاد تصورات ذهن ما سروکار دارد (مک‌کامب، ۱۹۹۷: ۲۳۷). ایده‌ای که نخستین بار، از سوی والتر لیپمن مطرح شده است.

در تعریف دیگری از برجسته‌سازی آمده است: برجسته‌سازی فراگردی است که طی آن، رسانه‌های جمعی، اهمیت نسبی موضوعات مختلف را به مخاطب انتقال می‌دهند. هرچه رسانه‌ها اهمیت بیشتری به موضوع یا رویداد بدهند، مخاطبان اهمیت بیشتری برای آن قائل می‌شوند. عبارت «رسانه‌ها به مردم نمی‌گویند چه ببینید، ولی به آنها می‌گویند درباره چه ببینید»، جوهره این نظریه را به دست می‌دهد (ویندال، ترجمه دهقان، ۱۳۷۶: ۳۷۴). به‌بیان دیگر، نظریه برجسته‌سازی، مدعی تأثیر رسانه‌ها بر شناخت و نگرش مردم و تعیین اولویت‌های ذهن آنان از طریق انتخاب و برجسته‌سازی بعضی از موضوعات و رویدادها در قالب خبر و گزارش خبری است؛ به این معنا که رسانه‌ها، با برجسته ساختن بعضی از موضوع‌ها و رویدادها، بر آگاهی و اطلاعات مردم تأثیر می‌گذارند (مهدی‌زاده، ۱۳۹۱: ۵۹-۵۸). نیومن^۲ نیز با ترسیم الگویی، چهار نوع رابطه را بین افکار عمومی و رسانه‌ها نشان می‌دهد که در یکی از آنها با عنوان رابطه یک‌طرفه، رسانه‌ها تعیین‌کننده هستند (۱۹۸۵: ۲۳۱).

روش پژوهش

در این پژوهش، از روش تحلیل محتوا استفاده شده است. «تحلیل محتوا آزمون نظام‌مند و تکرارپذیر نمادهای ارتباطی است که طی آن، ارزش‌های عددی بر اساس قوانین معتبر اندازه‌گیری به متن نسبت داده می‌شوند. این عمل، برای توصیف محتوای ارتباطات، استخراج نتیجه درباره معنی آن یا پی بردن به بافت و زمینه ارتباط صورت می‌گیرد» (رایف و همکاران، ترجمه بروجردی، ۱۳۸۱: ۲۵). مزیت روش تحلیل محتوا این است که می‌توان بدون

1. McComb
2. Neuman

مزامحت، تحلیل واقع‌بینانه‌ای از ساخت‌هایی از علائم گوناگون (زبانی، نوشتاری، موسیقی، تصویری و...) که از طریق آنها ارتباط برقرار می‌شود، به دست آورد (رفیع‌پور، ۱۳۸۴: ۱۰۹).

از منظر دیگر، تحلیل محتوا در زمره روش‌های ارزیابی است که محتواهای تولید شده از طریق وسایل ارتباط‌جمعی را بر اساس قواعد و اصولی معین، ارزیابی می‌کند تا روشن شود که فرآورده‌های رسانه‌ای تا چه حد با اصول و ارزش‌های معین، همخوانی دارند و آنها را محقق ساخته‌اند.

همچنین؛ تحلیل محتوا جزء روش‌های پهنانگر است و در جوامع آماری بزرگ کاربرد دارد. به‌عبارت‌دیگر، همچون پیمایش، به زمینه‌یابی متون رسانه‌ای و نه مخاطبان، می‌پردازد.

نئوندروف^۱ در تعریف واحد تحلیل می‌نویسد: «واحد تحلیل، عنصری است که داده‌ها بر اساس آن تحلیل می‌شوند» (۲۰۰۲: ۱۳). بر این اساس، واحد تحلیل در پژوهش حاضر، هر یک از آیتم‌های برنامه‌های مورد بررسی و واحد ثبت نیز برابر با واحد تحلیل بوده است. به نظر هولستی، واحد ثبت، بخشی خاص از محتواست که با قرار گرفتن در مقوله‌ای معین مشخص می‌شود (ترجمه محمدی، ۱۳۹۵: ۱۸۲).

در این پژوهش، جامعه آماری، تمام ویژه‌برنامه‌های ۱۳ روز اول محرم را که در سال ۱۳۹۸ از شبکه‌های سراسری (اول، دوم، سوم، چهارم، آموزش، افق، جام‌جم و شما) پخش شده‌اند، در برمی‌گیرد. با توجه به اهداف پژوهش، قالب برنامه‌ها به‌طور عمده، گفتگومحور یا ترکیبی بوده و اغلب نیز به مباحث کارشناسی و معرفتی اختصاص داشته است.

عنوان برنامه‌های مورد بررسی، به این شرح است: این شب‌ها، فتح خون، کوی محبت، آفتاب شرقی، سیاه‌پوش، در آستان خورشید، ضیافت عاشورایی، سیداحرار تا کربلا، حسین سیدالشهدا و سخنرانی‌های مذهبی.

شایان ذکر است که عناوین برنامه‌ها، از کنداکتورهای پس از پخش آنها استخراج شده و برای تکمیل و اصلاح هر یک، با کارشناس محترم تأمین و پخش برنامه در شبکه‌ها، مشورت به عمل آمده است. علاوه بر این، سایت اینترنتی تلویزیون نیز مورد استفاده قرار گرفته است. با این توضیح که پیش از آغاز پژوهش، اطلاعات کافی از تعداد و نوع برنامه‌ها در دست نبود و هیچ سفارشی هم از شبکه‌ها برای تحلیل برنامه یا برنامه‌های خاصی، دریافت نشده بود. به این ترتیب

1. Neuendorf

محرم در قلاب تلویزیون:
تحلیل محتوای ویژه
برنامه‌های تلویزیونی
محرم در سال ۱۳۹۸

در انتخاب برنامه‌ها، دخالت و اعمال نظر هیچ فردی نقش نداشته است. با توجه به اینکه در پژوهش حاضر، به تمام‌شماری اقدام شده است، نمونه‌گیری صورت نگرفته و حجم نمونه، برابر با جامعه آماری بوده است. تمام شماری حجم نمونه، علاوه بر ارتباط با موضوع و هدف پژوهش، به لحاظ آماری نیز توجیه‌پذیر است. مطالعات چندمتغیری در مقایسه با مطالعات تک‌متغیری، همواره مستلزم نمونه‌های بزرگ‌ترند چراکه با تحلیل داده‌های چندگزینه‌ای سروکار دارند (ویمر و دومینیک، ترجمه سیدامامی، ۱۳۹۴: ۱۴۱).
اطلاعات این پژوهش، با کدگذاری محتوای برنامه‌ها به‌دست آمده است. به این معنی که محتوای برنامه‌ها، بر اساس متغیرهای مندرج در دستورالعمل کدگذاری، بررسی شده و کدهای مرتبط با هریک از مقوله‌ها، در برگه کدگذاری قرار گرفته است. با این توضیح که دستورالعمل کدگذاری شامل متغیرهایی است که از ادبیات مفهومی پژوهش، استخراج شده‌اند. پس از آن، اطلاعات به‌دست آمده، وارد رایانه و از طریق نرم‌افزار SPSS، پردازش شده‌اند. اعتبار این پژوهش، به شیوه صوری حاصل شده است؛ به این معنی که دستورالعمل کدگذاری، پس از تدوین، در اختیار چند تن از کارشناسان و پژوهشگران قرار گرفته و پیشنهاد اصلاح مورد نظر آنان، اعمال شده است. رقم به‌دست آمده از سنجش پایایی پژوهش برابر با ۹۴ درصد بوده است که نتایج پژوهش را قابل اعتماد می‌سازد.

یافته‌های پژوهش

موضوعات برنامه‌ها

جدول ۱، موضوعات و مطالب مورد بحث در برنامه‌های بررسی شده را نشان می‌دهد. بر این اساس، در ۱۴/۳ درصد از مدت‌زمان برنامه‌ها، به موضوع «جاذبه‌ها و قابلیت‌های حضرت اباعبدالله (ع) و عاشورا در نجات انسان‌ها و جامعه» پرداخته شده و ۹/۵ درصد از آیتم‌ها به «بیان رویدادها و سیر حوادث منتهی به عاشورا»، تعلق داشته است. در مجموع ۱۴ درصد از مدت‌زمان برنامه‌ها نیز به بیان ویژگی‌های اخلاقی اهل بیت و اصحاب اباعبدالله (ع) (۷/۳ درصد) همچنین ویژگی‌های اخلاقی و شخصیتی آن حضرت (۶/۷ درصد) اختصاص یافته است.

جدول ۱. توزیع فراوانی و مدت زمان برنامه‌های محرم به تفکیک موضوعات برنامه

Table 1. Frequency distribution and duration of Muharram programs by program topics

پژوهش‌های ارتباطی،
سال بیست و هفتم،
شماره ۴ (پیاپی ۱۰۴)،
زمستان ۱۳۹۹

مدت زمان Time		تعداد Frequency		مقوله‌ها Categories
درصد	ثانیه	درصد	فراوانی	
9/2	41259	24/2	367	کلیات برنامه‌ها ^(۱)
4/5	20116	3/6	55	دلایل و تبعات (فردی، اجتماعی، بلندمدت و کوتاه‌مدت) قیام ابا عبدالله و پیام‌رسانی حضرت زینب و حضرت سجاد
5/7	25682	2/6	40	بیان اصول عقاید اسلام و شیعه درباره امامت، عدالت، ولایت، شهادت و غیره
14/3	64167	7/1	118	جاذبه‌ها و قابلیت‌های حضرت ابا عبدالله و عاشورا در نجات انسان و جامعه
4/1	18454	6/7	102	ذکر اشعار از سوی مجری، مهمان برنامه و سایرین در ارادت به ابا عبدالله و اصحاب ایشان
9/8	43658	14/2	216	مداحی، سرود، شعر، ترانه
1/7	7509	2/4	37	بیان ارادت به حضرت ابا عبدالله از سوی عوامل برنامه و مخاطبان
2/5	11226	1/7	26	توصیه به پیروی از ابا عبدالله و بهره‌گیری از محرم در خودسازی فردی و اجتماعی
1/9	8679	1/4	22	بیان ویژگی‌های شخصیتی و عملکرد یزید و پیروان وی
1/8	7941	1/4	21	مقتل خوانی
9/5	42398	7/6	116	بیان رویدادها و سیر حوادث منتهی به عاشورا

محرم در قاف تلویزیون:
تحلیل محتوای ویژه
برنامه‌های تلویزیونی
محرم در سال ۱۳۹۸

ادامه جدول ۱.

Time مدت زمان		Frequency تعداد		مقوله‌ها Categories
درصد	ثابته	درصد	فراوانی	
0/7	3278	0/5	8	بیان ویژگی‌های کوفیان و تاریخچه شکل‌گیری شهر کوفه
3/1	13948	3	45	گزارش مراسم عزاداری داخل و خارج از کشور
1/1	5090	0/6	9	عوامل گرایش به باطل و رویگردانی از حق و ایستادن در برابر اباعبدالله
1/1	4857	2	30	معرفی منابع مکتوب درباره نهضت عاشورا
1/2	5247	0/8	12	آسیب‌شناسی و تحریفات عاشورا
7/3	32731	5/3	81	بیان ویژگی‌های اخلاقی و فضائل اباعبدالله و اهل بیت و اصحاب ایشان
1	4573	0/5	8	ثواب و پاداش گریستن بر اباعبدالله
3/7	16556	1/8	28	بیان و تفسیر زیارت‌نامه وارث، وصیت‌نامه اباعبدالله و تشریح خطبه‌های حضرت زینب و حضرت سجاد و میزان استناد به آیات قرآن در نهضت عاشورا
6/7	29785	3/6	55	ویژگی‌های اخلاقی و شخصیتی حضرت اباعبدالله و محرم، عاشورا و کربلا
2/5	11068	2/2	33	شعر آیینی؛ بیان اشعار، تاریخچه، اهمیت و ویژگی‌های آن
1/7	7709	1/3	20	مطالب بی‌ربط ^(۲)
4/8	21560	4/5	69	سایر ^(۳)
100	446537	100	1517	جمع

پژوهش‌های ارتباطی،
سال بیست و هفتم،
شماره ۴ (پیاپی ۱۰۴)،
زمستان ۱۳۹۹

بیان و تحلیل وضعیت اجتماعی، سیاسی و اقتصادی جامعه اسلامی
جدول ۲، بیان و تحلیل وضعیت جامعه اسلامی را در دوره منتهی به قیام
اباعبدالله (ع)، از نظر اجتماعی، سیاسی و اقتصادی نشان می‌دهد. نتایج پژوهش
حاکمی از آن است که به‌طور کلی، در ۱/۵ درصد از آیتم‌ها، وضعیت اجتماعی،
سیاسی و اقتصادی جامعه اسلامی، به‌عنوان موضوعی مستقل مورد بحث و
تحلیل کارشناسی قرار گرفته است.

**جدول ۲. توزیع فراوانی و درصد برنامه‌های محرم به تفکیک وضعیت
اجتماعی، سیاسی و اقتصادی جامعه اسلامی**

Table 2. Distribution of frequency and percentage of Muharram programs by social, political and economic status of the Islamic society

درصد percent	فراوانی Frequency	مقوله‌ها Categories	
0/1	1	تأکید بر امنیت به‌جای عدالت در جامعه اسلامی (عوض شدن مبنای جامعه)	وضعیت اجتماعی
0/1	2	جعل حدیث در دوره معاویه	
0/2	3	تجدید حیات نشانه‌های زندگی جاهلی (باز شدن مراکز لهو و لعب)	
0	0	محو برابری اجتماعی	
0/1	1	تغییر شیوه انتخاب خلیفه	وضعیت سیاسی
0/3	4	استبداد و خودرأیی و بها ندادن به اجماع و شورا	
0/1	2	تغییر خلافت به سلطنت	
0	0	خفقان و سرکوب مخالفان	
0	0	محو شایسته‌سالاری و برآمدن اراذل‌واوباش	
0	0	نابودی قانون	
0/5	8	بیان دسیسه‌های معاویه در نابودی اسلام	وضعیت اقتصادی
0	0	برداشت‌های بی‌حساب از بیت‌المال	
0	0	محو برابری و عدالت و اعمال تبعیض در جامعه	
0/1	2	بیان تغییر زندگی حاکم (معاویه و یزید)	
98/5	1494	بیان نمی‌شود	
100	1517	جمع	

محرم در قلاب تلویزیون:
تحلیل محتوای ویژه
برنامه‌های تلویزیونی
محرم در سال ۱۳۹۸

بیان و تحلیل عوامل قیام اباعبدالله (ع)

یکی از اساسی‌ترین مباحث مرتبط با قیام اباعبدالله (ع)، بیان و تحلیل عوامل قیام ایشان است. آنچه بیشتر مورد استناد قرار می‌گیرد، عواملی است که در وصیت‌نامه آن حضرت به محمد حنفیه درج شده و شامل امر به معروف و نهی از منکر، احیای دین اسلام و اصلاح امت می‌شود. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که تقریباً در ۱ درصد از آیتم‌های برنامه‌های مورد بررسی، به‌عنوان موضوعی مستقل، به بحث درباره این عوامل پرداخته شده است.

جدول ۳. توزیع فراوانی و درصد برنامه‌های محرم به تفکیک بیان و

تحلیل عوامل قیام اباعبدالله

Table 3. Frequency distribution and percentage of Muharram programs by expression and analysis of the factors of Aba Abdullah uprising

درصد percent	فراوانی Frequency	مقوله‌ها Categories
0/2	3	امر به معروف و نهی از منکر
0/3	4	احیای دین اسلام
0/1	2	مبارزه با نفاق بنی‌امیه
0/1	2	مبارزه با تغییر مبنا و منبع و فرایندهای جامعه اسلامی که رجعت به جاهلیت بود.
0/1	1	انگیزه امام؛ اصلاح امت و امر به معروف و نهی از منکر
99/2	1505	بیان نمی‌شود
100	1517	جمع

بیان و تحلیل مراحل قیام اباعبدالله (ع)^(۴)

نهضت اباعبدالله (ع) از آغاز؛ یعنی زمان مهاجرت از مدینه تا شهادت حضرت در روز عاشورا، دارای مراحل است که در هریک، آن حضرت شیوه خاصی را با توجه به تغییر اوضاع و احوال، اتخاذ کرده‌اند. از این‌رو، برای تعمیق جنبه‌های معرفتی نهضت، پرداختن به این مطلب، اهمیت بسزایی دارد. نتایج نشان می‌دهد که در هیچ‌یک از برنامه‌های بررسی شده، این مطلب به‌صورت مستقل مورد بحث قرار نگرفته است.

جدول ۴. توزیع فراوانی و درصد برنامه‌های محرم به تفکیک بیان و تحلیل مراحل قیام

Table 4. Frequency distribution and percentage of Muharram programs by expression and analysis of the uprising stages

درصد Percent	فراوانی Frequency	مقوله‌ها Categories
0	0	هجرت از مدینه به مکه با هدف امتناع از بیعت با یزید (جنبه سلبی و دفاعی)
0	0	از مکه به کوفه؛ راهی شدن به سمت کوفه به دعوت کوفیان و باهدف تشکیل حکومت (جنبه ایجابی)
0	0	در کربلا؛ با مذاکره از بروز جنگ جلوگیری کنند (جنبه صلح‌طلبانه)
100	1517	بیان نمی‌شود
100	1517	جمع

بیان و نقد تحریفات عاشورا و شیوه‌های عزاداری

در جدول ۵، میزان پرداختن به تحریفات عاشورا و نقد شیوه‌های عزاداری بررسی شده است. بر این اساس، در تعداد بسیار کمی از آیتم‌ها (۱۰ آیتم)، تحریفات عاشورا و عزاداری مورد تحلیل و کنکاش کارشناسان برنامه قرار گرفته است و در سایر آیتم‌ها، به این موضوعات پرداخته نشده است.

جدول ۵. توزیع فراوانی و درصد برنامه‌های محرم به تفکیک بیان و نقد تحریفات عاشورا و شیوه‌های عزاداری

Table 5. Frequency distribution and percentage of Muharram programs by expressing and criticizing Ashura distortions and mourning methods

درصد Percent	فراوانی Frequency	مقوله‌ها Categories
0/3	4	تحریف عاشورا ^(۵)
0/5	6	شیوه‌های عزاداری ^(۶)
99/2	1517	بیان نمی‌شود
100	1517	جمع

محرم درقاب تلویزیون:
تحلیل محتوای ویژه
برنامه‌های تلویزیونی
محرم در سال ۱۳۹۸

ارتباط مطالب با شور یا شعور حسینی

به‌طورمعمول، نوع و شیوه گرامیداشت حماسه محرم را در دو مقوله شور یا شعور حسینی طبقه‌بندی می‌کنند. منظور از شور حسینی، ابراز احساسات و عواطف نسبت به اباعبدالله (ع) و نهضت عاشوراست. شعور حسینی نیز با معرفت و شناخت جنبه‌های این قیام ارتباط می‌یابد. در پژوهش حاضر، به بررسی محتوای برنامه‌ها، از این نظر پرداخته شده است. بر این اساس، ۴۱/۸ درصد از مدت‌زمان برنامه‌ها، با شعور و شناخت نهضت ارتباط داشته و ۳۸/۴ درصد با خیرهای مرتبط با شور و عواطف آن، ۱۰/۶ درصد از مطالب نیز مرتبط با شناخت رویدادها و جنبه‌های شناختی نهضت عاشورا بوده است. به‌این ترتیب، در بیش از نیمی از برنامه‌های بررسی شده (۵۲/۴ درصد)، شناخت مخاطبان از نهضت عاشورا، مورد توجه قرار گرفته است.

جدول ۶. توزیع فراوانی و مدت‌زمان برنامه‌های محرم به تفکیک ارتباط

مطالب با شور یا شعور حسینی

Table 6. Frequency distribution and duration of Muharram programs, according to the relationship between the content and Hosseini's passion or consciousness

مدت‌زمان Time		تعداد آیتم Item Frequency		مقوله‌ها Categories
درصد	ثابته	درصد	فراوانی	
41/8	186666	25/4	386	با شعور و معرفت قیام اباعبدالله (دلایل و تأثیرات) ارتباط دارد
10/6	47227	8/4	127	مرتبط با شناخت حوادث و ویژگی‌های شخصیتی اباعبدالله و اصحاب ایشان، یزید، پیروان وی و غیره است.
38/4	171385	42	637	مرتبط با شور و احساسات (مداحی، نوحه‌خوانی، شعر آیینی، اظهار ارادت، توصیه به عزاداری، ثواب عزاداری، مقتل‌ها) قیام اباعبدالله است
9/2	41259	24/2	367	کلیات برنامه
100	446537	100	1517	جمع

پژوهش‌های ارتباطی،
سال بیست و هفتم،
شماره ۴ (پیاپی ۱۰۴)،
زمستان ۱۳۹۹

شبکه‌ها و ارتباط مطالب برنامه‌ها با شور یا شعور حسینی

جدول ۷، ارتباط مطالب هر شبکه را با شور یا شعور حسینی نشان می‌دهد. بر این اساس، در شبکه‌های چهارم (۷۲/۲) و اول (۵۲/۷)، بیش از نیمی از مطالب برنامه‌ها، با شعور و شناخت نهضت اباعبدالله ارتباط داشته‌اند. بر همین اساس، در برنامه‌های ضیافت عاشورایی (۸۳/۵) و این شبها (۵۷/۲)، جنبه‌های معرفت بخشی بیشتر مورد توجه بوده و در برنامه‌های سیداحرار (۷۵/۹)، سیاه‌پوش (۶۷/۳) و تا کربلا (۵۷/۵) درصد به مطالب مرتبط با شور و عواطف نهضت حسینی، بیشتر پرداخته شده است.

جدول ۷. توزیع متقاطع برنامه‌های شبکه‌ها و ارتباط مطالب با شور یا شعور حسینی (مدت زمان)

Table 7. Cross-distribution of network programs and connection of content with Hosseini's passion (consciousness) (duration)

کل Total	شما	جام جم	افق	چهارم	سوم	دوم	اول	شبکه‌ها	
								ارتباط مطالب با شور یا شعور حسینی	ارتباط مطالب با شور یا شعور حسینی
41/8	29/4	20/3	34/4	72/2	20	31/1	52/7	با شعور و معرفت قیام اباعبدالله ارتباط دارد.	
10/6	0	5/9	18/9	12	7/8	12	12	مرتبط با شناخت حوادث، ویژگی‌های شخصیتی اصحاب اباعبدالله	
38/4	57/7	69	35/6	10/9	57	47/3	23/6	مرتبط با شور و احساسات قیام اباعبدالله است.	
9/2	13	4/8	11/1	4/9	15/2	9/6	11/7	کلیات برنامه‌ها	
100	100	100	100	100	100	100	100	درصد	جمع
446537	41994	66249	68020	108048	47997	47848	66401	مدت زمان	

محرم در قاب تلویزیون:
تحلیل محتوای ویژه
برنامه‌های تلویزیونی
محرم در سال ۱۳۹۸

بحث و نتیجه‌گیری

در دهه اول محرم، تمام شبکه‌های سیمای جمهوری اسلامی ایران، حجم زیادی از زمان پخش خود را به برنامه‌های مناسبتی محرم اختصاص می‌دهند و هر چه به روزهای نهم و دهم نزدیک می‌شویم، تعداد و حجم این برنامه‌ها افزایش می‌یابد تا اینکه در روزهای تاسوعا و عاشورا، به اوج خود می‌رسد. بدیهی است که بررسی تمام این برنامه‌ها در قالب یک پژوهش علمی، فایده و ضرورت چندانی ندارد، مگر به منظور شناسایی قالب و آیتم برنامه‌های تهیه و پخش شده که آن‌هم از طریق کنداکتورها امکان‌پذیر است. بر این اساس، در پژوهش حاضر، برنامه‌هایی مورد توجه قرار گرفته‌اند که با توجه به قالب برنامه‌سازی و نیز بررسی‌های اجمالی، لزوماً باید به جنبه‌های معرفتی نهضت اباعبدالله (ع) پردازند. از سوی دیگر، چنانچه تمام برنامه‌ها در قالب یک پژوهش، مورد بررسی قرار گیرند، در وهله اول، نتیجه این خواهد بود که حجم بسیاری از آنها، به شعور و معرفت نهضت حسینی بی‌توجه بوده‌اند و اغلب به پخش مداحی و مراسم عزاداری پرداخته‌اند؛ یعنی آنچه مخاطبان، خود می‌توانند با شرکت در مراسم عزاداری سطح شهر، از آن بهره‌مند شوند.

از این رو، برنامه‌هایی در جامعه آماری پژوهش قرار گرفتند که شناخت مخاطب را از ابعاد مؤلفه‌های نهضت اباعبدالله (ع) ارتقا می‌دهند. بر این اساس، میزان پرداختن هریک از شبکه‌ها در این پژوهش، به معنای رده‌بندی آنها از لحاظ پرداختن به مناسبت محرم نبوده است.

همان‌گونه که ملاحظه شد، مدت‌زمان بیش از نیمی از برنامه‌های گفتگومحور و ترکیبی، به مباحث معرفتی و شناخت محور عاشورا اختصاص یافته است و هر برنامه، اغلب، در قسمت‌های سیزده‌گانه روزهای اول محرم، با دعوت از کارشناسان، به بحث و بررسی ابعاد قیام اباعبدالله (ع) پرداخته و سعی داشته به تعمیق آگاهی مخاطبان از نهضت پردازد. البته حجم زیادی از برنامه‌ها نیز به آیتم‌های نوحه‌خوانی، مرثیه‌سرایی و پخش عزاداری اختصاص یافته که به‌طور قطع، به‌منظور تنوع بخشیدن به برنامه‌ها و جلوگیری از طولانی شدن آیتم‌ها و خستگی مخاطبان بوده است. این جهت‌گیری مناسبتی است که حتی در شبکه‌هایی به غیر از شبکه چهارم که مأموریتشان، دانایی محوری تعریف نشده، به شناخت و آگاهی مخاطبان از نهضت عاشورا اهمیت می‌دهند.

با این وصف، ملاحظه می‌شود که ویژه برنامه‌های گفتگومحور و کارشناسانه

محرم نیز از دو بخش کلی شکل گرفته‌اند که یکی از آنها، مباحث شناختی و مرتبط با شعور حسینی و دیگری، آیتم‌های عاطفی و مرتبط با شور نهضت حسینی را مدنظر داشته است. در این میان، آنچه اهمیت پیدا می‌کند، این است که در آیتم‌های معرفتی (یعنی تقریباً در آن ۶۰ درصد) به چه موضوعاتی پرداخته شده است. آنچه در میان تنوع موضوعی برنامه‌ها با اندک زمان اختصاص یافته به آنها، خودنمایی می‌کند، موضوع جاذبه‌ها و قابلیت‌های اباعبدالله (ع) برای نجات انسان‌ها و جامعه و بیان ویژگی‌های شخصیتی آن حضرت، اصحاب و اهل‌بیتشان بوده است که تقریباً نیمی از مباحث شناختی (۲۸/۳ درصد) به آن اختصاص یافته است؛ یعنی موضوعی که تا حد زیادی به ابراز ارادت و توسل به آن حضرت منجر می‌شود و در بطن خود، جنبه عاطفی و احساسی دارد. این در حالی است که موضوع بسیار بحث‌برانگیز عوامل قیام عاشورا فقط در ۴/۵ درصد از مدت‌زمان برنامه‌ها، مورد بررسی قرار گرفته و از نقد و تحلیل دیدگاه‌های متعارض در این خصوص، تقریباً سخنی به بیان نیامده است. در ویژگی‌های اخلاقی و شخصیتی و کرامات‌الای اباعبدالله (ع) هیچ تردیدی نیست چنان‌که دوست و دشمن، بر آن تأکید و اتفاق نظر دارند؛ اما سؤال این است که آیا پرداختن به موضوعات دیگر، اولویت نداشته است؟ آن‌هم در شرایطی که حتی برای بسیاری از شیعیان، به‌ویژه نسل جوان ما، سیر تاریخی و پیوستگی رویدادهای مرتبط با نهضت، به‌درستی مشخص نیست و حتی در یکی از برنامه‌های بررسی شده، کارشناس برنامه اظهار می‌کند که به دلیل بزرگداشت حضرت قمر بنی‌هاشم در روز تاسوعا، بسیاری تصور می‌کنند آن حضرت در همین روز و قبل از عاشورا به شهادت رسیده‌اند. اینکه ویژگی‌ها و خصائل اباعبدالله (ع) و ابراز ارادت به ایشان، همواره بازگو شود، بسیار ارزشمند است، اما در این صورت، برای بیان موضوعات با اهمیتی که نسل جوان تشنه آگاهی از آنهاست، وقت چندانی نمی‌ماند. ما همواره تکرار می‌کنیم که حضرت اباعبدالله (ع) و قیام ایشان چقدر مهم و ارزشمند بوده‌اند و حتی، به‌طور کلی، از نقش این نهضت در احیای اسلام بسیار می‌گوییم اما درباره اینکه آن حضرت چه وضعیتی را تغییر داده‌اند، صحبت چندانی نمی‌کنیم. ارزش و اهمیت قیام اباعبدالله (ع) زمانی خود را نشان می‌دهد که بدانیم ۵۰ سال پس از پیامبر، جامعه اسلامی به چه وضعیتی دچار بود و کدام ساختارها و مناسبات سیاسی، اجتماعی و اقتصادی، بر آن حکمفرما شده بودند. بسیار شنیده‌ایم و حتی در

محرم در قاب تلویزیون:
تحلیل محتوای ویژه
برنامه‌های تلویزیونی
محرم در سال ۱۳۹۸

برنامه‌های مورد بررسی هم چندین بار گفته شده که آن حضرت در مقابل تجاهر اشقیا فرموده‌اند شکم‌هایتان از مال حرام پر شده است اما این مطالب تحلیل نمی‌شود که در کدام جامعه و با چه ساختارهایی، مال حرام انباشته می‌شود. مطالب دیگری که چندان در برنامه‌ها به آن پرداخته نمی‌شود، بیان و تحلیل مراحل قیام و پیامدهای کوتاه‌مدت و بلندمدت آن است. در همان دوران کوتاه نهضت که بیش از ۶ ماه طول نکشید، حضرت اباعبدالله (ع) با علم کامل و به‌منظور آگاهی بخشیدن به توده‌های مردم، راهکارهای مختلفی را برگزیدند که نیاز به تحلیل دقیق و موشکافانه دارد. در غیر این صورت، همه مراحل، فقط در اتخاذ یک راهکار تحلیل می‌شود که خود موجب تحریف نهضت است و سبب می‌شود گروهی بر ابعاد جهادی و حماسی آن، گروهی، بر ابعاد سیاسی و به دست گرفتن رهبری جامعه یا تشکیل حکومت از سوی امام و گروه دیگر، بر ابعاد شهادت‌طلبانه قیام تأکید کنند؛ بنابراین می‌توان گفت که در برنامه‌های مورد بررسی، از واقعه چندوجهی و بسیار متکثر عاشورا، تنها جنبه‌های خاصی برجسته شده و با تکرار، بازتاب یافته است. نتایج نظرسنجی از مردم درباره برنامه‌های محرم نیز نشان می‌دهد که یکی از انتقادهای آنان از برنامه‌های محرم سال ۹۸، کم محتوا یا بی‌محتوا بودن آنها بوده است. به این ترتیب، در تحلیل برنامه‌های یاد شده از منظر ارتباطی، می‌توان گفت که یافته‌های پژوهش، مؤید نظریه برجسته‌سازی هستند. به این معنی که رسانه‌ها با تعیین دستور کار خود و اولویت بخشیدن به بخش‌هایی از واقعیات، به برجسته‌سازی می‌پردازند و درصد هستند تا به مردم بگویند که درباره چه چیز، فکر کنند. علاوه بر این، یافته‌ها مؤید نظریه بازنمایی نیز هستند. بر این اساس، رسانه‌ها همواره به بازتاب بخش‌هایی از واقعیات می‌پردازند و با کنار هم قرار دادن بخش‌های منتخب، تصویری را شکل می‌دهند که با واقعیات همخوانی ندارد و در اصطلاح، واقعیتی برساخته و بازتولید شده است. در واقع، معنایی برساخته می‌شود که انعکاس تمام واقعیت نیست و اغلب، تحریف شده آن است. از این رو، می‌توان گفت؛ معنایی که از واقعه تاریخی عاشورا و نهضت اباعبدالله (ع) برساخته می‌شود، اغلب این است که اباعبدالله (ع) و نهضت عاشورا از ویژگی‌های خارق‌العاده‌ای در خودسازی و جامعه‌سازی برخوردارند و شیعیان همواره موظف به پاسداشت آن هستند.

البته یادآوری این نکته نیز لازم است که ظرفیت عاشورا در حیات بخشیدن

به جوامع انسانی تا اندازه‌ای است که حتی گرامیداشت آن در نازل‌ترین سطح یا اشکال بسیار سنتی، خیرات و برکات خود را دارد و گذشته از جنبه‌های تحریفی و اغراق‌آمیز، هرگز نمی‌توان از گرامیداشت آن در اشکال متعارف، انتقاد کرد. صحبت این است که مخاطبان و اذهان عمومی در ایام محرم، به‌اندازه کافی در کوچه و برزن، نوحه‌خوانی و مرثیه‌سرایی می‌بینند و درباره ارزش‌های معنوی اباعبدالله (ع) و اصحاب‌شان، مطالب لازم را می‌شنوند و این سزاوار نیست که در برنامه‌های کارشناسانه هم به‌طور عمده، همین مطالب بازتاب یابد و آنچه لازم و ضروری است، یا از نظر دور بماند و یا به‌صورت گذرا و بدون کامل بازگو شود.

پیشنهاها

- اختصاص بخش‌هایی از برنامه‌ها به آیتم‌های میان برنامه‌ای و صحبت‌های مجری در ربط و پیوند دادن بخش‌های مختلف برنامه، ضروری است و گریزی از آن نیست اما لازم است دقت شود که مدت‌زمانی بیش از اندازه، به آن اختصاص نیابد و برنامه کارشناس محور به مجری محور تبدیل نشود.
- در برنامه‌هایی که برای مخاطبان خارج از کشور تهیه و پخش می‌شوند، آیتم‌های کارشناسی بیشتر مورد توجه قرار گیرد و از کارشناسان متبحر و مسلط به مباحث استفاده شود.
- عوامل نهضت عاشورا، مبحث پیچیده و جذابی است که می‌تواند فقط در قسمت‌های مختلف یک برنامه مورد بحث قرار گیرد. در این زمینه می‌توان حتی از دو یا چند کارشناس در یک برنامه دعوت به عمل آورد.
- بررسی پیشینه و سیر تاریخی نهضت عاشورا، از زمان مرگ معاویه تا بازگشت خاندان اباعبدالله (ع) به مدینه هم می‌تواند موضوع یک برنامه قرار گیرد که به‌تفصیل، به‌صورت پیوسته و با ذکر جزئیات، به رویدادهای آن پرداخته شود.
- از موضوعات جذاب و به‌ویژه مورد نیاز نسل جوان، پرداختن به نهضت عاشورا از منظر جامعه‌شناختی؛ یعنی بررسی و تحلیل وضعیت اجتماعی، اقتصادی و سیاسی جامعه‌ای است که نهضت اباعبدالله (ع) در آن به‌وقوع پیوست.
- به‌طور معمول، معرفی اصحاب اباعبدالله (ع) در برنامه‌ها، محدود به حربین یزید ریاحی، زهیر بن قین و حبیب بن مظاهر است. از این رو، پیشنهاد می‌شود در میان آیتم‌های برنامه‌های ترکیبی به معرفی اصحاب اباعبدالله (ع) نیز که

محرم در قاب تلویزیون:
تحلیل محتوای ویژه
برنامه‌های تلویزیونی
محرم در سال ۱۳۹۸

مشهور به ۷۲ تن هستند، پرداخته شود. حتی می‌توان ویژه برنامه‌هایی را به شناساندن این اصحاب و سرگذشت‌شان اختصاص داد.

• بیان و تحلیل دقیق و موشکافانه مراحل قیام اباعبدالله (ع) و اتخاذ راهکارهای متفاوت از سوی آن حضرت از زمان هجرت از مدینه، بسیار اهمیت دارد و لازم است به‌اندازه کافی به آن پرداخته شود.

• تحریفات عاشورا و نقد شیوه‌های عزاداری، خود موضوعی مستقل است که ضرورت پرداختن به آن، در ویژه برنامه‌ای با همین عنوان، بیش‌ازپیش احساس می‌شود.

• پیامدهای بلافصل عاشورا و به‌ویژه عقوبت اشقیاء، از موضوعات دیگری است که لازم است توجه درخور و لازم به آن صورت گیرد. علاوه به این، نتایج و پیامدهای بلندمدت نهضت اباعبدالله (ع) نیز به همان میزان اهمیت دارد و لازم است به آن پرداخته شود.

• به‌منظور استفاده هرچه بهتر و بیشتر مخاطبان، پیشنهاد می‌شود که پیش از آغاز ماه محرم، محورهای اصلی موضوعات مورد بحث هر شبکه، به اطلاع آنان رسانده شود.

• مجری در برنامه‌های گفتگومحور، نقشی مهم و حساس بر عهده دارد و با دخالت‌های به‌موقع، می‌تواند از به حاشیه رفتن مباحث و اتلاف وقت برنامه جلوگیری کند. قطع نابهنگام صحبت‌های کارشناس، نتیجه معکوس در پی خواهد داشت.

• در برنامه‌های مورد بررسی، تعداد قابل توجهی از سخنرانی‌ها؛ به مطالب غیر مرتبط با ایام محرم اختصاص یافته بود، از این‌رو پیشنهاد می‌شود که تا حد امکان موضوع تمام سخنرانی‌ها مختص این ایام باشد.

• تا حد امکان از اختصاص زمان یکسان به برنامه‌های پرمخاطب در شبکه‌های مختلف اجتناب شود.

پی‌نوشت‌ها

(۱) شامل: سلام و احوال‌پرسی و ختم برنامه، بیان موضوعات مورد بحث، آیت‌م میان برنامه‌ای، خواندن پیامک‌ها، بیان راه‌های ارتباط با برنامه، اعلام شرایط زائر اولی‌ها و غیره.

(۲) مطالب بی‌ربط شامل: سابقه اشغال عراق در دوره معاصر، توطئه امریکا

پژوهش‌های ارتباطی،
سال بیست و هفتم،
شماره ۴ (پیاپی ۱۰۴)،
زمستان ۱۳۹۹

علیه آیت‌الله سیستانی، جنگ یمن، عملکرد داعش، اهمیت اتحاد مردم ایران و عراق، تأثیر نخبگان بر افکار عمومی، مشکلات تناثر آیینی، شرح کشته شدن تعدادی از زائران در سال‌های گذشته و غیره.

(۳) سایر شامل: معرفی پیر غلامان، تعویض پرچم حرمین، یاد شهدای دفاع مقدس، بازگشایی مرز خسروی، معرفی شخصیت‌های مشهور و سرشناس و فعالیت‌های ایشان در ارتباط با عاشورا و ضرورت پژوهش مستند درباره نهضت عاشورا.

(۴) مقوله‌های این متغیر از کتاب محمد اسفندیاری اخذ شده است؛ ایشان بین مراحل مختلف قیام سه مرحله متمایز را تشخیص داده‌اند. بررسی تمام برنامه‌ها با توجه به این معیار نشان می‌دهد که مرحله‌گذاری قیام بر این اساس در هیچ‌یک از برنامه‌های مورد بررسی انجام نشده است.

(۵) تحریفات عاشورا شامل: اباعبدالله (ع) دعوای شخصی با یزید داشته است، جنگ طلب نشان دادن اباعبدالله و توجه نداشتن به عزت حسینی.

(۶) شامل: علامت‌کشی در عزاداری‌ها، نوحه‌خوانی با آهنگ لهو و لعب، زیاد بودن دستمزد مداحان و مناسک رها شده و بدون شعور حسینی.

منابع

- ابراهیم حسن، حسن. (۱۳۷۶). تاریخ سیاسی اسلام (ترجمه ابوالقاسم پاینده). چاپ نهم، تهران: جاویدان.
- اسفندیاری، محمد. (۱۳۹۸). حقیقت عاشورا. چاپ دوم، تهران: نی.
- بلوکباشی، علی و همکاران. (۱۳۹۲). امام حسین (ع)، در دائره‌المعارف بزرگ اسلامی. تهران: مرکز دائره‌المعارف بزرگ اسلامی.
- جعفری، محمدتقی. (۱۳۸۰). امام حسین (ع)، شهید فرهنگ پیشرو انسانیت. تهران: آستان قدس.
- جعفریان، رسول. (۱۳۷۸). تاریخ سیاسی اسلام قم. دفتر نشر الهادی.
- حبیبی، سلمان. (۱۳۸۱). کتاب‌شناسی توصیفی امام حسین. قم: مرکز پژوهش‌های اسلامی صداوسیما.
- حیدر، اسد. (۱۳۸۳). همگام با حسین (ترجمه محمدباقر ذوالقدر). تهران: سروش.
- دری‌نجف‌آبادی، قربانعلی. (۱۳۸۱). جلوه‌هایی از اندیشه سیاسی امام حسین (ع) در سخنرانی منا. حکومت اسلامی، ۲۶(۴).

محرم در قلاب تلویزیون:
تحلیل محتوای ویژه
برنامه‌های تلویزیونی
محرم در سال ۱۳۹۸

- رایف، دانیل و همکاران. (۱۳۸۱). تحلیل پیام‌های رسانه‌ای (ترجمه مهدخت بروجردی). تهران: سروش.
- ربیعی، علی و احدزاده، فرناز. (۱۳۸۷). نظریه بازنمایی رسانه‌ای و تحلیل افکار عمومی متقابل امریکایی‌ها و ایرانی‌ها. دانش سیاسی، ۴(۸).
- رضایی آدریانی، محمد. (۱۳۹۲). آیین برنامه‌سازی درباره ایام محرم. قم: مرکز پژوهش‌های اسلامی صداوسیما.
- رفیع‌پور، فرامرز. (۱۳۸۴). تکنیک‌های خاص تحقیق در علوم اجتماعی. چاپ سوم، تهران: سهامی انتشار.
- زرگری‌نژاد، غلامحسین. (۱۳۸۶). نهضت امام حسین (ع) و قیام کربلا. چاپ دوم، تهران: سمت.
- شریعتی، علی. (۱۳۸۰). حسین وارث آدم. چاپ نهم، تهران: قلم.
- شهیدی، سیدجعفر. (۱۳۸۳). پس از پنجاه سال. پژوهشی تازه پیرامون قیام حسین (ع). چاپ ۳۳، تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
- صافی گلپایگانی، شیخ‌لطف‌الله. (۱۳۷۹). پرتویی از عظمت امام حسین. قم: نشر حضرت معصومه.
- علی‌آبادی، گیتا. (۱۳۷۳). تجزیه و تحلیل محتوا در مطبوعات. رسانه، ۱.
- گیویان، عبدالله و سروری‌زرگر، محمد. (۱۳۸۹). بازنمایی ایران در سینمای هالیوود. تحقیقات فرهنگی، ۲(۸).
- مهاجرانی، عطاالله. (۱۳۸۳). انقلاب عاشورا. تهران: اطلاعات.
- محمدی ری‌شهری، محمد. (۱۳۸۸). دانش‌نامه امام حسین علیه‌السلام. قم: مؤسسه دارالحدیث.
- مرکز تحقیقات صداوسیما. (۱۳۹۸). دیدگاه مردم درباره سریال‌ها و ویژه‌برنامه‌های دهه اول محرم. تهران: مرکز تحقیقات سازمان صداوسیما.
- مطهری، مرتضی. (۱۳۶۵). حماسه حسینی. چاپ دوم، تهران: صدرا.
- مهدی‌زاده، محمدمهدی. (۱۳۸۷). رسانه‌ها و بازنمایی. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- مهدی‌زاده، محمدمهدی. (۱۳۹۱). نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی. تهران: همشهری.
- نجمی، محمدصادق. (۱۳۸۱). سخنان حسین بن علی (ع). قم: بوستان کتاب.

- یژوهش‌های ارتباطی،
سال بیست و هفتم،
شماره ۴ (پیاپی ۱۰۴)،
زمستان ۱۳۹۹
- ویمر، راجر و دومینیک، جوزف. (۱۳۹۴). تحقیق در رسانه‌های جمعی
(ترجمه کاووس سیدامامی). تهران: مرکز تحقیقات صداوسیما.
- ویندال، سون. (۱۳۷۶). کاربرد نظریه‌های ارتباط (ترجمه علیرضا دهقان).
تهران: مرکز تحقیقات و مطالعات رسانه‌ها.
- هال، استوارت. (۱۳۹۱). معنا، فرهنگ و زندگی اجتماعی (ترجمه احد
گل محمدی). تهران: نی.
- هولستی، ال. آر. (۱۳۹۵). تحلیل محتوا در علوم اجتماعی و انسانی
(ترجمه نادر سالارزاده). تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
- هیوارد، سوزان. (۱۳۸۰). مفاهیم کلیدی مطالعات سینمایی (ترجمه
فتاح محمدی). زنجان: هزاره سوم.
- الهلالی الکوفی، سلیم بن قیس. (۱۹۸۰). السقیفه، اجدد الشیعه. بیروت:
دارالفنون للطباعه و النشر.

Calvert. & Levis. (2008). **Television Studies: the key Concepts**.
Routledge.

Hall, S. (1997). **Representation**. London: Sage.

McComb, T. M. (1997). **The News Media and The Pictures in our
Head? In Do the Media Govern?** U.S.A: Sage Publication.

Neuendorf, K. (2002). **The Content Analysis Guide book U.S.A:**
Sage Publication.

Neuman, W. (1985). **In Mass Media and Political Thought**. California:
Sage Publication.

Muharram in TV; Content Analysis of Muharram TV Programs in 2019

*By: Gholamreza Mohammadimehr, Ph.D.✉
& Seyyed Ahmad Mohammadi Bahrani, Ph.D.**

Abstract:

The purpose of this article was to study how the dimensions of the Ashura movement represented in tv. The analysis unit, items and statistical population, included all programs that were broadcast in from channels 1, 2, 3, 4, Amoozesh, Ofogh, Shoma and Jam-e Jam of IRIB in the first 13 days of Muharram in 2019. The sample size was equal to the statistical population of the research and all were talk show and mixed program regarding to the purpose of the research. The results showed that more than half of the studied programs (52.4%) were related to the cognitive aspects and 38.4% were related to the emotional aspects of Imam Hussein movement. Almost 10% of the their times included common items (e.g. Greetings, introducing program and expert, ways to communicate with the program, etc.). The characteristics and abilities of Imam Hussein to save man and society and the expression of moral characteristics of his family and companions were discussed 28.3% of the time. Only 4.5 percent of the expert items were associated to the causes of Imam Hussein's uprising, and this issue as an independent issue was not much considered in the programs. The historical background of the uprising in almost 15% and the events related to the movement in almost one-fifth (18.5%) of the time of programs were discussed. The reasons and goals of the uprising of imam hosein and to critique the conflicting views in this regard, which is the basis of the epistemological dimensions related to the Ashura movement, must be discussed in the future.

Keywords: *Imam Hosein Movement, Talk Show Programs, Representation Theory, Reasons and Consequences of Ashura Movement*

✉ Political Sciences, Researcher in IRIB Research Center
Email:r43mehr@yahoo.com

* Criminal Law, Researcher in IRIB Research Center