

۱۳۸۳۹
۸۲/۸/۱۴



بازاندیشی دربارهٔ رسانه، دین و فرهنگ

استوارت ام. هوور / نات لاندبای

ترجمه مسعود آریایی نیا

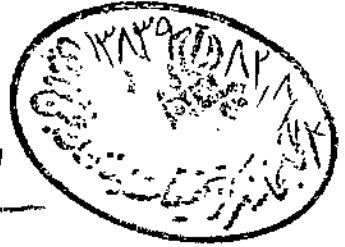
انتشارات سروش

و

مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای

صداوسیما جمهوری اسلامی ایران

تهران ۱۳۸۲



روزنامه کاتب سروش

هوور، استوارت، ۱۹۵۱ - م

Hoover, Stewart M.

بازاندیشی دربارهٔ رسانه، دین و فرهنگ / نویسنده استوارت ام. هوور، نات لاندبای؛ مترجم مسعود آریایی نیا؛ ویراستار محمد مظاهری - تهران: سروش (انتشارات صدا و سیما)، ۱۳۸۲. ج ۳۸۲ ص.

ISBN 964-376-030-8 ۲۵۰۰۰ ریال

فهرست نویسی بر اساس اطلاعات فیبا.
عنوان اصلی:

Rethinking media, religion, and culture.

کتابنامه

۱. رسانه‌های گروهی - جنبه‌های تئوریک - مقاله‌ها و خطابه‌ها. ۲. رسانه‌های گروهی و فرهنگ - مقاله‌ها و خطابه‌ها. ۳. دین و فرهنگ - مقاله‌ها و خطابه‌ها. الف. لاندبای، نات Lundyby, Knut ب. آریایی نیا، مسعود. ۱۳۴۷ - مترجم: ج. عنوان: در عنوان: رسانه، دین و فرهنگ.

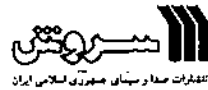
۲۰۲/۲۲

۹۹۲/۵۹

۱۳۸۱

۸۱-۴۶۲۲۰

کتابخانه ملی ایران



تهران، خیابان استاد شهید مطهری، تقاطع خیابان شهید دکتر مفتاح. ساختمان جام جم
مرکز پخش: مجتمع فرهنگی سروش، ۲۲۰۲۲۵۵

عنوان: بازاندیشی دربارهٔ

رسانه، دین و فرهنگ

نویسندگان: استوارت ام. هوور و نات لاندبای

مترجم: مسعود آریایی نیا

ویراستار: محمد مظاهری

چاپ اول: ۱۳۸۲

این کتاب در دو هزار نسخه در چاپخانهٔ انتشارات سروش لیتوگرافی، چاپ و صحافی شد.

همهٔ حقوق محفوظ است.

ISBN: 964 - 376 - 030 - 8

شابک: ۹۶۴ - ۳۷۶ - ۰۳۰ - ۸



فهرست

P ۹۴

۱۳۹۹ / آبان

۱۳۸۱

- ۱ یادداشت مترجم
- ۲ ~~تشکر و تشنه‌رسانی~~
- ۳ درباره نویسندگان
- ۹ بخش یکم - تحلیل رسانه‌ها، دین و فرهنگ
- ۱۱ فصل یکم - طرح موضوع
(استوارت ام. هوور - نات لاندیای)
- ۱۱ مقدمه
- ۱۱ شکل‌گیری شبکه‌ای به هم پیوسته
- ۱۲ روندهای دینی معاصر
- ۱۴ پویایی فرهنگی مدرنیته
- ۱۵ اجتماعات، آیین‌ها و مقاومت
- ۱۷ بازاندیشی
- ۱۷ کاستی‌های رویکردهای قبلی
- ۱۹ فعالیت میان رشته‌ای
- ۲۰ پیشینه و سازمان‌دهی این کتاب
- ۲۳ مراجع
-
- ۲۷ فصل دوم - فصل مشترک رسانه، فرهنگ و دین یک مقاله کتاب‌شناختی
(لین اسکافیلد کلارک - استوارت ام. هوور)
- ۲۸ دین از نظر محققان رسانه‌ها

۱۳۸۰
۱۳۸۱
۱۳۸۲

۳۰	تحقیقات دين و رسانه‌ها
۳۵	تحقیقات فرهنگی رسانه‌ها
۴۰	تحقیقات مربوط به مناسک دينی
۴۲	مطالعات دينی
۴۵	نتیجه‌گیری
۴۸	مراجع

۵۷ فصل سوم - نقش دين و رسانه در ساخت فرهنگ

(رابرت ای. وایت)

۶۱	دين و رسانه‌های گروهی به عنوان موضوع پیش‌فرض‌های بازتابی فرهنگ
۶۵	تفاوت تحقیقات دينی و رسانه‌ای و مکمل یکدیگر بودن این تحقیقات در فرآیند آفرینش بازتابی فرهنگ‌ها
۶۸	آفرینش متن فرهنگی، عمومی با عامه مردم
۷۱	تحلیل دين در متون رسانه‌های جمعی
۷۳	جنبش‌های احیاگرای معطوف به دغدغه‌های وجودی و فرا فرهنگی انسان
۷۷	دين عرفی ملت - کشورهای مردم‌گرا
۸۰	احیای فرقه‌گرایی در مسیحیت بنیادگرا
۸۲	کیش‌های پسامدرن تحریک بخشی نمادین
۸۳	یک برنامه و دستور برای تحقیق بیشتر
۸۵	مراجع

۹۱ فصل چهارم - فن‌آوری و نظریه سه وجهی رسانه

(کلیفورد جی. کریستیانز)

۹۱	میراث ارسطویی
۹۴	دازاین هایدگر
۱۰۰	نظریه ارتباط سه گانه
۱۰۳	شهود پیامبرانه
۱۰۶	یادداشت‌ها
۱۰۹	مراجع

۱۱۳ بخش دوم - رسانه، دين و فرهنگ: جامعه معاصر

۱۱۵ فصل یکم - رازآمیز شدن دوباره جهان دين و تحولات مدرنیته

(گراهام مورداک)

۱۳۳ مراجع
۱۳۷ فصل دوم - رسانه‌های گروهی به مثابه جایگاه مقدس سازی دوباره فرهنگ‌های معاصر (جیزس مارتین باربرو)
۱۳۸ مدرنیته افسون زدایی شده
۱۴۱ تصور و تجربه امریکایی لاتین از مفهوم دین زدایی چه بوده است؟
۱۴۳ رازآمیز شدن دوباره جهان
۱۴۸ ✓ طرح سه پرسش درباره دین، رسانه‌ها و جامعه
۱۵۰ قبيله‌ای شدن فرهنگ مدرن
۱۵۳ مراجع
۱۵۵ فصل سوم - گریز از زمان ابعاد آیینی فرهنگ مردم (گرگور گوئالس)
۱۵۶ ✓ نمزهای بیرونی: زمان و مکان
۱۶۱ ✓ مرزبندی‌های درونی: تعالی
۱۷۱ مراجع
۱۷۳ فصل چهارم - فروپاشی و زوال امر قدسی ناپهنجاری و بحران در مناسک (گابریل بار - هایم)
۱۸۶ مراجع
۱۸۷ فصل پنجم - شبکه تجلیات جمعی (نات لاندبای)
۱۸۷ تعامل جمعی
۱۸۹ تجلیات المپیک
۱۹۱ تجلیات جمعی: ساختارهای پیچیده
۱۹۲ مراسم تلویزیونی: عناصر مقدس
۱۹۳ مسابقات
۱۹۵ مناسک
۱۹۶ مقاومت
۱۹۹ بازسازی فرهنگی

- ۲۰۰ امر مقدس يا جايگاه نمادگرایی.
- ۲۰۲ يك لحظه مقدس
- ۲۰۳ يادداشتها
- ۲۰۵ مراجع.
- ۲۰۹ بخش سوم - رسانه، دين و فرهنگ: نهادهاي در حال تغيير
- ۲۱۱ فصل يك - تحول دين در عصر همگرایی رسانه‌اي
(پيتر جي هورسفيلد)
- ۲۱۳ چهارچوبي براي فهم
- ۲۱۷ امور ديني در فرايند انتقال (گذار) به فرهنگ الكترونيكي
- ۲۲۰ گسترش و تجاري شدن ارتباطات رسانه‌اي.
- ۲۲۱ ماهيت متغير رسانه‌ها، در مقام نهاد
- ۲۲۳ تحول در ديده‌گاه كليسا در مورد حوزه عمومي
- ۲۲۳ تأثير كالايي كردن
- ۲۲۴ اصلاح ساختارهاي اخلاقي
- ۲۲۶ يادداشت.
- ۲۲۷ مراجع
- ۲۳۱ فصل دوم - رسانه، معنا و روش در مطالعات ديني
(كريس آرتور)
- ۲۳۲ پيشرفت‌هاي مهم
- ۲۳۵ رسانه و شناخت بيان ديني
- ۲۳۶ ابعاد رسانه‌اي دين
- ۲۳۹ يادداشتها
- ۲۴۰ مراجع
- ۲۴۳ فصل سوم - تلويزيون ديني مناسب جبران‌گر در نمايش بزرگ‌تر اجتماعي
(بابي سي. الكساندر)
- ۲۴۷ مشاركت آييني بينندگان در برنامه‌هاي تلويزيوني
- ۲۴۹ مشروعيت آييني

۲۵۲ همسازی آیینی
۲۵۴ نتیجه‌گیری
۲۵۷ یادداشت
۲۵۸ مراجع
۲۶۱ فصل چهارم - مقاومت از طریق فرهنگ شفاهی رسانه‌ای (کیان جی. توماسلی - آرنولد شپرسون)
۲۶۲ اقتصاد سیاسی فن‌آوری‌های رسانه‌ای: انسان ماشینی
۲۶۳ فرهنگ شفاهی و انسان ماشینی: دلالت‌گر تلویزیون دین محور
۲۶۵ علم موضوعی، گفتار و دلالت
۲۶۷ ارتباطات و واعظان تلویزیونی
۲۶۹ ارتباط کلامی از پایین به بالا: انسان عاقل ارتباط‌گر
۲۷۴ نتیجه‌گیری
۲۷۵ یادداشت
۲۷۶ مراجع
۲۷۹ بخش چهارم - رسانه، دین و فرهنگ: اعمال فردی
۲۸۱ فصل یکم - تحلیل روان‌شناسانه از دین در جهان رسانه‌ای شده (جانیس پک)
۲۸۴ ابعاد هستی‌شناسانه و تاریخی دلالت
۲۸۵ دین در مقام پدیده‌ای تاریخی و هستی‌شناسانه
۲۸۶ نوگرایی به مثابه مسئله‌ای تاریخی برای دین
۲۸۹ دین و رسانه‌ای شدن فرهنگ مدرن
۲۹۲ دین و جهانی شدن
۲۹۳ سرمایه‌داری جهانی، حوزه‌امکانات و عمل دینی
۲۹۷ یادداشت‌ها
۳۰۰ مراجع
۳۰۳ فصل دوم - یک آرمان‌گرا در مین استریت (کیلر هوثرتزبادارکو)

۲۰۷ نظریهٔ انتقادی نئوفمینیسم در مقابل پست فمینیسم
۲۱۰ احیای انجیل
۲۱۲ سیاست‌های دینی قرانت
۲۱۶ چهارچوب منصوص هویت کلاسیک
۲۲۰ مراجع
۲۲۷ فصل سوم - دریافت معنای دین از تلویزیون (آلف لیندرمن)
۲۴۵ یادداشت‌ها
۲۴۶ مراجع
۲۴۹ فصل چهارم - رسانه‌ها و شکل‌گیری حوزهٔ عمومی دینی (استوارت ام. هوور)
۲۵۱ الگوهای در حال تکامل
۲۵۲ به سوی انسان‌شناسی دینی مخاطب
۲۵۵ معنای «الگوی جدید» در دین‌پژوهی
۲۵۶ تذکری دربارهٔ ربط مورد امریکایی
۲۵۷ اهمیت ماهیت تجربهٔ دینی در حال ظهور برای فهم عمل رسانه‌ها
۲۵۹ دین و قلمرو رسانه‌ها
۲۶۲ مراجع
۲۶۷ فصل پنجم - خلاصه مطالب دین رسانه‌ای (نات لاندبای و استوارت ام. هوور)
۲۶۸ رسانه‌ای شدن: فرایند اصلی
۲۶۹ چیز تازه‌ای نیست، ولی اوضاع دگرگون شده
۲۷۰ رسانه‌های الکترونیکی
۲۷۲ نظریهٔ رسانه‌ها
۲۷۳ اعمال و رفتار فردی
۲۷۵ نهادهای در حال تغییر
۲۷۷ جامعهٔ کنونی
۲۷۹ مراجع

یادداشت مترجم

تنوع دیدگاه‌ها و موضوعات مختلف مطرح در این کتاب و نیز فصول کتاب‌شناختی و معرفی مقالات، آن را از معرفی بیشتر بی‌نیاز ساخته است. مترجم، ضمن تحسین نویسندگان مقالات، فرصت را غنیمت می‌شمرد و به اختصار به آن دسته از ویژگی‌های کتاب که در ترجمه و کیفیت آن مؤثر بوده اشاره می‌کند.

بدیعی بودن مفاهیم، تنوع رویکردها و دیدگاه‌ها و به ویژه طرح مباحث فلسفی، نشانه‌شناسی و زبان‌شناسی، که به فرایند تکوین معنا پرداخته و از صبغه نظری کاملی برخوردار است و نیز دیدگاه بدیعی که ناظر به طرح نظریه سه جانبه‌ای است که سه مقوله دین، فرهنگ و رسانه را توأمان پوشش می‌دهد، ادبیات کتاب را به ادبیاتی سنگین و غامض تبدیل کرده است.

مترجم علیرغم کوشش در ارائه ترجمه‌ای رسا و بی‌نقص و ایجاد توازن میان ترجمه مفهومی و وفادار به متن، اقرار می‌کند که در مواردی این توازن به هم خورده و بی‌شک کاستی‌ها و نواقصی به وجود آمده است. لذا ضمن اعتراف به این نقایص و پذیرفتن مسئولیت همه آنها، پیشاپیش از خوانندگان محترم پوزش می‌طلبد و از هرگونه نقدی استقبال و از ناقدان سپاسگزاری می‌کند.

این ترجمه حاصل همکاری دوستان شناخته و ناشناخته‌ای است که اگرچه ذکر نام همه آنها میسر نیست، ولی گرمای داشت یادشان ممکن است و بدین وسیله از همه آنها صمیمانه سپاسگزاری می‌کنم.

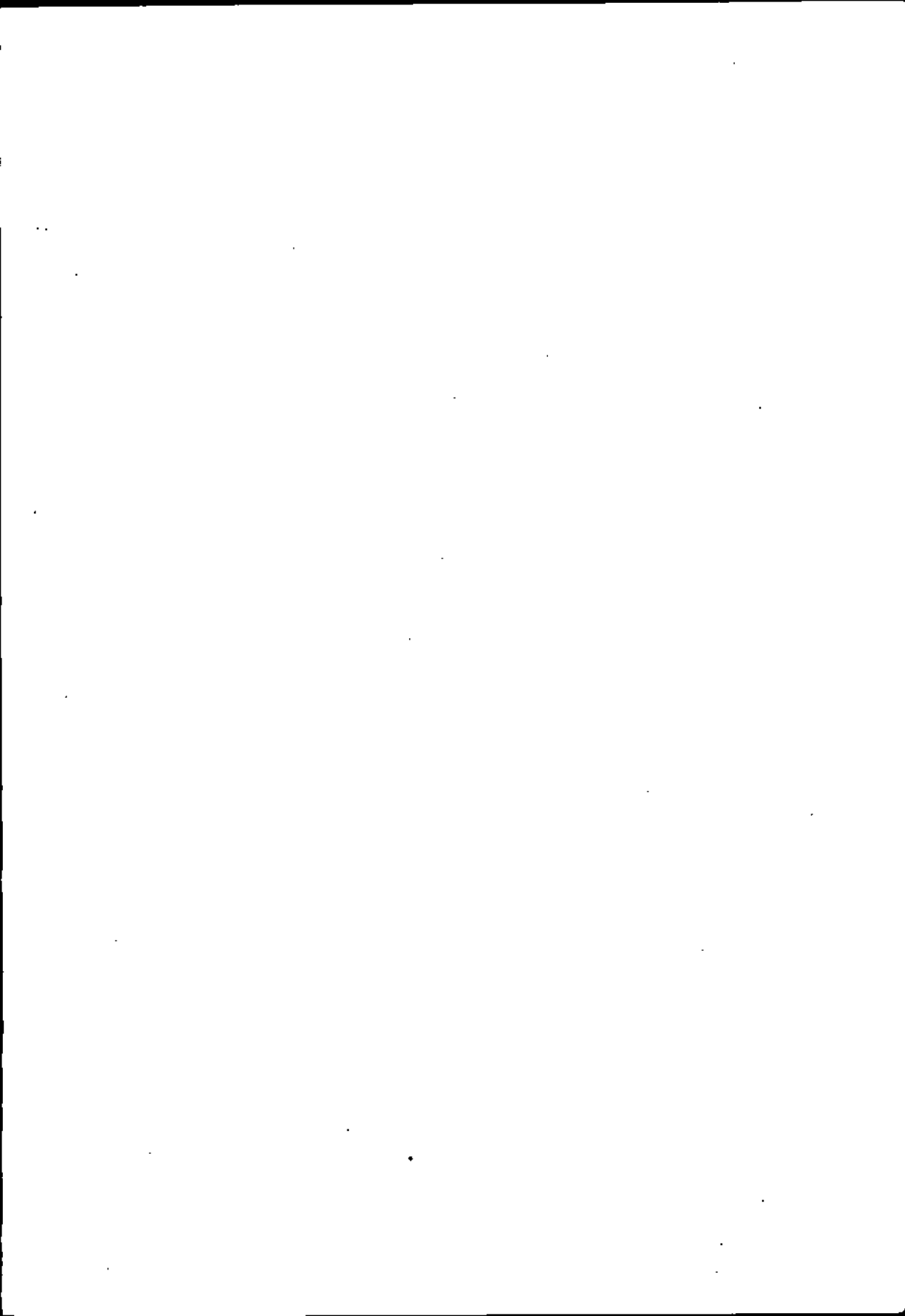


تشکر و قدردانی

این کتاب، حاصل همایشی است که با عنوان رسانه، دین و فرهنگ در دانشگاه افسالای سوئد در ماه مه ۱۹۹۳ برگزار شد. در این همایش اندیشمندانی از کشورهای فرانسه، مجارستان، ایتالیا، نروژ، امریکای جنوبی، سوئد، بریتانیا و امریکا شرکت کرده بودند. این همایش منجر به تشکیل «گروه افسالا» شد. این گروه شبکه‌ای بین‌المللی از محققانی است که اشاعه، تشویق و نیز پژوهش در باب تعامل و رابطه تحقیقات رسانه‌ای، دین‌پژوهی و مطالعات فرهنگی را هدف خود قرار داده‌اند.

هیچ یک از مقالات ارائه شده در همایش افسالا، به همان شکل و سیاق اولیه خود در این کتاب ارائه نشده است. بعد از همایش سال ۱۹۹۴، انجمن بین‌المللی تحقیقات درباره ارتباطات جمعی (IAMCR) در کره جنوبی و انجمن ارتباطات بین‌المللی (LCA) در استرالیا، سمینارهای دیگر در این زمینه تشکیل دادند و مقالات دیگری به این کتاب افزوده شد. برخی از مقالات کتاب، بیانگر بحث‌هایی است که در همایش بین‌المللی در ژانویه ۱۹۹۶ در دانشگاه کلرادوی ایالات متحده درباره رسانه، فرهنگ و دین مطرح شد. اساس همه این فعالیت‌ها، پژوهش وسیعی بود که به دعوت بخش الهیات دانشگاه افسالا به ریاست سیگبرت آگسُن در باب رسانه، دین و فرهنگ انجام پذیرفت.^۱

۱. ادامه مطالب به معرفی افراد شرکت‌کننده در این پروژه تحقیقاتی و نیز نویسندگان مقالات کتاب حاضر و تشکر از آنها اختصاص یافته است.



درباره نویسندگان

بابی سی. الکساندر مدرس مدرسه علوم اجتماعی دانشگاه تگزاس در شهر دالاس است. او نویسنده کتاب‌های زیر است: *تأمل دوباره در تلویزیون دینی: آیین در جستجوی اجتماع انسانی* و *بازنگری و تجدیدنظر در اندیشه ویکتور ترنر: آیین به مثابه تحول اجتماعی*.
کریس آرتور، مدرس ارشد در رشته دین‌پژوهی در دانشگاه ویلز لامپتر است. دو عنوان از کتاب‌های او عبارتند از: *در سرسرای آیین‌ها و سوختن و ساختن*. او ویراستار کتاب *دین و رسانه‌ها: مطالعه‌ای مقدماتی* است.

کلر هونر تز باداراکو دانشیار رشته ارتباطات در دانشگاه مارکت شهر میلواکی ایالت ویسکانسین است. حوزه مطالعاتی او، دین و سیاست، افکار عمومی و مطالعات مربوط به رهبری است.
گابریل بار-هایم، دانشیار رشته جامعه‌شناسی در بخش علوم رفتاری در کالج مدیریت تل‌آویو است. حوزه مطالعاتی او نظریه اجتماعی، جامعه‌شناسی فرهنگ و انسان‌شناسی دینی است.
کلیفورد جی. کریستیانز، دانشیار رشته ارتباطات و مدیر مؤسسه مطالعاتی ارتباطات در دانشگاه ایلی نویز است. وی آثار زیادی در زمینه فلسفه ارتباطات جمعی و اخلاق رسانه‌ای دارد.
لین اسکافیلد کلارک، دانشجوی دکترا در مدرسه روزنامه‌نگاری و ارتباطات جمعی دانشگاه کلرادو است. تحقیقات فعلی او بر شکل‌گیری هویت، رسانه‌ها و دین در میان نوجوانان و نسل ناشناخته متمرکز است.

گرگور گونالس، استاد بازنشسته مدرسه طراحی ژدآیلند است. علایق علمی و تحقیقاتی او، تاریخ هنر و فلسفه دین است. او نویسنده کتاب *آیین تلویزیون: عبادت در محراب ویدئو و گوساله طلایی الکترونیکی: تصورات و تکوین معنا* است. او هم‌اکنون صاحب استودیویی در سونوما، کالیفرنیا و کارگردان هنری برنامه ترجمه چند رسانه‌ای جامعه مسیحی آمریکا است.

پیتروچی. هورسفیلد، رئیس بخش الهیات کلیسای متحد و مدرس الهیات عملی در دانشکدهٔ الهیات در ملبورن استرالیا است. برخی از آثار وی عبارتند از: *تلویزیون دینی: تجربهٔ امریکایی، رام کردن تلویزیون: راهنمای والدین در خصوص کودک و تلویزیون.*

استوارت، ام هورور استاد تحقیقات رسانه‌ای و استاد دین‌پژوهی دانشگاه کلرادو در بولدر است. او آثار زیادی دربارهٔ رسانه، دین و فرهنگ ارائه کرده است. او نویسندهٔ کتاب *دین رسانه‌های گروهی*^۱: منابع اجتماعی کلیسای الکترونیکی و کمک ویراستار کتاب *تلویزیون دینی: مناقشات و نتایج* است.

آلف لیندرمن دستیار تحقیقاتی در دانشگاه ایسلاست و تحقیقاتی چند در زمینهٔ تلویزیون دینی در امریکا و سوئد و نیز ساخت معنا و دریافت برنامهٔ رسانه‌ها به انجام رسانده و اینک سرگرم انجام دادن طرح‌های تحقیقاتی دربارهٔ نشانه‌های فرهنگی در روزنامه‌ها، دین در تلویزیون و معناسازی در نزد مخاطبان تلویزیون است.

نات لاندبای در گروه ارتباطات و رسانه‌های دانشگاه اسلوی نروژ دانشیار است. علاوه بر کتابی که اخیراً در زمینهٔ رسانه‌ها، معنا و آیین‌های اجتماعی نوشته، دربارهٔ موضوع ارتباطات و اجتماع با تأکید بر مطالعه موردی راجع به آفریقای جنوبی، به پژوهش و انتشار مطالبی پرداخته است.

جسوس مارتین باربرو استاد سابق بخش علوم ارتباطات در دانشگاه دل وال کلمبیا و رئیس سابق انجمن تحقیقات ارتباطات امریکای لاتین است. کتاب‌های قبلی او شامل *ارتباطات، فرهنگ و سلطه و ارتباطات: قدرت و گفتمان* است.

گراهام مورداک مفسر جامعه‌شناسی فرهنگ در دانشگاه لوفبوروف است. او آثار بسیاری دربارهٔ فرهنگ و اقتصاد سیاسی، فرهنگ و ارتباطات و نیز نظریهٔ فرهنگ منتشر ساخته و آثار او به چندین زبان ترجمه شده است. مورداک در حال کامل کردن چند کتاب دربارهٔ مدرنیته و نیز بخش برنامه‌های تلویزیونی است.

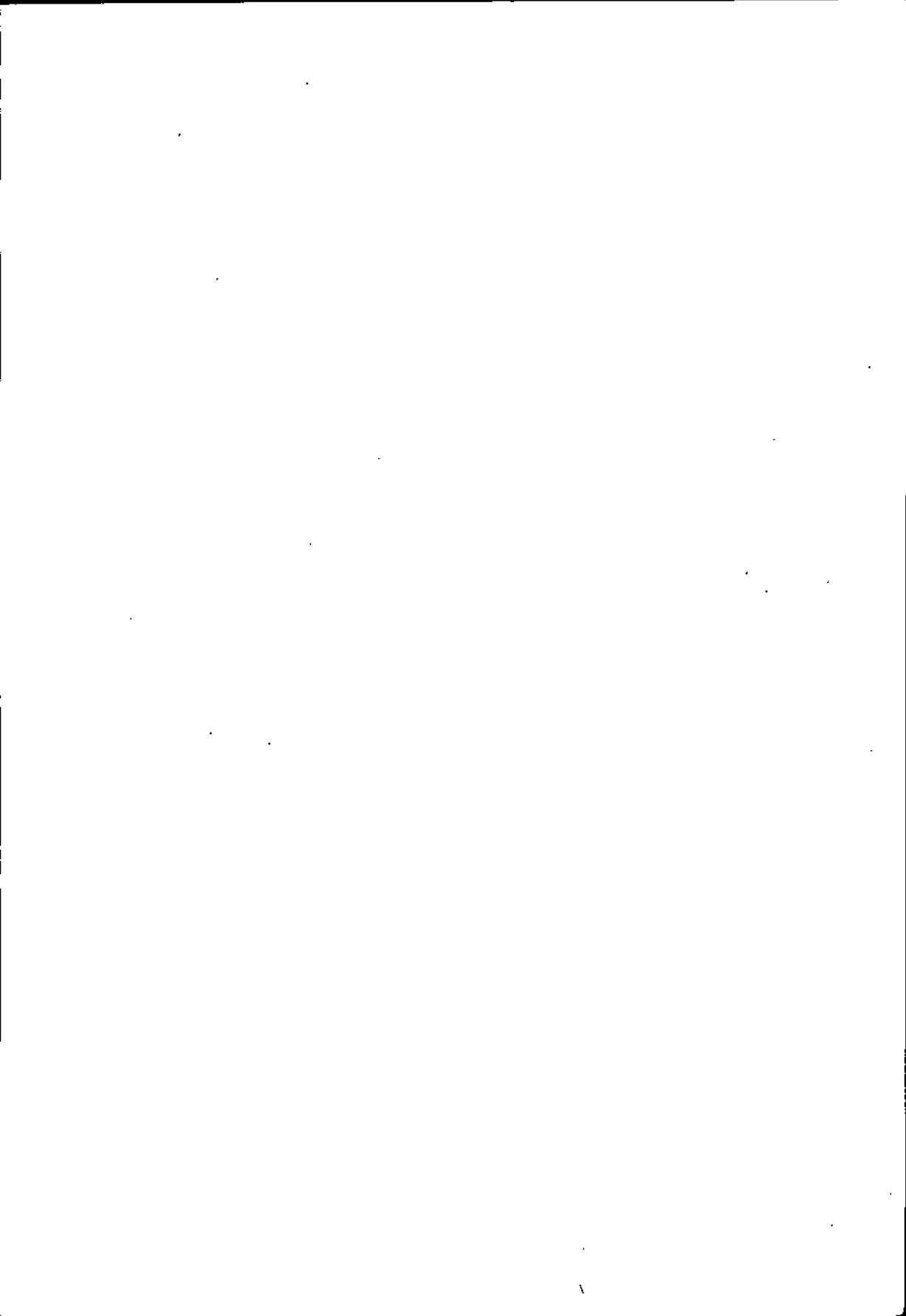
جانیس پگ عضو هیئت علمی دانشگاه کلرادو در بولدر است. او نویسندهٔ کتاب *خدایان تلویزیون دینی: تلویزیون مذهبی و بحران تاریخی معنا* است. نوشته‌های او دربارهٔ تلویزیون دینی و

سخنرانی‌های تلویزیونی، در نشریه تحقیقات ارتباطات، نظریه ارتباطات و نقد فرهنگی نیز به چاپ رسیده است.

آرنولد شپرسون محقق مرکز مطالعات رسانه‌ای و فرهنگی در دانشگاه ناتال دوربان در آفریقای جنوبی است. او درباره معنانشناسی، ارتباطات و انسان‌شناسی تجسمی آثاری منتشر ساخته است. او پیشتر در صنایع معدنی آفریقای جنوبی، برق‌کار و نقشه‌کش بود و علاقه پیوسته او به مواجهات میان فرهنگی در امور مدنی و اقتصادی بر اساس همین تجربه شکل گرفته است.

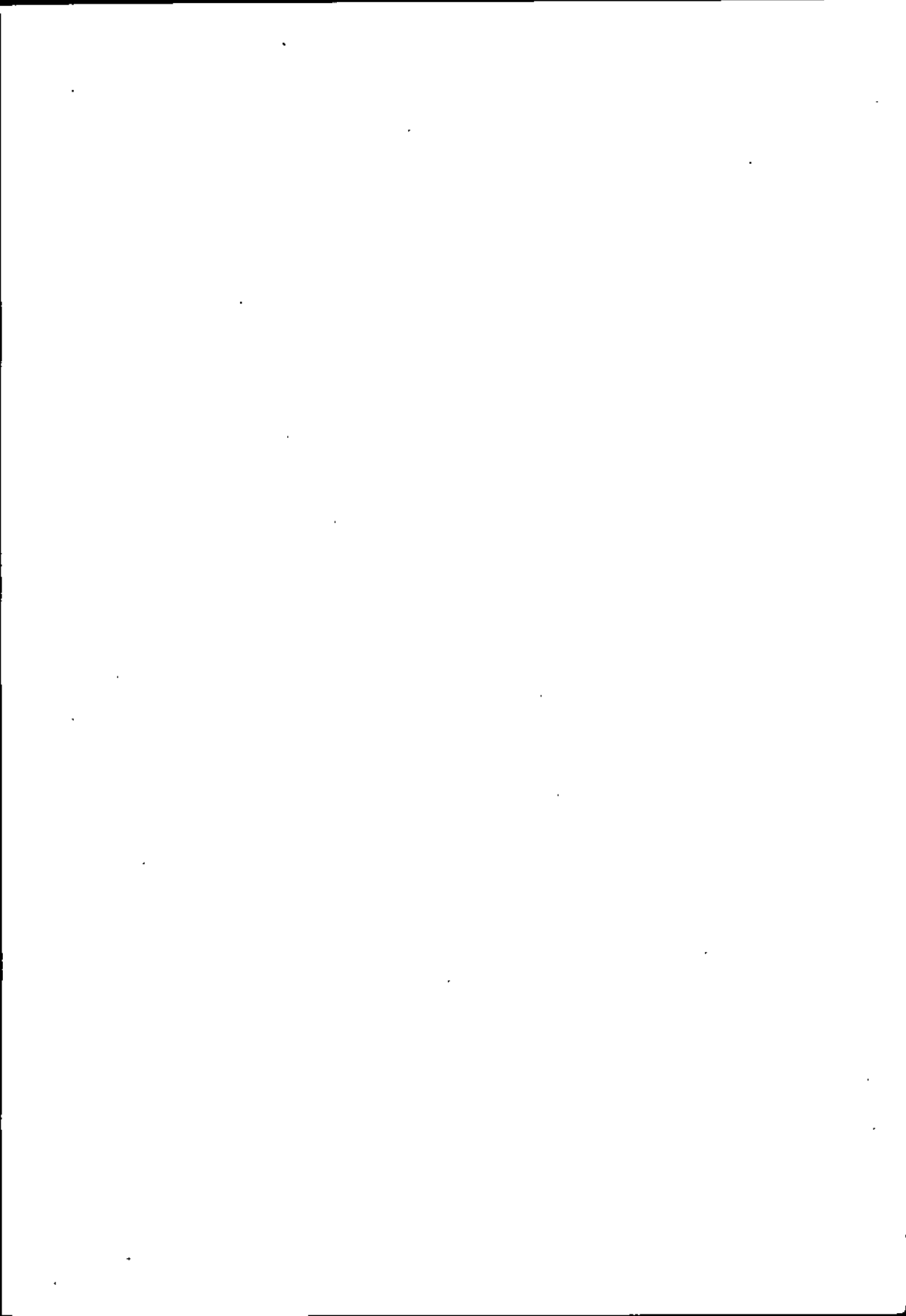
کیان جی. توماسلی مدیر و استاد مرکز مطالعات رسانه‌ای و فرهنگی دانشگاه ناتال دوربان آفریقای جنوبی است. او سردبیر نشریه هنری‌های انتقادی: نشریه مطالعات فرهنگی و نویسنده کتاب سینمای آپارتاید است.

رابرت ای. وایت مدیر مرکز مطالعات بین رشته‌ای در زمینه ارتباطات در دانشگاه گریگوری در شهر رم و استاد اخلاق ارتباطات و نظریه ارتباطات است. او مدیر اسبق مرکز مطالعات فرهنگ و ارتباطات در لندن و همراه با میشل ترابیر سردبیر مجموعه کتاب‌های ارتباطات و ارزش‌های انسانی است که انتشارات سیج^۱ منتشر کرد. او، همچنین دبیر سلسله کتاب‌های ارتباطات، فرهنگ و الهیات است که انتشارات شید و وارد منتشر کرده است.



بخش یکم

تحلیل رسانه‌ها، دین و فرهنگ



فصل یکم

طرح موضوع

استوارت ام. هوور

نات لاندبای

مقدمه

هدف این کتاب ایجاد پیوند میان نظریه‌های دین، رسانه و فرهنگ در مجموعه‌ای منسجم‌تر است. می‌خواهیم از طریق این مثلث نظری دوباره به روابط ساده‌تر بین دین و رسانه‌ها، رسانه‌ها و فرهنگ و دین و فرهنگ بپردازیم که از گذشته تاکنون هم نظریه و هم پژوهش متصف بدان بوده است. اعتقاد ما بر این است که باید رسانه‌ها، دین و فرهنگ را شبکه‌ای به هم پیوسته در درون جامعه قلمداد کنند. این کتاب نخستین گام را به سوی درک بسیار پیچیده‌ی این پدیده‌ها برمی‌دارد.

شکل‌گیری شبکه‌ای به هم پیوسته

فرآیند بازنگری در حوزه‌های سه‌گانه رسانه‌ها، دین و فرهنگ به دلیل فراتر رفتن از طبیعت‌گرایی تلویحی دوران تجدد و روی آوردن به پویایی فرهنگی، که جامعه کنونی را شکل می‌دهد، نویدبخش ارائه تحلیل پربارتری است. شاید برخی از افراد با استناد به این نکته که سه حوزه یاد شده قابلیت آن را دارند که به صورت مجزا و مستقل از یکدیگر بررسی شوند، تصمیم ما به ارائه این مثلث نظری را بلند پروازانه بخوانند. اما با بررسی دانش موجود، معایب تفکیک این سه حوزه از یکدیگر آشکار می‌شود.

اگرچه بیشتر تحقیقات رسانه‌ای، در مسائل مربوط به دین بی‌اعتنا بوده‌اند، اما مقدمه نظری و روش‌شناختی این کتاب برگرفته از همین تحقیقات رسانه‌ای است. البته با بررسی ادبیات دینی موجود و نیز معانی فرهنگی و مناسک دینی، به طرح و تبیین ابعاد دیگری از ارتباط این حوزه‌های سه‌گانه با یکدیگر خواهیم پرداخت. این مبانی نظری را می‌توان در هر سه بخش کتاب ملاحظه کرد.

مکتب بیرمنگام^۱ تحقیقات مربوط به حوزه ارتباطات گروهی را به سوی مطالعات فرهنگی - انتقادی سوق داد، اما در حوزه تحقیقات فرهنگی هیچ‌گاه رابطه دین و فرهنگ و رابطه دین و رسانه‌ها به طور جدی بررسی نشده است. نکته شگفت‌آور دیگر، این است که ریچارد هوگارت^۲ در کتاب خود با عنوان کاربردهای سواد^۳ (۱۹۵۷)، که یکی از متون پایه در حوزه مطالعات فرهنگی است، هنگام بحث درباره نقش دین در زندگی طبقه کارگر، به توانایی و قابلیت این نظریه‌های سه قطبی توجه اندکی نشان می‌دهد. استوارت هال^۴ و تونی جفرسون^۵ به تبیین پدیده مقاومت از طریق مناسک^۶ (۱۹۷۶) در میان خرده فرهنگ‌های جوانان کشور انگلستان پس از جنگ جهانی دوم پرداختند، بدون آنکه از امکان مقاومت فرهنگی از طریق دین سخنی به میان آورند. این موضوع نشان‌دهنده بی‌توجهی تحقیقات رسانه‌ای به موضوعات دینی است. گراهام مورداک^۷ نیز که در تدوین این کتاب همکاری دارد، این گونه بی‌اعتنایی‌ها به عناصر دینی را به طور جدی تری نقد می‌کند.

حوزه جامعه‌شناسی مجدانه‌تر از تحقیقات رسانه‌ای به مطالعه دین اقبال نشان داده است، اما نقش رسانه‌ها را در این زمینه نادیده گرفته و یا ناچیز قلمداد کرده است. رابرت واتنوا^۸ با بررسی موضوع دین‌پژوهی در فرهنگ مدرن، در زمینه بسط و گسترش حوزه جامعه‌شناسی فرهنگی (۱۹۹۲-۱۹۸۸) سهم بسزایی داشته است. با این حال، در تحقیقات او رسانه‌ها به حاشیه رانده شده‌اند (هوور، ۱۹۹۵). با توجه به وابستگی روز افزون جامعه به رسانه‌ای شدن روابط اجتماعی - فرهنگی، که خود محصول و معلول رسانه‌های گروهی و فن‌آوری رایانه‌ای ارتباطات است (موضوعی که کلیفور د کریستیانز^۹ در این کتاب بدان می‌پردازد)، چاره‌ای جز توجه به آن در مطالعات دین و فرهنگ نیست.

1. Birmingham school

2. Richard Hoggart

3. The Uses of Literacy

4. Stuart Hall

5. Tony Jefferson

6. Resistance through Rituals

7. Graham Murdock

8. Robert Wuthnow

9. Clifford Christians

جامعه‌شناسان دین از منظر نوسازی^۱ جامعه بر موضوع دین تأکید ورزیده و از بزرگ کردن نقش منحصر به فرد رسانه‌ها در مدرنیته و پسامدرنیته پرهیز کرده‌اند و هیچ نظریه عمومی‌ای در مورد تحول فرهنگ و دین از طریق رسانه‌ها مطرح نکرده‌اند، هر چند اغلب آثار ارائه شده در حوزه جامعه‌شناسی دین (مقایسه کنید با بیر^۲، ۱۹۹۴) القاکننده چنین نظریه‌ای هستند جسوس مارتین - باربرو^۳ در تحقیق خود در زمینه نقش فرایندهای رسانه‌ای در دین و فرهنگ عمومی امریکای لاتین (۱۹۹۲) و نیز در یکی از فصول همین کتاب، به تبیین پیچیدگی تحلیلی‌ای می‌پردازد که معلول حذف رسانه‌ها از جریان بررسی فرهنگ و جامعه است.

روندهای دینی معاصر

تحول در فرهنگ مذهبی مناطق مسیحی - یهودی‌نشین جهان، که گفته می‌شود نهادهای دینی آنها در نیمه دوم قرن حاضر رو به زوال نهاده است، موضوع پژوهش نظری حاضر است. این زوال در عصری به وقوع پیوسته است که رسانه‌ها، مهم‌ترین بازیگران حوزه عمومی آن هستند. اینک رسانه‌ها عامل تعیین‌کننده دسترسی به آن حوزه‌اند و این موقعیت نهادهای دینی را همانند سایر نهادها تحت تأثیر قرار می‌دهد.

زوال ساختارهای دینی با روند دیگری در حوزه دین مرتبط است: روندی که به طور روزافزون بر فردگرایی و خودمختاری فردی تأکید می‌کند. حتی در آن دسته از کشورهای صنعتی غربی که به‌طور سنتی مذهبی‌اند (مثل امریکا و کانادا)، انحطاط نهادهای دینی به موازات افزایش اقتدار و اختیار افراد در زمینه مسائل اعتقادی و اعمال دینی به وقوع پیوسته است (هاموند^۴، ۱۹۹۳). به همین دلیل، هم‌اکنون تعدادی سازمان «فراکلیسایی»^۵ ایجاد شده (وانتو، ۱۹۸۸) و حوزه گسترده‌ای از فعالیت‌ها، پیوندها، خدمات و فرآورده‌ها تدارک دیده شده است که دلالت‌های مذهبی دارد. این مجموعه ارزش‌ها و نمادهای مذهبی، امروزه به یکی از محورهای اصلی مشابهت و همگونی رفتار تبدیل شده و این پدیده فی‌نفسه یکی از کارکردهای صنایع رسانه‌ای در کالایی‌کردن^۶ فرهنگی است (مور^۷، ۱۹۹۴).

1. Modernization

2. Beyer

3. Jesus Martin-Barbero

4. Hammond

5. Parachurch

6. Commodification

7. Moore

پویایی فرهنگی مدرنیته

نقطه تماس دین و رسانه‌ها را باید از طریق شناخت الگوها و فرایندهای فرهنگی بررسی کرد و در اینجا کار بازانديشی را با توضیح انگاره‌های متباین^۱ دین و رسانه‌ها در چهارچوب فرهنگی مدرنیته آغاز می‌کنیم. می‌توان گفت رسانه‌ها، همان‌گونه که در گسترهٔ موضوعات فرهنگی - اجتماعی حضور دارند، به طرق دیگری نیز با دین مرتبطند. اولاً فرض بر این است که رسانه‌ها به عنوان مولدان موفق یا ناموفق پیام‌های دینی، دارای قدرتند. این تلقی، با رویکرد ذات‌گرایانه به دین و توجه به نهادهای تاریخی و آموزشی آن همراه است. همچنین می‌توان رسانه‌ها را فراهم آورندهٔ مواد خام لازم برای ساخت آگاهانه یا نآگاهانهٔ معانی دینی در زمینه‌های مختلف زندگی دانست، که این دیدگاه برگرفته از رهیافت کارکردگرایی است. بدین ترتیب، رسانه‌ها می‌توانند هم در فرایند خلق و آفرینش نمادها (یعنی نمادهایی که در متون رسانه‌ای تولید می‌شوند) و هم در جریان تفسیر و کاربرد این نمادها به دین خدمت کنند.

به طور کلی، واژهٔ رسانه به رسانه‌های مبتنی بر فن‌آوری، مثل رادیو، تلویزیون و نشریات دلالت می‌کند. ولی در این کتاب در صدد طرح بحثی کلی‌تر دربارهٔ فرایند «رسانه‌ای شدن» هستیم، که به کل متن کارکرد فرهنگی ارتباطات اشاره می‌کند؛ اگرچه تأکید ما بیشتر برحوزه رسانه‌ها است. موضوع تعامل میان فرهنگ و پدیدهٔ رسانه‌ای شدن دین از جنبه‌ها و سطوح مختلف قابل بررسی است یکی از چهارچوب‌های تحلیلی ممکن است حاوی سطوح سه‌گانهٔ زیر باشد:

۱- سطح کلان: تحلیل جامعه به عنوان یک کل

۲- سطح میانه: تحلیل نهادهای اجتماعی و عملکرد آنها

۳- سطح خرد: تحلیل درک افراد و انتقال معانی

قصد ما از طرح چنین چهارچوبی این نیست که صرفاً فرهنگ را بستر داد و ستد رسانه‌ها و دین جلوه دهیم، هرچند که این دو حوزه از یکدیگر متأثرند. دین به عنوان جهانی نمادین یا عوالم معارف و ارزش‌های غایی و رسانه‌ها به عنوان واسطهٔ ارتباطات، به سهم خود، به وجود آورندهٔ ابعاد ریشه‌ای و بنیادین فرهنگ به شمار می‌روند.

ما، در اینجا به طرح دوباره چهارچوب نظری نمی‌پردازیم. در سطح تحلیل کلان و سطح تحلیل اجتماعی، مؤلفان این کتاب، نظریه‌های جامعه‌شناختی کلاسیک دربارهٔ فرهنگ، دین و جامعه را با

1. Contrasting sketches

نظریه‌های معاصر تلفیق کرده‌اند. مثلاً گراهام مورداک و جوسوس مارتین - باربرو، ارکان و مبانی تحلیل خود را از نوشته‌های ماکس وبر برگرفته‌اند، ولی از نظریه‌های موجود در زمینه مدرنیته نیز استفاده کرده‌اند. گابریل بار - هایم^۱، نات لاندبای، گرگورگوئالس^۲ و بای الکساندر^۳ نیز در زمینه تبیین نظری مناسب در جامعه، تحت تأثیر امیل دورکیم و بیش از او، ویکتور ترنر^۴ و دیگران هستند.

اجتماعات، آیین‌ها و مقاومت

پویایی رسانه‌ها، دین و فرهنگ، یک سویه نیست تعامل آنها در هر دو بعد نظری و پدیدارشناختی می‌تواند صورت‌ها و جهت‌های مختلفی به خود گیرد که در این راستا می‌توان به توصیف سه شکل عمده اجتماعات، آیین‌ها و مقاومت پرداخت.

می‌توانیم برداشت‌ها و تعاریف مختلف دین را مدنظر قرار دهیم. گرچه از یک سو دین را به طور مستقیم به فرهنگ و از سوی دیگر به رسانه‌ها ربط داده‌ایم، اما پرسش‌هایی درباره تعریف عملی دین پیش می‌آید. در اینجا، رویکرد ما، به کاربردن گستره وسیعی از برداشت‌های مختلف از دین و فراهم ساختن زمینه‌ها و شرایط لازم برای ارائه تعاریف دقیق‌تر و ذات‌گرایانه و نیز تعاریف کارکردگرایانه‌تر از دین است، که حتی از پدیده‌های به ظاهر غیردینی نیز برداشت و تصویری دینی ارائه می‌دهد. لاندبای در نقد تعریفی که کلارک^۵ و هوور ارائه کرده‌اند، دشواری تعریف دین را به خوبی به تصویر کشیده است. عناوینی چون «تظاهرات اجتماعی، آیین‌ها و مقاومت» یکی از مجاری شناخت امور دینی در چهارچوب کلی مورد نظر ما است.

اجتماعات در واقع محل تلاقی و امتزاج اعمال دینی با تاریخ، نظریه‌ها، نهادها و اعمال ساختارمند هستند. آنچه در اینجا مورد توجه ماست، پدیده‌ها و اموری است که با مذاهب رسمی مرتبط است. مثلاً سبک برنامه‌های مذهبی^۶ در آمریکا یکی از مصادیق این مقوله است. به همین ترتیب، می‌توان از عملکرد روابط عمومی نهادهای مذهبی در کشورهای صنعتی غربی به عنوان مصادیقی دیگر از همین مقوله نام برد. به‌طور کلی، در اینجا بر رابطه ابزاری اعمال دینی و رسانه‌ها تأکید می‌ورزیم، که در آن اعمال مذهبی یا تاریخ با اصول اعتقادی نهادینه شده یا ساختارمند پیوند خورده است.

1. Gabriel Bar-Haim

2. Gregor Goethals

3. Bobby Alexander

4. Victor Turner

5. Clark

6. Televangelism

به اعتقادکاری^۱ (۱۹۸۹) مفهوم مناسک، بیانگر حوزه تحلیلی غنی و کاملاً متفاوتی است. استفاده از رسانه‌ها در بسترهای فرهنگی و اجتماعی صورت می‌پذیرد و به همین دلیل نمی‌توان فرایند ارتباطات را به سهولت از این زمینه‌ها و بسترها جدا ساخت. البته از نظر کاری اصطلاح مناسک بدو استعاره به شمار می‌آید. لذا با طرح استعاره‌های جدید که معنی ضمنی دیگری دارد، از تلقی مورد نظر کاری فراتر می‌رویم. به اعتقاد ما، استفاده از رسانه‌ها در تصورات هستی‌شناختی انسان ریشه دارد و از همین رو، رسانه‌ها در زندگی روزمره آدمیان نقشی شبه دینی ایفا می‌کنند. مقولهٔ مناسک باید این چشم‌انداز وسیع را مورد نظر قرار دهد. به نظر ما، معناسازی ملازم با رویه و رفتار رسانه‌ها، دارای ابعادی جوهری، هستی‌شناختی و اصیل است. البته برخلاف ادعای سطحی و بی‌مایه برخی افراد، ما لزوماً مدعی نیستیم که رسانه‌ها به وجود آورندهٔ دین هستند. به نظر ما، بحث و مناقشه دربارهٔ ذات‌گرایی^۲ امری خارج از موضوع است. در عین حال، معتقدیم که برخی از جنبه‌های اجتماعی و فرهنگی نوین رسانه‌ها، نمادها، تمثیل‌ها، ارزش‌ها و کارکردهای رسانه را آکنده از مضامین دینی می‌کند.

در اینجا می‌توان به طرح مقولهٔ مقاومت پرداخت. سنت مطالعات فرهنگی سنتی انگلستان اذعان می‌دارد که متون رسانه‌ای، مخاطبان خود را با شرایط ضروری شکل‌گیری فرهنگ آشنا می‌سازند. این عمل، تلویحاً بیانگر انتقال قدرت به مخاطب در فرآیند قرائت متن رسانه‌هاست که با نظریهٔ تحلیل فرهنگی در حوزهٔ جامعه‌شناسی منطبق است (ر.ک واتنو، ۱۹۸۷، هانتز،^۳ برگسن^۴ و کارزویل^۵، ۱۹۸۴) و نیز بیانگر این نکته است که محیط جمعی، مانند متن نمایشنامه‌ای اجتماعی عمل می‌کند که هشجاری و آگاهی فرد و اجتماع در برابر آن شکل می‌گیرد.

توضیح خواهیم داد که این پدیده از لحاظ دینی و آیینی حداقل از دو جهت اهمیت دارد: اول اینکه فرایندهای ساختاری که موجب پیدایش برداشت‌های تازه‌ای از حقیقت، ارزش، معنا، خیر و حق می‌شود، در ابعادی از فردیت انسان و شبکهٔ اجتماعی‌اش ریشه دوانیده است که موجب پیدایش ژرف‌ترین و متعالی‌ترین معانی می‌شود. دوم اینکه فرایند فرهنگ‌سازی از طریق رسانه‌ها، میدان و عرصه مناقشات فرهنگی و اجتماعی است. به عبارت بهتر، عناصر دینی و هستی‌شناختی موجود در متون رسانه‌ها همواره اساس مناقشات بین مردم و گروه‌ها بوده است.

1. Carey
3. Hunter
5. Kurzweil

2. Essentialism
4. Bergesen

بازاندیشی

عمل بازاندیشی باید توأم با تأمل بیشتر دربارهٔ رسانه‌ها، دین و فرهنگ، به همان صورت، که در تحولات جاری جامعه حضور دارند، باشد و این مسئولیت باید در چهارچوب مدرنیته فهمیده شود. پژوهشگرانی که مقالاتشان در این کتاب درج شده است، به ارائهٔ رویکردهایی نظری پرداخته و به کمک آنها نگاه دقیق‌تری به انجمن‌های تبلیغاتی، مناسک مرسوم و پایداری منازعه‌آمیز عوامل مختلفی انداخته‌اند که به اتفاق، سازندهٔ دین رسانه‌ای^۱ در عصر مدرنیته‌اند و در مقابل دعاوی و خواسته‌های پیشین مربوط به مدرنیته قرار می‌گیرند.

مقالات ارائه شده در این کتاب، در پرتو این رویکردها به توضیح این تحولات و پیشرفت‌های جدید پرداخته و از روشی بهره‌جسته‌اند که به نظریه نیز توجه دارد. این تصور که هر چهارچوب یا دیدگاه نظری خاصی می‌تواند در نهایت پدیده‌های مورد نظر ما را توضیح دهد، تصورگزافی است و این کتاب به هیچ روی در صدد طرح و تقویت چنین چهارچوب یک جانبه‌ای نیست. لیکن گردآورندگان و مؤلفان کتاب حاضر در تلاشند تا با ارائهٔ مطالبی مباحث را به سطح تازه‌ای ارتقا دهند که مفروضات مطرح شده دربارهٔ دین و رسانه، رسانه و فرهنگ و موضوعات فرهنگی و دینی معاصر را روشنی می‌بخشد و یا آنها را به چالش می‌گیرد.

کاستی‌های رویکردهای قبلی

تبیین نظری موقعیت دین، فرهنگ و رسانه‌ها و ارتباط متقابل آنها کار آسانی نیست. البته قبلاً دربارهٔ این حوزه‌های سه‌گانه تحقیقات خاصی صورت پذیرفته است، اما در اغلب موارد این حوزه‌ها به صورت دوتایی (مثلاً دین و فرهنگ) بررسی شده است و هیچ‌گاه هر سه حوزه و کل ساختار آنها به‌طور همزمان مطالعه نشده است.

دربارهٔ دین و فرهنگ تاکنون تحقیقات فراوانی انجام پذیرفته است. مطالعات اخیر دربارهٔ دین مدرن (بلا،^۲ مادسن^۳، سولیوان^۴، سویدلر^۵ و تاپیتون^۶؛ ۱۹۸۵؛ هاموند، ۱۹۹۳؛ روف^۷، ۱۹۹۳؛ واتنو، ۱۹۹۲) و

1. mediated religion

2. Bellah

3. Madsen

4. Sullivan

5. Swidler

6. Tipton

7. Roof

دین پسامدرن (بیر، ۱۹۹۴؛ وارنر^۱، ۱۹۹۳) به عمیق‌تر شدن فهم ما از اعمال مذهبی انجامیده است. از سوی دیگر، با وجود شواهد جالبی که حاکی از اهمیت رسانه‌هاست، تعداد کمی از این مطالعات راجع به دخیل بودن رسانه‌ها در افزایش شناخت دین توضیحاتی داده‌اند.

در سال‌های اخیر، تبیین نظری دقیق‌تری از «رسانه‌ها و فرهنگ» ارائه شده است و نکتهٔ مهم‌تر اینکه حوزهٔ مطالعات فرهنگی (گراسبرگ^۲، نلسون^۳، تریچلر^۴، ۱۹۹۲؛ ترنر^۵، ۱۹۸۹) از آن‌گونه درک فرهنگی سخن به میان می‌آورد که بر نقش مهم رسانه‌ها در شکل‌گیری فرهنگ صخه می‌گذارد. همان‌گونه که قبلاً نیز خاطرنشان شد (هورر، ۱۹۹۵)، با اتخاذ رویکردی سنجیده و عالمانه برای مطالعهٔ دین و اعتقادات دینی، می‌توان این شناخت را به‌طور مشخص تشریح کرد. اما چنین رویکردی همیشه در عرصهٔ تحقیقات غایب بوده است.

نکتهٔ آخر این است که شماری از تحقیقات به تبیین روابط موجود میان دین و رسانه پرداخته‌اند البته تعداد اندکی از این تحقیقات مسئلهٔ فرهنگ را به‌طور جدی بررسی کرده‌اند. تحقیقات مربوط به دین و رسانه از لحاظ تاریخی به دو مقولهٔ گسترده تقسیم می‌شود: یکی تحقیقات اداری است که نظریهٔ رسانه‌های ابزارانگاران‌های را فرض قرار داده و به بررسی چشم‌اندازها، اعمال و حقوق قانونی نهادهای رسمی دینی پرداخته است. دوم تحقیقاتی است که روابط میان دین و رسانه‌ها را در قالب دوگانه‌انگاری خصوصت‌آمیزی بررسی می‌کند که، یا به‌صورت ریشه‌ای و بنیادی و یا به بیان صریح‌تر، با در نظر گرفتن رسانه‌های «مذهبی» خودآگاه و تأثیر آنها بر نهادها و تعاریف متداول دینی، رسانه را تهدیدی برای دین حق می‌شمارد. مقایسه کنید با (فور^۵، ۱۹۸۷؛ ماگریج^۶، ۱۹۷۷-۱۹۸۶؛ اولاسکی^۷، ۱۹۸۸).

بخش قابل توجهی از متون موجود دربارهٔ تلویزیون دینی برای مثال (بروس^۸، ۱۹۹۱؛ فرانکل^۹، ۱۹۸۷؛ هادن و شاپ^{۱۰}، ۱۹۸۸؛ هادن و سوان^{۱۱}، ۱۹۸۱؛ هورسفیلد^{۱۲}، ۱۹۸۴؛ شولتز^{۱۳}، ۱۹۹۱) ذیل مقولهٔ دوم قرار می‌گیرند. در این متون تهدیدات، برنامه‌ها و فعالیت‌های دینی رسانه‌ها بر ضد دین حق را

1. Warner

2. Grossberg

3. Nelson

4. Treichler

5. Fore

6. Muggeridge

7. Olasky

8. Bruce

9. Frankle

10. Hadden and Shupe

11. Swan

12. Horsfield

13. Schultz

به اجمال یا به تفصیل تشریح کرده‌اند. در این تحقیقات، به این موضوع توجه نمی‌شود که دین و رسانه‌ها دو مقوله مجزا یا هم‌تا و در مقولات اجتماعی رقیبند. به علاوه، در این تحقیقات به مسئله فرهنگ نیز بی‌اعتنایی شده است. لذا در این تحقیقات، به احتمال تقریب دین و رسانه در چهارچوب فرهنگ معاصر نیز بی‌توجهی شده است. تعداد کمی از پژوهش‌ها و پژوهشگران این رویکرد جامع (یعنی نظریه‌های سه قطبی یاد شده) را برگزیده‌اند. البته شمار آنها هم اکنون در حال افزایش است (الکساندر^۱، ۱۹۹۴؛ هورور، ۱۹۸۸؛ لایندرمن^۲، ۱۹۹۶؛ پک^۳، ۱۹۹۳).

فعالیت میان رشته‌ای

مقالات این کتاب بیانگر توانایی این رویکرد پیچیده برای مطالعه دین، فرهنگ و رسانه و نیز نشان دهنده ضرورت آن و ارزش و اهمیت تلاقی چند فرهنگ در چهارچوب آن است. این مقالات، فصل مشترک جامعه‌شناسی دین، مطالعات فرهنگی، تحقیقات رسانه‌ای، دین پژوهی و بررسی‌های صورت گرفته دربارهٔ مناسک (دینی) هستند و ما درصددیم که اصطلاحات نظری جدیدی را در ضمن این مباحث مطرح سازیم. شاید تلاش ما موجب پالایش مباحث موجود در حوزه گسترده تحقیقات فرهنگی، رسانه‌ای و جامعه‌شناسی شود.

البته گذر از مرزهای حوزه‌های مطالعاتی دانشگاهی موجب بروز چالش‌هایی اساسی می‌شود. برای مثال، جامعه‌شناسان دین، دین را یکی از ابعاد اصلی و فرهنگ می‌انگارند، اما دربارهٔ نقش رسانه هیچ نظریه‌ای ندارند. به نظر می‌رسد امروزه دست یافتن به درکی کامل از ارتباط میان دین و فرهنگ، بدون افزودن نظریه‌ای در باب رسانه‌ها و ارتباطات، ممکن نیست. حتی در تحقیقات کلاسیک دربارهٔ فرایند دین‌زدایی^۴، نظریه‌ای ضمنی در مورد ارتباطات وجود دارد. مثلاً، رابطه میان اخلاق پروتستانی و روح سرمایه‌داری بدون توضیح ارتباط این دو ایده و مفهوم، چگونه ممکن می‌شد؟ امروزه به دلیل نقش مهم رسانه‌های پیشرفته در ارتباطات رایج در جامعه، وساطت رسانه‌ها بین دین و فرهنگ باید کاملاً با صراحت نشان داده شود.

این کتاب، درصدد اثبات این ادعاست که دین‌دین‌پر در حکم فرزند خوانده^۵ تحقیقات رسانه‌ای نیست و رسانه هم در دین پژوهی به حاشیه رانده نمی‌شود. اعتقاد داریم که بخش قابل توجهی از دانش ما دربارهٔ

1. Alexander

2. Linderman

3. Peck

4. Secularization

5. Stepchild طفیلی

زندگی و فرهنگ کنونی از طریق تبیین روابط متقابل دين و رسانه حاصل می‌شود. البته، این کتاب پاسخ نهایی به این مسئله پیچیده را نمی‌دهد، اما امیدواریم که در این زمینه در شمار بهترین و مناسب‌ترین رویکردها قرار گیرد.

پیشینه و سازمان‌دهی^۱ این کتاب

تعدادی از مقالات کتاب برای نخستین بار در سال ۱۹۹۳ در همایش رسانه، دين و فرهنگ، در دانشگاه اپسالی سوئیس ارائه شد. در این همایش محققان مختلفی از کشورهای اروپایی، امریکای شمالی و آفریقا حضور داشتند سایر مقالات در همایش‌های بعدی در کره و استرالیا، در سال ۱۹۹۴ و در بولدر کلرادو^۲، در اوایل سال ۱۹۹۶، عرضه شدند. البته برای نقد این موضوعات از منظرهای مختلف علمی، از نویسندگان دیگری نیز دعوت شد.

مقالات این کتاب در چهار بخش موضوعی تنظیم شده است. بخش اول شامل سه مقاله دربارهٔ گزاره‌های هنجاری - بنیادی^۳ دربارهٔ موضوعات مورد بحث است. لین اسکافیلد^۴ و استوارت هوور در مقاله کتاب‌شناختی انتقادی خود جایگاه تحقیق را در شبکه به هم پیوستهٔ دين، رسانه و فرهنگ به بحث گذاشته‌اند. آنها دربارهٔ جایگاه این کتاب در مقایسه با دیگر آثار منتشر شده در این زمینه مفصلاً توضیح داده‌اند و به کاستی‌های دیگر آثاری که انتظار می‌رفت این مسائل را بهتر تبیین کنند اشاره کرده‌اند. رابرت وایت^۵ با بررسی چهارچوبی نظری که طرح‌های همچون طرح ما باید متکی و مبتنی بر آن باشد، سخن را پی می‌گیرد و چهارچوب سودمندی برای آثار تحلیلی مورد نیاز عرضه می‌کند. کلیفورد کریستیانز مدعی است که یکی از مشکلات اساسی فرهنگی رسانه، فن‌آوری است. لذا برای روشن ساختن معنای فن‌آوری به بررسی آثار فلسفی می‌پردازد.

این کتاب در بخش‌هایی که به بررسی‌های تجربی و پدیدارشناختی پرداخته است، در وهله اول به زمینه‌های اجتماعی توجه نشان می‌دهد. گراهام مورداک، مقاله خود را با طرح بحثی جامع دربارهٔ تبیین جایگاه دين در مباحث جاری تحقیقات فرهنگی آغاز می‌کند. همچنان که قبلاً نیز خاطر نشان ساخته‌ایم، دين در این تحقیقات غالباً در نظر گرفته نشده و مورداک معتقد است که این بد اقبالی ناشی از علل گوناگون تاریخی، تجربی و نظری بوده است.

1. Organization

2. Boulder, Colorado

3. normative-foundational

4. Lynn Schofield

5. Robert White

جسوس مارتین - باربرو در مقاله خود به تأمل درباره موضوع پیام‌رسانی و پیوند میان حوزه رسانه و حوزه فردی و جمعی فرایند ارتباطات می‌پردازد. مقاله او بیشتر ادعای مستقیم مبنی بر فن‌آورانه شدن سنتی تحقیقات فرهنگی و رسانه‌ای است. گرگورگوتالس درباره ارتباطات دیداری در چهارچوب معرفت و بینش دینی معاصر به تحقیق پرداخته است. او عقیده دارد که برای فهم و دریافت دینی بودن عصر رسانه‌ها باید به تحلیل انتقادی تأثیر و کارآمدی شیوه‌های غیرمستقیم وسایل ارتباط جمعی در آگاهی دینی بپردازند. گابریل بار-هایم، با تحلیل مسائل معاصر مربوط به معنا و صفات آیینی آن به نتیجه‌گیری از این بخش می‌پردازد. بار-هایم با تلفیق ادبیات تحقیقات دینی و تحقیقات مربوط به مناسک و رسانه‌ها، در قالبی استدلالی که برای فهم دین در عصر رسانه‌ها ارائه می‌کند، از حدود مقولات سنتی فراتر می‌رود. هنگام طرح برداشت موردک از دین، بار-هایم برای اثبات عمق و غنای تحلیل فرهنگی، بر نظریه‌های اجتماعی بنیادین، به ویژه نظریه دورکیم، تأکید شدیدی می‌ورزد. در فصل نتیجه‌گیری کتاب، نات لاندبای به ارزیابی مناسک عمومی مذهبی و شبه‌مذهبی در فرهنگ معاصر و در چهارچوب نظری رسانه‌ای می‌پردازد وی برای ارائه دیدگاه و چشم‌اندازی مناسب به مطالعه و بررسی المپیک زمستانی سال ۱۹۹۴ در نروژ می‌پردازد.

فصل بعدی به نهادها می‌پردازد. پیترهورسفیلد به ارزیابی تاریخی نقش و جایگاه دین نهادی و متداول در عصر رسانه‌ها پرداخته است. توجه و دقت او معطوف به طرق مختلف شکل‌گیری دیدگاه‌های دینی معاصر به واسطه حضور رسانه‌هاست. گریس آرتور، به جای پرداختن به مسائل مربوط به اعمال و آداب نهادی دینی، به مسائل مربوط به مطالعه دین توجه نشان داده و بنابراین ویژگی‌های عصر رسانه را مسئله اصلی قلمداد می‌کند. دو فصل بعدی مربوط به پدیده تلویزیون دینی است. بای الکساندر تلویزیون دینی را در زمره مناسکی به شمار می‌آورد که با بررسی تاریخ و فرهنگ صورت^۱ عاملان و مخاطبان آن، از هنجارهای موجود فراتر می‌رود. کیان توماسلی و آرنولد شپرسون در مقاله نتیجه‌گیری این بخش، بر اساس نظریه‌های تحول ارتباطات، اقتصاد سیاسی و نشانه‌شناسی، به ارائه توصیفی نظری از این پدیده می‌پردازد.

بخش آخر کتاب درباره اعمال فردی است. جانیس پک با استفاده از چهارچوب‌های نظری مأخوذ از فلسفه وجودی و نظریه فرهنگ، فرهنگ جمعی را به مثابه جایگاه مناسک و معنای دین به شمار آورده است. کلربادارکو با ارائه تحلیلی از تبادل و تقابل در متون دینی فرهنگ جمعی، کار پک را دنبال

1. Form

می‌کند. آلف لیندرمن به توضیح نمادگرایی و معنا در تلویزیون دینی می‌پردازد. البته سهم وی در این کتاب برای ارائهٔ چهارچوبی تحلیلی در تحلیل‌های فرهنگی و نمادین از این مقاله فراتر می‌رود. استوارت هورور با ارائهٔ دیدگاهی نظری - تاریخی دربارهٔ تکوین حوزهٔ عمومی دینی به نتیجه‌گیری از این بخش می‌پردازد. وی برای شناخت بهتر دین در عصر رسانه‌ها، تلفیقی از ادبیات دین‌پژوهی، آیین‌پژوهی و تحقیقات رسانه‌ای ارائه داده که از مقولات متداول فراتر رفته است.

همچنین در فصل آخر کتاب دربارهٔ امکان ترکیب مباحث مطرح شده پیشنهادهایی داده می‌شود. حوزهٔ تحلیل علمی، که در این بخش امکان طرح یافته، در ابتدای راه خویش است و با دشواری‌ها و موانعی مواجه است که ممکن است بدان آسیب برساند. البته در کانون مباحث مطرح شده در خصوص گستره‌ای که در آن رسانه، دین و فرهنگ، هم در محیط علمی و دانشگاهی و هم در زندگی روزمره با هم قرابت بیشتری می‌یابند، درک و احساس پویا و رو به رشدی وجود دارد. امیدواریم کتاب حاضر، مفاهیم و اصطلاحاتی را عرضه کند که در فهم درست این تعاملات در زندگی کنونی مفید و سودمند واقع شود تا بتوانیم از لحاظ علمی و عملی در این زمینه پیشرفت کنیم.

کارینا کاسید ریسور

- Alexander, B. (1994). *Televangelism reconsidered*. Atlanta: scholar's Press.
- Bellah, R. N., Madsen, R., Sullivan, W.M., Swidler, A., & Tipton, S.N. (1985). *Habits of the heart: Individualism and commitment in American life*. Berkeley: University of California Press.
- Beyer, P. (1994). *Religion and globalization*. London: sage.
- Bruce, S. (1991). *Pray TV: Televangelism in America*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Carey, J. (1989). *Communication as Culture*, Boston: Unwin Hyman.
- Fore, W. (1987). *Television and religion*, Minneapolis, MN: Augsburg.
- Franki, R. (1987). *Televangelism*, Carbondale: Southern Illinois University Press.
- Grossberg, L., Nelson, C., & Treichler, P. (Eds.). (1992). *Cultural studies*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Hadden, J., & Shupe, A. (1988). *Televangelism: Power and politics on God's frontier*. New York: Henry Holt.
- Hadden, J., & Swann, C. (1981). *Prime-time preachers: The rising power of televangelism*. Reading MA: Addison-Wesley.
- Hall, S. & Jefferson, T. (Eds). (1976). *Resistance through rituals: Youth subcultures in post-war Britain*, London: Harper Collins.
- Hammond, P. (1993). *Religion and personal autonomy*, Greenville: University of South Carolina Press.
- Hoggart, R. (1957). *The uses of literacy: Aspects of working-class life with special reference to publications and entertainments*. London: Chatto & Windus.
- Hoover, S. M. (1988). *Mass media religion*, London: Sage.

Hoover, S. M. (1995, Winter). Media and moral order in post-positivist media studies. *Journal of Communication*. 136-145.

Horsfield, P. (1984). *Religious television: The American experience*. New York: Longman.

Liderman, A. (1996). The reception of religious television: Social semiology applied to an empirical case study. In A. Liderman, *Acta Universitatis Upsaliensis, Psychologia et sociologia Religionum 12*. Stockholm: Almqvist & Wiksell International.

Martin-Barbero, J. (1993). *Communication, culture and hegemony: from the media to mediations*, London: Sage.

Moore, L. (1994). *Selling God*. New York: Oxford University press.

Muggeridge, M. (1986). *Christ and the Media*, London: Hodder and Stoughton, (Original work published 1977).

Olasky, M. (1988). *Prodigal press: The anti-Christian bias of the American news media*, Westchester, IL: Crossway.

Peck, J. (1993) *The gods of televangelism*. Gresskill, NJ: Hampton.

Roof, W.C. (1993). *A generation of seekers*. San Francisco: Harper Collins.

Schultze, Q. (1991). *Televangelism and American culture*. Grand Rapids, MI: Baker.

Turner, G. (1989). *British cultural studies: An introduction*. London: Unwin Hyman.

Warner, R.S. (1993). Work in progress toward a new paradigm for the sociological study of religion in the United States. *American Journal of Sociology*, 98(5), 1044-1093.

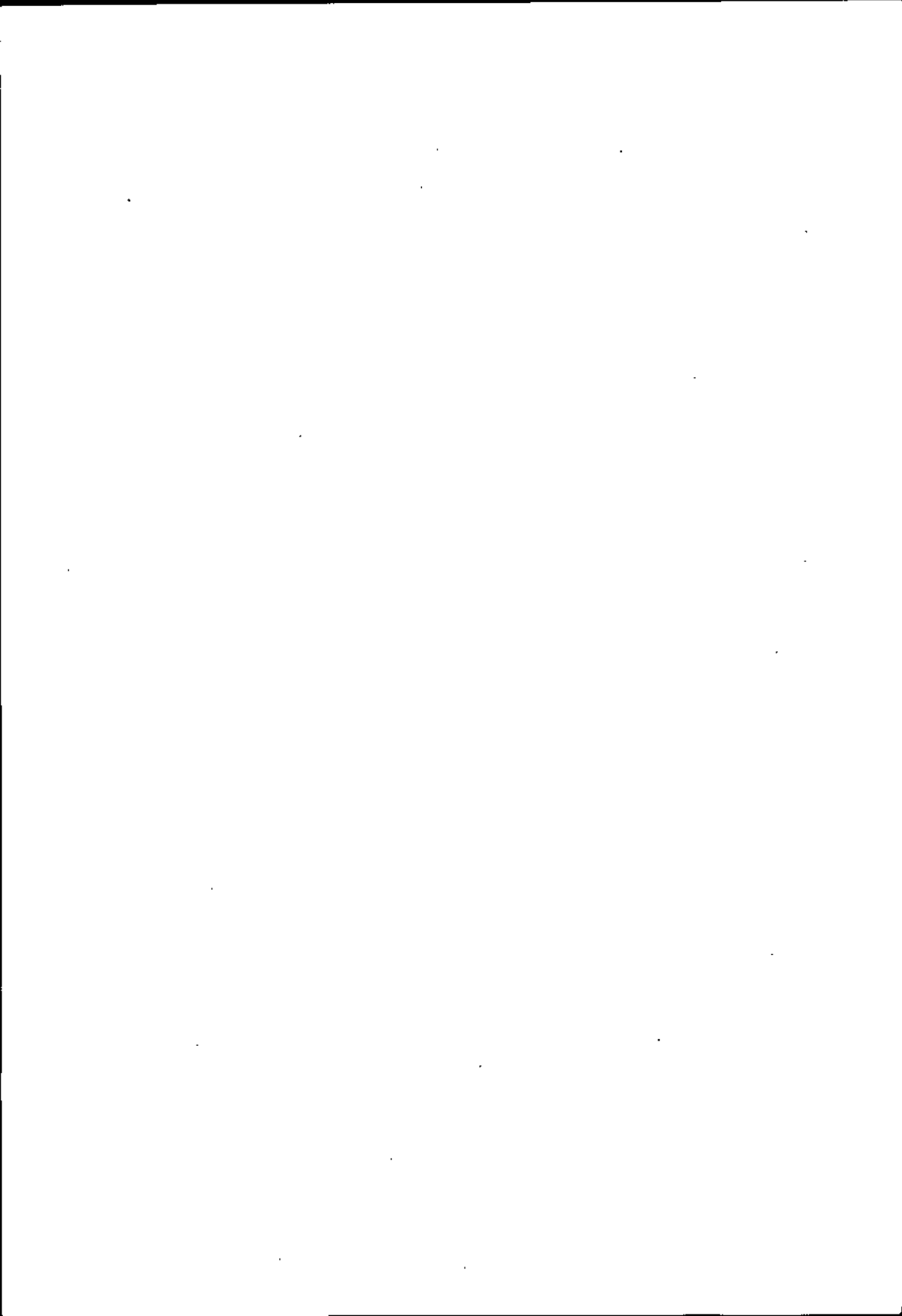
Wuthnow, R.(1987). *Meaning and moral order: Explorations in cultural analysis*. Berkeley, CA: University of California Press.

Wuthnow, R.(1988). *The restructuring of American religion*, Princeton, NJ:

Princeton University Press.

Wuthnow, R. (1992). *Vocabularies of Public life: Empirical essays in symbolic structure*, London: Routledge & Kegan Paul.

Wuthnow, R., Hunter, J., Bergesen, A., & Kurzweil, E. (1984). *Cultural analysis: The work of Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault, and Jürgen Habermas*. London: Routledge & Kegan Paul.





فصل دوم

فصل مشترک رسانه، فرهنگ و دین یک مقاله کتاب‌شناختی

لین اسکافیلد کلارک

استوارت ام. هورر

روزنامه‌نگاران حرفه‌ای و دین‌داران معتقد، در دو سوی شکاف فرهنگی گسترده‌ای که معلول سوء تفاهم است، مبهوت به هم می‌نگرند. شاید این شکاف ناشی از این واقعیت باشد که این دو گروه با حوزه فرهنگی مشابهی سروکار دارند، یعنی هر دو گروه برای ارائه روایات و حقایق معنادار، درصدد برقراری ارتباط با مخاطبان هستند و از سرمایه فرهنگی متشکل از نمادها، اصوات و پیشینه واکنش‌های عاطفی و عقلانی مخاطبان بهره می‌گیرند. اگرچه محققان دین و رسانه از دیرباز با یکدیگر در تقابل بوده‌اند، اما ایجاد ارتباط میان این دو حوزه آغاز شده است. به‌ویژه، این دو حوزه مطالعاتی، از پژوهش‌های نهادی عدول کرده و به تحقیقات فرهنگی و فردی (درباره دریافت پیام) روی آورده‌اند.

در این فصل، انصراف و عدول یاد شده به عنوان تبادل نظری میان رشته‌ای توضیح داده می‌شود. امیدواریم که هنگام بررسی ادبیات مربوط به موضوع به معرفی و توضیح حوزه‌هایی بپردازیم که در آنها پرسش‌ها و مسائل مشابهی مطرح است و شاید این توضیحات به ایجاد زمینه‌ها و شرایط سودمندی برای یافتن اطلاعات تازه‌تر منجر شود. به علت جایگاه مهم کشور آمریکا در زمینه تحقیقات دینی و رسانه‌ای و نیز به دلیل سابقه و تخصص خود، در این فصل از آثار و آرای ارائه شده در این کشور استفاده خواهیم کرد. ما به نقد تعاریف مطرح شده درباره دین، برای ارائه و طرح رویکردی فرهنگی به دانش

انسان‌شناسی^۱ توسل می‌جویم. این کار به بازسازی تمایل محققان رسانه به نادیده گرفتن دين و تمایل محققان دين به تأکید بر نهادها، به جای توجه به رفتارها، منجر می‌شود و تصدیق می‌کند که هر دو حوزه به طرح سؤالات مشابهی درباره وجود و معنا می‌پردازند. در ادامه این نوشتار به توضیح رویکرد این مقاله، که ارزیابی صریح دين و رسانه است، می‌پردازیم. در این ارزیابی موضوعات زیر بررسی می‌شود:

۱- تلویزیون دینی

۲- تبیین نقدهای دوگانه از رسانه‌های غیر دینی

۳- تحقیق دربارهٔ پوشش خبری دینی

هرچند بررسی هر یک از این موضوعات در ارتقای دانش ما مؤثر بوده است، اما مروری اجمالی بر آثار مربوط به تحقیقات فرهنگی، دینی و مناسک، نشان دهندهٔ وجود موضوعاتی بکر برای تحقیق بیشتر است. در نتیجه این بازنگری، هشت زمینهٔ پژوهشی استنتاج شده است.

دين از نظر محققان رسانه‌ها

سخن را با طرح این پرسش بدیهی آغاز می‌کنیم: چرا محققان رسانه که با اموری مادی چون قدرت، سیاست، نهادها، اقتصاد، شهرنشینی، و به‌طور خلاصه تمام امور غیردینی، سروکار دارند، باید به دين توجه نشان دهند؟ این پرسش حاوی پیش‌فرض‌هایی دربارهٔ دين است که درصددیم به ارزیابی و نقد آنها بپردازیم. فهم نادرست دين، آن را از یک طرف به پدیده‌ای بوروکراتیک و نهادی و از سوی دیگر به امری فردی و خصوصی فروکاسته است و هر دو جنبه یاد شده در حوزهٔ عمومی کم اهمیت تلقی می‌شوند. بخشی از این مسئله، ناشی از پذیرش تلویحی نظریهٔ دين‌زدایی^۲ است که مدعی است، هرچه جامعه و فرهنگی عقلانی‌تر می‌شود از اهمیت اجتماعی دين در آن جامعه کاسته می‌شود. برگر (۱۹۶۹) در این باره توصیف روشنگرانه‌ای ارائه می‌دهد:

«منظور از سکولاریزاسیون فرایندی است که طی آن بخش‌های مختلف جامعه و فرهنگ از سیطرهٔ نمادها و نهادهای دینی خارج می‌شود. همان‌گونه که دين‌زدایی در جامعه و فرهنگ به وقوع می‌پیوندد، در ذهن هم رخ می‌دهد. معنای دیگر این سخن، آن است که غرب مدرن اغلب افراد را چنان تربیت کرده که فارغ از تعابیر و تفاسیر مذهبی به جهان زندگی خود می‌نگرند.»

رسانه‌ها در عمل - به ویژه در زمینهٔ خبررسانی - مسئولیت خود را صرفاً معادل تولید فکری - یعنی

اطلاعات - می‌دانند، لذا در فرایند دین‌زدایی برای خود نقشی ضمنی قائل هستند. تقید به عینیت‌گرایی ژورنالیستی به غلبه و اشاعه این فکر منجر شده که احساسات مذهبی اگرچه در زندگی شخصی، امری مقبول و مطلوب است، اما باید از عرصه زندگی جمعی، به ویژه حرفه روزنامه‌نگاری، کنار گذاشته شود.

نظریه دین‌زدایی در تحقیقات دینی با مخالفت فراوانی روبه‌رو شده است (وارنر، ۱۹۹۳). این نظریه چنین فرض می‌کند که دین زمانی دارای سیطره اجتماعی بود، اما اینک این سیطره را از دست داده است. این دیدگاه به گذشته صورتی آرمانی می‌دهد و برای بررسی دین در جامعه رویکرد ایستا و یکنواختی را به کار می‌برد. نظریه دین‌زدایی برای تبیین علت حضور دین در جامعه و استمرار یا تجلی آن به عنوان منبع قدرت سیاسی و اجتماعی، تلاش اندکی از خود نشان می‌دهد (هادن و شاپ، ۱۹۸۸). با وجود این، فرضیه کاهش نفوذ دین در فرهنگ (و جامعه) غیردینی در تمام تحقیقات دانشگاهی به‌طور چشمگیری طرح و تکرار می‌شود.

برخلاف عقیده یاد شده، بر این باوریم که دین با زندگی روزمره ما عجین شده است، البته الزاماً نه به آن شکلی که تحقیقات مرسوم مطرح کرده‌اند. ما به اقتضای بحث خود تعریف انسان‌شناختی زیر را از دین ارائه می‌دهیم: «دین مجموعه‌ای از نمادهای نظام‌های اعتقادی‌ای است که از لحاظ فرهنگی معنادار هستند و نیز محل تلفیق این نمادها با یکدیگر است». هرچند دیدگاه دورکیمی درباره «مقدس» و «نامقدس» با اهمیت است و دیدگاه‌های بسیار سودمندی را درباره دین و فرهنگ مطرح می‌سازد، اما هدف این است که رویکرد، نظریه و مفهوم دین را از مباحث و فرضیه‌های نهادگرا که مؤید و تقویت‌کننده دیدگاه دورکیمی است، منصرف و به تأمل در مسائل کلان و جامع‌هستی‌شناختی هدایت کنیم.

به اعتقاد ما، دین آن‌گونه که به‌طور سنتی تلقی می‌شود، محدود به رویدادهایی که در قلمروی مقدس رخ می‌دهد نیست، بلکه بخشی از فرهنگ است که تصویر قابل قبولی از نظام حاکم بر هستی ارائه می‌دهد. از این منظر، دین و فرهنگ تفکیک ناپذیرند و آنچه که مقدس تلقی می‌شود، به گفته لاندبای می‌تواند متغیری به شمار آید که دامنه آن از امری ذاتی تا امری کارکردی را در برمی‌گیرد. (ر.ک. لاندبای، همین کتاب). بنابراین، چون دین در تمام زوایای اندیشه و عمل آدمی حضور دارد، یکی از موضوعات اصلی نظریه‌های فرهنگ و جامعه به شمار می‌آید. یک (۱۹۹۳) در عبارات زیر، ارتباط میان دین و معناداری را در سطوح زندگی فردی و اجتماعی خاطر نشان می‌سازد:

«دین صراحتاً با ابعاد تجربی و هستی‌شناسی وجود، یعنی با ابعاد هستی و معنا، سروکار دارد. دین با

قرار دادن حیات فرد در متن هدفی کیهانی و وسیع‌تر، به زندگی او معنا می‌دهد.»

ما معتقدیم، اکنون برای محققان رسانه‌ها فرصت مناسبی فراهم آمده است تا به طور مستقیم‌تری به ارزیابی مسائل دین در متن فرهنگ بپردازند. زمینهٔ چنین تحقیقاتی به واسطهٔ گرایش‌های کنونی در حوزهٔ تحقیقات رسانه‌ای فراهم آمده است تا این تحقیقات مسائل مربوط به معنا و هستی را مطرح کنند و به ارائهٔ روش‌هایی بپردازند که بر اساس آن، اعمال و رفتار روزمرهٔ افراد و گروه‌ها ارزیابی شود. پس از نقد و ارزیابی روش‌هایی که در گذشته برای توضیح و تبیین دین و رسانه‌ها استفاده می‌شد، به نقد و ارزیابی جریان‌ها و گرایش‌های کنونی در حوزهٔ تحقیقات رسانه‌ای می‌پردازیم.

تحقیقات دین و رسانه‌ها

این بخش را با بررسی زانری آغاز می‌کنیم که در جریان بررسی رابطهٔ دین و رسانه در حوزهٔ تحقیقات کشور آمریکا بارها بررسی شده است. موضوع **تلویزیون دینی**. تلویزیون دینی، معنا و مضمون فرهنگی خود را از جایگاه دین در حوزهٔ غیرمذهبی رسانه‌ها اخذ می‌کند و بنابراین گسترش و سوسه‌انگیز نقش این پدیده، خود را هم در دین‌زدایی آشکار ساخته و هم در تحولات به وقوع پیوسته در زمینهٔ پخش برنامه‌های تلویزیونی، برای مثال، کوئنتین شولتز^۱ (۱۹۹۱) در کتاب **تلویزیون دینی و فرهنگ آمریکا: تجارت دین جمعی**^۲ مدعی است که از انجیل دین‌زدایی و مسیح نیز به نوعی کالا و محصول مصرفی تبدیل شده است. این در حالی است که ارزش‌های فردگرایی و مصرف‌گرایی موجود در این فرهنگ (به قراری که در قاموس مقدس ثروت و سلامتی دست اندرکاران تلویزیون دینی منعکس شده است) تقدیس می‌شود.

شهرت برنامه‌های تلویزیون دینی به عنوان نمونه‌ای قابل بررسی در آمریکا حداقل معلول چهار عامل است: در وهله نخست، تلویزیون دینی بر اثر تلاش رابرتسون^۳ به ابزار ترقی جناح راست مذهبی در عرصهٔ سیاست آمریکا تبدیل شده است. رابرتسون که اولین ایستگاه تلویزیون دینی را در سال ۱۹۶۱ راه‌اندازی و در سال ۱۹۷۷ اولین شبکهٔ ماهواره‌ای دینی (CBN) را دایر کرد، در انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۹۸۸ آمریکا توفیقی نیافت، اما از آن پس، از نفوذ زیادی برخوردار شد (هوور، ۱۹۸۸).

دومین عامل مؤثر در توجه به تلویزیون دینی، توانایی آن در به تصویر کشیدن و در نتیجه، دادن امکان معرفی فراگیر ظرفیت جناح راست مذهبی، از جمله اقتدارگرایی، بومی‌گرایی^۴، بیگانه‌ترسی^۵،

1. Quentin Schultze

2. Business of Popular Religion

3. Robertson

4. nativism

5. xenophobia

پرهیز از هم‌جنس‌بازی، و به شکل افراطی‌تر آن نظامی‌گری^۱ و گرایش به حکومت دینی^۲ است. برنامه‌های دینی نه تنها خاستگاه اصلی جناح راست مذهبی، بلکه زمینه سازگونه خاصی از مباحث عمومی پیرامون آن است. (بروس، ۱۹۹۰؛ هادن و شاپ، ۱۹۸۸).

سومین عامل این است که برنامه‌های دینی در بازسازی حوزه مذهبی به کار می‌روند. در مورد این فرضیه که زوال ادیان اصلی، معلول مستقیم شکل جدید دین است، همواره اختلاف نظر وجود داشته است (هور ۱۹۹۰). اما برنامه‌های دینی به صورت عامل حفظ سیطره و برتری فرهنگی مسیحیت انجیل‌گرا عمل می‌کنند و به علاوه، نمونه ناب تمایل الهیات مسیحی به دسترسی به فن‌آوری‌های ارتباطی و فنون بازاریابی هستند که به صورت ابزاری در خدمت نشر و توزیع کتاب مقدس قرار می‌گیرند. (شولتز ۱۹۹۱).

آخرین جنبه از تلویزیون دینی، مطرح شدن آن به مثابه موضوع تحقیقاتی است که متکی بر دعاوی اخلاقی طرفداران برنامه‌های دینی و درهم آمیختن این دعاوی با عملکرد سؤال برانگیز متولیان این برنامه‌ها، به‌ویژه در زمینه سرمایه‌گذاری است. رسوایی‌های مالی و جنسی که در اواخر دهه ۸۰ رخ داد، به بدگمانی‌هایی انجامید که در بررسی و گزارش سوءتدبیرها از آنها ذکر شده بود. از جمله این موارد می‌توان به سوءاستفاده‌های مالی، فعالیت‌های بازرگانی نادرست، بی‌کفایتی در اداره امور شیوه جمع‌آوری سرمایه و سقوط اخلاقی ستاره‌های این برنامه‌ها اشاره کرد (بروس ۱۹۹۰).

طبق ارزیابی محققان از نقش و تأثیر تلویزیون دینی آمریکا بر کشورها و فرهنگ‌های هم‌جوار، این برنامه‌ها یکی از موضوعات مهم پژوهشی در سایر کشورهای جهان بوده است (آرنسن^۳، ۱۹۹۳؛ لیندرمن، ۱۹۹۶؛ لاندبای، ۱۹۹۶؛ نیبورگ، ۱۹۹۵). تحقیقات تکمیلی، مباحث و موضوعات مربوط به سیاست پخش تلویزیونی را در زمینه اعمال یا عدم اعمال محدودیت در زمینه پخش این برنامه در کشورهای هم‌جوار آمریکا توضیح می‌دهد (گانتز و وینی، ۱۹۹۴؛ ولف، ۱۹۸۴).

با وجود بسیاری از یافته‌های راهگشا، دو مشکل فراروی کسانی است که درصددند از این نتایج برای تحقیق و تفحص در زمینه موضوع مهم‌تری، چون شناخت رسانه‌ها، دین و فرهنگ استفاده کنند: یکی اینکه تلویزیون دینی به طور خودآگاه دینی است و از این رو، برنامه‌های آن عالماً و عامداً مذهبی است. این تلویزیون از قالب‌ها و چهارچوب‌هایی چون مراسم دعا، نیایش، وعظ و آمیزه‌ای از گفتار و موسیقی

1. militarism
3. Arntsen

2. theocracy

دینی استفاده می‌کند. این بخش مؤید این فرضیه است که برنامه‌سازی دینی عمدتاً در قالب ادیان سنتی و آداب و مناسک رسمی آن قابل شناخت و تشخیص است. دیگر اینکه، مخاطبان برنامه‌های دینی بخش اندکی از جمعیت جامعه را شامل می‌شوند. خرده‌فرهنگ محدود این مخاطبان تلویزیون دینی، زمینهٔ ظرافت و دقت نظر در ساختن این برنامه‌ها را فراهم کرده است، اما با توجه به اینکه تعداد کل افرادی که مدعی هویت دینی‌اند بسیار بیشتر است، این پرسش مطرح می‌شود که ساختن برنامه‌های دینی برای کسانی که مخاطب تلویزیون دینی نیستند چه معنایی دارد.

مقولهٔ نقد رسانه‌های دینی موضوع دومین دسته از نوشته‌های مرتبط با دین و رسانه است و آثار گوناگونی که دربارهٔ برنامه‌های دینی نوشته شده است، ذیل این مقوله قرار می‌گیرد. مالکوم ماگریج^۱ (۱۹۷۷) و ویرجینیا استم اونز^۲ (۱۹۸۰)، که از پیشگامان این رویکرد هستند، معتقدند که در این برنامه‌ها انجیل لوث و بی‌مقدار می‌شود و یا حداقل نمی‌توان از طریق رسانه‌های گروهی با آن به درستی ارتباط برقرار کرد. نوشته‌های ارائه شده در مقولهٔ «نقد رسانه‌های دینی» در تلفیق با مقولهٔ «نقد رسانه‌های گروهی»، حوزه فراگیری را تشکیل می‌دهند که برخی نمونه‌های آن عبارتند از آثار بورشتاین^۳ (۱۹۷۲)، اِون^۴ (۱۹۷۶)، مک دونالد^۵ (۱۹۶۲)، ماندر^۶ (۱۹۷۸)، پستمن^۷ (۱۹۸۰) و جنسن^۸ (۱۹۹۰). در واقع آثار بسیاری از نویسندگان مذهبی عمدتاً متکی بر پایه این متون است. فُور در کتاب سرگرمی تا سرحد مرگ^۹ (۱۹۸۵) ضمن توضیح واکنش نامناسب گروه‌های مذهبی به تلویزیون، با استفاده از تمثیل پستیچی هاکسلین^{۱۰}، تأثیر و ناراحتی خود را از نفوذ و تأثیر تلویزیون در فرهنگ نشان می‌دهد. او معتقد است که در این جریان، ما تحت سیطرهٔ زور قرار نمی‌گیریم، بلکه تحت سیطره ابتذال و لذات کودکانه یا به قول کی‌یر کگور^{۱۱}، تحت سیطره چرندگویی و مهمل بافی قرار می‌گیریم. اعتقاد بر این است که رسانه، به‌ویژه تلویزیون، به تولید و عرضه ارزش‌هایی می‌پردازد که جهان بینی و اعتقادات دینی را به چالش می‌خواند (ملچرت^{۱۲}، ۱۹۹۴) یا باعث جهت‌گیری علیه دین و خصومت با آن می‌شود (اولاسکی، ۱۹۸۸). همانا واکنش مناسب، ایجاد مصونیت در برابر تأثیر رسانه‌هاست (ملچرت، ۱۹۹۴، ثمان^{۱۳}، ۱۹۹۳). این بحث

1. Malcolm Muggeridge

2. Virginia Stem Owens

3. Boorstin

4. Ewen

5. Mac Donald

6. Mander

7. Postman

8. Jensen

9. Amusing Ourselves to Death

10. Huxleyan

11. Kier Kegaurd

12. Meichert

13. Thoman



تشدید کننده استدلالی گسترده تر بر ضد مورثه‌ها است که به دلیل وقوع تحولاتی که از انقلاب صنعتی به بعد رخ داده و برای ارزش‌های اجتماعی و روابط متقابل این ارزش‌ها زیانبار بوده است، به شکل اندوه و حسرت دینی، امکان و فرصت بیان و بروز یافته است (جنسن ۱۹۹۰).

در متن سنت نقد رسانه‌های دینی، دیدگاه ضعیف تری وجود دارد که بیانگر موضوع اساساً متفاوتی است. این دیدگاه بیش از آنکه نگران فضای حاکم بر رسانه‌ها باشد، به اهمیت دخالت رسانه‌ها و تبلیغ ارزش‌های دینی، به عنوان ارزش‌های هم‌سنگ و برابر با ارزش‌های مطرح شده در فرهنگ، توجه نشان می‌دهد. این دیدگاه متکی بر رویکردی ابزارانگارانه است که بر اساس آن، رسانه، ابزاری بی‌طرف و خنثی تلقی می‌شود که می‌توان از آن برای مقاصد خیرخواهانه‌ای چون انتشار و پخش کتاب مقدس (آرمسترانگ^۱، ۱۹۷۹)، روایات و احادیث دینی (بنسون^۲، ۱۹۸۸؛ بومرشین^۳، ۱۹۸۷) استفاده کرد. سایر آثار نوشته شده بر اساس این سنت بر دانش و مهارتی تأکید می‌کنند که برای ورود و حضور در عرصه رسانه‌ها لازم و ضروری است (پارکر^۴، ایمان^۵، اشنایدر^۶، ۱۹۴۸؛ پلتراک^۷، ۱۹۸۳؛ شاوچاک^۸، کاتلر^۹، رن^{۱۰} و راث^{۱۱}، ۱۹۹۲).

جالب اینکه هر دو رویکرد انتقادی و ابزارانگار (همراه با مباحث عمومی درباره رسانه‌های غیردینی) دیدگاه «رسانه قدرتمند» را فرض انگاشته و قدرت پیام‌های وسایل ارتباط جمعی را در شکل دادن به ارزش‌های فرهنگی مورد تأکید قرار می‌دهد و در عین حال به نقش دریافت برنامه‌های رسانه‌ها، که به موضوعات دریافت شده معنا می‌دهد، توجه نشان می‌دهد (باوم^{۱۲}، ۱۹۹۳؛ فور، ۱۹۹۰). جنسن در این باره می‌نویسد:

«فرض بر این است که ما مخاطبان، تا حدودی، خوبی و ظرافت نهفته در یک فرهنگ غنی را جذب و به صفا و علو روحی خود کمک می‌کنیم و به همین ترتیب، با جذب فساد و ابتذال موجود در شعائر نمادین یک فرهنگ به زوال و انعطاط مبتلا می‌شویم. بنابراین، صور مختلف فرهنگی از آن چنان نیرویی برخوردارند که می‌توانند ما را به شکل خود در آورند.»

1. Armstrong
3. Boomershin
5. Iman
7. Poltrack
9. Kotler
11. Rath

2. Benson
4. Parker
6. Snyder
8. Shawchuck
10. Wrenn
12. Baum

۱۳۸۳۹
۱۰
۸۷۸۱۴

وايت (۱۹۹۱) با بررسی اجمالی ادبیات تلویزیون دینی خاطرنشان می‌سازد که تحقیقات دینی با فرض انگاشتن چهارچوب ارزشی و هنجاری (اغلب تصدیق نشده) به طرح ادعاهای مبهم و ناموجهی می‌پردازند که در مجموع، مشخصه همه مطالعاتی است که درباره تأثیر ارتباط انجام پذیرفته است. جالب آن است که با توجه به حساسیت متداول نسبت به اهمیت زمینه فرهنگی در تفسیر پیام‌های دینی، آرای فرقه‌های دینی نیز متضمن چنین تصویری از رسانه‌هاست.

سومین گرایش موجود در حوزه تحقیقات دینی که اخیراً کانون بیشترین توجهات قرار گرفته است، ارزیابی اخبار دینی است. در اوایل دهه ۱۹۹۰ در ایالات متحده آمریکا که مرکز این‌گونه مطالعات است، سه تحقیق عمده درباره «دین و اخبار» انجام گرفته است (دارت^۱ و آلن^۲، ۱۹۹۳؛ هورر، هانلی^۳ و رادلفینگر^۴، ۱۹۸۹؛ هورر و نتورلی^۵ و واگنر^۶، ۱۹۹۵). در این زمینه، با همکاری مرکز تحقیقات آزاد رسانه‌ای^۷ در سال ۱۹۹۳ همایشی برگزار و توجه متون و نشریات مختلف علمی به این موضوع جلب شد (کارت^۸، ۱۹۹۳؛ ماتینگلی^۹، ۱۹۹۳؛ استوت^{۱۰} و بادن باوم^{۱۱}، ۱۹۹۶). به علاوه، به‌کارگیری اولین گزارشگر مذهبی در تلویزیون ای بی سی در سال ۱۹۹۳، تصدیق نمادین اهمیت روزافزون دین به حساب می‌آید (گاویر^{۱۲}، ۱۹۹۴).

این تحقیقات که (دارت و آلن (۱۹۹۳) و هورر و همکارانش (۱۹۹۵) انجام داده‌اند با تکیه بر مطالعه سنت‌های عصر حاضر، درستی فرضیه‌های روئمان و لیچتر را مورد تردید قرار داده است. روئمان و لیچتر معتقدند که خبگان رسانه‌ای در مقایسه با مردم عادی، علاقه و اعتقاد بسیار کمی به دین دارند و شاید هم اساساً با دین مخالف باشند. اما دارت و آلن (۱۹۹۳)، فقدان اخبار یا برنامه‌های دینی را بیشتر معلول غفلت خبرنگاران و سردبیران می‌دانند تا دشمنی و مخالفت آنان با دین. آنها یادآور می‌شوند که خبرنگاران از طرح دین به این دلیل ابا دارند که تصور می‌کنند برنامه‌های دینی موجب بروز تضاد و مناقشه می‌شوند. هورر و همکارانش (۱۹۹۵) می‌افزایند که هرگونه تحلیلی از برنامه‌های دینی باید با توجه به محدودیت‌های گفتمان عمومی صورت پذیرد و البته صرفاً به موضوع دین در گفتمان عمومی

1. Dart

3. Hanley

5. Venturelli

7. Freedom forum Media Studies Center

9. Mattingly

11. Budden Baum

2. Allen

4. Radelfinger

6. Wagner

8. Carter

10. Stout

12. Govier

محدود شود. اقدام رسانه‌ها به تهیه و پخش برنامه‌ها در چهارچوب همین محدودیت‌ها صورت می‌پذیرد و با درک و بینش عموم از دین و اخبار هدایت می‌شود.

تبیین مقوله دین و اخبار، مانند تبیین برنامه‌های دینی تلویزیون و البته در نقطه مقابل، توضیحات موجود درباره نقد رسانه‌های دینی، بیشتر به همت محققان رسانه‌ها صورت گرفته است و دین‌پژوهان کمتر به آن پرداخته‌اند. این تحقیقات بیشتر معطوف به تحلیل محتوایی و ادبی اخبار دینی بوده است (بادن باوم، ۱۹۸۶ و ۱۹۹۰؛ هارت، ترنر و ناپ، ۱۹۸۱؛ هیندز^۱، ۱۹۸۷). هر چند برخی از این تحقیقات نشان‌دهنده بهبود کلی برنامه‌های دینی است، اما شواهد و قرائنی وجود دارد که نشان می‌دهد استقبال از برنامه‌های مذهبی محلی، نسبت به برنامه‌های ملی، بیشتر است (هورر، ۱۹۸۹). تمام این تحقیقات به نوعی معطوف به شناخت موقعیت کشور امریکاست که در آن، با وجود سطوح عالی دین‌ورزی و دفاع دموکراتیک از جلوه‌های عام دیانت، دین همواره موضوع مجادله برانگیز و مشکل‌سازی در زمینه تولید خبر بوده است.

این تحقیقات پرسش‌های جالبی را مطرح می‌کنند، اما در زمینه طرح و بررسی مسائل دیگر با شکست مواجه می‌شوند. دین در این تحقیقات نوع خاصی از خبر به شمار می‌آید که در چهارچوب مسئولیت‌های خاص ژورنالیسم و در رقابت با مقولاتی چون ورزش، سیاست و سرگرمی طبقه‌بندی می‌شود. از آنجا که شمار اندکی از مردم به اخبار دینی علاقه دارند، این مقوله به برنامه‌ای تخصصی و کاملاً حاشیه‌ای شبیه به (تلویزیون دینی) تبدیل می‌شود.

معتقدیم که فهم ارتباط دین و رسانه در چهارچوب وسیع‌تر فرهنگ و رسانه ضروری است و حوزه تحقیقات فرهنگی، ابزار لازم برای سامان بخشیدن به موقعیت دریافت پیام را که حوزه تعامل بین دین و رسانه است، فراهم می‌کند. بنابراین، تحقیقات فرهنگی را به مثابه ابزار فهم دین ارزیابی خواهیم کرد، آن‌گونه که از جایگاه حاشیه‌ای و نهادینه آن استنباط می‌شود.

تحقیقات فرهنگی رسانه‌ها

نظریه پردازان فرهنگ در انگلستان، نقد مارکسیستی در مورد ساختار طبقاتی را برای شروع بحث خود برمی‌گزینند و از میزان تأثیرپذیری روبناهای فرهنگی از روابط اقتصادی سخن به میان می‌آورند و معتقدند که فرهنگ را باید حوزه‌ای به شمار آورد که به‌طور مشروط استقلال دارد. توصیف مشروح و

مبسوط گرامشی^۱ دربارهٔ فرایندی که در آن با ایدئولوژی حاکم هماهنگی ایجاد می‌شود، یعنی فرایند سلطه، (هژمونی) کانون اصلی تحقیقات فرهنگی کشور انگلستان را تشکیل می‌دهد. در این تحقیقات فرهنگی ابتدا سه پرسش مطرح می‌شود:

۱- نهادهای قدرت در جوامع سرمایه‌داری لیبرال برای جلب موافقت گروه‌های کوچک به پذیرفتن ایدئولوژی حاکم چگونه عمل می‌کنند؟

۲- چرا و چگونه رسانه‌ها، آزادانه به طرح و تصریح مطالب خود در چهارچوب ایدئولوژی حاکم می‌پردازند؟

۳- جریانات درست فرهنگی و خلاقیت‌های نمادین برای مبارزه بی‌امان با ایدئولوژی حاکم چگونه به کار بسته می‌شود؟ (روایت، ۱۹۹۴).

توصیف گرامشی از نقش نهاد کلیسا در فرایند سلطه مبتنی بر اینکه کلیسا حافظ وحدت ایدئولوژیک کل جامعه است (گرامشی، ۱۹۷۱) و به استحکام آن کمک می‌کند، در واقع بازتاب سخن مارکس است. این دیدگاه موجب بروز تصویری نادرست در مورد دین در بخش تحقیقات فرهنگی شده است. لذا نقش دین به عنوان نیرویی سلطه‌گر، که تنها کارکرد آن مقید کردن تعاریف مختلف از واقعیت و در نتیجه سرکوب نظرات و منازعات تلقی می‌شود، به سهولت مردود اعلام شده است.

به علاوه، دلایل دیگری نیز وجود دارد که موجب مثله شدن نظری دین در حوزهٔ تحقیقات فرهنگی شده است. فرهنگ‌گرایان در حوزهٔ رسانه‌های گروهی بر این اعتقادند که کار آنها (که انعکاس زندگی روزمره و تعامل آن با فرهنگ جمعی است) درست در نقطهٔ مقابل تحلیل «فرهنگی» هنر و دین قرار دارد. ماکرجی^۲ و شادسون^۳ (۱۹۹۱) یادآوری می‌کنند که تفاوت هنر عالی با هنر پست در دههٔ ۱۹۵۰ متأثر از نظریهٔ فرهنگ توده‌ای مکتب فرانکفورت مورد تأکید قرار گرفته است و در اصل به سال‌های آخر قرن ۱۹ برمی‌گردد که طی آن، طبقات بالای جامعه در صدد طرح تفاوت‌های فرهنگی خود با طبقات پایین جامعه برآمدند. فرهنگ جمعی، از استدلال‌های ذوقی یا زیبایی‌شناختی، که در دههٔ ۱۹۶۰ با حرکت‌های روشنگرانه نخبه‌ستیز^۴ آغاز و با اصرار و تأکید انگلیسی‌ها بر تحولات اجتماعی در میان طبقه کارگر همراه شد، رهایی یافت. ماکرجی و شادسون معتقدند که دین و هنر به عنوان موضوع پژوهش به نخبگان واگذار شده تا برای مغفول و مهجور ماندن دین، تبیینی سیاسی-اجتماعی ارائه دهند.

1. Gramsci

2. Mukerji

3. Schudson

4. Antielitist

باید به متون پایه، یعنی آثار ریموند ویلیامز^۱، ریچارد هوگارت و ثی. پی تامپسون^۲ نظر داشته باشیم. ویلیامز (۱۹۶۱) معتقد است که ارزش‌ها یا «معانی» را نمی‌توان بدون رجوع به زمینه اجتماعی مشخصی تحلیل کرد و البته این ارزش‌ها لزوماً برآمده از این زمینه اجتماعی نیست و صرفاً با آن تعیین نمی‌شود. بدین ترتیب پیام رسانه‌ها علت یا سرچشمه فرهنگ به شمار نمی‌آید، بلکه متن فرهنگی غنی و پرمایه‌ای تلقی می‌شود که موجب بصیرت و روشن‌بینی در خصوص ارزش‌ها و معانی «ساختار معرفت و احساس» یا سازمان اجتماعی و تاریخی یک عصر می‌شود. متأسفانه ویلیامز آن‌گونه که ما نیاز داریم، به صراحت به بررسی مسائل دین نمی‌پردازد و به همین خاطر توصیف او از خاستگاه معانی مشترک فرهنگی و ارزشی و چگونگی زوال و بازسازی مجدد آنها ناقص است.

هوگارت نیز همانند ویلیامز در کتاب کاربرد سواد توجه صریح و خاصی به دین نشان نمی‌دهد. مقاله او مانند مقاله تامپسون معطوف است به معرفی طبقه کارگر از درون و توجه به افراد این طبقه نه به مثابه انسان‌های منفعل استثمار شده، بلکه به مثابه نیرویی خلاق در فرآیند توسعه و بهبود سنت‌هایی که موجب وحدت و یگانگی آنان می‌شود، اما جزو ابعاد و جنبه‌های مختلف فرهنگ عامه و جریان نوسازی به حساب نمی‌آید (برای اطلاع بیشتر راجع به دیدگاه هوگارت درباره دین، به مقاله مورداک در همین کتاب رجوع کنید).

تامپسون (۱۹۶۳) از نقش دین در شکل‌گیری طبقات و منازعات طبقاتی به صراحت سخن می‌گوید. او متدیسم^۳ و مکتب اصالت سود^۴ را ایدئولوژی‌های غالب در انقلاب صنعتی قلمداد می‌کند که روند گذار از زندگی روستایی به زندگی شهری را تسهیل کرد. تامپسون معتقد است درست در زمانی که اقتصاد نیمه معیشتی^۵ روستایی فرسوده شده بود و به تدریج جای خود را به اقتصاد سرمایه‌داری می‌داد، ایدئولوژی اصالت سود و متدیسم پشتوانه لازم برای ایجاد نظم و سرکوب در مدارس، کارخانجات و حتی فعالیت‌های معمولی در اوقات فراغت فراهم کرد و موجب تشویق و ترویج نوعی زندگی اخلاقی در مسیحیان طبقات فرادستی شد که باید به وظیفه‌یاری به فقرا می‌شتافتند. تامپسون به آنچه که در دوران گذار از بین رفت جلوه آرمانی نمی‌دهد، بلکه روند رشد اعتماد به نفس در میان طبقه کارگر و دست کشیدن از عادات و اعمال ناروایی چون همسرفروشی، شهوت‌رانی حیوانی، میگساری افراطی و بازی‌ها و تفریحات خشن و خطرناک را متذکر می‌شود. او معتقد است که ایدئولوژی‌هایی که از این تحولات حمایت

1. Raymond Williams

2. E.P. Thompson

3. Methodism

4. Utilitarianism

5. Semisubsistence

می‌کردند موجب شدند که طبقهٔ کارگر برای کسب حقوق مدنی خود به صورت گروهی دست به تلاش و تکاپو بزند.

استوارت هال که یکی از پیشگامان حوزهٔ تحقیقات فرهنگی کشور انگلستان است، کتابی با عنوان *مقاومت از طریق آیین: خرده فرهنگ جوانان در بریتانیای پس از جنگ* تدوین و منتشر کرده است که برای تحقیق فعلی ما اثر امید بخشی است (هال و جفرسون، ۱۹۷۶). هال و جفرسون در دیباچهٔ کتاب در مقابل دیدگاه امریکایی، که جوانان را گروهی همگون و فارغ از طبقه و تاریخ به شمار می‌آورد، موضع‌گیری می‌کنند و اهمیت گفت‌وگو و تعامل بین جوانی و عهد شباب را با روش‌های مختلفی که طی آن هویت گروهی با رفتار یا فرآورده‌های خاصی تقویت می‌شود، یادآوری می‌کنند. متأسفانه از کلمه «مناسک» مندرج در عنوان کتاب تعریفی کلی ارائه شده است، یعنی آیین، اعمال و رفتار معمولی الگومندی به شمار آمده که مرزبندی‌های هویت اجتماعی را تعیین و تقویت می‌کند. در این تعریف، از مبانی و ریشه‌های دینی واژهٔ مناسک و نقش‌های بالقوهٔ چند بعدی دین در فرهنگ جوان غفلت شده است.

هبدیج^۱ (۱۹۷۶) جالب‌ترین بحث را دربارهٔ تعامل و ارتباط متقابل دین و فرهنگ جوانی ارائه کرده است. او بحث خود را با ارجاع خاستگاه و ریشهٔ موسیقی رگا^۲ به تجارت دوران بردگی و نقش آن در شکل‌گیری زبان سیاهان جاماییکا و تعریف مجدد مسیحیت به گونه‌ای که جوابگوی نیازهای مختلف فرهنگی‌ای باشد که خود محصول گسترش نظام مذهبی فرقهٔ راستافاری^۳ است، آغاز می‌کند. هر یک از این عناصر در تلفیق با روح موسیقی امریکا و سنت جشن پنجاهه و ریتم‌های آفریقایی موجب خلق موسیقی رگا می‌شود که هبدیج آن را «سرود راستافاری» یا موسیقی مقاومت می‌نامد. او معتقد است که جذب این موسیقی در فرهنگ جوانان سیاه‌پوست جنوب لندن، عامل ماندگاری و گسترش استقلال فرهنگی آنان شد. تحلیل هبدیج، نمونهٔ روشن و برجسته‌ای است از محاسن و مزایای فهم و درک نقش دین در گسترش فرهنگ جمعی.

با این حال، آثار و نوشته‌های دیگر مکتب بیرمنگام در جریان بررسی دین به عنوان موضوعی تحقیقی با شکست مواجه شده‌اند (هال، هابسون^۴، لاو^۵، ویلیز^۶، ۱۹۸۰؛ هابسون، ۱۹۸۲؛ مورلی^۷، ۱۹۸۰؛ ویلیز، ۱۹۷۷، ۱۹۹۰). اما این آثار از لحاظ نظری و روش‌شناسی برای کتاب حاضر سودمندند. هال در کتاب

1. Hebdige

2. reggae

3. Rastafarian

4. Hobson

5. Lowe

6. Willis

7. Morely

رمزگذاری و رمزگشایی^۱ بر این اعتقاد است که میان موقعیت اجتماعی فرد و شیوه مشاهده یا برداشت از برنامه‌های تلویزیون ارتباط وجود دارد. او برنامه‌های تلویزیون دینی را «متون گشوده‌ای»^۲ می‌داند که متضمن فرایند گفت‌وگو و تعامل میان برنامه و بیننده است. بیننده تلویزیون ممکن است با درون‌مایه و محتوای ایدئولوژیک برنامه‌های تلویزیون مخالف هم باشد. مورلی (۱۹۸۰) در تحلیلی که از فرایند «دریافت پیام» به وسیله مخاطب ارائه داده است، نتایج تحقیقات هبیدیج را تأیید می‌کند و در برانگیختن و جلب توجه رسانه‌ها به رفتار و آداب‌هایی که دارای زمینه‌های اجتماعی است نقطه عطفی به وجود می‌آورد. لال^۳ (۱۹۹۰) در جریان مشاهده تعامل و تفاعل مخاطب و فیلم‌های آمریکایی پخش شده از تلویزیون و هابسون در تبیین علت از خود بیگانه شدن برخی زنان متأثر از تلویزیون، که علیرغم این وضعیت باز هم آن را عامل تقویت هویت خود می‌دانستند، تحت تأثیر تحقیقات هبیدیج قرار داشتند. این آثار که معطوف به تحقیق درباره دریافت پیام بود و نیز سایر آثار مرتبط که در بدو امر از رویکردهای قوم‌شناختی^۴ استفاده می‌کرد، موجب ظهور مقولات تفسیری از درون بسترهای اجتماعی و فرهنگی شد و شناخت سنجیده‌تری از کاربرد رسانه در حوزه‌های فردی و جمعی فراهم آورد.

در سنت تحقیقات و مطالعات فرهنگی کشور انگلستان، محققان تحت تأثیر رویکردهای ساختارگرا و تفسیرگرا قرار داشته‌اند. این رویکردها خود از انسان‌شناسی فرهنگی نشئت گرفته و انسان‌شناسی فرهنگی نیز حوزه‌ای است که دین به‌طور سنتی یکی از موضوعات محوری آن بوده است. به قول کاسیرر^۵ (۱۹۴۴) از آنجاکه انسان موجودی نمادپرداز یا «حیوان نمادگرا» است، درک و ارتباط متقابل در درون و چهارچوب نمادهای موجود در فرهنگ ممکن می‌شود و این نقطه اشتراک مکتب فرهنگ‌گرایی آمریکا و انگلستان است. با این همه، شاخه آمریکایی این مکتب کمتر تحت تأثیر مارکسیسم قرار داشته و از سنت انسان‌شناسی و لیبرالیسم عمل‌گرا تأثیر بیشتری پذیرفته است. اهمیت خاص شاخه آمریکایی مکتب فرهنگ‌گرایی ناشی از آثار و آرای کلیفورد گیرتز^۶ انسان‌شناس است که بر فرایند معناسازی و معنابخشی در فرهنگ تأکید می‌ورزد. او معتقد است که فرهنگ، تجلی دهنده نظم اجتماعی نیست، بلکه مقوله‌ای است که در آنچه که جامعه از خود به نمایش می‌گذارد وجود دارد و در نظم اجتماعی نیز تبلور

1. Decoding and Encoding

2. Open Text

3. Lull

4. Ethnographic

5. Cassirer

6. Clifford Geertz

می‌یابد. کاری (۱۹۸۸) همانند جامعه‌شناسان مکتب شیکاگو، یعنی دیویی^۱ پارک^۲ و مید^۳ در تلاش برای تأیید و رویکرد فرهنگی در فرایند مطالعهٔ ارتباطات، قرائت جدیدی از نظریات گیرتز ارائه می‌دهد:

«دیدگاه آیینی دربارهٔ ارتباطات، معطوف به اشاعهٔ پیام در فضای جامعه نیست، بلکه معطوف به بقا و حیات جامعه در طول زمان است. این دیدگاه معطوف به نشر اطلاعات نیست، بلکه ناظر به متجلی ساختن و انعکاس اعتقادات مشترک است.»

بدین ترتیب، کاری ما را از منظر دیگری از این دانش آگاه می‌سازد که به مسائل و پرسش‌های حوزهٔ دین و رسانه، یعنی تحقیقات مربوط به مناسک دینی توجه دارد.

تحقیقات مربوط به مناسک دینی

اگرچه دین فی نفسه به داشتن جایگاه و فضایی کوچک و محدود، در تحقیقات رسانه‌ای قانع و راضی است (هوور ۱۹۹۵)، دیدگاه‌های به دست آمده از تحقیقات مربوط به مناسک، در خور و مناسب تحلیل رسانه‌ها بوده است. در حالی که برخی از نظریه‌پردازان حوزهٔ ارتباطات بر اساس دیدگاه دورکیمی کاری این نظریه را مطرح کرده‌اند که مناسک دینی در وهلهٔ اول به بقای نظام اجتماعی و تقویت هنجارها کمک می‌کند، کسانی چون اتما^۴ (۱۹۹۰) و دایان^۵ و کاتز^۶ (۱۹۹۲) با توضیح آثار ویکتور ترنر^۷، استعارهٔ کاری را بسط داده‌اند.

ترنر (۱۹۷۴) در چهارچوب تحلیل خود از نمایش‌ها و مناسک اجتماعی، مفهوم بازتابندگی^۸ فرهنگی گیرتز را بسط می‌دهد و معتقد است که هر آداب و مناسکی شامل سه مرحله است:

۱- مرحله اول که در آن شرکت‌کنندگان در مراسم از زندگی روزمره خویش منفصل (فارغ) می‌شوند.
۲- مرحله آستانه‌ای^۹ که طی آن تصورات قبلی افراد دربارهٔ نظم اجتماعی به حالت تعلیق درمی‌آید و به مقولهٔ بازتاب و توجه به تحول و تغییر امکان ظهور می‌دهد.

۳- مرحله سوم مرحله الحاق مجدد^{۱۰} است که طی آن شرکت‌کنندگان در مراسم، مستعد منزلت و موقعیتی جدید در زندگی اجتماعی می‌شوند. ترنر اعتقاد دارد که فیلم و سایر رسانه‌ها افراد را وارد مرحله

1. Dewey

2. Park

3. Mead

4. Ettema

5. Dayan

6. Katz

7. Victor Turner

8. reflexivity

9. liminal

10. reintegration

آستانه‌ای می‌کنند که طی آن از زندگی روزمره خود فاصله می‌گیرند و برای تحول آمادگی پیدا می‌کنند. این امر موجب می‌شود که مراسم عبادی در جامعه نقش خلاق داشته باشد. و نقشی محافظه کارانه ایفا نکند. (ترنر، ۱۹۸۶)

بل^۱ (۱۹۹۲) دیدگاه‌های ذات‌گرایانه فوق را در جریان بررسی آداب و مناسک نقد می‌کند. تصورات و برداشت‌های مختلف از مناسک از ثنوبتی نشئت گرفته است که اندیشه را از عمل جدا می‌کند و به قول بل، آداب را مجموعه‌ای از رفتار و اعمال به شمار می‌آورد که در آن اعتقادات جامعه صورتی رمزگونه پیدا می‌کند. بل خطای دوگانه انگاری را در جریان کاربرد واژه «آیینی کردن»^۲ بررسی می‌کند. آیینی کردن روشی است که در آن برخی فعالیت‌های خاص اجتماعی از سایر فعالیت‌ها تمایز می‌یابد:

«آیینی کردن وسیله‌ای است برای تمییز و تفکیک فعالیت‌های مختلف از یکدیگر و ایجاد تمایز کیفی میان «مقدس» و «نامقدس». آیینی کردن چنین تفکیکی را به واقعیت اندیشه ارجاع داده و فرو می‌کاهد تا به قدرت عامل و فاعل انسانی اعتلا بخشد.»

واتنو (۱۹۸۷) دست به استدلال مشابهی می‌زند و خاطر نشان می‌سازد که همه فعالیت‌هایی که ارتباطی اند چیزی را بیان می‌کنند، که تا حدودی حکم آداب و مناسک را دارند. لذا آداب بخشی از کل فعالیت‌های اجتماعی است. ماری داگلاس^۳ (۱۹۷۳) نیز که انسان‌شناسی فرهنگی است، بر ماهیت ارتباطی مناسک که مرزبندی‌های اجتماعی و فرهنگی را برجسته می‌سازد، تأکید می‌ورزد. داگلاس و واتنو، هر دو میان تحقیقات فرهنگی و دینی ارتباط مهمی می‌بینند، زیرا هر یک از این دو محقق می‌خواهند بسط و توسعه آیین را از مبانی صورت‌گرایانه آن جدا و در جریان زندگی معمولی ارزیابی کنند. گرایمز^۴ (۱۹۷۶) نیز به تبیین موضوع آداب و رسوم در زندگی روزمره می‌پردازد و آن را در بستری کلی بررسی می‌کند، نه در زمینه‌ای صرفاً دینی. گرایمز در تحقیقات خود به معرفی و توصیف راه‌هایی می‌پردازد که طی آن برگزاری جشن دینی سالانه سانتافه^۵ نه تنها بیانگر هویت جمعی معتقدان است، بلکه وسیله‌ای است تا فرقه یاد شده پیشرفت و برتری خود را همانند کمبودهایش منعکس سازد. او نمادهای شهر سانتافه را نیز هم از لحاظ تحول تاریخی آنها و هم از نظر ارتباط آنها با یکدیگر توضیح می‌دهد. وی بر این نکته تکیه دارد که نمادها در وهله اول، نظام‌هایی جاودانه هستند، با وجود این همیشه در فرایندی ناپایدار به کار می‌روند. بدین ترتیب آداب و مناسک نشانه وجود نوعی پویایی در دین و

1. Bell

2. ritualization

3. Mary Douglas

4. Grimes

5. Santafe

فرایندهای اجتماعی و مجموعه نمادهای ملازم با این فرایندهاست.

روندهای ذکر شده در فرایند بررسی و مطالعهٔ مناسک ابعاد عمومی و عملی اعمال مذهبی را برجسته می‌سازد و در نقطهٔ مقابل پنداری قرار می‌گیرد که دین را امری خصوصی می‌داند و در واقع واکنشی است به رویگردانی محققان حوزهٔ جامعه‌شناسی دین و دین‌پژوهی از بررسی نهادها و ساختارهای دینی و توجه به ابعاد فردی یا عرفانی دین. مطالعات دینی یاد شده بی‌ارتباط با کتاب حاضر نیست، هرچند در این کتاب، دین پژوهان، هم به طرح دیدگاه‌های مهمی در خصوص واقعیت دین و حضور آن در زندگی روزمرهٔ ما می‌پردازند و هم رویکردهایی را معرفی می‌کنند که به کمک آنها مسائل مربوط به معنا، هستی و بودن در زندگی روزمره (یعنی زمینه‌ای که در آن مخاطب وارد تعامل با رسانه می‌شود) بررسی می‌شود.

مطالعات دینی

در این باره که دین نهادینه شده در اروپا و امریکای شمالی از بین رفته است و اتفاق نظر وجود دارد و این روندی است که در واقع نظریهٔ دین‌زدایی را تقویت می‌کند. البته با توجه به هدف ما، این نکتهٔ پراهمیتی است که اکثر امریکایی‌ها هنوز خود را مذهبی یا معنویت‌گرا می‌دانند (روف^۱، ۱۹۹۳). البته معنای واژه‌های «مذهبی» و «معنوی» خود دچار تحول شده است. اعتبار تجارب دینی اساساً امری شخصی است. از این رو، برخی محققان و دین پژوهان به «نظریهٔ انتخاب عقلانی» روی آورده‌اند تا شیوه‌هایی را تبیین کنند که به واسطهٔ آنها، افراد با استفاده از متن نمادها و منابعی که «اندوخته» بازار دین را تشکیل می‌دهد، نظام اعتقادی خود را ایجاد می‌کنند. (فینک^۲ و ایناکون^۳، ۱۹۹۳ و ایناکون^۱، ۱۹۹۱) و یا به قول بیبی^۴ (۱۹۸۷) دین را به شکل بسته‌بندی شده در می‌آورند.

وارنر (۱۹۹۳) این فرایند را با موضوع شکل‌گیری هویت مرتبط می‌داند. اختیارگرایی نوین دینی، جریان‌گریز از مرکزی است که ویژگی‌های ماهوی فرد را به گونه‌ای طبقه‌بندی می‌کند که هویت بر اساس آن شکل می‌گیرد (ص ۱۰۷۸). در عین حال، مارتی^۵ (۱۹۹۳) خاطر نشان می‌سازد که جریان جدید اختیارگرایی معتقدانی دارد که خالق مجموعهٔ درهم آمیخته‌ای از سنت‌های مختلفند. عمل سازگاری و هماهنگی فی نفسه اهمیت دین را نفی نمی‌کند:

«اگرچه فرد مختار است با موازیت فرهنگی و مرزبندی‌های خاص اجتماعی به مقابله برخیزد، اما

1. Roof

2. Finke

3. Iannaccone

4. Bibby

5. Marty

دین همیشه عامل تعیین هویت، تعلقات و نقطه اتکای آدمی است.»

حدود دخالت منابع نمادین رسانه‌ای در این فرایندها یکی از سؤالات اصلی پژوهش حاضر است. یکی دیگر از حوزه‌های دین‌پژوهی که با کارهای معمول رسانه‌های گروهی مرتبط است ارزیابی مرزبندی‌های مبهم و نامشخص میان دین و روان‌شناسی است (اسپیلکا^۱، هود^۲ و گورساج^۳، ۱۹۸۵). جنبه‌های درمانگر دین و تأکید روزافزون بر ویژگی التیام‌بخشی در سازمان‌های شبه‌مذهبی، مانند برنامه ۱۲-گام (مارتی، ۱۹۹۳) انعکاس می‌یابد و به قول آلبانیز^۴ (۱۹۹۳) این زبان به صورت روز افزون راه خود را به حوزه عمومی باز می‌کند:

«همراه با آن چیزی که بسیاری از افراد آن را آغاز مایوس‌کننده مسائل عرفانی فردی می‌دانستند، استعاره شفابخشی مانند نوعی التیام آنها را به سوی مناسبات تشفی‌بخش با دیگران سوق داد. از این دیدگاه، حضور در حرکتی که با روحیه و خلقیات آنان به عنوان دین‌گرایان طبیعی سازگار بود، موجب اقبال آنان به اسطوره‌گیهان‌شناختی شفابخشی زمین شد و لذا در صدد ایجاد آشتی میان جامعه بشری و زمین برآمدند. شاید به دلیل توجه به اندوه و شادی مردم بود که معنویت‌گرایی جدید باب بحث درباره مردم را گشود و با خاطری آسوده به این اصل محوری روی آورد و اصول کلامی و فلسفی را و نهاد.»

بدین ترتیب، میان مطالعات دین‌شناسی و تحقیقات رسانه‌ای ارتباط وجود دارد، به گونه‌ای که در هر دو حوزه مطالعاتی، نقش مباحث درمان‌شناختی در تلویزیون ارزیابی می‌شود. میمی وایت^۵ (۱۹۹۲) متذکر می‌شود که زبان روان‌شناسی و درمان، به «تجربه و عمل تماشای برنامه‌های تلویزیون» نظم، قاعده و چهارچوب می‌بخشد. این تصور که تلویزیون به مثابه وسیله‌ای درمانی عمل می‌کند (و باید در این چهارچوب هم فهمیده شود) یکی از اجزای هم‌سنخ با گفتار و رفتار روزمره بینندگان منظم و منضبط تلویزیون است.

ارتباط عملی و تاریخی میان دین و مباحث درمانی در کار پک (۱۹۹۳) نیز مطرح شده است ولی او بیشتر به طرح و ترسیم ارتباط میان محوری و کانونی بودن مباحث درمانی در نمایش‌های تلویزیونی و تأثیر تفکر فردگرایی در میان پروتستان‌های آمریکا و اندیشه لیبرال دموکراسی می‌پردازد. مقالات بعدی این کتاب به ارزیابی شیوه‌هایی می‌پردازد که طی آنها، مخاطبان مباحث درمانی را مباحث دینی

1. Spilka

2. Hood

3. Gorsuch

4. Albanese

5. Mimi White

می‌شمارند. این مقالات در عین حال به تبیین چگونگی کاربرد مباحث درمانی در توصیف ابعاد دینی تعاملات رسانه‌های گروهی توجه نشان می‌دهند.

در کنار توجه به مباحث درمانی در حوزهٔ دیانت، ابعاد عرفانی دین نیز مجدداً مطرح می‌شود که این امر به پیچیده‌تر شدن حوزه‌های منجر می‌شود که مسائل مربوط به معنا و وجود در آن محدود به گسترهٔ شناخت مورد نظر فلسفه روشنگری بوده است. به قول آلبانیز (۱۹۹۳)، این همه تأکید بر لذات جنسی و مادی و اهمیت لمس و تماس در فرایند ارتباط، همه واکنش به گذشته‌ای است که این موضوعات در آن یا مطرح نمی‌شد یا در صورت طرح، نفی می‌شد.

روف و تایلور (۱۹۹۵) نیایش در صحن کلیسا را نوعی احساس دینی گروهی به شمار می‌آورند که عواطف و احساسات بیست و اندی نسل را در راز و نیاز با خداوند تجسم می‌بخشد. یکی از کارکردهای مهم مناسک دینی، تشفی خاطر بخشیدن به مؤمنان است که روف و تایلور معتقدند قابلیت جذب و شورآفرینی (به قول ویلیام جیمز) عرفانی دارد و می‌توان گفت معادل «مرحلهٔ آستانه‌ای» ترنر است. آنان بر این اعتقادند که غلیان عواطف و احساسات با معانی درهم می‌آمیزد و در نهایت با بسط فهم دینی تبلور یافته در مفهوم لذت متن، که محققان رسانه‌های گروهی (مثل جان فیسکه^۱، ۱۹۸۷) توصیف کرده‌اند، ربط پیدا می‌کند.

آلبانیز (۱۹۹۳) و دیگران معتقدند که موضوعات دینی از درون مباحث عمومی سر برمی‌آورد. جیندرا^۲ با طرح سؤالی مشابه دربارهٔ موقعیت دین در فرهنگ جمعی، تقدیس مفاهیم فرهنگی و درمان‌شناختی را در فرقهٔ دینی **استار تریک**^۳ بررسی کرده است. او استدلال می‌کند که این فرقه در واقع دینی غیرمرسوم است و نشان می‌دهد که پیروان آن در اعمال و مناسک دینی خود به عنوان فرایند شکل‌گیری و بقای مجموعه‌ای از قوانین شرعی یا شریعتی حضور پیدا می‌کنند و از محاسن و مزایای فن‌آوری، قدرت انسان در حل مشکلات، تشکیل هویت جمعی و مراسم عبادی برای نمایش و گفت‌وگو و نیز نشانهٔ تفاوت، ستایش می‌کنند. این پژوهش بیانگر حرکتی مهم در بررسی تعامل دین و رسانه‌های جمعی در زندگی روزمره است.

اینکه چرا موضوع درمان یا مسئلهٔ فرقهٔ **استار تریک** چنین اهمیتی در حوزهٔ عمومی پیدا کرده، سؤالی است که تاکنون بدون پاسخ مانده است. شاید تحقیقات بعدی، تطور این نمادها و مباحث را (مثل

1 Jahn Fiske

2. Jindra

3. Star Trek

موضوعات قبلی) در جلوه عمومی دین بررسی کنند. جامعه‌شناسی دین می‌تواند در زمینه روش‌شناسی به کمک مهمی کند. شمار کثیری از محققان برای ارزیابی موقعیت دین در زندگی روزمره به طرح و تنظیم معیارهای کیفی، فنون ژرف و دیدگاه‌های رو به گسترش پرداخته‌اند. تا به سایر محققان بیاموزند که چگونه به حل مسائل مبهم مربوط به معنا و وجود بپردازند (روف، ۱۹۹۳؛ استیسی^۱، ۱۹۹۰).

نتیجه‌گیری

ما در اینجا به معرفی پژوهش‌های گوناگونی پرداخته‌ایم که أحياناً در زمینه بررسی ارتباط میان دین، فرهنگ و رسانه، پژوهش‌های شاخصی هستند و نتیجه این تأمل، شناسایی حداقل شش حوزه مطالعاتی بود که به نظر می‌رسد مستحق شناسایی و معرفت بیشتری است:

۱- حوزه‌های اول و دوم به پالایش و بسط پژوهش‌های جاری می‌پردازد: بررسی «دین و اخبار» که بر تهیه‌کنندگان متون و مخاطبان تأکید می‌ورزد (دارت و آلن، ۱۹۹۳؛ هورر، ۱۹۹۵؛ استوت و بادن باوم، ۱۹۹۶) و تحقیقات مربوط به «تلویزیون دینی» (بروس، ۱۹۹۰؛ پک، ۱۹۹۳). تحقیقات اخیر در هر یک از این زمینه‌ها به بسط دانش مربوط پرداخته و نظرات بدیع و جالبی ارائه کرده‌اند (ر.ک. لیندرمن در همین کتاب).

۲- سومین حوزه‌ای که دارای قابلیت بیشتری برای تحقیق است، در آثار هیدیچ (۱۹۷۶) در خصوص موسیقی رگا و تحلیل جیندرا (۱۹۹۴) از فرقه استارترک بازتاب یافته و تأثیر متقابل تفکر دینی و فرهنگ عامه را بررسی کرده است. هیدیچ، بررسی ریشه‌های تاریخی سبک و متون خاص مذهبی را پیگیری کرده است و جیندرا، شیوه‌هایی را مورد بررسی قرار داده که طی آن دین در زندگی روزمره آدمیان و در قوالب و صور برآمده از فرهنگ جمعی تبلور یافته است. همان‌گونه که کرجی و شادسون (۱۹۹۱) خاطر نشان می‌سازند، تحقیق قابل توجهی در زمینه روابط متقابل دین و فرهنگ عامه صورت نگرفته است. با این همه، علاقه‌مندان به این موضوع روز به روز در حال افزایش هستند. (کلارک^۲، ۱۹۹۶؛ پاردان^۳ و مک‌کی^۴، ۱۹۹۴). انجام دادن چنین پژوهش‌هایی مستلزم فهم فرهنگ عامه و دین عامه است (ر.ک. مقالات گونالس و هورر در فصول مختلف این کتاب).

۳- چهارمین حوزه مطالعاتی را آلبانیز (۱۹۹۳) در زمینه «اشکال جدید معنویت، مطرح کرده است. او

1. Stacey

2. Clark

3. Pardun

4. Mckee

در آثار خود توضیح می‌دهد که به چالش گرفته شدن شاعر و نمادهای دینی و تنگناها و محدودیت‌هایی که در حوزه عمومی گریبانگیر دین شده است، چگونه موجب شکل‌گیری گفتمان عمومی و جمعی دربارهٔ دین می‌شود. اگرچه قبلاً در این زمینه تحقیقاتی صورت پذیرفته بود (هوبر و کلاردک، ۱۹۹۵؛ ردال، ۱۹۹۵)، اما در زمینهٔ تحلیل ساختار هویت جمعی و روابط پیچیدهٔ نهادهای دینی و رسانه‌ها، مطالب ناگفته فراوان است. (ر.ک. مقالات لاندبی، بار-هایم و بادارا کو در فصول مختلف این کتاب).

۴. پنجمین حوزه مطالعاتی را میمی وایت (۱۹۹۲) و پک (۱۹۹۲) در خصوص «گفتمان درمان محور رسانه مطرح کرده‌اند. همان‌گونه که حوزهٔ دین‌پژوهی به تبیین رابطهٔ ابعاد روان‌شناختی و مذهبی انسان در دو ساحت خصوصی و عمومی می‌پردازد، چگونگی تبلور و تجلی دینی فرهنگ جمعی (هم در تجلیات و متون عمومی و هم در تصور مخاطبان) نیز باید تبیین شود (ر.ک. به مقالهٔ پک در این کتاب).
۵. دشمین حوزه که شاید تحقیقات کمتری در آن صورت پذیرفته، لزوم ارزیابی همزمان عواطف و احساساتی است که هم در حوزه دین (روف و تایلور، ۱۹۹۵) و هم در حوزهٔ رسانه بروز پیدا می‌کند (فیسکه، ۱۹۸۷).

ذیل این حوزه‌ها سه موضوع وجود دارد که مرتبط با تحقیق کنونی ماست:

- ۱- اولین موضوع، گذار از مدرنیته به پسامدرنیته است که خود نقش همسان‌سازی، فراملیتی شدن^۱ و جهانی شدن و در مجموع، مساعد شدن زمان و مکان، هم در رسانه و هم در اعمال و رفتار دینی را به‌طور همزمان مورد تأکید قرار می‌دهد. (ر.ک. به فصول این کتاب و مقالات مورداک، وایت، کریستیانز).
- ۲- دومین موضوع که برآمده از متن موضوع نخست است، موضوع تحول هویت، چه به صورت فردی و چه به صورت جمعی است. بلا و دستیارانش یادآوری کرده‌اند که معناجویی که غالباً با مذهب عجین است، برای بسیاری از افراد به صورت جستجوی خویشتن و تبلور آن در فردگرایی امریکایی درآمده است و بدین ترتیب زمینهٔ ارتباط میان دین و تکوین هویت را فراهم می‌آورد. تحقیقات موجود در زمینهٔ شکل‌گیری هویت فردی و مذهب بر این نکته تأکید دارد که افراد، خود هویت را می‌سازند اما این کار در چهارچوب مناسب و با اتکا به اعتبار فرهنگی صورت می‌گیرد که در متن آن زندگی می‌کنند و خود را در آن می‌یابند. رسانه فرایند هویت‌بخشی را به صورت کاملاً ایمن و بی‌خطر فعلیت می‌بخشد تا مخاطب بتواند تشخیص دهد که چه کسی است یا چه کسی نیست (ر.ک. فصول این کتاب و مقالات مارتین باربرو، بادارا کو و پک). همچنین، به واسطهٔ هضم و تحلیل حوزهٔ عمومی در درون حوزهٔ عمومی رسانه‌ای،

رسانه‌ها به میدان و مجمع عمومی بحث و گفت‌وگو درباره هویت فرهنگی تبدیل شده‌اند.

۳. موضوع سوم که برآمده از دو موضوع پیشین است، موضوع پست مدرنیستی «بازآفرینی خلاقانه متن یا برنامه در حوزه مخاطبان» است و نیازمند اطلاعات بیشتر در خصوص نقش دین در این فرایندیم، مثلاً باید بدانیم که مردم از متون رسانه‌ای موجود چه بهره‌ای می‌برند و چگونه آن را در خدمت روایات و قصص دینی قرار می‌دهند. آیا این روایات با اسطوره‌های کهن ادیان توحیدی (ابراهیمی) ارتباط دارند یا خیر؟ و آیا با سایر ادیان (مثلاً دین عرفی^۱ یا سایر سنن دینی) سازگارند یا نه؟ این برداشتها چگونه بر تولیدات رسانه اثر می‌گذارند؟ (ر.ک. مقالات وایت، توماسلی، شپرسون و الکساندر).

بحث ما کلاً راجع به برداشت وسیع‌تری از دین بود که مسائل موجود در باب معنا، هویت و هستی‌شناسی را در ضمن تحقیقات فرهنگی مطرح می‌سازد. این کار هم برای تحقیقات رسانه‌ای و هم برای مطالعات دین‌پژوهی لازم و ضروری است، زیرا هر دو حوزه یاد شده در زندگی روزمره آدمیان با هم ارتباط می‌یابند. مذهب، مبنای تولید و برداشت از گفتمان‌های رسانه است، در حالی که تصاویر، روایات و نمادهای رسانه به منزله منبع و مبنای شکل‌گیری ساختار هویت دینی فردی و جمعی است. حقیقت آن است که اهمیت رسانه دینی باید نه موجب نگرانی شود و نه موجب غفلت از آن، بلکه باید باعث آن شود که درباره روش‌هایی که نقش دینی رسانه را در زندگی مردم بازتاب می‌دهد، اطلاعات بیشتری کسب کنیم.

مراجع

- Abelman, R. (1990). The selling of salvation in the electronic church. In R. Abelman & S.M. Hoover (Eds.), *Religious television: Controversies and conclusions* (pp.173-183). Norwood, NJ: Ablex.
- Albanese, C. (1993, May) Fisher kings and public places: The old new age in the 1990s. *Annals of the American Academy*, 527, 131-143.
- Armstrong, B. (1979). *The electric church*. Nashville/New York: Thomas Nelson.
- Amtsen, H. (1993). *The battle of the mind : International Media elements of the new religious political right in Zimbabwe*. Unpublished thesis, Department of Media and communication, University of Oslo, Norway.
- Baum, G. (1993). The church and the mass media. In J. Coleman & M. Tomka (Eds.), *Mass media*, (pp. 63-69. Maryknoll, NY: Orbis).
- Bell, C. (1992). *Ritual theory , ritual practice*. New York: Oxford University press.
- Bellah, R., Madsen, R., Sullivan , W, M., Swidler, A., & Tipton, S.N . (1985). *Habits of the heart: Individualism and commitment in American life*. Berkeley: University of California press.
- Benson, D. (1988). *The visible church*. Nashville, TN: Abingdon.
- Berger, P. (1969). *The sacred canopy: Elements of a sociological theory of religion*. Garden City , NY: Anchor.
- Bibby , R. (1987). *Fragmented gods*. Toronto: Irwin.
- Bommershine, T. (1987). Religious education and media change: A historical sketch, *Religious Education*, 82(2), 269-278.
- Boorstin, D. (1972). *The image: A guide to pseudo-events in America*. New York: Atheneum.
- Bruse, s. (1990). *Pray Tv: Televangelism in America*. London: Routledge & Kegan

Paul.

- Buddenbaum, J. (1986). Analysis of religion news coverage in three major newspapers. *Journalism Quarterly*, 63, 600-606.
- Buddenbaum, J. (1990). Religion news coverage in commercial network newscasts. In R. Abelman & S. Hoover (Eds.), *Religious television: controversies and conclusions*. Norwood, NJ: Ablex.
- Carey J. (1988). *communication as culture*. Boston: Unwin Hyman.
- Carter, S. L. (1993). *The culture of disbelief: How American law and politics trivialize religious devotion*. New York: Basic books.
- Cassirer, E. (1994). *An essay on man: An introduction to a philosophy of human culture*. New Haven, CT: Yale university Press.
- Clark, L. S. (1996, January). *Media, meaning, and the lifecourse: Religious imagery in the music video "One of Us" and its interpretation by Gen Xers*. Paper presented at the Media, Religion, and Culture Conference, Boulder, CO.
- Dart, J., & Allen, J. (1993). *Bridging the gap: Religion and the news media*. Published report of the Freedom Forum First Amendment Center, Vanderbilt University, Nashville, TN.
- Dayan, D., & Katz, E. (1992). *Media events: The live broadcasting of history*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Douglas, M. (1973). *Natural symbols*. New York: Random House.
- Ettema, J. (1990). Press rites and race relations: A study of mass-mediated ritual. *Critical studies in Mass communication*, 7(4), 309-331.
- Ewen, S. (1976). *Captains of consciousness: Advertising and social roots of the consumer culture*. New York: McGraw-Hill.
- Finke, R., & Iannaccone, L. (1993, May). Supply-side explanations for religious change.

- Annals of the American Academy*, 527,27-39.
- Fiske, J.(1987). *Television culture*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Fore, W.(1987). *Television and religion: The shaping of faith, values, and culture*. Minneapolis, MN: Augsburg.
- Fore, W.(1990). *Mythmakers: Gospel, culture, and the media*, New York: Friendship press.
- Geertz, C.(1973). *The interpretation of cultures*, New York: Basic Books.
- Govier, G.(1994, May). Religion Reporter at ABC. *The communicator* (Radio-Television News Directors Association) pp.23-24.
- Gramsci, A.(1971). *Selections from the prison notebooks*. (Q.Hoare & G. N. Smith,Trans). New York: International Publishers.
- Grimes, R.(1976). *Symbol and conquest: Public ritual and drama in santa Fe*. Albuquerque: University of New Mexico Press.
- Gunter, B., & Viney, R.(1994). *Seeing is believing: Religion and television in the 1990s*. London: John Libbey.
- Hadden, J., & Shupe, A.(1988). *Televangelism: Power and politics on God's frontier*. New York: Henry Holt.
- Hall, S.(1980). Encoding/ decoding. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P.Willis (Eds.), *Culture, media, Language*. London: Hutchison.
- Hall,S., & Jefferson. T.(Eds). (1976). *Resistance through rituals: Youth subcultures in post-war Britain*, London: Center of Contemporary Cultural studies.
- Hart,R.Turner,K, & Knupp, R.(1981). Arhetorical profile of religious news : *Time*, 1947-1976. *Journal of Communication*, 31,3.
- Hebdige, D.(1976) . Reggae , rastas and rudies. In S.Hall & T.Jefferson (Eds), *Resistance through rituals : Youth subcultures in post - war Britain*, London: Center for Contemporary Cultural Studies.

- Hobson , D.(1982). "Crossroads": *The drama of a soap opera*. London: Methuen.
- Hoggart, R.(1957) . *The uses of literacy*. London: Chatto and Windus.
- Hoover, S.M. (1988). *Mass media religion: The social sources of the electronic church*. Newbury park, CA: Sage.
- Hoover, S.M. (1990). Ten myths about religious broadcasting. In R.Abelman & S.Hoover (Eds), *Religious television: Controversies and conclusions*, (pp. 23-39). Norwood, NJ: Ablex.
- Hoover, S.M. (1995, Winter). Media and moral order in post-positivist media studies. *Journal of Communication*, 136-145.
- Hoover, S.M, & Clark , L. (1995, October). Negotiating the boundaries between religion and the media : A case study of the re-imagining controversy. Paper presented at the annual meeting of the society for the scientific study of Religion, St. Louis , Mo.
- Hoover, S.M. Hanley, B. & Radelfinger , M(1989). RNS - Lilly study of religion reporting and readership in the daily press. Unpublished manuscript, Temple University, Philadelphia, PA.
- Hoover , S.M, Venturelli , S, & Wagner . S. (1995). Religion in public discourse: The role of the media, Unpublished manuscript, Center for Mass Media. Research, University of Colorado , Boulder.
- Hynds, E. (1987). Large daily newspapers have improved coverage of religion. *Journalism Quarterly*, 64,444-448.
- Iannaccone, L. (1991). The consequences of religious market structure. *Rationality and Society*, 3,156-177.
- Jensen, J. (1990). *Redeeming modernity : Contradictions in media Criticism*. New bury, park, CA: Sage.
- Jindra, M. (1994). Star Trek fandom as a religious phenomenon. *Sociology of*

Religion, 55(1), 21-51.

Lichter, R., Rothman, S., & Lichter, L. (1986). *The media elite*. New York: Adler & Adler.

Linderman, A. (1996). The reception of religious television: Social semiotics applied to an empirical case study. *Acta Universitatis Upsaliensis, Psychologia et Sociologia Religionum* 12. Stockholm: Almqvist & Wiksell International.

Lull, J. (1990). *Inside family viewing: Ethnographic research on television's audiences*. London and New York: Routledge.

Lundby, K. (1996, January). *Media, religion and culture in community communication: Case studies in Zimbabwe and Norway*. Paper presented at the Conference on Media, Religion and Culture, University of Colorado, Boulder, CO.

MacDonald, D. (1962). *Against the American grain*. New York: Random House.

Mander, J. (1978). *Four arguments for the elimination of television*. New York: William Morrow.

Marty, M. (1993, May). Where the energies go. *Annals of the American Academy*, 527, 11-26.

Mattingly, T. (1993, July / August). Religion in the news: Are we short-changing readers and ourselves with biases that filter news? *Quill*, 12-13.

Melchert, C. (1994). TV: A Competing religion, PRISM: A Theological Forum for the UCC, pp. 88-96

Morley, D. (1980). *The "Nationwide" audience: Structure and decoding*. London: British Film Institute.

Muggeridge, M. (1977). *Christ and the media*, Grand Rapids, MI: Eerdmans.

Mukerji, C., & Schudson, M. (1991). Introduction: Rethinking popular culture. In *Rethinking Popular Culture: Contemporary perspectives in cultural*

- studies*. Berkely: University of California Press.
- Neuendorf, K. (1990). The public trust versus the almighty dollar. In R. Abelman & S.M. Hoover (Eds.) *Religious television : Controversies and conclusions* (pp.71-84) . Norwood , NJ: Ablex.
- Nyborg , G . (1995), *Conquest , dominance or spiritual reformaion? Bolivian Quechua families watching U.S. televangelism*. Unpublished doctoral dissertation, University of Bergen. Norway.
- Olasky, M . (1988). *The prodigal press : The anti-Christian bias of the American news media*. Westchester, IL: Crossway.
- Owens, V.S. (1980). *The total image : Or selling Jesus in the modern age*. Grand Papids, MI: Eerdmans.
- Pardun , C., & McKee, K.(1994 , August). *Strange bedfellows: Symbols of religion and sexuality on MTV*. Paper presented to the Mass Communication and society Division , Association for Eduction in Journalism and Mass Communication, Atlanta , GA.
- Parker , E., iman. E., & Snyder , R. (1948). *Religious radio: What to do and how* . New York : Harper and Brothers.
- Peck , J. (1993). *The gods of televangelism : The crisis of meaning and the appeal of religious television*. Cresskill , NJ: Hampton.
- Poltrack , D. (1983). *Television marketing : Network , local, and cable*. New York : McGraw - Hill.
- Postman , N.(1985). *Amusing ourselves to death : Public discourse in the age of show business*, New York : Viking.
- Redal , W. (1995 , May). *Waging the culture war : Media strategies of the Christian right*. Paper presented at the International Communication Association, Albuquerque, NM.

- Roof, W. (1993). *A generation of seekers: the spiritual journeys of the baby boom generation*. San Francisco: Harper.
- Roof, W., & Taylor, S. M. (1995). The force of emotion : James' reorientation of religion and the contemporary rediscovery of the boby. In D.Capps & J. Jacobs (Eds.), *The struggle for life : A companion volume to William James' The Varieties of Religious Experience* (Monograph No.7). West Lafayette, IN : Society for the Scientific study of Religion.
- Schultze, Q. (1991). *Televangelism and American culture : The business of popular religion*. Grand Rapids, MI : Baker.
- Shawchuck, N., Kotler P., Wrenn, B, & Rath, G. (1992). *Marketing for congregations : Choosing to serve people more effectively*. Nashville, TN : Abingdon.
- Spilka, B. Hood, R., & Gorsuch, R. (1985). *The psychology of religion*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Stacey, J. (1990). *Brave new families : Stories of domestic upheaval in late twentieth century America*. New York : Basic Books .
- Stout, D., & Buddenbaum, J.M. (Eds.) . (1996). *Religion and media : Audiences and adaptations*. Thousand Oaks, CA : Sage.
- Thoman, E. (1993). Media, technology, and culture : Re-imagining the American dream. *Bulletin of Science, Technology and Society*, 13 (1) 20-27.
- Thompson, E. (1963). *The making of the English working class*, New York : Vintage.
- Turner, V. (1974). *Dramas, fields and metaphors : Symbolic action in human society*. Ithaca, NY: Cornell University Press.
- Turner, V. (1986). *The anthropology of performance*. New York : Performing Arts Journal Publications.
- Warner, R. (1993). work in progress toward a new paradigm for the sociological study

- of religion in the United States. *American Journal Sociology*, 98(5), 1044-1093.
- White, M. (1992). *Tele-advising: Therapeutic discourse in American television*. Chapel Hill , NC: University of North Carolina Press.
- White, R. (1991). Televangelism and the religious uses of television. *Communication Research Trends*, 11 (1)2-33.
- White , R. (1994). Audience " interpretation" of media : Emerging perspectives . *Communication Research Trends* , 14(3),3-40.
- Williams,R. (1961). *The long revolution*. London: Chatto & Windus.
- Willis,P. (1977). *Learning to labor : How working class kids get working class jobs*, Farnborough, UK: Saxon House.
- Willis, p.(1990). *common culture: symbolic work at play in the everyday cultures of the young*. Boulder, Co: Westview press.
- Wolfe , K. (1984) . The Churches and the British Broadcasting Corporation 1992-1956: *The politics of broadcast religion*. London: SCM Press.
- Wuthnow, R.(1987). *Meaning and moral order : Explorations in cultural analysis*. Berkeley : University of California Press.



فصل سوم

نقش دین و رسانه در ساخت فرهنگ

رابرت ای. وایت

پرسش‌های موجود درباره سیاست‌ها و تأثیرات فرهنگی مجریان و گویندگان مذهبی با گرایش‌های بنیادگرایانه در سنت‌های گوناگون مذهبی، موجب طرح بسیاری از مباحث گذشته درباره دین و رسانه در مباحث عمومی شده است؛ پرسش‌هایی از این دست که آیا دین جزو میراث فرهنگی همگانی است یا به حوزه زندگی خصوصی افراد که به بهترین وجه در درون آنها به ودیعه گذاشته شده است، مربوط می‌شود؟ آیا زوال برخی از ادیان صاحب شریعت اجتناب ناپذیر بودن روند دین زدایی را تأیید می‌کند؟ و آیا ظهور جنبش‌های جدید دینی حکایت از احیای امور مقدس و حضور مجدد آنها در حوزه عمومی دارد؟ این حیرت‌ها، پرسش‌ها و دل مشغولی‌ها درباره نقش عمومی دین، به ویژه در برنامه‌های رادیو - تلویزیونی، بیانگر نفی قطعیت‌های گذشته در حوزه جامعه‌شناسی دین و نیز بیانگر نیاز به تغییر سرمشق^۱ در نظریه‌های دین، فرهنگ و رسانه است.

رویکردهایی که دین را در گفتمان‌های عمومی مورد توجه قرار داده‌اند، از نظریه‌های اجتماعی درباره دین و فرهنگ پیروی می‌کنند و این مصداق دیگری از تفسیر مضاعف^۲ است که گیدنز (۱۹۸۴) مطرح کرده است. در این تفسیر، از سطح قشری و ظاهری تفسیر معنا در زبان عرفی، عدول و به لایه‌های عمیق‌تر تفسیر که فرا زبان علوم اجتماعی آن را گسترش داده است، توجه می‌شود. این روند سیاسی - اقتصادی روشنگرانه، نافی اصل و تفکری بوده که مباحث الهیات و دین‌شناسی را اساس وفاق اجتماعی می‌دانست و نقش دین را در فرایند توسعه جوامع صنعتی تا اندازه‌ای مهم قلمداد می‌کرد.

1. Paradigm

2. Double Hermeneutic

نظریه‌های اجتماعی دین تابع دور و تسلسل شد. رویکرد دورکیمی، احساسات دینی را مبنای همبستگی اجتماعی جوامع در حال نوسازی به شمار می‌آورد. ماکس وبر، دین را منبع انگیزش و محرکی برای فرد و جامعه می‌دانست که در فرایند توسعهٔ صنعتی ضروری بود. ارنست ترویلکه^۱ دین را اساس اخلاقی مثبتی می‌دانست که در ایجاد نظم نوین اجتماعی مؤثر بود. اما از دیدگاه مارکسیسم، دین مانعی بود که باید جای خود را به دین عرفی «توسعهٔ سوسیالیستی» می‌داد. به هر تقدیر، تمام این دیدگاه‌ها تأثیرات مختلف دین را صرفاً به ایفای نقش در پیشرفت صنعتی جوامع مدرن تنزل دادند. (بک فورد^۲ و لاک من^۳، ۱۹۸۹)

هنگامی که حوزهٔ عمومی و دولت یکی انگاشته شد، مقالات و مندرجات نشریات و سایر رسانه‌ها بعضاً تهدیدی علیه وفاق اجتماعی تلقی شد و یا همانند دین به ساحت خصوصی آدمیان رانده شد و یا به صورت شکل خاصی از گردش اطلاعات که برای پیشرفت صنعتی ضروری است، وارد حوزه عمومی شد. بعدها، برنامه‌های تلویزیونی برنامه‌هایی به شمار آمدند که دارای کارکردی کلی برای نظم و مقررات عمومی‌اند، اما فقط از سر اکراه و برای ایجاد نظم و ترتیب تکنیکی مطرح شد و شگفت‌آور نیست که تحقیقات دینی و رسانه‌ای با وجود ایفای نقش مشترک در حوزهٔ عمومی، از لحاظ گسترش روابط متقابل نظری پیشرفت اندکی داشته است.

هنگامی که برنامه‌های رادیو و تلویزیون در دههٔ ۱۹۲۰ آغاز شد، اندیشه دربارهٔ نقش دین و رسانه‌ها در توسعهٔ ملی موجب طرح و تدوین چهارچوبی برای وارد کردن دین به معنای اعم کلمه در برنامه‌ها شد. حضور دین در رسانه‌های جدید به ورود رسانه‌ها به ساحت خصوصی خانواده‌ها که قبلاً تنها در اختیار دین بود، مشروعیت بخشید و برنامه‌های رادیو و تلویزیون را به تأیید نوعی دین عرفی (که بلاً به توصیف آن پرداخته) واداشت رهبران دینی با سیاستمداران و گویندگان و مجریان رادیو و تلویزیون باب دوستی را گشودند و تضمین کردند که «پیام‌های دینی‌شان» زبانی غیرفرقه‌ای داشته باشد و با هدف پیشرفت و اعتلای همگانی و عقل‌ورزی ابزاری و ملت‌سازی ابداع شود. گروه‌های فرقه‌گرا از امکان پخش اعتقادات خود از طریق رادیو و تلویزیون محروم شدند (هورسفیلد، ۱۹۸۴، ص ۳۸).

جنبش‌های پست مدرنیستی دههٔ ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ به نفی رویکرد عهد ویکتوریایی دربارهٔ روابط متقابل دین و رسانه در عرصهٔ مباحث عمومی پرداختند. این اندیشهٔ جدید، سخن از جهان بینی‌ای به

1. Ernest Troeltsch

2. Beckford

3. Luckmann

میان آورده که مبثنی بر عقلانیت ابرازی است و ادعا می‌کند که هر خرده فرهنگی، خواه مبثنی بر قومیت باشد و خواه مبثنی بر نژاد یا زبان، جنسیت، علائق و منافع شخصی، محلی و فرقه‌ای، معرفت‌شناسی^۱ و منطق خود را دارد. همه خرده فرهنگ‌ها باید چهارچوب معنا بخشی داشته باشند که به آنها در حوزه عمومی هویت بخشد. تحقق و فعلیت یافتن تعبیر تازه «دموکراتیک کردن»^۲، همانند مفهوم خصوصی‌سازی، به‌طور ناگهانی خرد پسند و ممکن شده است. فرایند دموکراتیک کردن به مقررات‌زدایی^۳ از حوزه عمومی و تکوین نوعی وفاق می‌انجامد که مبثنی بر خط مشی‌های انتخاباتی و موضوعات مجزاست. برخورد فرهنگ‌ها پدیده خوف انگیزی است، اما به نظر می‌رسد که در خصوص حوزه عمومی، نظریه جدیدی وجود ندارد که به توضیح و تبیین آنچه که در عمل رخ می‌دهد، بپردازد (هانتر، ۱۹۹۱؛ واتنو، ۱۹۸۹).

حوزه دین پژوهی از ابطال برداشت‌ها و تصورات قرن نوزدهمی درباره دین و جامعه آگاه است و در صدد ارائه صورت نظری جدیدی برآمده که توانایی تبیین پدیده‌های دینی (نه صرفاً جنبش‌های جدید دینی) مربوط به زمان‌ها و مکان‌های مختلف را داشته باشد. دین لزوماً عامل وحدت جامعه نیست، بلکه معطوف به چیزی فراتر از سازمان و ساختار کنونی جامعه است و مستعد آن است که از لحاظ اجتماعی موجب تفرقه، از لحاظ فرهنگی موجب ایجاد خلسه و وجد و از لحاظ سیاسی باعث انقلاب و شورش شود (بک فورد ۱۹۸۹). جامعه‌شناسان دین در حال کنار گذاشتن مدل‌های ساده و تک خطی دین و جامعه‌اند که آهنگ یکنواخت و مستمر غیردینی شدن را فرض می‌گیرند (وارنر، ۱۹۹۳). برای دریافت تجلیات مختلف دین در هزاران زمینه سیاسی - اجتماعی و همه ساختارهای اجتماعی، توانایی و آمادگی نظری و روش‌شناختی لازم است. انگیزه‌ها و آمال دینی، به عنوان اموری که صرفاً معطوف و محدود به نهادهای خاص یا کلیسا هستند، مورد توجه قرار نمی‌گیرد. احساس امور مقدس و احساسات دینی ممکن است بخشی از روند احیای مجدد دین، مناسب مذهبی و حرکت‌های دینی باشد، اما حتی در این حالت هم بیشتر به عنوان نمادهای عمومی و مستقل (معنای غایی، قدرت مطلق، قهر و لطف متعالی، ملحوظ واقع می‌شوند (بک فورد، ۱۹۸۹).

تحقیقات رسانه‌ای نیز در حال وانهادن سرمشق و الگویی است که رسانه‌ها را تا سرحد ابزار انتقال و انتشار اطلاعات ضروری برای پیشرفت‌های سریع صنعتی تنزل می‌دهد (رولاند^۴، ۱۹۸۳). در این تحول،

1. epistemology
3. deregulation

2. democratization
4. Rowland

به جمع‌كشيري از عاملان توجه مي‌شود كه معاني فرهنگي را هم در قلمرو رسانه خلق مي‌كنند و هم در محدودهٔ تلاش مخاطباني كه براي تبیین و تعيين هويت خود با رسانه‌ها وارد تعامل مي‌شوند (مورلي، ۱۹۹۲).

اين فصل به آرزيايي گرايش نوظهوري در حوزه دين پژوهي و تحقيقات رسانه‌اي مي‌پردازد كه در صدد است درباره دين و رسانه‌ها در حوزه عمومي نظريه‌پردازي كند. اين نظريه‌پردازي مبتني بر اصل پست‌مدرنيستي كثرت‌گرايي فرهنگي^۱ افراطي است. يعني از يك طرف بر نياز و حق مطرح كردن و برجسته ساختن اهميت هويت‌هاي مختلف در حوزه عمومي تأكيد مي‌كند و دايماً به نفي اعتبار و درستي (مطلق) فرهنگ ملي، زبان و يا دين واحد مي‌پردازد و از سوي ديگر به موضوع جديد ضرورت تحقق صلح جهاني و اجماع فرهنگي از طريق گفت‌وگو دامن مي‌زند؛ اجماعي كه همه افراد و خرده‌فرهنگ‌ها بتوانند بدون هيچ مانع و رادعي بخشي از هويت خود را در آن مشاهده كنند.

پرسش اصلي اين فصل اين است كه چگونه استقلال گفتماني و امر مقدس كه ملازم با وحدت، غايت و تعالي است، در حوزه عمومي‌اي كه بسيار كثرت‌گرا، غير ديني، سلطه‌طلب و عمل‌گراست، امكان بروز مي‌يابد.

موضوع اصلي اين فصل، مخالفت نوگرايان با ايجاد تقابل بين امور مقدس و نامقدس، ميان تخيلات شاعرانه و عقلانيت ابزاري، امور ذهني و عيني، فرد و جامعه، تكثرت‌گرايي و يقين و قطعيت فردي است كه به بهترين شكل در اصطلاحاتي تبلور يافته است كه گيدنز (۱۹۸۴) آنها را ثنويت‌هايي^۲ مي‌نامد كه موجد و فراهم آورندهٔ شرايط و ويژگي‌هاي خاصي براي يكديگرند. مقدس و نامقدس دو مبحث مستقل اما به هم پيوسته است كه در مقولات معنا بخش متعدد، ابعاد و حالات مختلف هستي را تعبير و تفسير مي‌كند (جنسن، ۱۹۹۵). به قول بلا (۱۹۷۰؛ واتنو، ۱۹۹۲)، واقعيت نمادين و مستقل امر مقدس، مؤيد همان درجه از استقلال براي امور نامقدس است. تخيلات و مكاشفات از پيش شكل گرفته در چهارچوب آن چيزي كه جنسن (۱۹۹۵) فرهنگ فرازماني^۳ مي‌خواند، به راحتی قابل مقايسه با فرهنگ مقيد به زمان^۴ انسان مصلحت‌اندیش و عمل‌گرا نيست و با فرهنگ زمان‌مند نمي‌توان به اندازه‌گيري فرهنگ فرازماني پرداخت، بلكه برعكس، اين دو فرهنگ مكمل و مابين يكديگرند. اين نظريه برخلاف رويكرد نوگرايان، مبني بر تأييد و تقويت روند دين‌زدائي يا تقدس‌زدائي و تأكيد بر كارآمد ساختن ابزارگرايانه

1. Cultural Pluralism

2. Dualities

3. time-out culture

4. time-in culture

قاعده و هنجار گفتمان عمومی، اصل ثنوی مقدس - نامقدس را فرایند تأیید متقابل و مستمر امور مقدس - نامقدس به شمار می‌آورد که طی آن مقدس به طرح و برجسته کردن «نامقدس» می‌پردازد و نامقدس نیز به برجسته کردن امر مقدس.

دین و رسانه‌های گروهی به عنوان موضوع پیش‌فرض‌های بازتابی فرهنگ

تحقیقات رسانه‌ای و مطالعات دین‌پژوهی به واسطه پیوستگی گسترده با علوم فرهنگی، خود را از تنگنای محدود و (تحویل‌گرایی)^۱ ایجاد همگرایی و همبستگی اجتماعی و یا تسریع در روند نوسازی آزاد کرده‌اند و سلسله اصول و مبانی مشترکی را به مثابه موضوعاتی که رشد همگرا و همبسته فرهنگ‌ها را تنظیم، تکمیل و هدایت می‌کنند، مطرح ساخته‌اند (گیرتز، ۱۹۷۳؛ واتنو، ۱۹۹۲).

هم تحقیقات دینی و هم پژوهش‌های مربوط به حوزه ارتباطات جمعی مسبوق به این پیش‌فرض است که انسان هم درباره تاریخ گذشته و هم درباره آینده خود تصوراتی را می‌آفریند. رسانه‌ها و دین هر دو خود را متکی بر حوزه معانی مشترک یا عرف می‌دانند. از یک طرف، دین و رسانه‌ها، هر دو مستقل از این حوزه به طرح معانی بدیل و رقیب برای تاریخ می‌پردازند و از سوی دیگر دائماً انسجام درونی جهان معانی ساخته شده را حفظ و تقویت می‌کنند. هم حکیمان و هم ادیبان با طرح مباحث عمومی، به قصد تبیین اصیل و ناصیل، عقلانی و غیرعقلانی، درصدد شناخت راه‌ها و سازگار کردن این قواعد با وضعیت جدید بر می‌آیند.

تحقیقات دینی رسانه‌ای یکی از مصادیق آن چیزی است که گیدنز (۱۹۸۴) در نظریه اجتماعی با عنوان «بازتابی بودن» از آن یاد می‌کند. از آنجا که توضیح و پیش‌بینی رفتار دینی و عملکرد رسانه‌ها (به عنوان رفتار یا عملکردی که ضرورتاً معطوف به نیازهای کارکردی نظام‌های اجتماعی است) ممکن نیست، گیدنز در صدد جلوگیری از غلبه ذهنیت^۲ و نیز سیطره مطلق ساختار اجتماعی بر می‌آید. سیطره این دو عنصر، یعنی ذهنیت و عینیت، ممکن است از طریق تعریف رفتار و اعمال اجتماعی در قالب فرایند تعامل، موقعیتی‌یابی و بازتاب میان هستی، وجود شخصی آدمی و قواعد اجتماعی به هنگام پرداختن فرد به امور عملی زندگی صورت پذیرد. گیدنز «بازتاب» را نوعی آگاهی می‌داند و یا به عبارت دیگر، بُعد کنترل شده^۳ زندگی جمعی به شمار می‌آورد که کلاً به تعیین معنا برای مبادلات و کنش - واکنش در زندگی

1. Reductionist
3. monitored

2. subjectivity

روزمره می‌پردازد. گیدنز به طرح سه سطح از آگاهی می‌پردازد:

۱- آگاهی سرکوب شده^۱

۲- آگاهی استدلالی^۲، که در آن آگاهی در قالب نظام معنادار کلمات درآمده، برای تبیین و توجیه امور

به کار می‌رود.

۳- آگاهی عملی که در آن، آگاهی بر پیامدها متمرکز است.

کلاوس براون جنسن (۱۹۹۵) از منطبق ساخت یابی^۳ گیدنز به عنوان چهارچوب نظریهٔ خود دربارهٔ ارتباطات جمعی بهره می‌جوید، اما در عین حال یادآوری می‌کند که گیدنز به طور مؤثر عمل معنابخشی نهفته در مفهوم آگاهی استدلالی را توضیح نمی‌دهد. جنسن بر این اعتقاد است که عمل اجتماعی لزوماً در برگیرندهٔ دوگانگی میان فاعل انسانی و ساختار اجتماعی نیست، بلکه ساختار سه جانبه‌ای دارد که در آن ساختارهای اجتماعی از مجرای فاعل انسانی و با ارجاع مستمر به یک واسطه (که در کتاب ساخت اجتماعی واقعیت^۴ نوشته لوکمن^۵ و برگر^۶ ۱۹۶۶ در مورد آن بحث شده است) ظهور و بروز می‌یابد. موضوع و واقعیت اجتماعی از طریق علائم و نمادها انعکاس می‌یابد و این نکته یادآور سخن واتنو (۱۹۹۲) است که معتقد است تأکید اصلی تحقیقات دینی این نیست که باورهای درونی افراد، واکنشی است مستقیم به ساختارهای اجتماعی، همچون نظام طبقاتی یا نهادهای اجتماعی. لازم است ثنویت فرد - جامعه با توجه و تأمل بیشتر در نقش گفتمان دینی که مبتنی بر تعامل و رابطهٔ فرد و جامعه است، بازنگری و اصلاح شود. این گفتمان، باورها را فردی می‌کند، اما در همان حال به تقویت احساس گروهی بودن^۷ نیز می‌پردازد. واتنو توضیح می‌دهد که تحلیل ساختار معنای موجود در متون، گفتمان و رسانه، جهت‌گیری تحقیق در زمینهٔ فرهنگ دینی را از بررسی معنای نمادگرایی دینی برگردانده، به سوی مطالعهٔ «نمادگرایی معنای هدایت می‌کند. او با هدف ابداع و ارائهٔ رویکردی در جامعه‌شناسی دین که «واقع‌گرایی نمادین» را مورد توجه قرار دهد، در استدلال بلا تأمل جدی می‌کند.

بسیاری از گرایش‌های موجود در حوزهٔ علوم فرهنگی این واقعیت را اثبات کرده‌اند که «بازتاب» به رویه فرهنگی خاصی تبدیل می‌شود. یعنی حوزه‌های مشخصی از مباحث و رویدادهای فرهنگی و سازمان‌ها و نهادها، صرف‌نظر از محدودیت‌های ناشی از ساخت اجتماعی واقعیت، به تحولات و نیز توسعه احتمالی

1. repressed
3. structuration
5. Luckmann
7. collectivity

2. discursive
4. Social Construction of Reality
6. Berger

فرهنگ توجه و اهتمام بیشتری دارند، در حالی که سایر حوزه‌ها به تحکیم و تثبیت نهادهای سابق، اهداف عملی و الگوهای جاافتاده معنا بیشتر توجه می‌کنند.

جنسن (۱۹۹۵)، این دوگانگی رفتار فرهنگی را در بخشی از نظریه خود درباره ارتباطات جمعی، ذیل آن چه که خود «فرهنگ زمان‌مند» و «فرهنگ فارغ از زمان» می‌خواند، صورت‌بندی کرده و این استعاره‌ای است که از دنیای ورزش به عاریت گرفته شده است. فرهنگ فارغ از زمان، واقعیت را بر مقوله‌ای مشخص و به عنوان موضوع «بازتاب» منطبق و فرصت تأمل درباره جامعه و دیدگاه‌های دینی یا هستی‌شناختی را مهیا می‌سازد. فرهنگ‌های زمان‌مند و فارغ از زمان، دو نوع فرهنگ نیستند، بلکه ابعاد چالشگر و حمایت‌گر^۱ یک فرهنگ هستند. این ابعاد یکی شکل‌کنش اجتماعی را نشان می‌دهد و دیگری کنش اجتماعی را شکل می‌دهد.

درک و فهم فرهنگ به عنوان حوزه‌های متمایزی که در تعامل با یکدیگرند و همدیگر را تقویت می‌کنند، ما را قادر می‌سازد تا مقولاتی چون مقدس و نامقدس، تبلورهای نظری و فعالیت‌های عملی روش زیبایی‌شناختی و کنش اجتماعی را به عنوان ابعادی که مکمل و مبین یکدیگرند به شمار آوریم، نه امور متضاد. سخن مذکور بیانگر این واقعیت است که برگشت به عقب و حرکت به جلو در بستر ساخت اجتماعی واقعیت و یافتن موازنه میان این دو بُعد از فرهنگ، یکی از مسائل اصلی در فرهنگ‌هایی است که تحقیقات دینی و رسانه‌ای در صدد تبیین آنهاست.

با وجود تداوم بحث میان تلقی‌ات ذات‌گرا و کارکردگرا از دین (اوتول^۲، ۱۹۸۴) شایع‌ترین گرایش در تحقیقات دینی تعریف دین به عنوان فرایند تعریف و تعیین غایت و پاسخ به پرسش‌های مربوط به معنا در زندگی است. (بلا، ۱۹۷۰؛ ترنر، ۱۹۹۱).

البته به قول ترنر، این تعریف فرض را بر این نمی‌گذارد که مسئله برای افراد جامعه به یک اندازه موضوعیت دارد، بلکه چنین می‌انگارد که مباحث دینی دارای نقشی اساسی در چگونگی استنتاج و استنباط از درون نمادهاست این نمادها نیز به نوبه خود، هم فرهنگ را به گفته ترنر (۱۹۷۴) حول محور الگوهای اصلی و بنیادی وحدت می‌بخشد و هم به تعیین مرزبندی مشخص میان فرهنگ‌ها می‌پردازد. پیتربرگر (۱۹۶۷) با تعریف دین به عنوان فعالیت و کنش فرهنگی‌ای که موجب مرزبندی و تفکیک میان حوزه‌هایی از معنا می‌شود، بیشترین تأثیر را بر حوزه مطالعات دینی برجای گذاشت. حوزه‌های

معنایی مذکور از لحاظ اجتماعی حوزه‌های واقعیت، عرف^۱ و عقلانیت تلقی می‌شوند و حوزه‌هایی فراتر از این مرزبندی‌ها رؤیایی، تخیلی، ناصواب و احمقانه به شمار می‌آیند. واقعیت دینی ساخته شده بوسیلهٔ جامعه از ثباتی برخوردار است و از منابعی نشئت گرفته است که به مراتب نیرومندتر از مجاهدت‌ها و تکاپوهای تاریخی انسان‌هاست. مباحث دینی، معطوف به جلوه‌هایی از نظم مقدس مستقل و پرمعنایی است که حاصل تلاش آدمی نیست و معناداری پیوستهٔ واقعیت ساخته شدهٔ انسان را تضمین و از هجوم بی‌معنایی آشوبناک جلوگیری می‌کند. از آن مهم‌تر نهادهای دینی از هجوم و تعرض جهان ناقص و ناپاک غیردینی به ساحت پرشکوه و رازآمیز سرچشمه‌های مقدس معنا، حقیقت وجود، امید و رضا جلوگیری می‌کنند. باید افزود که نهادهای دینی حوزهٔ مقدسات را وادار می‌کنند که به قلمروهای مادی توجه کند و به تبیین آن بپردازند.

به همین ترتیب، تحقیقات رسانه‌ای از دغدغهٔ فکری کنترل اجتماعی با استفاده از عوامل و علل غیراجتماعی یا ضداجتماعی رهایی یافته، برای شناسایی و کشف معانی تازه و با هدف مرزبندی میان عرف مقبول و حوزه‌های تبیین‌ناپذیر تلاش کند. سیلورستون^۲ (۱۹۸۱) از برداشت لوی - اشتراوس^۳ دربارهٔ حل معانی متضاد فرهنگی با استفاده از روایات اسطوره‌ای بهره می‌برد تا این نکته را توضیح دهد که چگونه اخبار و نمایش‌های تلویزیونی ظاهراً از اطلاعات سزّی و رازگونه، غیرعقلانی، مبهم و کاملاً تخصصی بهره می‌برند و نیز چگونه اطلاعات تازه را با مباحث و گفت‌وگوهای قابل درک عرف و فهم عامیانه درهم می‌آمیزند. هوور (۱۹۸۸)، جنسن (۱۹۹۵)، نیوکام^۴ و آلی^۵ (۱۹۸۳) و بسیاری دیگر از نظریه‌پردازان حوزهٔ ارتباطات از تلقی و تصور ترنر دربارهٔ استفاده از فرایند مناسک برای تبیین و شناخت رسانه به عنوان جایگاه و فضای تشویق و تبلیغ آزادی فرهنگی بهره می‌برند، به گونه‌ای که طی آن مخاطبان برای تجدید قوای خود تجربهٔ شبه‌دینی تمام عیاری را از سر می‌گذرانند و سپس به عالم واقعیت برمی‌گردند. کاری با الهام از تلقی گیرتز از فرهنگ، تحقیقات رسانه‌ای را گونه‌ای مصاحبت و همدلی آیینی به شمار می‌آورد که طی آن تمام دست‌اندرکاران اصلی شاغل در رسانه‌ها، دربارهٔ اهمیت معنا تأمل و ژرفاندیشی می‌کنند - معنایی که در قالب تفسیر و تأویل رسانه‌ها از واقعیت اجتماعی فراروی ما قرار داده می‌شود. استوارت هال (۸۲-۱۹۷۷) و بسیاری از پژوهشگران سنت مطالعات انتقادی معتقدند که مباحث و گفت‌وگوهای رسانه‌ای، علاوه بر اینکه بیانگر تلاش در جهت تبیین و تقویت مبانی

1. commonsense

2. Silverstone

3. Levi-Strauss

4. New Comb

5. Afley

سیاسی و اقتصادی قدرت فرهنگی و نیز مقاومت در برابر گفتمان ایدئولوژیک حاکم یا حذف آن و یا ارائه تفسیر و معنایی تازه از این گفتمان هستند، نمایانگر حوزه مستقلی از تلاش‌های اجتماعی هستند. بدین ترتیب، مطالعات دینی و رسانه‌ای به تبیین و توضیح ابعاد مختلف «بازتاب اجتماعی» می‌پردازند. این ابعاد عبارتند از:

- (الف) رویه و عمل فرهنگی تقویت و بازسازی الگویی منسجم از معنا در فرهنگ‌های مختلف
(ب) تبیین و تعیین مرزبندی میان ساخت‌هایی از معنا که از لحاظ اجتماعی مقبول هستند و نیز بیان واقعیت‌های فرا عقلانی در قالب واژگان و اصطلاحات متفاوت و معمولی
(ج) تأسیس کانونی ارزشی همانند آزمون‌هایی که می‌تواند امری مقدس و دست نیافتنی به شمار آید. در حالی که جامعه می‌تواند به شناسایی صورت‌های جدید فرهنگی پرداخته، مجادلات تند و حادّی را میان خرده‌فرهنگ‌های رقیب دامن زند (گونزالس^۱، ۱۹۹۴).
(د) طرح موضوع فرهنگ‌های «زمان‌مند و فارغ از زمان» که یکدیگر را به چالش طلبیده و محک می‌زنند.

(ه) رقابت پیوسته و مستمر میان گفتمان‌های ایدئولوژیک

تفاوت تحقیقات دینی و رسانه‌ای و مکمل یکدیگر بودن این تحقیقات در فرآیند آفرینش بازتابی فرهنگ‌ها

اگر تحقیقات دینی و رسانه‌ای دارای مبنای مشترکی هم باشند، این دو حوزه مطالعاتی دارای تاریخ نظری کاملاً متفاوتی هستند و توانایی و قابلیت متفاوتی در زمینه تبیین و تحلیل شکل‌گیری بازتابی فرهنگ‌ها از خود به نمایش می‌گذارند. تحقیقات دینی تمایز میان مفاهیم مقدس و نامقدس را تشدید کرده و با هدف نقد و ارزیابی تجلیات گوناگون و دائماً نو شونده «امر مقدس» در چهارچوب وسیع و متنوعی از ساخت‌های فرهنگی - اجتماعی به بسط و گسترش گفتمان پدیدار شناختی^۲ پرداخته‌اند. دین‌پژوهی امور مقدس و غیرمقدس را دو مقوله متضاد نمی‌داند، بلکه آنها را ملازم با ابعاد همبسته و تعامل مستمر میان امور مطلوب و آرمانی می‌داند، که همیشه ماورایی‌اند و امور ناقص همواره در حال شدن (تغییر و تبدیل)^۳ هستند. بر این اعتقاد که نقطه ضعف مطالعات دینی، نبود شناخت از فرایند ارتباطی است که در آن

1. Gonzales

2. Phenomenological

3. becoming

نمادهای مقدس و غیرمقدس آفریده و باز آفریده می‌شوند. گاهی در میان محققان این تمایل به چشم می‌خورد که کار خود را بر اساس ثنویتی آغاز کنند که برای نمادگرایی دینی یا قائل به وجودی مستقل و اصیل است و یا این نمادگرایی را چیزی جز انعکاس کارکردگرایانه، بی‌دوام و ابتر فرایندهای سیاسی - اجتماعی نمی‌داند (بک فورد، ۱۹۸۹؛ اتول، ۱۹۸۴).

از سوی دیگر، تحقیقات رسانه‌ای در جریان ارزیابی علل و سیر اجتماعی تشکیل‌گفتان‌ها و متون، توانایی بالایی از خود نشان می‌دهند، به گونه‌ای که قادر به ثبت و تدوین لحظه به لحظه معانی و نقد و صورت‌بندی پیوسته و مستمر فرایند تعریف و تعیین معانی می‌شوند. نقطه ضعف تحقیقات رسانه‌ای، ناتوانی آن در تمایز میان مواقعی که در آن، رسانه‌ها، روابط و مناسبات قدرت اجتماعی را شکل می‌دهند و مواقعی که در آن تعهد و التزام به ساخت قدرت، منوط به تصور پیشینی^۱ از جهانی متفاوت است. تحقیقات رسانه‌ای هنوز درگیر مجادله دو گروه مدافعان قدرت رسانه‌ها و حامیان تفکر محوریت مخاطب در تفسیر پیام است. در هیچ مرحله‌ای، این نقطه ضعف مشهودتر از زمان طرح بحث چگونگی قدرتمند بودن برنامه‌های دینی نبوده است. از سوی دیگر، تحلیل پدیدارشناختی رسانه‌ها از امور مقدس و عرفی، به پربرتر شدن فهم ما از رسانه در فعالیت‌های اجتماعی آن و نیز در تجلیات خلاقانهٔ اعمال و رفتار منجر می‌شود.

تحقیقات دینی به ارائهٔ رویکردی پدیدارشناختی می‌پردازد (واتنو، ۱۹۸۴) که مصداق بارز آن آثار پیتربرگر (۱۹۶۷)، ماری داگلاس (۱۹۶۶) و دیوید مارتین (۱۹۸۰) است که همه مدخلی هستند بر منطق استعارات نمادین که در اموری چون جذب، پیشگویی، رؤیا، مناسک و فرقه‌ها تجربه شده‌اند و برای کشف فرایند تقدس بخشی به اشیا، مکان‌ها، زمان‌ها و تجارب نیز قابل استفاده‌اند. زمانی که مجموعهٔ رمزا و نشانه‌های جهان مقدس شمرده می‌شود، روش پدیدارشناختی با استفاده از شیوهٔ استحاله و طبقه‌بندی به تبعیت از این رمزا می‌پردازد و نکته مهم‌تر، روش پیدایش بسیاری از منطق‌هایی است که به واسطه آنها مقدس - غیرمقدس متقابلاً یکدیگر را توضیح می‌دهند و به چالش می‌گیرند. آرمانشهر^۲ نماد کمال، خیر و خوبی مطلق، خلوص، یگانگی و انسجام کامل معنا، قدرت و ابدیت است. در مقابل، جهان دین‌گریز، حوزه نقص، محدودیت، تشمت و تفرقه، عصیان، ریا و ناخالصی، آمیزه‌ای از خیر و شر، ضعف و تنگ‌نظری، بی‌دوامی و منافع زودگذر در زندگی به شمار می‌آید. البته ویژگی‌های تقدس، کمال و جامعیت، بیشتر در منطق تمثیلی «تنزیه» و در نمادهای اعصار پیشین (که اینک وجود ندارند) به کار

می‌روند (تریسی، ۱۹۸۱).

از آنجا که حوزه مقدسات تا قلمرو حکومت و حاکمیت گسترش می‌یابد، در وهله اول، توقع نظم و عدالت دقیق از آن می‌رود. اما بی‌درنگ ویژگی‌هایی چون رحمت، رستگاری و رستاخیز موضوعیت می‌یابند. امر مقدس، قهاریت و مجازات، شرارت شیطانی را تأیید و تقویت می‌کند، اما به محض اینکه امر مقدس به تعیین و تعریف حوزه دین‌گريزانه، عرف، عمل‌گرایی، تبیین‌های قابل کنترل و پیش‌بینی و در نتیجه سازگاری فرد با آرمان‌ها (به قصد تسلط بر ساز و کار جامعه) می‌پردازند، دچار دوگانگی می‌شود و بنابراین آسان‌گیر و مدارا طلب می‌گردد (مارتین، ۱۹۸۰).

دیالکتیک محبت و رستگاری به دیالکتیک احیا و اعاده تبدیل می‌شود. در تجربه دینی، تقدس با بنیادهای حقیقت و ساختار ثابت و ژرف وجود و نعمت زوال‌ناپذیر هستی و مبادی حقیقت واقعی^۱ گره خورده است. در مقابل، جهان دین‌گريز با بُعد این جهانی انسان یعنی موجودی بریده از ریشه‌های عمیق خویش و با جهانی که از نظم ذاتی موجود در هستی منحرف شده و به بیراهه افتاده ملازم است، جهانی که در آن شکوه مقدس و طبیعی همه هستی فرو می‌باشد. جهان دین‌گريز در خود جنگ، بیماری، استثمار و تجزیه جامعه به ساختارهای افتراق‌پذیر و متمایز را تبلور می‌بخشد. در عوض، امر مقدس همبسته با اعاده نظم و عدالت، کشف ریشه‌های وجود آدمی، تسکین آلام و نظم‌پذیری زندگی انسان و هماهنگ با عدالت مطلق جاری در کل هستی است.

در این جا محوری‌ترین استدلال نمادگرایی دینی، یعنی گفتمان تناقض^۲ موضوعیت پیدا می‌کند. تصور امر مقدس با صفات قدرت، کمال، تعالی، پیش‌بینی‌ناپذیری و رازهای هیبت‌انگیز آغاز می‌شود. اما به موازات آنکه به تعامل با قدرت و ساخته‌های انسانی می‌پردازد، درون مایه و اصل تقدس، مدعی بازگشت به اجتماعات ابتدایی و نیت متواضعانه خدمت به انسان‌ها می‌شوند. لذا نمادهای ناظر به امور مقدس، ساده، بی‌مایه، کودکانه، ناقص و حقیر می‌گردد. زبان امور مقدس، در منطقی تناقض‌آمیز، یعنی در هم‌کناری موارد متضاد، ریشه دارد. (کروسان^۳، ۱۹۸۸؛ مارتین، ۱۹۸۰).

گفتمان پارادوکس سرانجام به نمادگرایی جنبش تجدید حیات دین (مک لوفلین^۴، ۱۹۷۸؛ والاس^۵، ۱۹۵۶) و تحول فردی (رامبو^۶، ۱۹۹۳) و فرایند آیینی نوسازی^۷ فرهنگی (ترنر^۷ ۱۹۶۹) ختم می‌شود. امر

1. really real
3. Crossan
5. Wallace
7. Renew

2. The dialectic of paradox
4. McLoughlin
6. Rambo

مقدس، موجد تصور و ایدهٔ «کمال» است، اما پس از چندی، این تصور به «بت» تبدیل می‌شود. در اینجاست که امر نامقدس باید برای درهم شکستن امر مقدس به کار رود تا امر مقدس بتواند دوباره خلق شود و به حالت قداست اولیهٔ خود بازگردد.

بدین ترتیب، پدیدارشناسی، مطالعات دینی ما را از فروکاستن تمام واقعیت به عقلانیت ابزاری یک بُعدی رها می‌سازد و هشیارمان می‌کند که ایجاد فرهنگ به معنای حرکت خطی و مستقیم به سوی جامعهٔ آرمانی نیست، بلکه فرایندی است متناقض نما که شامل فرایند دو سویهٔ انهدام و بازسازی تصورات است (مارتین، ۱۹۸۰).

آفرینش متن فرهنگی — عمومی، با عامه مردم

تحقیقات رسانه‌ای که از دل مشغولی‌های تنگ‌نظرانه اداری رها شده باشد، به صورت روزافزون به موضوع رابطهٔ رسانه‌ها و ساخت اجتماعی فرهنگی‌ها توجه نشان می‌دهد. استدلال زیر از براون جنسن (۱۹۹۵) مؤید این معناست:

«من از منظر نظری تحلیل و به عنوان پیش فرض اول خود، فرض را بر این می‌گذارم که جوامع، به عنوان آفرینندگان معنا، بر رسانه تقدم دارند. معنا از نهادهای اجتماعی موجود و از شرایط زندگی روزمره نشئت می‌گیرد و محققان رسانه و مخاطبان، آن را به رسانه‌های جمعی می‌رسانند، نه برعکس.»

رسانه‌ها، گویی در شرایط و فضای مقدسی عمل می‌کنند و از سه جهت در خدمت گفت‌وگو و تعامل میان مقدس و نامقدس قرار می‌گیرند:

۱. از لحاظ جستجوی معانی عرفانی و تلفیق عناصر تبیین‌ناپذیر با توافق‌های فرهنگی متعارف
 ۲. از لحاظ جستجوی یک اجتماع کامل و مواجهه ساختن آن اجتماع با ساختار قدرت کنش اجتماعی
 ۳. از لحاظ هویت اصیل فرد و حل منازعات و تعارضات موجود میان هویت‌های فردی و اجتماعی
- تحقیقات رسانه‌ای در صدد اثبات یا القای این سخن هستند که ارتباط تنها زمانی تحقق خواهد پذیرفت که تمام عناصر و عوامل اصلی ارتباط در فرایند معنا دهی و معنایابی، متن فرهنگ عمومی را بازتاب هویت خود بدانند (مارتین باربرو، ۱۹۹۳؛ ویلسون^۱، ۱۹۹۳). تحقیقات رسانه‌ای، شاید صریح‌تر و روشن‌تر از تحقیقات دینی، به مراحل و لحظات مختلف درگیری عموم مردم در فرایند معنادهی

و معنایابی برای امور مقدس و تعامل میان امر مقدس و دین‌گزیزی توجه دارند.

اولین نکته در فرایند معنابخشی به «امور مقدس و نامقدس»، مشخص شدن حوزه عملکرد و فعالیت رسانه‌هاست. یعنی ماهیت رسانه‌ها به عنوان موضوع فعالیت افراد در اوقات فراغت که در خلال آن مخاطبان، فارغ و آسوده‌خاطر از فشار محیط کار، قوه تخیل خود را رها می‌کنند معرفی می‌شود. به قول نیوکام و آلی (۱۹۸۳) رسانه‌ها ما را فرا می‌خوانند تا به قلمروی خارج از این جهان معمولی پرواز کنیم؛ جایی که بتوانیم آگاهانه‌پذیرای جهانی باشیم که می‌توانستیم عملاً آن را بیافرینیم. اوقات فراغت، زمان خاصی است که در خلال آن فرد و جامعه آزادند تا هویت فرهنگی و فردی خود را تعریف و تبیین کنند (کلی^۱، ۱۹۸۳) و رسانه‌ها به طور آگاهانه شرایط و زمینه‌های کشف این هویت را فراهم می‌آورند. رسانه‌ها از روایات و زبان‌های نمادینی استفاده می‌کنند که از نمونه‌های ازلی، که متضمن سنت‌های اسطوره‌ای فرهنگ است، برگرفته شده است و معنا را به ورای امور روزمره زندگی سوق می‌دهد (سیلورستون، ۱۹۸۱). نکته مهم‌تر این است که رسانه‌ها غالباً با جشن‌های مختلف موجود در تقویم ادیان الهی و مدنی سروکار دارند. فراغت، ذات و ماهیت آیینی نمایش، فیلم و تلویزیون را مورد تأکید قرار می‌دهد و در آن از فرد خواسته می‌شود تا تلاش برای اهداف کوتاه مدت و نیل به موقعیتی خاص در سلسله مراتب قدرت اجتماعی را وانهد و درباره ارزش‌های مطلق و درک ریشه‌های اجتماعی آن ژرفاندیشی کند. بدین ترتیب، عامه مردم با نوعی دستورالعمل برای ایجاد تحول در زندگی عادی، به زندگی روزمره بازمی‌گردند (ترنر، ۱۹۸۲).

دومین نکته در خصوص فرایند رسانه‌ای شدن، معطوف به توانایی هنرمندان، بازیگران و چهره‌های معروف رسانه‌ای برای تدوین و تنظیم شیوه‌های تفهیم امور مقدس و صورت‌بندی آن در قالب نمادهای نمایشی و تصویری است. نیوکام (۱۹۷۸) دیدگاه مارشال سالی^۲ را به عاریت می‌گیرد. سالی از خلاقان و تهیه‌کنندگان امور تبلیغاتی با عنوان سیناپس‌های فرهنگی^۳ یاد می‌کند که شاخک‌هایشان همواره آماده کشف موضوعات و تخیلات نشئت‌گرفته از احساسات عامه است، با این هدف که آنها را به نمادهای ارزشی عمیق‌تری تبدیل کنند تا مردم بتوانند با آنها تشخیص و هویت بیابند. هنرمندان رسانه‌ها در واقع در حالتی سرشار از جذب و در جهانی فراتر از عالم حس به سر می‌برند و ریزش مواهب عالم معنا در درون آنان چنان است که از نظر عموم مردم جامعه کنونی تا حدودی مجنون به نظر می‌رسند. بازیگران و

1. Kelly

2. Marshal Sahlín

3. Cultural Synapses

کارگزاران رسانه‌ها صرفاً به کار تخیل و ادای جملات نمی‌پردازند، بلکه به مخاطب با این نیت توجه نشان می‌دهند که در لحظات هلهله و شادی، آنان را عمیقاً در تجربیات شهودی خویش شریک و سهیم سازند (نیوکام و آلی، ۱۹۸۳).

سومین نکته «خلق متن»^۱ است که ارتباط را به گونه‌ای شکل می‌دهد که امکان رجوع مکرر به آن را داشته باشیم و همین ما را قادر می‌سازد تا دربارهٔ متن، اندیشه و تأمل کنیم تا به مهم‌ترین تعبیر و معنا در قالب نوعی «کلام الهی»^۲ دست یابیم و این معنا را برای نسل‌های آینده حفظ کنیم. جشن و بزرگداشت به روش قاعددمندی تبدیل می‌شود که دارای شکل، زبان ضابطه‌مند و استعارات سنتی‌ای است که مجموعهٔ افراد یک نسل، جنس، شغل و پیشینهٔ تربیتی را متقاعد می‌سازد که رسانه در حقیقت وسیله‌ای برای سرگرمی و تفریح آنان است (فونر^۳، ۱۹۸۷). سبک متن‌گرا به هنرمندان رسانه این تضمین را می‌دهد که هنر، فریحه و استعداد آنها به طرق مختلف تفسیر شود. پاره‌ای از قواعد این سبک همان پخش پیوستهٔ برنامه به زبان فرهنگی جدیدی است که برگرفته از نمونه‌های ازلی متون اصلی و سنتی دین است، به گونه‌ای که مخاطبان می‌توانند بین اشارت به امور مقدس دوران پیشین و غیردینی بودن فرهنگ کنونی تفاهم برقرار کنند.)

بررسی‌های مخاطب‌شناسی^۴ اخیر نشان می‌دهد که اگرچه تهیه‌کنندگان رسانه‌ها مایلند از نمادها و قواعد کاملاً شناخته شده به نحوی که برای عامه مخاطبان به سهولت قابل فهم باشد استفاده کنند، اما تفسیر مخاطبان از پیام کاملاً متفاوت و متنوع است، زیرا هر مخاطبی ترکیب پیچیده‌ای از هویت‌های فرهنگی مختلف است که می‌تواند موجب صورت‌های گوناگونی از علائم تفسیری شود. تهیه‌کنندگان می‌دانند که رضایت مخاطبان از احساس استقلال و قدرت آنان در بحث و گفت‌وگو دربارهٔ معنای موجود در متن ریشه دارد (فیسکه، ۱۹۸۷). یقیناً اثبات و تأیید مستدل هویت فردی یکی از علل موضوعیت یافتن امر مقدس در جامعهٔ معاصر است (لاکمن، ۱۹۶۷). بنابراین، (چهارمین نکته قابل توجه «دعوت آشکار به گفت‌وگو دربارهٔ متن و باز آفرینی آن» از منظر هویت فردی و فرهنگی است.

ساخت فرهنگ‌ها، به ویژه مضمون و محتوای امر مقدس همواره یکی از موضوعات مشاخره برانگیز بوده است که طی آن برخی از گروه‌ها در صدد اثبات این نکته برآمده‌اند که سرمایه‌های فرهنگی‌شان

1. creation of text

2. lectio divina

3. Feuer

4. audience research

مقدس، طبیعی و بی‌چون و چرا است و در مقابل گروه‌های رقیب کوشیده‌اند این نمادهای هویت را نامشروع و نامقدس جلوه دهند. پیشرفت‌های اخیر در زمینه نظریه‌های رسانه، موجب طرح نکته پنجمی شده است و آن نکته تلاش در راستای نمادگرایی متون رسانه‌ای است (جنکینز^۱، ۱۹۹۲). یکی از بارزترین مصادیق این تلاش، مربوط به زمانی است که جامعه‌ای خاص با تشکیل گروه‌های همگون مثل موسیقی جدید پاپ، سریال‌های بازاری^۲ (براون، ۱۹۹۴) و حرکات ورزشی به ارائه ژانری سخیف و بی‌مایه می‌پردازد و این برنامه‌های بی‌محتوا را به عنوان نماد هویت خرده‌فرهنگ بودن خود برمی‌گزیند؛ درست مثل گروه‌های مسیحی اولیه که صلیب را برگرفتند و معنای حقیرانه آن را به معنایی مشحون از عزت و شکوه تغییر دادند.

از محتوای تحقیقات رسانه‌ای معاصر این نکته استنباط می‌شود که با وجود ترکیب دائماً متحول نمادهای مقدس با صورت‌های رایج و مسلط فرهنگی، نمادهای مقدس جدید به طور پیوسته در چهارچوب حرکت فرهنگی‌ای که نشانه هویت‌های فرهنگی دیگری است، خود را از تسلط ساخت‌های فرهنگی می‌رهانند و به مجرد آنکه نمادهای مقدس جدیدی در جنبش‌ها و حرکات‌های رقیب شکل می‌گیرند، رسانه‌ها به ترکیب و تألیف این نمادها در قالب متون رسانه‌ای می‌پردازند و این چرخه از نو تکرار می‌شود.

تحلیل دین در متون رسانه‌های جمعی

با توجه به ژرف‌تر شدن برخی برداشت‌های اساسی درباره گفت‌وگوی میان مقدس و نامقدس و چگونگی ورود و پرداخت تحقیقات دینی و رسانه‌ای به این گفت‌وگو، اینک به بررسی موضوع اساسی گفتمان‌های در حال ظهور این دو در اوج بازتاب شدید آن می‌پردازیم.

اولین پیش فرض ما این است که نظام‌های اجتماعی، در واقع در کانون جریان بازتاب گفتمان یاد شده قرار می‌گیرند. اگر این گرایش برنامه‌روشنگری، تحقیقات دینی و رسانه‌ای را در قالب چهارچوب تحلیلی و جهان‌بینی^۳ رشد تک خطی عقلانیت ابزاری هدایت می‌کند، علوم فرهنگی ذهن ما را متوجه جریان تاریخی عمیق‌تری می‌کند که به تأیید دوباره آن چیزی می‌پردازد که گیرتز (۱۹۷۳) آن را «احساسات بدوی»^۴ اجتماع می‌نامد. اگر فرهنگ‌ها باید به ابداع و نوآوری اقبال نشان دهند، ضرورت دارد تا به طور

1. Jenkins

2. Soap Opera

3. World View

4. primordial sentiments

مستمر به شناسایی و کشف جوهر و درون مایه نمادها بپردازند، به گونه‌ای که فرهنگ و جامعه بتواند به این نمادهای اساسی رجوع و انکاکند (گیرتز، ۱۹۷۳؛ رامبو، ۱۹۹۳). تحقیقات دینی و رسانه‌ای در کنار هم نه تنها به شناخت، تشخیص و نوشدن پیوسته هویت‌های فرهنگی و مقدس ساخته شده بوسیله محیط و فضای فرهنگی می‌پردازند، بلکه در تفسیر مجدد، ما را از این نکته آگاه می‌سازند که تحلیل اجتماعی ما، خود، بخشی از این غلیان احساسات بدوی است (والاس ۱۹۵۶، واتنو ۱۹۹۲).

فرض دوم ما این است که لحظات سرنوشت ساز احیای مجدد فرهنگی و مواجههٔ عوالم مقدس و نامقدس، در زمینه‌ای خاص (مثلاً در درون فرقه‌ای خاص) رخ می‌دهد، در حالی که در حوزهٔ وسیع‌تر فرهنگی و ملی تعامل مقدس و نامقدس، این لحظات کمتر است و یا فرایند احیا با مجموعه‌ای از نمادهای پراکنده و کاملاً متفاوت صورت می‌پذیرد. از جمله مصادیق این سخن، بی‌قاعدگی آشکار در روند دین‌زدایی جامعه و در عین حال فعالیت شدید برخی جنبش‌های مشخص برای احیای دینی است. در این بخش، چهار سطح مورد نظر ماست که هر یک از راهبردهای استدلالی کاملاً متفاوتی برای نمادهای مقدس - نامقدس استفاده می‌کنند:

۱- گفتمان مقدس - نامقدس در سطح مسائل وجودی انسان و ورای سنن فرهنگی ملی و

محلی

۲- گفتمان مقدس - نامقدس در سطح فرهنگ‌های خاص (معمولاً یک کشور یا منطقه یا دین مدنی)

۳- احیای مجدد امر مقدس - نامقدس در چهارچوب و درون سازمان فرقه‌ای خاص

۴- تجلی و تبلور امر مقدس در سطح اعضای کیش‌ها، فرقه‌ها و جنبش‌های نسبتاً کوچک اما قدرتمند بدیهی است که هر اندازه، گروه مورد نظر گسترده‌تر و متنوع‌تر باشد، نمادها و راهبردهای گوناگون باید انتزاعی‌تر و جهان شمول‌تر باشند.

سومین فرض این است که سطوح مختلف می‌تواند معطوف به مراحل مختلف جزم‌گرایی^۱ یا احیای دینی باشد، اما اگر در همهٔ سطوح گفتمان میان مقدس و نامقدس به طور همزمان صورت پذیرد، این امر نه تنها به تحول در سرمشق‌های جهانی دین منجر می‌شود، که به تحول در سرمشق‌های فرهنگی نیز می‌انجامد.

فرض چهارم این است که نه امر مقدس با نهادها و سازمان‌های مذهبی یکی است و نه امر نامقدس با دیگر انواع سازمان‌ها، بلکه سخن درست این است که مقدس و نامقدس ابعاد به هم پیوسته همه نهادها

هستند (بک فورد، ۱۹۸۹). برای مثال جنبش احیاءگری در درون یک دین یا یک فرقه مذهبی باید حرکتی باشد در جهت ارائه تعریف و معنایی وسیع تر و سکیولارتر (مثل آن چه که مثلاً در کلیسای کاتولیک بر اثر اقدام شورای دوم واتیکان رخ داد). سؤال اصلی این نیست که آیا جوامع ما به تدریج در حال مذهبی شدن یا غیرمذهبی شدن هستند یا خیر و یا حداقل فعالیت و عملکرد کلیسا در حال افزایش است یا کاهش، بلکه پرسش اصلی این است که گفتمان مقدس - نامقدس در این مرحله چگونه با یکدیگر برخورد می‌کنند؟

سرانجام فرض پنجم این است که امر مقدس به معنای نفی امر غیرمقدس نیست و در مقابل، امر غیرمقدس هم به معنای نفی امر مقدس نیست، بلکه این دو یکدیگر را به تعامل و اصلاح فرا می‌خوانند. تحلیل‌هایی که بر طریق احیاءگری تأکید دارد، به خلق نمادهای جدید مقدس - نامقدس و آفرینش و تولید گفتمان‌های تازه‌ای می‌پردازد تا امر مقدس و نامقدس را به تعامل و تفاعل با هم وادارد. ما برآنیم تا به تعیین و تشخیص وضع کنونی تحقیقاتی بپردازیم که درباره معنای مقدس و نامقدس در فعالیت‌های فرهنگی به ویژه در شیوه‌ها و سبک‌های مختلف ارتباطات جمعی صورت می‌پذیرد و این کار ما را قادر می‌سازد تا به نقش فردی و جمعی خود در تکوین واقعیت اجتماعی آگاهی پیدا کنیم، بدون آنکه در دامن بدبینی یا س‌آلود بیفتیم و یک ایدئولوژی رؤیایی را با ایدئولوژی رؤیایی دیگری عوض کنیم و یا در مفاک بنیادگرایی فرهنگی سقوط کنیم.

در علوم فرهنگی نظریه ابزار سودمندتری برای فهم فرهنگ‌هایی است که خود می‌آفرینیم و نیز ابزار مفیدی است برای تشخیص اینکه آیا این همان فرهنگ مطلوب ماست یا نه. به علاوه، نظریه برای تبیین مقطع تاریخی‌ای که در آن به سر می‌بریم و واکنش ما به این مقطع، ابزار کار آمدی است. تحلیل‌های آتی بر فرایند خلق و ارائه نمادهای جدید از تعامل مقولات مقدس - نامقدس در سطوح چهارگانه جنبش‌های احیاءگری، نشان می‌دهد که چگونه این روش می‌تواند به صورت تجربی به کار بسته شود.

جنبش‌های احیاءگری معطوف به دغدغه‌های وجودی و فرا فرهنگی انسان

در حوزه تحقیقات دین‌شناسی، درباره این نکته توافق نظر زیادی وجود دارد که جهان‌بینی حرکت‌های ضد فرهنگی اواخر دهه ۱۹۶۰ و اوایل دهه ۱۹۷۰ یا نوعی آگاهی جدید دینی، (گلاک^۱ و بلا، ۱۹۷۶) یا

1. Glock

صورت تازه‌ای از نمادهای نوین امر مقدس (مارتین، ۱۹۸۱) و یا مرحله‌ای جدید در فرایند تجدید حیات دینی (مک لوفلین، ۱۹۷۸) و یا شکل جدیدی از وجد و شور آیینی بود (ترنر ۱۹۶۹). جنبش تجدید حیات دین، نمادهای مذهبی اجتماع و نمادهای موجود در دینی خاص و نیز نمادهای آیینی را تعالی و غنا می‌بخشد، زیرا این حرکت، جهانی و معطوف به مشکلات اساسی انسان بر اثر از خود بیگانگی است. در حقیقت، این جنبش، به شکل‌گیری نظریه‌های دین و جهانی شدن فرهنگ منجر شده است (بیر، ۱۹۹۴؛ رابرتسون، ۱۹۹۲).

نقطهٔ عزیمت ما در تحلیل تعامل میان امور مقدس و دین‌گريزانه در جنبش احیای دین، نمادهای موجود در جماعت آرمانی و برین و نیز نمادستیزی^۱ ملازم با آن است که در صدد بی‌اعتبار ساختن و حذف آن چیزهایی است که در موضع دوری و بیگانگی از فرقه قرار می‌گیرند. ضد فرهنگ^۲ در صدد اصلاح نمادهای اصلی عرفی شدن که مدرنیته آن را مقدس می‌انگارد، بر آمده است. نمادهایی چون ملی‌گرایی، سازمان عقلانی و بوروکراتیک نوسازی صنعتی، بسیج سرمایه صنعتی، اسطوره تطور تک‌خطی و معرفت‌شناسی مبتنی بر عقلانیت ابزاری (الول^۳، ۱۹۶۷)، روند اجتماعی کردن ساختاری و اساسی در نظام آموزشی پایه‌بندی شده و رسانه‌های چاپی، نمادهای نوین «مقدس» در این جنبش کاملاً شناخته شده هستند. یعنی اجتماع کوچکی که دارای روابط چهره به چهره مشارکتی و عاطفی است به رجعت به طبیعت و استفاده از نمادهای متعلق به تمام بشریت که خانواده‌ای چند فرهنگی را تشکیل می‌دهند تمایل و گرایش دارد (حذف عناوینی که بیانگر ملیت، نژاد، طبقه، زبان و جنسیت است). استعمال این نمادهای متعلق به فرهنگ جمعی برای یک دست کردن و وحدت بخشیدن به نوع بشر صورت می‌پذیرد. این ترکیب و چینه‌بندی نمادها و گفتمان‌های متضاد، فضایی بازتابی، و آزاد برای بازانديشی دربارهٔ چهارچوب اسطوره‌ای و دور از روزمرگی را فراهم می‌سازد.

دومین مرحله در فرایند ایجاد نمادهای مقدس جدید، موقعیت‌ها و مراسم آیینی برای نیل به تجربه وجدآور امر قدسی و فراغت و انفکاک از زندگی روزمره و فراهم کردن شرایطی است که به «خویشتن حقیقی» انسان اجازه و فرصت شکوفایی می‌دهد. همان گونه که ترنر (۱۹۸۲) خاطر نشان می‌سازد، شرایط فراغت با ایجاد فضایی نمادین مهیا می‌شود. مناسک تقریباً همواره از طریق موسیقی، رقص، بخور، پوشش خاص و نمادهای مقدس اماکن دینی و آیینی، فضا و محیط چندگانه‌ای به وجود می‌آورند.

1. Countersymbols

2. Counterculture

3. Elful

مارتین (۱۹۸۱) و دیگران بر این اعتقادند که در جنبش‌های ضدفرهنگی، موسیقی راک (بعضاً همراه با استعمال مواد مخدر) با کنسرت‌های آیینی آن و کاباره‌ها و گروه‌های دوستانه در منازل، از جمله موقعیت‌های مهم آیینی برای جنبش‌های صرفاً احساساتی و به اصطلاح شورمندانه بوده و هستند. موسیقی راک، نمادهای فراوانی دارد، اما ریشه‌های آن در ترکیب با موسیقی آفریقایی - امریکایی و موسیقی روستایی غرب، نماد مقدسی است از نفی توسعه و تمدن مدرن و رجعت به زندگی ساده اولیه. شکل دیگر نمادهای مربوط به مناسک، ماحصل منطبق ساختن سنت‌های مذهبی مشرق زمین با نیاز جوانان طبقه متوسط غرب است. این اقتباس، جوانان را قادر می‌سازد تا از اسطوره منحنط ملی‌گرایی روی گردانند و به امری پایدار، فطری، عارفانه و همگانی روی آورند.

سومین مرحله در ایجاد نمادهای مقدس، تبیین برداشت نوین اسطوره‌ای از تاریخ است. برخی از نمادهای اصلی در جنبش ضد فرهنگ با فرایند احیای نظم و هماهنگی خود طبیعت، هماهنگی انسان با محیط طبیعت و هماهنگی درونی فرد ارتباط پیدا می‌کنند که همه این موارد در تعارض صریح با نماد ستیزی^۱ موجود در روند گسترش نوسازی قرار می‌گیرند.

نکته آخر اینکه امور مقدس باید به صورت روشن تری به امور مادی توجه نشان دهد. اولین لحظه‌ای که آدمی با امور مادی و دین‌گریز مواجه می‌شود، زمانی است که فرد با نمادهای تناقض‌آمیزی روبه‌رو می‌شود که در آنها تمایل به تفکر و تأمل در امور غیر مقدس جاذبه پیدا می‌کند و البته این نکته نیز به اثبات رسیده است که درک حقیقی، از لحاظ شکلی، در نقطه مقابل اسطوره جامعه قرار می‌گیرد. مثلاً ضدفرهنگ، در عین حال که به مطلوب بودن رشد و توسعه اذعان داشت به اصل «کوچک زیباست»^۲ نیز معتقد بود. نمادهایی چون هیپیسیم، وجود میل به قدرت در فرایند نوسازی را به خوبی درک می‌کنند، اما تأکید می‌کنند که قدرت در نقطه مقابل این فرایند قابل حصول است.

در مرحله بعدی توضیح امر غیرمقدس، رهبران جنبش ضدفرهنگ به این نکته وقوف می‌یابند که نادیده گرفتن یا نفی روند دین‌زدایی غیرممکن است و امر مقدس، خود باید در این فرایند مشارکت و مداخله کند. بسیاری از جنبش‌های دینی رقیب، مانند «گروه استعداد انسانی»^۳ و «گروه نیچیرن شوشو»^۴ به شیوه منسجم تری به نمادهای خودسازی^۵، کمال‌بخشی به نفس^۶ و پرورش استعدادهای خود پرداختند و یا صراحتاً پیشنهاد کردند که فرد باید از میزانی از میل یا کشش شخصی و قابلیت درونی برای

1. antisymbols

2. small is beautiful

3. Human Potential Group

4. Nichiren Shoshu Group

5. self realization

6. self fulfillment

ایجاد اجتماع و جامعه‌ای فردیت یافته‌تر برخوردار باشد. (هامیلتون ۱۹۹۵).

در جریان شکل‌گیری نماد، فرایند تعامل با مظاهر فرهنگی جامعه، یعنی رسانه‌های گروهی، برقرار می‌شود. نخستین نمودهای اجتماعی جنبش ضدفرهنگ «جنبش آزادی بیان»^۱ در دانشگاه برکلی بود که معطوف به حق به نمایش گذاشتن نهادهای مقدس جدید و طرح آن در حوزهٔ عمومی و تلاش در جهت جلب توجه رسانه‌های گروهی به این نمادها بود. این نمادها بر اساس جذابیت آنها و با هدف جلب توجه رسانه‌های گروهی طراحی شده بودند و لذا به نماد هویت میلیون‌ها جوان دیگر در دانشگاه‌ها تبدیل شدند. به محض کشف و شناخت سودمندی قدرت جنبش فرهنگ برای رسانه‌های گروهی، رسانه‌های مختلف به استفاده از این قدرت و در نتیجه خلق نوعی متن پرداختند. به این ترتیب، تهیه و پخش اخبار در قالب نمایش‌های سیاسی (به ویژه با انگیزهٔ دامن زدن به مناقشات مربوط به جنگ ویتنام) و حضور ابتکاری بیتل‌ها^۲ در «برنامه‌های ادسالیوان»^۳ و به ویژه سبک موسیقی راک بیانگر نمادهای ضدفرهنگی بود (مارتین، ۱۹۸۱).

جنبش جناح جوان نیز به نوبه خود انواع موسیقی‌های راک را به نماد خرده فرهنگ خود تبدیل کرد تا با استفاده از آن به خلق مجموعه‌ای از متون جدید بپردازد، که این به معنی ایجاد تعامل میان هویت جوانان و رسانه‌های گروهی بود که تا به امروز نیز ادامه دارد.

از منظر نهادهای دینی‌ای که با جریان تجددگرایی هماهنگ شدند، حرکت ضدفرهنگی حرکتی دین‌ستیز و دنیاگرا بود. قطعاً از منظر بسیاری از تعاریف موجود دربارهٔ دین‌زدایی، جنبش ضدفرهنگی به دنبال نفی حضور نمادهای مقدس «دین عرفی» در بخش‌های مختلف فرهنگ نیست. از سوی دیگر، می‌توان ادعا کرد که از چشم‌اندازی هستی‌گرایانه^۴، شواهدی دال بر تقدس‌گرایی جمعی فرهنگ وجود دارد. از روند تقدس‌گرایی در جنبش‌های صلح‌طلبانه و در فروپاشی بسیاری از رژیم‌های تمامیت‌خواه^۵ و در تأکیدی که در روند توسعه، بر تمرکززدایی^۶ و جماعت‌گرایی^۷ و نیز در تعلیم و تربیت، بر اولویت و «آسوده زیستن» در زمانهٔ حاضر می‌شود می‌توان یاد کرد.

همان طور که در بالا خاطر نشان شد، این روند مشوق افراد در یافتن الگوهای جدید تفسیر در تحقیقات دینی و رسانه‌ای شده است.

1. Free Speech Movement
3. Ed Sullivan Show
5. totalitarian
7. Communitarianism

2. Beatles
4. Existential
6. Decentralization

دین عرفی ملت - کشورهای مردم‌گرا^۱

یکی از نخستین حرکت‌های احیاگرانه مذهبی که به تأسیس نظام و مجموعه کاملاً توسعه یافته‌ای از نمادهای دینی پرداخت و توجه تحقیقات دینی و رسانه‌ای را به خود جلب کرد، مقدس شمردن شیوه زندگی‌ای بود که از حدود سال‌های ۱۸۲۰ تا ۱۹۷۰ حول محور دولت‌های رفاهی دموکراتیک ایجاد شده بود. هرچند جنبش رمانتیسم هنری^۲ صنعتی شدن را با روند غیردینی شدن یکی می‌انگاشت، جنبش احیا برای شناخت امور مقدس (و دینی) و نجات آن در عصر جدید کوشید. مجموعه نمادها بیشتر مدیون انقلاب فرانسه و جنبش روشنگری بودند، ولی این نمادها محتاج آن بودند که با دین‌ورزی جمعی انسان معمولی و افسانه‌های ابتدایی عوام و آرمان‌های دموکراتیک جامعه (محلی، منطقه‌ای و ملی) آمیخته شوند تا ابعاد مقدس و متعالی پیدا کنند. فرایند مقدس شمردن اجتماع مدنی جدید و نیز وحدت و یکپارچگی دموکراتیک، شالوده محکمی برای سنت دورکیمی جامعه‌شناسی دین فراهم ساخت که بهترین بیان و نمود خود را در عبارت «دین عرفی»^۳ بلا یافت (۱۹۷۰ و ۱۹۶۷).

کانون و هسته مرکزی مجموعه جدید نمادهای مقدس، حول محور جنبش‌های مردم‌گراسامان یافت. این جنبش‌ها به تجلیل از اعضای طبقه کارگر (مجموعه‌ای از نمادهای مقدس پدرسالارانه^۴) و کار پرافتخار آنان پرداختند و این کاری است که موجب خلق و پیدایش ملت می‌شود. تأثیر خرد^۵ هنر و عقل سلیم و کارآمدی و بهره‌وری کارگر در تشکیل اجتماع، گواه روشن و غیر قابل انکاری بر وجود و حضور امور مقدس بود. این نمادها به سرعت موجب گسترش مجموعه‌ای از ضدنمادهایی شد که از طبقه اشراف مشروعیت زدایی^۶ می‌کرد؛ طبقه‌ای که بیش از هزار سال در اروپا حامی مقدسات، هنر و نظم اجتماعی بود. کلیسا با اتخاذ رویکرد مخالف و ضدفئودالی، عامل مؤثری در مشروعیت‌بخشی به نمادهای مقدس جدید توده مردم بود. هر جنبش جدید مدعی بود که اشرافی‌گری موروثی تقدس خود را از دست داده (هوفستاتر^۶، ۱۹۵۵) و در نقطه مقابل طبقات اشرافی، شهروند عامی به عنوان انسانی خالص و درستکار و بری از هر گونه دغل و ریا، مبنای مستحکم فضیلت و سربلندی کشور و مستعد رسیدن به تکامل و تعالی از طریق آموزش و رأی دادن تلقی شد. اگر در گذشته حکمت خداوندی در تقدس و شکوه شاهانه تبلور و تجلی می‌یافت، اینک در صدای اکثریت مردم متبلور می‌شود.

این نمادها به این دلیل تقدس می‌یافتند که مبتنی بر نوعی تناقض بودند. یعنی اعضای ساده و

1. Populist

2. artistic romantic movement

3. Patriarchal

4. wisdom

5. delegitimizing

6. Hofstadter

بی‌پیرایهٔ طبقه‌کارگر، اساس و بنیاد آموزش، علم، حکمت و تدبیر و نیز شالودهٔ ایجاد جامعه‌ای عادلانه به شمار می‌آمدند. مدرسه که برای تربیت کودکان و جوانان تأسیس شده بود، به نمادی مقدس تبدیل شد (دولان^۱، ۱۹۸۴).

مرحلهٔ بعدی شکل‌گیری نمادهای مقدس، تشکیل اجتماعی مقدس از طریق کشف و شناخت ریشه‌های تاریخی انسان عامی و عادی در میان همین مردم عوام^۲ و نیز شناخت تقدیر اسطوره‌ای^۳ همین مردم برای تشکیل اجتماعی عادلانه است. هر کشور مدرن صنعتی، شالوده‌ها و بنیادهای خود را میان عامه مردم می‌جوید. در کشورهای جدیدی که اساس تشکیل آن مبتنی بر مهاجرت شهروندان است، مبانی و ریشه‌های مهاجر قبيله‌ای جای خود را به مبانی اصیل ملت - کشور داد. مثلاً در کشور امریکا، نماد اجتماع زراعی و صنعتگر حول محور کلیسا، همایش‌های شهری مدرسه گروه‌های طرفدار پیشرفت و توسعه، احترام به آزادی بیان مبتنی بر عقل و تدبیر ذاتی انسان معمولی و پذیرش فرایند تصمیم‌گیری مشارکتی، به مجموعه نمادهای خدشه‌ناپذیر و مقدسی تبدیل شدند. به موازات اضمحلال جوامع روستایی، التزام به اجتماع به تعهد و التزام به تخصص‌گرایی جهانی و سوگند مقدس فرد متخصص برای خدمت به جامعه و ارباب رجوع، بدون توجه به پیشینه و خاستگاه آنان، تغییر یافت و این التزام، مبتنی بر نظام اخلاقی، مسئولیت‌پذیری جامعه متخصصان و تضمین دولت بود (بلدشتاین^۴، ۱۹۷۶). هر چند در برابر نیروی کار مبارز و اشتراک‌گرایی کشاورزان مقاومت زیادی شد، این جریان در دولت رفاهی به علت تحول در دین اجتماعی و به واسطهٔ گسترش آموزش‌های مدنی به وسیلهٔ کلیساها به مشروعیت مقدسی دست یافت.

آنچه که مخصوصاً در فرایند شکل‌گیری این نمادهای مقدس واجد اهمیت تلقی می‌شد، این بود که کلیساهای بزرگ اساساً با روند غیردینی شدن کشور را همراهی کردند تا به کثرت‌گرایی دموکراتیک آن مشروعیت بخشند. در واقع، کلیساها روابط خود را با اشرافیت قطع و نقش شایسته‌ای در تدوین نمادهای مقدس نظم جدید ایفا کردند. بخشی از این تغییرات به بهای دست‌بندی‌های مختلف در درون کلیسا، کنار نهادن مرزبندی‌های جزم‌گرا، تقویت دین عرفی توسعه، دموکراسی، آزادی بیان، آزادی تشکیل انجمن‌ها و حقوق بشر تمام شد (هربرگ^۵، ۱۹۹۵). در واقع، گروه‌های دینی سنت‌گرا احساس کردند که تنها با کنار گذاشتن جزمیت کلیسا و اقبال به نظرات دنیاگرا و فرایند غیردینی شدن به قصد شناخت آن می‌توانند

1. Dolan

2. Folk

3. mythic destiny

4. Bledstein

5. Herberg

مقدسات خود را حفظ کنند.

سومین مرحله در تشریح دقیق نمادهای مقدس، مناسک مذهبی گروه‌های محلی و ملی بود. هر رویداد گروهی، از رقابت‌های ورزشی گرفته تا انتخابات سیاسی از نوعی تقدس برخوردار است که در سرود ملی، ستایش از قهرمانان ملی، به نمایش گذاشتن نمادهای فِرَق بزرگ مذهبی، برگزاری مراسم سوگند برای خدمت به مردم و تجلیل آیینی از حقوق انسان عادی و معمولی نمادینه شده است. گرایش به فراخوانی اتباع در جنگ‌های ملی یا توسعه‌طلبی چه در طول مرزها چه در ماوراء دریاها لحظه و عرصه برجسته‌شدن و موضوعیت یافتن نمادها شبیه به شعائر مقدس تقدیم قربانی، شهادت و آزمون ایمان است.

رسانه‌های گروهی که وجودشان ریشه در اصولی چون آزادی بیان، حق کسب و استفاده از اطلاعات و تعلیم و تربیت دارد، به عرصه دیگری برای زایش و خلق نمادهای «دین عرفی» تبدیل شدند. رسانه‌های جمعی از متن جنبش‌های مردم‌گرا سر بر آورده‌اند (شیلر^۱، ۱۹۸۱). سبک روزنامه‌های ارزان قیمت (تفسیر سردبیر، قطعات طنز، مجموعه داستان‌های کوتاه) بر اساس نمادهای مقدس مربوط به حرکت‌هایی چون اعتراضات گروهی، جنگ‌های ملی‌گرایانه و غیره شکل گرفت. همین‌که این روزنامه‌ها به درج متنی می‌پرداختند که متناسب با رسانه‌های صوتی - تصویری بود، این متن به فیلم نامه یا نمایش‌نامه تبدیل و در رادیو و تلویزیون به نمایش گذاشته می‌شد (تانستال^۲، ۱۹۷۷). در واقع، تفکیک و تمییز علم کلام^۳، دین‌پژوهی، فلسفه اجتماعی و آموزش‌های مدنی، سنت‌های مذهبی، مباحث ژورنالیستی و فلسفه عمومی ارتباطات از یکدیگر کار دشواری بود. معیار حقیقت و صدق، دیگر مابعدالطبیعه نبود، بلکه «عینیته» بود که روش‌شناسی علوم اجتماعی آن را تضمین می‌کرد. به علاوه، نقش رسانه‌های گروهی در ارائه خدمات عمومی و نیز راهنمایی گروه‌های حامی دین عرفی، به عنوان بخشی از خدمات عمومی رسانه ملت - کشور، مقدس شمرده شد. البته فِرَق و جنبش‌هایی که مایل به حمایت از مکتب لیبرال دموکراسی نبودند از این گردونه خارج و حذف شدند.

امروزه کشور و رسانه‌های مدرن جامعه به مردم به عنوان عاملان ساخت و شکل‌گیری فرهنگ توجه کمتری نشان می‌دهند. به همین ترتیب، نمادهای مقدسی که با این موضوع مرتبطند نیز، کمتر مورد توجه قرار می‌گیرند. اما نهان بودن این شکل از تعامل میان امر مقدس و غیرمقدس بدین معنا نیست که

1. Schiller
3. theology

2. Tunstall

امر مقدس از زندگی ما رخت بریسته است (وارنر، ۱۹۹۳). البته همزمان، فرایندهای همگونی از روند مقدس‌سازی وجود دارد. از خود بیگانگی اجتماعی، که بر اثر دین عرفی به وجود آمد، اساس نوع سومی از حرکت تجدید حیات دینی در دوران معاصر شد.

احیای فرقه‌گرایی در مسیحیت بنیادگرا

از دهه ۱۹۵۰ به این سو، مذهب پروتستان به طرح و عرضهٔ یکی از جالب‌ترین مجموعهٔ نمادهای مقدس در جهان مبادرت ورزیده و این نشان دهندهٔ انتشار پایدار این دین هم در مناطقی که به طور سنتی محل تجمع پروتستان‌ها بوده و هم در مناطق امریکای لاتین و آفریقا است. قدرت حرکت انجیل‌گرایی ناشی از اتخاذ رویکرد احیاءگرایی در چهارچوب نظام اعتقادی مسیحیت است.

خاستگاه اجتماعی مسیحیت انجیلی هرچه باشد (ما به خصوص از تبیین تقلیل‌گرای جامعه‌شناختی پرهیز می‌کنیم)، مذهبی است به امر قدسی که در فرایند ظهور، تجلی و انکشاف امر برین وجود دارد و از تحولات آنی و عاجل فرهنگ، ایمن است و دلبستگی و تعلق خاطر ساده و بی‌پیرایه‌ای از خود نشان می‌دهد. مهم‌ترین این نمادها اعتقاد به خطاناپذیری وحی خداوند است که به صورت نوشتاری محفوظ مانده است و آن کلام، بیان مکتوبی از گزاره‌های کلامی قطعی و مجموعه‌ای از قوانین اخلاقی جاودانه و نیز زهد و پارسایی فردی است که از بیهودگی و هوس‌های زودگذر فرهنگ جمعی پرهیز می‌کند (روثمان، ۱۹۸۴). دیگر نمادهای این حرکت عبارتند از: عقل‌گفتاری یا فرهنگ شفاهی محافظه‌کاری کلاسیک، صیانت از نهادهای اجتماعی، چون الگوی خانوادهٔ پدرسالار، بی‌اعتمادی به فن‌آوری و علوم جدید (مگر اینکه ابزار پاکی باشد و کلام ثابت الهی را مخدوش نسازد) (مارسدن^۱، ۱۹۸۰ و ۱۹۹۱). به اعتقاد جنبش انجیل‌گرایی معاصر، نشانه و نماد امور نامقدس، قدرت مدرنیته (ویست مدرنیته) در جریان بازسازی طبیعت است: شکل دادن به زندگی انسان آن گونه که خودش می‌خواهد، روی آوری مجدد به جنسیت‌گرایی (و مسائلی از لحاظ اجتماعی مرتبط با این امورند) و نیز انکار و نفی زمینه‌های تقدس واقعیت در حوزه فرهنگ عمومی و اعتقاد به این موضوع که هیچ مبنای مقدسی مصون از دخالت و تصرف آدمی نیست (هانتر، ۱۹۸۷). از این رو، زندگی تولد نیافته، همجنس‌خواهی و تعصب دینی تبدیل به نمادهای امر مقدس شده‌اند.

مذهب انجیل‌گرای پروتستان هیچ‌گاه به ارتباط با واسطه (فرهنگی و اجتماعی) با امر قدسی معتقد

نبوده و همواره رستگاری را در نزول مستقیم قدرت معجزه‌آسا و توصیف‌ناپذیر خداوند در زندگی خود جسته است. از این رو، یکی از نشانه‌های نمادین مهم حضور امر قدسی، بشارت دهنده (مبشر) پیامبرگونه‌ای است که مستقیماً از خداوند (بدون تأیید کلیسای رسمی) الهام گرفته است و برای ایجاد تحولی ژرف در درون انسان‌ها، تسکین آلام آنان و چشاندن طعم شیرین جذبات معنوی به مؤمنان، حرکت و حیات مذهبی را مستظهر به نیروی لایزال الهی می‌کند (مارسدن، ۱۹۹۱؛ شولتر، ۱۹۹۱).

نماد فرعی دیگر، سازمانی است که پیرامون شخصیت کاریزماتیک این بشارت دهنده شکل می‌گیرد و او را برای ابلاغ اوامر ثابت خداوند یاری می‌دهد. ارتباط با کلام قدرتمند خداوند برای ایجاد تحول در آدمی کفایت می‌کند. (بروس^۱، ۱۹۹۰).

مجموعه‌ای دیگر از نمادهای مقدس، حول محور تجربه‌احیا و نوشکوفایی دینی در درون آدمی شکل می‌گیرد، که در آن آدمی عمیقاً تحت تأثیر جذبه حق قرار دارد. حضور در مکان اجرای مراسم دینی، گونه‌ای تقرب به امر قدسی است و خود این فضا (آواز و ترنم، طنین موعظه)، موجب تحول درونی، و آرامش و تسکین درونی موجب ظهور و تجلی قدرت خداوند به شیوه‌ای تقدس‌آمیز است. تجربه تولد دوباره معنوی. رجعت به دوران کودکی و خاستگاه‌های فرهنگی اسطوره‌ای، تداعی‌گر نماد اصلی امر قدسی است. انجیل‌گرایی در امریکا مردم را به رجعت به ارزش‌های نخستین فرا می‌خواند و یا فرقه معتقد به پنجاهه^۲ در امریکای لاتین مردم را به رجعت به عقاید بومیان غیرکلمبیایی در کشورهای نظیر گواتمالا دعوت می‌کند (کونچا^۳، ۱۹۹۶).

در تاریخ آمده است که پولس رسول، بی‌اختیار احساس می‌کند که باید فرارسیدن فرمانروایی خداوند را در آن زمان ابلاغ کند. نیاز به ابلاغ کلام خدا به تمام مردم دنیا و دعوت آنان به اجابت فوری این سخن همواره وجود دارد.

جنبش احیای انجیل‌گرایی کار خود را در سطح روابط بین اشخاص، به شکل جدید احیای زندگی شهری آغاز کرد، اما انجیل‌گرایان در برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی به سرعت نمادهای جدیدی را برای انطباق با جامعه شهری اخذ کردند و به تولید نوعی برنامه دینی پرداختند (هوور، ۱۹۸۸؛ هورسفیلد، ۱۹۸۴). رسانه‌ها به عقیده بیلی گراهام^۴ و پات رابرتسون^۵ بار دیگر جایگاه مهمی در عرصه تولید نمادهای مقدس پیدا کردند. اگرچه فن‌آوری، به خصوص فن‌آوری رسانه‌ای، جزو جهان سکیولار به شمار

1. Bruse
3. Cancha
5. Pat Robertson

2. Pentecostalism
4. Billy Graham

می‌آید، اما همین که برای تبلیغ مسیحیت و انجیل به کار می‌رود، تقدس می‌یابد. رسانه‌ها مواهب مقدس خداوند در عصر آخرالزمان هستند و ادبیات جذاب و شوراآفرین آنان، خود نمادی مقدس است. درخواست از مخاطبان برای استفاده از تلویزیون به نیت کسب نیروی معنوی، به معنای بسط و گسترش این نمادگرایی است.

سیاست نیز در نزد پروتستان‌ها فعالیت نمادین مقدسی است، زیرا مظهر و ابزار تحقق حکومت خداوندی است و از این رو تمام ابزارها و فنون کسب قدرت سیاسی تقدس می‌یابند. نکتهٔ جالب این است که انجیل‌گرایی در مواجهه با معمای پسامدرنیسم به طور جدی به پذیرفتن دین‌گریزی پسامدرن گرایش دارد و این «آگاهی نوین دینی» پسامدرن و جماعت‌گرایی رادیکال است که بپ یکی شمردن انجیل‌گرایی با فردگرایی را درهم می‌شکند (هانتر، ۱۹۹۱).

کیش‌های پسامدرن تحریک‌بخشی نمادین

تحلیل ما بدون معرفی مجمل و مختصر چهارمین حرکت احیاگرا، یعنی احیا در سطوح فردی و یا گروه‌های کوچک، کامل نخواهد بود. از این شکل مبهم و مغشوش احیای دینی و فرهنگی، با عنوان «حرکت‌های جدید» یا حرکت‌های پسامدرن یاد شده است و یکی از ویژگی‌های اصلی آن تبدیل فرایند ارائه و عرضه آگاهانهٔ فرهنگ‌ها و نمادها به یکی از عرصه‌های تجلی امر قدسی است. همان‌گونه که ملوچی^۱ (۱۹۸۹) در بررسی‌های خود دربارهٔ این حرکت‌های جدید خاطر نشان می‌سازد، جوانان مخصوصاً بدین نکته واقفند که ما رشتهٔ ارتباط خود را با طبیعت گسسته‌ایم و می‌دانند که می‌توانیم جهان را به صورت دلخواه بسازیم. این جوانان دربارهٔ فرایند ارتباطات مطالعه و تأمل می‌کنند و می‌دانند که نمادها دارای معانی و مضامین ارتباطی هستند. ایجاد موقعیت آستانه‌ای نمادین و سپس زیستن آگاهانه در آن و وقوف به اینکه این وضعیت به کلی ساختگی است، نشانهٔ بزرگ داشت و تقدیس قدرت خلاقیت و آفرینندگی آدمی است. می‌توانیم مقدس بودن این عمل را از طریق تخریب و درهم شکستن فوری منظومه‌ای از نمادها و ابداع مجموعه‌ای دیگر از نمادها اثبات و تصدیق کنیم. در مجموع، امر نامقدس چیزی است که محسوس، معمولی، متعارف، ثابت و از لحاظ عقلانی دارای کاربرد ابزاری باشد. همین که امری عقلانی به شمار می‌آید، به تعبیر ملوچی آوارگان عصر حاضر^۲ فوراً در صدد خلق جهان نمادینی برمی‌آیند که کاملاً خیالی، تناوبی و خلاقانه است. متونی که این فکر را تبیین می‌کنند، از اشخاصی

1. Melucci

2. Nomads of the Present

همچون مایکل جکسون یاد می‌کنند که با تمام تعاریف جنسیت‌گرا و نیز سایر تعاریف مخالفت می‌ورزند. مادونا از ساخت اجتماعی واقعیت فراتر رفته و با کاربرد کاملاً آگاهانه نمادهای مقدس به ما می‌فهماند که امر قدسی همواره فراتر از مرز فهم متعارف قرار می‌گیرد.

یک برنامه و دستور برای تحقیق بیشتر

این فصل بیشتر درصدد شناخت هرچه بهتر مجموعه‌ای از پرسش‌های جدید برای تحقیق در حوزه دین و رسانه بود و نتیجه‌گیری مشخصی نداشت. ذکر خلاصه‌ای از مباحث و جریانات گذشته شاید بهترین راه برای نتیجه‌گیری از این فصل باشد.

اول، اگر ابداع و خلق نمادهای مقدس و ساخت شاعرانه معنا در تکوین فرهنگ‌ها آن قدر دارای اهمیت است که می‌توان آن را به صورت گفتمانی مستقل از حوزه عمومی تفکیک کرد، در باب حضور و ورود آنها در حوزه عمومی، به ویژه به صورت تفسیر و تأویلی ثانوی، چه می‌اندیشیم؟ آیا محققان حوزه مطالعات دینی و رسانه‌ای الزاماً باید در فعالیتهای پژوهشی خود عینیت‌گرا، غیرمذهبی و بی‌احساس باشند؟ طرح مفهوم «بازتاب» گیدنز و بحث جنسن درباره فرهنگ‌های «زمان‌مند» و «فارغ از زمان» هر دو نقطه آغازند، اما در کجا می‌توان از آنها استفاده کرد؟

دوم، گفته شد که شیوه ابداع نمادهای مقدس در عرصه‌های معنا، متنوع و گوناگون است و ذکر شد که شیوه‌های مختلفی برای تعامل پیوسته میان امر مقدس و نامقدس وجود دارد. تکیه بر یک نوع تقدس‌بخشی و حذف دیگر شیوه‌ها، احتمالاً (و به نظر من سهواً) به تأیید و تثبیت ناگزیر تقدس‌زدایی یا برعکس تقدس‌بخشی می‌انجامد. به همین ترتیب، طرح و معرفی صرفاً یک شیوه از خلق نمادهای مقدس (مثل دین عرفی)، یعنی شیوه هنجاری و ارزشی، به نفی و انکار اهمیت همه‌جانبه و متحول امر قدسی در ساخت فرهنگ می‌انجامد. حال، مسئله این است که ما درباره انواع شیوه‌های عرفی شدن که با سایر شیوه‌ها دارای تعامل و تفاعل است و از لحاظ ارزشی (هنجاری) اعتباری برابر دارد، چگونه باید بیندیشیم. معتقدم که فرایند گفتمان مستمر رسانه‌ها و مخاطبان، تولید و بازتولید مستمر متون عمومی، متضمن جابه‌جایی (تبادل) شیوه‌های مختلف مقدس‌سازی با یکدیگر است. اما اگر معیارهای چندگانه‌ای از حقیقت وجود داشته باشد، حوزه عمومی در طول زمان ثابت می‌ماند و یا تحول خواهد یافت؟

سوم، این فصل روشن ساخت که تأکید مشترک تحقیقات دینی و رسانه‌ای معطوف به نمادهای مقدس در حال ظهور و چگونگی تعامل مستمر این نمادها با نمادهای غیرمقدس است. تحلیل این تعامل

در تمام واقعاتی که دارای ساخت اجتماعی هستند، جزو فرایند بازتابی فهم ما از آن نوع فرهنگی است که در حال ساختن و یا در طلب آن هستیم. این نوع تحلیل‌ها، از ارجاع و تحویل دین در رسانه‌ها به جریان کنترل و تأثیرگذاری صرف اجتناب می‌ورزند و این در واقع گرایشی است که برکل جریان بررسی و تحلیل مسائلی چون کلیسای الکترونیکی غلبه پیدا کرده است. تحلیل «تأثیرگذاری»، نگاهی است از بیرون به موضوع و نظریه‌های سستی که درباره دین و رسانه ارائه کرده است.

آیا این رویکرد می‌تواند در برابر تسلط و همگون‌سازی ایدئولوژیک تحقیق در باب معنای دین واکنش نشان دهد؟ بر این اعتقاد که این تفحص، با این فرض که نوعی تفسیر بازتابی مضاعف است، فرایند پیوسته‌ای است از بازخورد نمادهای مقدس دینی که گروه‌های مذهبی در واکنش به پرسش فوق ابداع و عرضه می‌کنند، مشروط بر اینکه این تجلی و نمود بر اساس همان امر مقدسی باشد که از هویت فردی و فرهنگی آنها قابل دریافت است.

سؤال اصلی ما که در ابتدای فصل حاضر مطرح شد، هنوز به قوت خود باقی است: چگونه می‌توان دین و امر قدسی را در حوزهٔ عمومی و در عصر کثرت‌گرایی بنیادینی که به دین عرفی و حرکت‌های احیاگرایی فرقه‌ای و دیگر جنبش‌های احیاگرایی دینی بدگمان است، مطرح کرد؟ فکر می‌کنم که بخشی از پاسخ، به درک و تصور تازه از رسانه به عنوان عرصهٔ آیینی برمی‌گردد که در آن بازیگران مختلف، نمادهای مقدس خود را به صورت نمایشی مطرح می‌سازند. در جایی دیگر (وایت، ۱۹۹۰)، اهمیت کلیدی رسانه‌ها را به عنوان عرصهٔ تجلی آیین‌های فرهنگی مردم و فرایند گفتمان فرهنگی گوشزد کرده‌ام (وایت، ۱۹۹۵). ما به طور روزافزون بر ثنویت فرهنگ عالی - پست غلبه می‌کنیم و خواستار آن هستیم که زبان مردم و زبان عرف به زبان مشترک همه رسانه‌ها تبدیل شود. رسانه می‌خواهد که تمام حوزه‌ها و گروه‌های فرهنگی در «چهارچوبی فرازبانی» حضور پیدا کنند. این تمایل مخصوصاً هنگامی که هویت‌طلبی دگماتیک و خلوص‌گرایی ما در معرض بیشترین تأثیرپذیری‌هاست و ما با سرخوشی تمام آمادهٔ یافتن عناصر اصلی مشترک و مقدس خود در همه نمادهای مقدس هستیم صادق است. در رسانه‌ها به روی انواع نمادهای مقدسی که خلق می‌شوند گشوده‌است و مخاطبان رسانه‌ها به ثنویت مقدس - نامقدس اعتقاد چندانی ندارند. بدین ترتیب، هم تحقیقات رسانه‌ای و هم مطالعات دینی توأماً برای ارائه فهم نوینی از رسانه به عنوان ابزار تعامل و دادوستد فرهنگی تلاش می‌کنند.

- Beckford, J. (1989). *Religion and advanced industrial society*. London: Unwin Hyman.
- Beckford, J., & Luckmann, T. (Eds.) (1989). *The changing face of religion*. London: Sage.
- Bellah, R. (1967). *Civil religion in America*. Daedalus, 96(1), 1-21.
- Bellah, R. (1970). *Beyond belief: Essays on religion in a post-traditionalist world*. Berkeley: University of California Press.
- Bellah, R. (1975). *The broken covenant: American civil religion in time of trial*. New York: Seabury.
- Berger, P. (1976). *The sacred canopy: Elements of a sociological theory of religion*. Garden city, Ny: Doubleday.
- Berger, P.L. & Luckman, T. (1966). *The social construction of reality*. Garden City, NY: Doubleday.
- Beryer, P. (1994). *Religion and globalization*. London: Sage.
- Bledstein, B. (1976). *The culture of professionalism: The middle classes and the development of higher education in America*. New York: Norton.
- Brown, M.E. (1994). *Soap opera and women's talk: The pleasure of resistance*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Bruce, S. (1990). *Pray TV: Televangelism in America*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Carey, J.W. (1977). Mass communication research and cultural studies: The American view. In J. Curran, M. Gurevitch, & J. Woollacott (Eds.), *Mass communication and society*. (pp. 409-425). London: Edward Arnold in association with Open University Press.

- Concha, J. (1996). *Los Movimientos pentecostales en América Latina como parte de los procesos de la Cultura popular Latinoamericana*. Unpublished doctoral dissertation, Gregorian University, Rome.
- Crossan, D. (1988). *The dark interval: Toward a theology of story*. Sonoma, CA: Polebridge.
- Dolan, J. (1984). *Catholic revivalism: The American experience, 1830-1870*. Notre Dame, IN : Notre Dame university press.
- Douglas, M. (1966). *Purity and danger: An analysis of the concepts of pollution and taboo*. New York: Pantheon.
- Douglas, M. (1970). *Natural symbols: Explorations in cosmology*. New York: Pantheon.
- Ellul, J. (1967). *The technological society*. New York: Vintage.
- Feuer, J. (1987). Genre study and television. In R. C. Allen (Ed.), *Channels of discourses*, (pp.113-133). Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Fiske, J. (1987). *Television Culture*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Geertz, C. (1966). *Religion as a cultural system*. In M. Banton (Ed.), *Anthropological approaches in the study of religion*. (pp.1-46). London: Tavistock.
- Geertz, C. (1973). *Interpretation of cultures*. New York: Basic Books.
- Giddens, A. (1984). *The constitution of society: Outline of the theory of structuration*. Cambridge, MA: Polity.
- Glock, C., & Bellah, R. (1976). *The new religious consciousness*. Berkeley: University of California Press.
- Gonzalez, J. (1994). *Más (+) cultura(s): Ensayos sobre realidades plurales*. Mexico: Consejo Nacional para la cultura las Artes.
- Hall, S. (1977). Culture, the media and the "ideological effect." In J. Curran, M.

- Gurevitch, & J. Woollacott (Eds.), *Mass communication and society*, (pp. 315-348). London: Edward Arnold in association with the Open University Press.
- Hall, S. (1982). The rediscovery of "ideology": Return of the repressed in media studies. In M. Gurevitch, T. Bennett, J. Curran, & J. Woollacott (Eds.), *Culture, society and the media*, (pp. 56-90). London: Routledge.
- Hamilton, M. (1995). *The sociology of religion: Theoretical and comparative perspectives*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Herberg, W. (1955). *Protestant, Catholic, Jew*. Garden City, NY: Doubleday.
- Hofstadter, R. (1955). *The age of reform*, New York: Vintage.
- Hoover, S. (1988). *Mass media religion: The social sources of the electronic church*, Newbury park, CA: sage.
- Horsfield, P. (1984). *Religious Television: The American experience*. New York: Longman.
- Hunter, J.D. (1987). *Evangelicalism: The coming generation*. Chicago: University of Chicago Press.
- Hunter, J.D. (1991). *Culture wars: The struggle to define America*. New York: Basic Books.
- Jenkins, H. (1992). *Textual Poachers: Television fans and participatory culture*. New York: Routledge.
- Jensen, K.B. (1995). *The social semiotics of mass communication*. London: Sage.
- Kelly, J. (1983). *Leisure identities and interaction*. London: Allen and Unwin.
- Luckmann, T. (1967). *The invisible religion*. New York: Macmillan.
- Marsden, G. (1980). *Fundamentalism and American culture: The shaping of twentieth-century evangelicalism, 1870-1925*. New York: Oxford University Press.

- Marsden, G. (1991). *Understanding fundamentalism and evangelicalism*. Grand Rapids, MI: Eerdmans.
- Martin, B.(1981). *A sociology of contemporary cultural change*. Oxford, UK: Basil Blackwell.
- Martin, D. (1980). *The breaking of the image: A sociology of Christian theory and practice*. Oxford, UK: Basil Blackwell.
- Martín-Barbero, J. (1993). *Communication, culture and hegemony: From the media to the mediations*. London: Sage.
- McLoughlin, W. G. (1978), *Revivals, Awakenings, and reform*. Chicago: University of Chicago press.
- MeLucci, A.(1989). *Nomads of the present: Social movements and individual needs in contemporary society*. (J. Keane & P. Mier, Trans.), London: Hutchison Radius.
- Morley, D.(1992). *Television, audiences & cultural studies*. London: Routledge & kegan Paul.
- Newcomb, H. (1978). Assessing the violence profile: Studies of Gerbner and Gross, a humanistic critique and suggestion. *Communication Research*, 5(3), 264-282.
- Newcomb, H., & Alley, R. (1983). *The producer's medium: Conversations with creators of American TV*. New York: Oxford University Press.
- O'Toole, R.(1984). *Religion: Classic sociological approaches*. Toronto: McGraw-Hill Ryerson.
- Rambo, L. (1993). *Understanding religious conversion*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Robertson, R. (1992). *Globalization: Social Theory and Global Culture*. London: sage.
- Rosman, D. (1984). *Evangelicals and culture*, London: Croom Helm Ltd.

- Rowland, W. (1983). *The politics of violence: Policy uses of communication research*, Newbury Park, CA: Sage.
- Schiller, D. (1981). *Objectivity and the news*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Schultze, Q. (1991). *Televangelism and American culture: The business of popular religion*. Grand Rapids, MI: Baker.
- Silverstone, R. (1981). *The message of television: Myth and narrative in contemporary culture*. London: Heineman Educational Books.
- Tracy, D. (1981). *The analogical imagination*. London: SCM Press.
- Tunstall, J. (1977). *The media are American*. New York: Columbia University Press.
- Turner, B.S. (1991). *Religion and social theory (2nd ed.)*, London: Sage.
- Turner, V. (1969). *The ritual process: Structure and anti-structure*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Turner, V. (1974). *Dramas, fields and metaphors*, Ithaca, NY: Cornell University Press.
- Turner, V. (1982). *From ritual to theater: The human seriousness of play*. New York: performing Arts Journal Publications.
- Wallace, A.F.C. (1956), "Revitalization movements". *The American Anthropologist*, 58, 264-281.
- Warner, R.S. (1993). Work in progress toward a new paradigm for the sociological study of religion in the United States. *American Journal of Sociology*, 98(5), 1044-1093.
- White, R.A. (1990). Cultural analysis in communication for development: The role of cultural dramaturgy in the creation of a public sphere. *Development, Journal of the Society for International Development*, 2, 23-31.
- White, R.A. (1995, June). *The conditions for cultural negotiation in civil conflicts*. Unpublished paper presented at the meeting of the International Association for

Mass Communication Reserarch, Portoros, Slovenia.

- Wilson, T.(1993). *Wathchig television: Hermeneutics, reception, and popular cultre*. Cambridge, MA: polity.
- Wuthnow, R., Hunter, J.D., Bergesen, A., & Kurzewll, E.(1984). *Cultural analysis: The work of Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault and Jürgen Habemas*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Wuthnow, R.(1989). *The struggle for America's soul: Evangelicals, Liberals, and secularism*. Grand Rapids, MI: Eerdmans.
- Wuthnow, R. (1992). *Rediscovering the sacred: Perspectives on religion in contemporary society*. Grand Rapids, MI: Eerdmans.

فصل چهارم

فن آوری و نظریه سه وجهی رسانه

کلیفورد جی. کریستیانز

فلسفه تکنولوژی مارتین هایدگر بهترین توضیح برای شرایط بی سابقه امروز است که در آن، دین به منزله جهانی نمادین معرفی می شود. به اعتقاد هایدگر، فرهنگ صنعتی معاصر نظام ساماندهی ابزار انگارانه‌ای است از وسایل غیراخلاقی و کارآمدی و کفایت فن‌سالاری که در نقطه مقابل انگاره‌های دینی قرار می‌گیرد. به عقیده او، شرط صحت و اعتبار درک ما از رسانه و دین در بلندمدت، صیقل دادن فهم و درک خود از فن‌آوری است. تغییر الگوی کارکردگرایی به الگو و رویکرد «دین و رسانه‌های جمعی»، نیازمند آن نوع تلقی از فن‌آوری است که مبتنی بر ساختار فن‌آوری باشد. به اعتقاد هایدگر، این سخن به معنی شناخت فن‌آوری بر اساس مفهوم وجود و شناخت رفتار انسان به عنوان فرهنگی مبتنی بر فن‌آوری است.

میراث ارسطویی

تلقی سنتی از فن‌آوری و ابزارانگاشتن آن، ریشه در اندیشه‌های ارسطو دارد. «فن‌آوری نظم و سامانی است که انسان به اشیا (وسایل، آلات و ادوات، ماشین‌ها، مواد و علوم) می‌دهد تا به اهداف خود نایل شود». فن‌آوری فی‌نفسه واجد هیچ معنایی نیست، بلکه خنثی است (هود^۱، ۱۹۷۲). فن‌آوری هدف نیست، بلکه وسیله‌ای است در خدمت اهداف ما و نسبت به وجود آدمی و ماهیت جامعه، امری است عارضی^۲ و

1. Hood

2. extrinsic

ارزش آن در واقع تابعی است از اهداف غیرفن‌آورانه. محصولات فن‌آوری نه ضروری است و نه ذاتی^۱. حیوانات و گیاهان مطابق با طبیعت خود رشد و نمو می‌کنند، در حالی که انسان با استفاده از فنون از مواد اولیه مثلاً صندلی پلاستیکی می‌سازد. ارزش تولیدات فنی منوط به خدمتی است که به مقاصد و اهداف آدمیان می‌کند. به قول ارسطو: «هدف طب بهداشت سلامت است، هدف کشتی‌سازی ساختن کشتی، هدف هر راهبرد کسب پیروزی و هدف علم اقتصاد، ثروت و رفاه است» (اخلاق نیکوماخوس)^۲.

صرف‌نظر از تمام نتایج محتمل آن، فن‌آوری به زندگی بشر خدمت می‌کند. (ر.ک. مابعدالطبیعه و نیز سیاست). ما برای رفع حاجاتی چون مسکن، پوشاک، خوراک و دارو به ابزار نیاز داریم و تنها بعد از رفع نیازهای طبیعی و تضمین بقای انسان، فن‌آوری ممکن است اهمیت و موضوعیت پیدا کند. ادوات و آلات موسیقی برای لذت‌جویی و سرگرمی و وسایل علم نجوم برای گسترش بخشیدن به دانش بشری است، ولی در همه این موارد، فعالیت‌ها و تولیدات فنی با توجه به کاربردی که در زندگی انسان دارند، مقبولیت و مشروعیت می‌یابند. فن‌آوری در شمار اعمال نازل‌تر و سطحی‌تر آدمی قرار می‌گیرد. انسان از طریق دانش فلسفه و سیاست، دربارهٔ نظم قابل فهم اشیاء می‌اندیشد و از آنجاکه عقل موجب تمایز آدمیان از یکدیگر است، فلسفه و سیاست باید در چهارچوب مفهومی خود دنبال شوند. فن‌آوری تابعی است از حکمت عملی و فعالیت‌های فکری و اخلاقی انسان که از طریق آن آدمی به گوهر و قوه خود پی می‌برد و به جامعه ثبات و بقا می‌بخشد (هود، ۱۹۷۲).

اهمیت دادن به حساسیت‌های دینی در تدوین اهداف، کاری سنجیده، ماهرانه و مقبول است. در دیدگاه ارسطو دین، به عنوان جهان‌نمادین ارزش‌های غایی، بیش از هر چیز دیگری برای هدایت فن‌آوری پیچیده برای نیل به اهداف مطلوب ضروری است. آداب و مناسک دینی، برای تولید غذا بیش از تولید تجهیزات جنگی ارجح و ارزش‌قائل می‌شوند. فن‌آوری تلویزیون بیش از تبلیغات سیاسی و تجاری می‌تواند به رستگاری انسان خدمت کند. سیستم حمل و نقل عمومی که مردم را به محل کارشان می‌رساند، از تولید قایق‌های تفریحی و ماشین‌های مسابقه‌ای برای افراد خاص، مهم‌تر به شمار می‌آید. تیغ در دستان جراح به نجات جان آدمی و در دستان جانی به قتل می‌انجامد.

تعداد زیادی از مهندسان و فلاسفه، دیدگاه ارسطو دربارهٔ فن‌آوری را پذیرفته‌اند. به اعتقاد مبتکر و مبدع دانش سیبرنتیک، یعنی نوربرت واینر^۳، دیدگاه ابزارانگاری، سیاستمداران و نظریه پردازان

1. innate

2. Nicomachean Ethics

3. Norbert Wiener

اجتماعی را نگران تأثیر رسانه کرده و در عین حال این دیدگاه موجب کارآمدی دانش مهندسی در آزمایشگاه‌ها شده است. به اعتقاد شانون^۱ و ویور^۲ دیدگاه ابزارانگاری برای الگوی مبتنی بر ریاضی تحولات رسانه‌ای چهارچوبی فراهم آورده که الهام‌بخش نوآوری در زمینه ارتباطات تلفنی شده، به گونه‌ای که توانایی انتقال از ۶۰ هزار بایت در ثانیه در سیستم تلفن‌های کابلی، به مرز ۱۰۰ میلیارد بایت در ثانیه در فیبرهای نوری رسیده است. در دیدگاه هم‌کوشانه^۳ باکمینستر فولر^۴، داده‌ها می‌توانند در الگوهای مکملی جریان پیدا کنند که از نظم و هماهنگی موجود در طبیعت بیش از مجادلات و تعارضات موجود در ایدئولوژی‌های سیاسی تبعیت و پیروی کنند.

اما اعتبار مدل دو بعدی ارسطو را برای عصر ماقبل مدرن بپذیریم، امروزه چگونه می‌توان از آن دفاع کرد؟ از دهه ۱۸۹۰ به این طرف، سرعت پیشرفت‌های فنی در جوامع صنعتی چنان افزایش یافته که مجال اندکی برای اعمال محدودیت و سمت و سوئی خاص بدان باقی گذاشته است. از دیدگاه سنتی، ما در برابر پیچیدگی و تسلط فن‌آوری و رواج خیر و شر و گرایش‌ها و تمایلات سازنده و مخرب به خود وانهاده شده‌ایم و ساختارمند شدن فن‌آوری از کنترل ما خارج شده است (هود، ۱۹۷۲).

با توجه به پیچیدگی فن‌آوری در قرن بیستم، تأثیر اجتماعی آن بیش از این قابل محاسبه نیست. در زمینه کشاورزی یا سیستم حمل‌ونقل آن چه که به یکی از نیازهای آدمی در یک بُعد پاسخ می‌دهد، روی هم رفته و در درازمدت عنصری ضد تولیدی است. جامعه شناس فرانسوی، ژاک الول از زمان انتشار اولین کتاب مهم خود در سال ۱۹۵۴ با عنوان جامعه فن‌آورانه^۵ تا زمان مرگ خود در سال ۱۹۹۴، بر این اعتقاد بود که رویکرد ابزارانگاری نه تنها دچار کاستی است، بلکه از لحاظ تاریخی و جامعه‌شناختی نیز مردود است. اختراعات فنی به واسطه عنصر ابتکار، طراحی، تولید و توزیع، کاملاً سودمحور و متضمن گزینش نوع استفاده از انرژی و منابع است و ارزش بهره‌وری، قدرت و کارآمدی از ویژگی‌های ماشین، اصول و معیارهایی هستند که فرایندهای فن‌آورانه و فنی را هدایت می‌کنند. بنابراین، اصل خودافزایی^۶ غلبه می‌یابد و فن‌آوری را به طرف سرعت و حجم بیشتر سوق می‌دهد و فعالیت‌های محدود و کم دامنه‌تر را به حاشیه می‌راند، و با خصلت خاصی که دارد از کنترل انسان خارج می‌شود. در مقابل دیدگاه نخست که تولیدات فنی را در خدمت اهداف فناورانه قرار می‌داد، ژاک الول به معرفی فرایندی از ابزار در حال توسعه دائمی می‌پردازد که نهایتاً تمام آرمان‌های آدمی را که شایسته پایبندی است زایل می‌سازد. دیگر

1. Shannon

2. Weaver

3. Synergetic

4. Buckminster Fuller

5. The Technological Society

6. self-augmentation

نمی‌توان تصور کرد که مسائل فن‌آوری را می‌توان با توسل به حوزهٔ غیرفنی حل کرد. اکنون شرایط کاملاً تفاوت پیدا کرده است. در جامعهٔ سنتی، مردم برای جا به جا کردن سنگ از اهرم استفاده می‌کنند. الگوی مسلط، دیگر کاربرد ابزارها برای ساختن تمدن نیست، بلکه این الگو نظمی است فن‌آورانه که زندگی همهٔ ما را در برمی‌گیرد و مهارتی فنی است که زندگی آدمیان را از قلمرو طبیعت جدا و منفک می‌کند.

مارتین هایدگر (۱۸۸۹-۱۹۷۶) به همین شیوه، وضعیت فن‌آوری غرب قرن بیستم را به ریشه‌های یونانی‌اش ربط می‌دهد. از نظر هایدگر، مظاهر نوین فن‌آوری، نمایانگر اوج ثنویت سنتی وسیله - هدف^۱ است. اما به اعتقاد الول، توقع توجه بیشتر به اهداف فن‌آوری امر بیهوده‌ای است. معرفت‌شناسی ارسطو نادرست و فلسفهٔ اجتماعی او فاقد اعتبار است. برای نقد دقیق فن‌آوری، رویکردی اساساً متفاوت با آن مورد نیاز است. جهان بینی مبتنی بر ابزارانگاری باید واژگون و از بیخ و بن کنده شود. کل این پدیده باید مورد تردید قرار گیرد، نه برخی ابعاد و جنبه‌های آن. هایدگر با نقد و واریسی مبنای هستی‌شناختی فن‌آوری، الگوی ابزارانگاری را ویران می‌کند [۱].

دازاین^۲ هایدگر

هایدگر نیز همچون جان دیویی و لودویک ویتگنشتاین^۳ یکی از بانفوذترین فیلسوفان غربی قرن بیستم به شمار می‌رود [۲]. او از انتشار اولین کتاب خود با عنوان هستی و زمان^۴ در سال ۱۹۲۷ تا آخرین کتابش به نام فلسفه چیست؟^۵ در سال ۱۹۵۸، زمینه‌ای مناسب و پیش فرض‌های مفید و سودمندی برای تحقیق دربارهٔ «هستی» فراهم کرد. هایدگر ابتدا به عنوان دانشجو و بعدها به عنوان جانشین هوسرل^۶ در دانشگاه فرایبورگ دیدگاه اگزیستانسیالیستی^۷ خود را با استفاده از روش پدیدارشناختی دنبال کرد [۳]. به اعتقاد او، فن‌آوری نخستین عطیه برای فرهنگ معاصر و قلمرو اصلی مواجههٔ خردمندانه با هستی انسان بوده است. [۴].

هایدگر برخلاف تلقی سنتی، فن‌آوری را امری هستی‌شناختی می‌داند. انسان با فن‌آوری رابطه‌ای بیرونی ندارد، بلکه فن‌آوری با ساختار وجودی انسان عجین شده است. ویژگی فن‌آوری تنها از طریق توافق و انطباق آن با نوع بشر قابل درک است. مبنای نوآوری‌های فنی، ریشه در زندگی انسان دارد و

1. means-ends

2. Dasein

3. Ludwig Wittgenstein

4. Being and time

5. What is Philosophy?

6. Husserl

7. Existentialist

معنای فن آوری از طریق اثری که بر انسانیت ما می‌گذارد و نیز ویژگی‌هایی که از چنین پایه و پیشینه‌ای کسب می‌کند، قابل فهم است.

در فلسفه وجودی هایدگر، هستی انسان با اشیا و امور تفاوت اساسی دارد؛ گرچه آدمی را فقط در عینیتش^۱ می‌توان شناخت. هایدگر موجود انسانی را دازاین می‌نامد (که معنای لغوی آن «آنجا - بود»^۲ است) تا نشان دهد که هستی ارادی وجه ممیزه انسان از دیگر موجودات است. موجودات بشری به هستی و وجود فعلیت می‌بخشند. و وجود فقط از طریق انسان می‌تواند خود را آشکار سازد و تحقق پذیرد. انسان تنها موجودی است که تمام اشیای عالم با حضور او معنا می‌یابند. پدیده‌ها «هست بودن» خود را از طریق انسان آشکار می‌سازند. موجودات انسانی «آشکار کننده وجود» هستند. آدمیان دارای موقعیت انحصاری کشف و طرح مسئله وجود از طریق خودآگاهی منحصر به فرد خویش هستند. موجود انسانی جوهر ثابتی نیست، بلکه موجودی است مکان‌مند^۳ که معنای اشیا را درمی‌یابد و منعکس می‌کند. میان ذهن و عین هیچ ثنویت و وجود ندارد. کشف اشیا و کسی که اشیا برای او کشف شده است هم ریشه‌اند (هود، ۱۹۷۲). دیدگاه سنتی، فن آوری را برابر با مصنوعات و ابزار می‌داند و نوآوری‌های فنی را به سطح تولیدات فنی تنزل می‌دهد اما در دیدگاه هایدگر، فن آوری اسم نیست، بلکه فعل و فرایندی است که در آن وجود انسان به صورت مرتبط با طبیعت شکل می‌گیرد. فن آوری و انسان همانند معجونی خوراکی درهم آمیخته و با هم ترکیب شده‌اند. فن آوری صرفاً کاربرد علم نیست، شیوه هنرمندانه ساخت اجتماعی نیز هست. فن به آشکار ساختن یا تجلی بخشیدن امر ممکن می‌پردازد و متعلق به نیروی زایش و قوه آفرینش است. هنر و فن، امری شاعرانه است (هایدگر، ۱۹۷۷).

فن آوری چگونه دارای بنیاد هستی‌شناختی است؟ بر اساس دیدگاه هایدگر، رابطه فعال ما با جهان، متأثر از منافع آدمی است. این منافع به معنای رابطه ما با اشیاست تا جایی که اشکالی چون کاربرد، استفاده، تولید و اشکالی دیگر به خود می‌گیرند. این علاقه و توجه به موجودات به شیوه‌ای کاملاً مشخص، از طریق فن آوری به منصف ظهور می‌رسد (هود، ۱۹۷۲). معنای فن آوری نه در ارضای نیازهای آدمی، بلکه در اهتمام او به متمایز بودن از سایر موجودات ریشه دارد. فعالیت مبتنی بر فن آوری، به اعتقاد هایدگر، پیش از آنکه بیانگر ابزار ساز بودن آدمی باشد (انسان حیوان ابزار سازی است که برای رفع نیازهای اساسی خود مثل غذا و سرپناه می‌کوشد)، نمایانگر تلاش آدمی برای غلبه بر فنا و مرگ است و تلاش برای چیرگی

1. Concreteness

2. There-being

3. Situated

اصول به هم پیوسته و به هم وابستهٔ منفعت و مصرف را که در دل خود آگاهی فنی نهفته است، تجسم و عینیت می‌بخشد (تایلور^۱، ۱۹۸۴). وجود از دیدگاه هایدگر با مرگ تعریف می‌شود. «ما اینک مردگان را نه به دلیل پایان یافتن حیات دنیوی، بلکه به دلیل آنکه پذیرندهٔ مرگ هستیم، مرده می‌شماریم. موجودات زندهٔ معقول ابتدا باید فناپذیر باشند» (هایدگر ۱۹۷۱). هستی تنها به واسطهٔ مرگ، حضور خود را می‌نماید (فرای^۲، ۱۹۹۳).

در چهارچوب تفکر هایدگر، وجود و ابعاد واقعی موجود، به عنوان مبانی هستی‌شناختی، به طور یکسان تعریف نمی‌شوند. این دو مفهوم، یعنی «وجود» و «موجود»^۳ دو بُعد اصلی هستی‌اند (هایدگر، ۱۹۲۷). آدمی به طور همزمان در هر دو ساحت، وجود و حضور دارد. اگرچه، وجود به لحاظ ساختاری مقدم بر موجود است، اما این امر از طریق موجود، کشف و آشکار می‌شود:

«همین که انسان «هست» یعنی اینکه به واسطهٔ وجود، موجودیت دارد و از قبل با شئونی از موجودات در گسترهٔ وجود سازگار^۴ شده است، شئونانی چون کیفیت، کیفیت، نسبت و غیره. هر دو پیش زمینهٔ بُعد وجودی انسان، نتیجهٔ جهت‌گیری اصلی او نسبت به وجود و افق بُعد وجودی اوست. و افق بُعد وجودی او، خود ناشی از کشف موجودات به دست اوست. این دو پیش زمینه، توأم با یکدیگر آشکار می‌شوند» (هود، ۱۹۷۲).

وجود، برخلاف تصور سنتی فلاسفهٔ غربی، جوهر نیست. در واقع، فقط به واسطهٔ موجود یا پدیده می‌توان به شناخت «وجود» نایل آمد. نیروی الکترومغناطیس تا پیش از اختراع رادیو و تلویزیون، ناشناخته بود و به واسطهٔ آنها شناخته شد. خانه نشانه‌ای از فواید چوب است و کشتی خصوصیات آب را به ما می‌شناساند (هایدگر، ۱۹۷۷). اما بعد یا گسترهٔ «وجود» به نوبهٔ خود مجموعه‌ای است از شرایطی که پیدایش موجود را ممکن می‌سازد. از نظر هایدگر، فن آوری در مجموعه‌ای سازمان یافته، هم وجود است و هم موجود. او از طریق تحلیل پدیدارشناختی آن چیزی که در دسترس است، وجود را معین و مشخص می‌کند. سروکار داشتن با موجودات واقعی به تلاش برای شناخت اهداف یا مهندسی حیرت‌آور فنون، مواد و موضوعات اولویت پیدا می‌کند. بنابراین، فن آوری ابزار صرف یا مجموعه‌ای^۵ از اشیا نیست، بلکه گونه و نحوه‌ای از ظهور و انکشاف است؛ یعنی حقیقتی است در گستره‌ای که این انکشاف و ظهور رخ می‌دهد، حضور دارد و آنجا حقیقت یا «Aletheia» به وقوع می‌پیوندد (هایدگر، ۱۹۷۷).

1. Tylor

2. Fry

3. Ontic

4. oriented

5. Esemble

به عقیده هایدگر، فن آوری را نمی‌توان تنها از بُعد عینی و موجود بودن آن (یعنی در فعالیت و عمل انسان برای تولید اشیا از طریق ابزار) شناخت. بررسی فن آوری از این منظر، یکی از خطاهای رویکرد ابزارانگاری است و ما به فهم و شناخت فن آوری نایل نمی‌شویم، مگر با رفع و اصلاح این خطا:

«وقتی که از فن آوری به عنوان امری خنثی سخن می‌گوییم، به بدترین نحو درباره آن داوری کرده و با آن مواجه شده‌ایم. این تصور که امروزه از آن تجلیل می‌کنیم، ما را از ماهیت و ذات فن آوری کاملاً غافل و گمراه ساخته است.» (هایدگر، ۱۹۷۷).

برای فراتر رفتن از تصور سنتی درباره فن آوری باید دریابیم که انسان چگونه به ایجاد فن آوری می‌پردازد و نیز اینکه فن آوری در چنین چهارچوب و زمینه‌ای چگونه تعینات^۱ خاص خود را پیدا می‌کند. بنابراین، مسئله اصلی، آگاهی بدین نکته است که جنبه‌های هستی‌شناختی انسان چگونه ویژگی‌های هستی‌شناختی فن آوری را شکل می‌دهد و ممکن می‌سازد (هود، ۱۹۷۲).

هایدگر این پرسش فلسفی را مطرح می‌کند: «فن آوری تحت چه شرایطی به وجود می‌آید؟» فن آوری مدرن صرفاً محصول کار انسان نیست (هایدگر، ۱۹۷۷). فن آوری دارای ساختاری هستی‌شناختی است که شکل و صورت خاصی از مجموعه امکاناتی است که به نظر ما زمینه‌ساز ایجاد فنون امروزی است. هایدگر سیر شکل‌گیری فن آوری را قالب‌بندی یا گشتل^۲ [۵] می‌نامد (هایدگر، ۱۹۷۷). از نظر هایدگر، گشتل ساختاری در حال شکل‌گیری است و به اعتقاد او هم‌سنگ و هم‌تراز آن چیزی است که میشل پولانی^۳ «دانش ضمنی»^۴ و ریموند ویلیامز^۵ «ساختار احساس»^۶ می‌خواند. آگاهی و شناخت ما از فن آوری همیشه مقید و محدود به افق‌های فن آوری است. واکنش انسان به فن آوری، محدود و جهت‌مند است. کار و فعالیت خودبنیاد و خودمدار نیست، بلکه تحت هدایت بازی تاریخی زبان و مفاهیمی است که تحت کنترل هیچ احدی نیست.

«آدمی در حقیقت می‌تواند به انجای مختلف بیندیشد و یا مسئولیتی را به انجام رساند، امانی تواند بر فرایند انکشاف و آشکار شدن^۷ خود اعمال نفوذ کند. در این فرایند واقعیت در هر لحظه‌ای از زمان خود را آشکار یا نهان می‌سازد.» (هایدگر، ۱۹۷۷).

بنابراین، موجودات مختلف تنها از یک پیشینه و منشأ به وجود می‌آیند و در درون چهارچوبی واحد

1. determination

2. gestell

3. Michael Polanyi

4. tacit knowledge

5. Raymond Williams

6. Structure of feeling

7. unconcealment

کشف و آشکار می‌شوند. البته منشأ یا بستری که موجودات در آن شکل می‌گیرند، خود ساختارمند است (اید^۱، ۱۹۷۹). فن‌آوری محصول ابتکارات فردی نیست، بلکه حصول و تکوین آن مبتنی بر دیدگاهی است که جهان فرهنگی و طبیعی به ما تحمیل می‌کند. بنابراین، موجودات به راحتی به وجود نمی‌آیند. حضور و ظهور موجودات به شیوه کاملاً روشن و مشخصی صورت می‌پذیرد که متکی بر حوزهٔ ظهور و انکشافی است که این موجودات در آن قرار می‌گیرند. فن‌آوری از لحاظ هستی‌شناختی بر حسب داده‌های تمدنی که مسلم و بدیهی است، تجلی می‌یابد. وجه فن‌آورانهٔ حقیقت، شئون و چهره‌های خاصی دارد که از حوزهٔ تعهدات پیش‌نظری^۲ نشئت می‌گیرد. از چیزی چون سنت‌های بسیار پویا، مقبول و با دوام؛ سنت‌های تاریخی‌ای که همانند شخصیت و عمیق‌ترین خصوصیات فرد مستحکم است و به راحتی قابل نفی و انکار نیست (اید، ۱۹۷۹).

در عصر حاضر، فن‌آوری تحت شرایط پیشرفت علمی و تجاری، عقلانیت و عرفی‌شدن به ظهور می‌پیوندد.

ما در مقام مفسر، خود را در موقعیتی جدید یعنی «در جهانی هستی^۳» می‌یابیم که فراهم آمده از آمیزه‌های فن‌آورانه است و واقعیت را بی‌پرده به ما نشان می‌دهد (اید، ۱۹۸۳). به قول هایدگر، عصر مدرن هستی، عصر مبتنی بر فن‌آوری است. بنابراین، در این عصر، اگر باید به فهم موقعیت خود و واکنش به آن پردازیم، غلبهٔ ذات یا شکل فن یکی از مسائل اساسی فلسفه است (اید، ۱۹۷۹).

یکی از مفروضات مدنی در جهان مبتنی بر فن‌آوری تعریف زمین به عنوان منبع لایزال ذخایر است. طبیعت در نگرشی تک‌بعدی به عنوان مخزنی از انرژی و یا نیرو تلقی می‌شود که باید از آن بهره‌برداری کرد. زمین در جهان مبتنی بر فن‌آوری، خود را به صورت معدن زغال سنگ و خاک خود را به صورت ذخیرهٔ معدنی به ما نشان می‌دهد (هایدگر، ۱۹۷۷). ما با نگاه به جنگل محصول کاغذ را می‌بینیم. رودخانه راین برای کارخانجات هیدروالکتریک منبع تأمین نیرو به شمار می‌آید. تنها در برخی نقاط دور افتاده است که برخلاف این تفکر، زمین را «مادری» می‌دانند که حتی نباید آن را شخم زد (اید، ۱۹۷۹). در همه جا، همه چیز به گونه‌ای سامان داده می‌شود که دم دست باشد و در واقع بتوان بلافاصله برای استفاده بیشتر بدان دسترسی داشت (هایدگر، ۱۹۷۷). توسعهٔ بی‌وقفهٔ فن‌آوری بستگی به تصور ما از طبیعت به عنوان منبع و مخزن دارد. دنیای طبیعت برای کار و فعالیت انسان حاضر است و به جهان به چشم منبعی

1. Ihde

2. pretheoretical

3. Life-World

پایان‌ناپذیر نگاه می‌شود، نه به چشم ابژه^۱ و در کنه فیزیک مدرن روح فن‌آوری حضور دارد. فن‌آوری در معنای هستی‌شناختی آن به منزله منبعی آماده کشف از طبیعت تلقی می‌شود و طبیعت در محدوده قالب‌سازی^۲ به صورت منبعی لایزال ظاهر می‌شود (اید، ۱۹۷۹).

این شیوه گزینشی نگاه به جهان در برگیرنده هدفی از پیش تعیین شده است:

«ما باید به طرح و اشاعه استنباطی بپردازیم که در بادی امر بشر را در مسیر انکشاف و تقدیر می‌اندازد. بشر در خطر تقدیر قرار دارد. تقدیر انکشاف در هر شکل و نوعش اساساً یک خطر است.»

در انکشاف فنی ممکن است «نهفتگی»^۳ را به فراموشی بسپاریم و جزء را به جای کل ببنداریم. دنیا ممکن است در تلقی نهایی به منزله منبعی دائمی از انرژی به شمار آید. در این وضعیت، «طبیعت حکم پمپ بنزین غول‌آسایی را می‌یابد، یعنی مانند منبع ذخیره انرژی برای صنعت و فن‌آوری مدرن تلقی می‌شود.» (هایدگر، ۱۹۶۶):

«غلبه تقدیر به صورت قالب خطر عظیمی است. به مجرد آنکه امر مکشوف به عنوان منبعی دائمی بشر را مشغول و درگیر خود می‌کند، آدمی به مرحله سقوط قریب‌الوقوع خود نزدیک می‌شود - یعنی به مرحله‌ای می‌رسد که خودش نیز به مثابه منبعی دائمی به شمار خواهد آمد» (هایدگر، ۱۹۷۷).

خطر انکشاف، حتی اگر به آن توجهی نشود، فراموش شدن وجود انسان در فرآیند فن‌آوری است. زیرا وجود هر چیز یعنی اینکه آن چیز ماده و موضوعی است در خدمت توسعه نظام مبتنی بر فن‌آوری. فن‌آوری رسانه‌ای به ویژه برای بازسازی انسانیت بی‌اصالت امروز ابزار قدرتمندی است. به اعتقاد اول، این روند و جریان رسانه‌ای فرهنگی کردن^۴ تبلیغاتی است جامعه‌شناسانه که در آن امور مبتدل و انطباق‌یابی با محیط که از سطوح پایین به سوی بالا جریان دارد، بیشتر به کار یک دست کردن می‌آید تا اطلاع رسانی. بینندگان و خوانندگان خریدار به شمار می‌آیند و اطلاعات خصوصی و محرمانه به صورت کالایی برای بانک‌های اطلاعاتی دیجیتالی در می‌آیند. برداشت تونی فرای از نظرات هایدگر چنین است:

«قدرت تلویزیون به انحای مختلف از تلفیق فن‌آوری و فرهنگ نشئت می‌گیرد و پس از آن، فضا و جایگاهی را اشغال می‌کند و شرایطی را فراهم می‌آورد که در فرایند تماشا، موضوع به شکلی یک

1. Object
3. concealing

2. enframing
4. enculturation

جانبه در قالب درک بیننده جای می‌گیرد.

در مهندسی ژنتیک، انسان مادهٔ خامی است که در خدمت آزمایش‌های علمی قرار دارد. ما از انسان مثل ظرف یکبار مصرفی استفاده می‌کنیم و به محض تمام شدن کار، آن را در زباله‌دانی می‌اندازیم (دریفوس، ۱۹۹۵). مثلاً در مورد طرح کلاسیک بارگیری در دانشگاه کالیفرنیا - ایروین، گوجهٔ پیوندی جدیدی باید تولید می‌شد که به علت داشتن پوست ضخیم به راحتی له نمی‌شد و با اضافه کردن مقداری رنگ شیمیایی هم به یکباره می‌رسید. این گوجه‌ها باید مستطیل شکل می‌بودند تا حمل آنها راحت‌تر می‌شد. انطباق و جفت و جور کردن شکل گوجه با ماشین یکی از مصادیق دل‌مشغولی هایدگر با موضوع تقدیر است. فرایند فن و پیشرفت در فن‌آوری به شکل بی‌رحمانه و مهیبی طبیعت و هستی انسان را تحت سیطره خود قرار می‌دهد. هایدگر این فرض را که آزادی و اختیار آدمی از تأثیر جبر فن‌آوری آزاد و مصون است، مردود می‌شمارد. البته او جبرگرا نیست. دخالت و وساطت بشر در الگوی فکری هایدگر از طریق خلاقیت و انکشاف^۱، ولی فارغ از ذهن‌گرایی، فعلیت می‌یابد. طبیعت و آلات و ادوات تحت فرمان ما نیستند:

«حضور در ساحت فن‌آوری به آدمی اجازه ورود به آن چیزی را می‌دهد که او نه می‌تواند آن را اختراع کند و نه به هیچ طریقی به تولید آن بپردازد، زیرا هیچ موجودی همانند انسان نیست که خود به تنهایی (و صرف‌نظر از عوامل خارجی) انسان باشد» (هایدگر، ۱۹۷۷).

هایدگر صرفاً خطر ذاتی فن‌آوری را گوشزد می‌کند. «تهدید بشر» در وهله اول به طور بالقوه ناشی از ماشین‌های مرگ‌آور و ابزار فن‌آورانه نیست. تهدید اصلی و واقعی، پیش از این، گوهر آدمی را هدف قرار داده است (هایدگر، ۱۹۷۷). واقعیت به ویرانی گراییده و تنزل یافته است. انقلاب تکنولوژیک ما را مسحور به پذیرش و عمل کردن بر اساس «تفکر حسابگرانه» به عنوان تنها نوع تفکر کرده است (هایدگر، ۱۹۶۶) و در نتیجه انسانیت اصیل و اصالت انسانی ما زایل شده است.

نظریهٔ ارتباط سه‌گانه

از آنجاکه هنگام تبیین ارتباط میان رسانه، دین و فرهنگ توجه جدی به مباحث هایدگر لازم است، طرح و ارائهٔ نظریهٔ ارتباط سه‌گانه ضروری است. مدل‌های محرک - پاسخ و نظریهٔ نظام اطلاعاتی آنگونه که

بایسته و شایسته است با تجارب واقعی بشر همخوان نیست. زمینه‌گرایی^۱ ریشه‌ای هایدگر و توجه او به مقتضیات و شرایط، نیازمند «ساخت اجتماعی» مورد نظر برگر و لاکمن یا رویکردهای فرهنگی است که به کمک آن ابتدا دنیای خویش را با کاری نمادین به وجود می‌آوریم و سپس در دنیای مصنوع خود مستقر می‌شویم و اقامت می‌گزینیم (کاری، ۱۹۸۹). جهان پدیدارشناسانه‌ای که آدمیان ساخته‌اند و در آن رحل اقامت افکنده‌اند، قائم به فرایند نمادپردازی‌ای است که بدون آن روابط اجتماعی غیرممکن است.

اما نظریه‌های نشانه‌شناسی^۲ و جامعه‌شناسی نیز لزوماً ابعاد فن‌آورانه فرهنگ را به چهارچوب نظری‌شان اضافه نمی‌کنند. فلسفه صورت‌های نمادین ارنست کاسیرر (۱۹۵۷-۱۹۵۳)، عوالم نمادین متفاوت ما را در یک سطح قرار می‌دهد. معرفت علمی به عنوان شکلی نمادین، اصولاً هیچ امتیازی بر دیگر حوزه‌های نمادین، مثل موسیقی یا مذهب ندارد. اما مرزبندی‌های نمادین کاسیرر به روشنی و صراحت کارکرد فن‌آوری را مورد ملاحظه و تأمل قرار نمی‌دهد. در یک نظریه ارتباط فرهنگی دوجانبه^۳، نظیر نظریه کاسیرر، انسان‌ها در دنیای نمادین برای معنا دادن (و معنابخشی) به نمادها قراردادهایی تنظیم و وضع می‌کنند، اما دنیای طبیعت از این قرارداد کاملاً مستثنی است. آن‌گونه که واین وودوارد^۴ (۱۹۹۵) با تکیه بر میراث نشانه‌شناسی چارلز پیرس^۵ (۱۹۵۵) و والکر پرسی^۶ (۱۹۷۵) نتیجه‌گیری کرده است، زبان ابعاد جامعه‌شناختی اجتماع را به هم پیوند می‌دهد، اما محدودیت‌های محیط مادی و فنی اساساً مورد توجه قرار نمی‌گیرد. (وود وارد، ۱۹۹۶).

ریشه گرفتن فهم ما از دین و رسانه در فرهنگ نکته پراهمیتی است، اما این خود موجب طرح این پرسش می‌شود که آیا دیدگاه‌های فرهنگی ما به قدر کافی تبیین‌کننده و توضیح دهنده فن‌آوری هستند یا خیر. اگر نظریه‌های ما درباره رسانه، پیچیدگی اندیشه هایدگر را برنتابند، عملاً می‌توانند به جای رویکردی هستی‌شناختی به باز تولید رویکردی ابزارانگارانه درباره فن‌آوری بپردازند. طبق نقد کرنل وست^۷ بر تحقیقات فرهنگی، سنت ریشه در عمل‌گرایی^۸ دارد. ریچارد رورتی^۹ در این باره به نقل از وست می‌نویسد:

«عمل‌گرایی صرفاً به نفی مبانی فلسفی جوامع سرمایه‌داری و بروژوایی لیبرال می‌پردازد و موجب

1. contextualism

2. semiotic

3. dyadic

4. Wayne Woodward

5. Charles Peirce

6. Walker Percy

7. Cornel West

8. Pragmatism

9. Richard Rorty

هیچ تغییر و تحولی در عملکرد و رویه فرهنگی و سیاسی مانمی‌شود. با این وصف، نتایج اخلاقی و سیاسی مصلحت‌اندیشی جدید چه می‌تواند باشد؟ در سطح کلان اجتماع، این نتایج هیچ است، (وست، ۱۹۸۹).

در سنت مطالعات فرهنگی، ساختارهای گفتمانی وجود دارد که اساساً سه جانبه‌اند. برای مثال، جرج هربرت مید، رفتار نمادین انسان را در چهارچوب ساختارها و محدودیت‌های محیط بیوفیزیکی‌ای قرار می‌دهد که این رفتار نمادین در آن اتفاق می‌افتد. او برای تحلیل سطوح چندگانه عملکردها و تنگناها (یعنی ذهن، خود، جامعه و محیط بیوفیزیکی) به اصطلاحات نامربوط و ناهمبسته توسل نمی‌جوید (وودوارد، ۱۹۹۶؛ مید، ۱۹۳۴).

در اقدام مجید تهرانیان (۱۹۹۱)، به بازسازی حوزه معنایی مورد نظر هربرت مید، جهان و واقعیت اجتماعی به گونه‌ای نمادین از طریق مجموعه موجود یا مجموعه جدیدی از علائم فن‌آوری و معرفت (فرهنگ) با هم ارتباط پیدا می‌کنند. جهان نمادین مشترک هربرت مید، توجه ما را از خلق معنایی که صرفاً از طریق زبان صورت می‌پذیرد، به سوی محدودیت‌های فیزیکی و مصنوعی‌ای هدایت می‌کند که به وسیله آنها عملاً همه ارتباطات ما به طور مادی صورت می‌گیرند (وودوارد، ۱۹۹۶). در برداشت مارتین بوبر، چگونگی و وضع وجودی ما در لحظه ارتباط، شامل «تو» و «آن» است.

سنت رسانه‌گرایی کانادا نیز سه گانه است (۶). به اعتقاد هارولد اینیس از دانشگاه تورنتو، این نظریه ارتباطی ناظر بر این معناست که تحولات اجتماعی معلول تحول در عرصه رسانه است و این تحول در صور نمادین رخ می‌دهد و در نتیجه، موجب تحول در ساختار آگاهی افراد می‌شود. با وجود غفلت از ابعاد مادی قضیه در چهارچوب این الگوی سه جانبه، ویژگی‌های متمایز فن‌آوری‌های گوناگون رسانه‌ای، سازنده‌ترین مجرا و مدخل برای فهم الگوهای فرهنگی و معرفت آدمی تلقی شده‌اند.

اما در نظریه دوگانه، ارتباطات و فرهنگ فن‌آوری یا به فراموشی سپرده می‌شود یا توجه اندکی به آن می‌شود و می‌توان چنین تصور کرد که حساسیت‌های مذهبی در فرایند نمادسازی شکوفا می‌شوند. اما دیدگاه‌های سه گانه، فرهنگ فن‌سالاری^۱ را در مقابل مذهب قرار می‌دهند و ابزارگرایی ابتدایی^۲ را نیز نفی می‌کنند. در این دیدگاه، اعتبار صحت ادعاهایی از این دست، که نمادهای مذهبی کاملاً روشن و مشخصی هستند و یا می‌توانند از طریق فن‌آوری‌های اطلاعاتی جهانی موجب رستگاری آدمیان شوند، نفی و رد می‌شود.

شهود پیامبرانه

زمانی که دین در قالب اصطلاحات کارکردی درک می‌شود و فن‌آوری به ابزار و ادوات خنثی فرو می‌کاهد، ساحت امر قدسی می‌تواند برای خود مبنای عقلانی روشنی فرض کند. می‌توان گفت که آیین‌های دینی، فلسفه‌ها و ادیان به عنوان منادیان و مؤیدان ارزش‌های غایی، در احیای اهداف اجتماعی مشارکت می‌ورزند. در مدل کارکردی، رسانه‌های بصری منجی آموزه‌های دینی به شمار می‌آیند. اما همانند تحقیقات دینی، فلسفه فن‌آوری هایدگر به طور کلی به نفی و انکار این الگوهای ابزارانگارانه می‌پردازد، زیرا به عقیده او، برداشت دوران کنونی از «وجود و هستی» خصلت فن‌آورانه دارد.

هایدگر اعتقاد به توانایی جهان بینی در معنادادن به جهان کنونی را رد می‌کند. او حتی مؤکداً با نظریات ارتباط دوگانه نیز که در آن جهان‌ها و عوالم به صورت نمادین به تعامل با هم می‌پردازند و عاری از ساختارهای مادی تلقی می‌شوند، مخالفت می‌ورزد ولی ایجاد تحول فرهنگی به قصد در اختیار گرفتن تکنولوژی را نیز شدیداً به باد انتقاد و اعتراض می‌گیرد. اما هیچ پیشنهادی برای «کنترل فن‌آوری به قصد استفاده از آن برای اهداف عقلانی» ارائه نمی‌دهد. (دریفوس، ۱۹۹۵). تلقی هستی‌شناسانه از فن‌آوری، در همان حال که ما را به مسیر صحیح هدایت می‌کند، عرصه را بی‌اندازه بر فرهنگ‌گرایان^۱ تنگ می‌سازد.

چیزی که بدان نیازمندیم اثبات مسئله‌ای فنی نیست، بلکه شرایطی هستی‌شناختی است که برای رهایی خویش بدان نیاز داریم. بحرانی که با آن مواجهیم، خود فن‌آوری نیست، بلکه فهم و تلقی مبتنی بر فن‌آوری از هستی است. به اعتقاد هایدگر، از آنجا که قرار گرفتن وجود ما در محیط و شرایط فن‌آورانه با آزادی بشر تعارض عمیق دارد، هیچ حوزه‌ای وجود ندارد که در آن خلاقیت اخلاقی ما بتواند بدون تعارض شکوفا شود. حداکثر کاری که از عهده ما برمی‌آید، مبارزه و مجاهدت پیگیر و مستمر است، بدون آنکه تضمینی برای موفقیت وجود داشته باشد. البته امکان موفقیت جزئی و ناپدیدار وجود دارد اما، روند فن‌آورانه دست کم از لحاظ نظری، قطعیت یافته و خطی نیست، بلکه انکشاف دیالکتیکی امری مستور و پوشیده است. در واقع، اگر تفسیر فرهنگی - فن‌آورانه هایدگر صحیح و موجه باشد، شهود پیامبرانه تنها گزینه راهبردی و حیاتی برای جوامع دینی است. وقتی موضوع وساطت و انتقال در چهارچوب نظریه‌های سه‌گانه کاملاً فهمیده و در این میان فن‌آوری به عنصری پایدار در فرایند تکوین مذهب تبدیل می‌شود، ساحت دین برای موجود اصیل، جذبه‌ای پیامبرانه می‌یابد.

در تحقیقات تاریخی آبراهام هچل^۱ (۱۹۶۹-۱۹۷۱ و ۱۹۶۲) پیامبر لزوماً مندر یا اخلاق‌گرایی مرکزی نیست. پیامبران همواره بیانگر و توصیف‌کنندهٔ حضور خداوند در شرایط سخت زندگی انسانند. تاریخ گسترهٔ فراموش شده‌ای نیست که در آن یکی از انواع موجودات، غریبانه برای بقای خویش بجنگد. شز وجود مستقلی ندارد؛ شر، انگلی است که در متن و بطن خلقتی که اساساً خیر و خوب است وجود دارد. از این رو، انبیا از ظالمانه و مخرب بودن فرهنگ فن‌سالاری سخن می‌گویند. البته آنها به شیوه‌ای سازنده این موضوع را مطرح می‌کنند و هدف آنها روحیه بخشیدن است، نه انذار صرف.

انبیا اغلب واکنشی خشم‌آلود از خود بروز می‌دهند. آنها با تمام وجود بار و مسئولیت سنگین رسالت را بر دوش خود حمل و با آزمندی حیوانی انسان و چپاول محرومان مبارزه می‌کنند. پیامبر احساس می‌کند که باید در برابر عشرت‌جویی و هوس‌بازی جامعه ایستادگی کند و نیت و هدف او از این کار آن است که آدمی را به خداوند نزدیک کند. داوری او مطلق نیست، بلکه مشروط و مقید است. بلا زمانی نازل می‌شود که دیگر راهی برای برگشت و توبه باقی نمانده باشد. هدف رسولان نفی مطرود کردن کامل تاریخ نیست، بلکه هدایت آن است. پیامبران با مهر و محبت سخن می‌گویند و دغدغهٔ همیشگی‌شان عدالت است. آنان با هوشیاری نقادانه و ذهن و ضمیری اخلاقی و معنوی بر انجام اعمال سوگ‌انگیز در دنیایی پر از شر اصرار می‌ورزند (وست، ۱۹۸۹) [۷] تاریخ مسیری کور و عبث نیست. خداوند خود راه خروج از بن‌بست را به آدمیان نشان خواهد داد.

الگوی هستی‌شناسانه ژاک الول، به بارزترین وجه، پیامبرانه است. دلیل براون (۱۹۷۶)، با بیانی شایسته «خدمت پیامبرگونه الول به جامعه صنعتی» را تحسین می‌کند. کتاب الول تحت عنوان *داوری یونس*^۲ کوششی است خاص برای نشان دادن تفاوت روش پیامبرانه با تبلیغات رسانه‌های گروهی. دو کتاب دیگر او، *امید در عصر رهایی*^۳ و *اخلاق آزادی*^۴ نیز از دیدگاه‌های کلامی او الهام پذیرفته‌اند. او با وجود نفی کور بودن ارادهٔ تاریخ و مردود شمردن رهایی از اوهام، با راه حل‌های ساده‌انگارانه و مباحث بی‌مایه مخالفت می‌ورزد و بدون کمترین مسامحه‌ای در برابر صنعت می‌ایستد و به شکستن بت‌های مدرن همت می‌گمارد. او ادعاهای باطل را برملا می‌کند و بر اسطوره‌زدایی از پندارهای باطل این عصر تأکید می‌ورزد و ما را با چهرهٔ خون‌آلود تاریخ مواجه می‌کند.

الول البته به نفی محصولات و تولیدات فنی نمی‌پردازد، بلکه بر تقدس یافتن آنها می‌تازد. او انسان

1. Abraham Heschel

2. Judgmen of Jonah

3. Hope in the Time of Abandonment

4. Ethics of Freedom

فن‌سالار را، که صنعت را همچون خداوند می‌پرستد، تقبیح می‌کند. ما برای تولیدات صنعتی تقدس قائلیم، اما الول در کسوتی پیامبرگونه از این ادعاها تقدس‌زدایی می‌کند. پیامبران در صدد تبیین مسلمات تمدن حاضر و آنچه که الول «فن و صنعت» می‌نامد، برآمده و به نفی و انکار دیدگاه‌های بت‌پرستانه و نیت و امیالی می‌پردازند که مایه و موجب پیشرفت فن‌آوری می‌شوند.

با توجه به علاقه دیرینه هایدگر به فلسفهٔ زبان، او در جهتی دیگر، افق‌های امیدوار کننده‌ای می‌بیند. او عقیده دارد که با احیای تخته^۱ به عنوان هنر می‌توان انکشاف فن‌آورانه را بارور کرد و بهبود بخشید. این خط فکری در تمام تأکیدات هایدگر بر نقش اصلی و حیاتی عنصر شعر آشکار است: «بشر به گونه‌ای شاعرانه بر این خاک سکنی گزیده است» (هایدگر ۱۹۷۷). «هنر در مقام تخته، مبتنی بر فن‌آوری است، اما شیوه ظهورش راه‌های جدید را برای هستی سخن‌گو (طبق دیدگاه هایدگر) می‌گشاید. هنر با خلاقیت خیال‌انگیز نهفته در آن، ماهیتاً ضدتقلیل‌گراست^۲ و عوالم آن واقعاً لاینهای است.»

هایدگر به گونه‌ای هوشمندانه این راه حل را برای شکستن بن‌بست و انسداد همه‌جانبهٔ انسانیت ما برمی‌گزیند. هنر، مثل تمام دل‌مشغولی‌ها و ارتباط عملی ما با جهان، تخته است. لذا در وهله اول با فن‌آوری مرتبط است. «مواجهه با فن‌آوری باید در محیط و حوزه‌ای صورت پذیرد که از یک طرف مرتبط با ماهیت فن‌آوری باشد و از سوی دیگر اساساً با آن تفاوت داشته باشد.» (هایدگر، ۱۹۷۷). «فن‌آوری و هنر با نابودی یا نجات احتمالی در یک دوره از وجود و هستی نسبت پیدا می‌کند» (اید، ۱۹۷۹).

هایدگر معبد یونانی را به عنوان مصداقی از تفسیر خود از کار هنری برمی‌گزیند. معبد، حافظ همان چیزی بود که در زمان یونانیان واجد اهمیت شمرده می‌شد. از این رو، در این معابد، پهلوانان و بردگان پیروزی و شکست، بلا و برکت و غیره حضور داشتند (دریفوس، ۱۹۹۵). اگر هنر به عنوان یک صنعت و مهارت دستی بتواند درک غیر فن‌آورانه از هستی به ما بدهد، پس صنایع و ابزار غیرهنری نیز می‌تواند به حیات خود ادامه دهد، اما از این پس افق درک ما را محدود نخواهد کرد.

بر اساس نظریات سه‌گانهٔ ارتباطات و فرهنگ، ظهور پرمایه‌تر انکشاف فن‌آوری محدود به انتقال پیام نیست، بلکه ظهور رسانه‌ها را دچار تغییر و تحول انقلابی می‌کند. برای آنکه آگاهی انتقادی تقویت شود، تجدید نظر در زمینهٔ اندازه، شکل و سرعت محصولات فن‌آورانه ضروری است. ایوان ایللیچ^۳ (۱۹۷۳) در واکنش به غول‌آسا شدن صنایع^۴، بر فن‌آوری جایگزین تأکید می‌ورزد، یعنی بر ابزارهای محدودی که

1. Techne

2. anti-reductive

3. Ivan Illich

4. hyperindustrialism

به شکوه و تعالی کار آدمی حرمت می‌گذارند و عموماً سهل‌الحصول و معطوف به رضایت فردی و ابتکار خلاقهٔ آدمی هستند. این فن‌آوری‌های آزادمنشانه که تحت مالکیت عمومی مردم است، به زبان خودمانی، موجب افزایش مقاومت در مقابل جادوی فن‌آوری می‌شود (گانلی^۱، ۱۹۹۲؛ راینو^۲، ۱۹۹۴، سربربری^۳ و محمدی^۴، ۱۹۹۴). و به اصطلاح عامیانه، صنایع کوچک ماشین‌های جوجه‌کشی استحاله مدنی غیرخشونت‌بار هستند.

اما این کار در نهایت امر، هستی‌شناسانه است، نه وجودی و به علاوه، شهادتی پیامبرانه، ویران‌گر و فوق‌العاده دردناک است. ما هنگام تأکید بر وانهادن ماشین آلات و روش‌های جدید، به نیت بازسازی هستی، با مقاومت‌های زیادی مواجه می‌شویم:

نوع دازاین هستی می‌خواهد همه تفاسیر هستی‌شناسانه‌ای که خود را آماج نمایش پدیده‌ها در خاستگاه اولیه‌شان قرار می‌دهند، هستی این موجود را، علی‌رغم تمایل خود موجود، تحت سیطره قرار دهند. از این رو، تحلیل هستی‌شناختی، خواه به تفاسیر هر روزه آدمی و خواه به عافیت‌طلبی و فراموش‌کاری موجود در این تفاسیر، همواره با خشونت برخورد می‌کند. (هایدگر، ۱۹۲۷).

موضوع مشاجره، صرفاً نفس ابزارهای فن‌آورانه نیست، بلکه مفروضات تمدنی است که علایق مبتنی بر فن‌آوری را تقویت می‌کند. این ارزش‌های بنیادی و این دیدگاه‌های ابزارانگار باید برای تزکیه و تهذیب انسانیت و قوالب و شرایط غیرفن‌آورانه به صورت انقلابی تحول یابند. کندن سنگر جذابیت زیادی ندارد، بلکه شهود پیامبرانه است که اهمیت دارد.

یادداشت‌ها

۱- دیدگاه سنتی از نظر هایدگر ذهنیت‌گراست - یعنی فن‌آوری را در شمار فعالیت‌های آدمی می‌داند. هر دو تعریف به هم وابسته‌اند، زیرا تعریف و تبیین اهداف و تحصیل ابزار و استفاده از آنها برای حصول اهداف نوعی فعالیت انسانی است. مصنوعات انسان و استفاده از تجهیزات، ابزار و دستگاه‌ها، ساختن ابزار و استفاده از ابزار به صرف استفاده است و مجموعهٔ اهداف و نیازهایی که این وسایل در خدمت آن قرار می‌گیرد، معطوف به همان چیزی است که تمام فن‌آوری بدان توجه دارد. تلقی رایج از فن‌آوری، یعنی فن‌آوری به منزلهٔ ابزار و ماحصل فعالیت انسان، تعریف ابزارانگارانه و یا تعریف انسان‌شناسانه از فن‌آوری

1. Ganley

2. Raino

3. Srerberny

4. Mohammadi

است (هایدگر، ۱۹۷۷). این دو تعریف جنبه‌های مختلف ثنویت عینی و ذهنی را که تعریف ارسطو مسبوق بدان است، منعکس می‌سازند.

۲. به شهرت هایدگر به دلیل وابستگی‌اش به حزب ناسیونال سوسیالیسم قبل از جنگ و در اثنای جنگ دوم جهانی، لطمه شدیدی خورده است (لیوتار، ۱۹۹۰؛ دولین، ۱۹۹۳). هایدگر در مقام ریاست دانشگاه فرایبورگ در سال ۱۹۳۳-۳۴ و نیز روشنفکری معروف در خلال جنگ، از محکوم کردن نازیسم خودداری ورزید و تا زمان مرگ (۱۹۶۶) در سن ۸۷ سالگی نیز از این بابت ابراز ندامت نکرد. در عین اقرار به اهمیت تبیین فلسفی علم تأویل، فلسفه فرا تحلیلی، نظریه انتقادی، پساساختارگرایی و شالوده‌شکنی، طرح پرسش اتوپوگلر اجتناب‌ناپذیر است: چگونه و با چه کلامی می‌توان به این واقعیت اعتراف کرد که احتمالاً بزرگ‌ترین فیلسوف قرن ۲۰ فاشیست بوده است؟ (فرای، ۱۹۳۳). لوکاچ که این درماندگی و قصور تلخ را برای اولین بار مطرح ساخت، توضیح می‌دهد که هایدگر خود متوجه شد که نازیسم آن‌گونه که از دل ناسیونال سوسیالیسم برخاست، پذیرفتنی نبود. تبلیغات رسانه‌ها بسیار بیشتر از بی‌تفاوتی هایدگر موجب سکوت او شد. اما این عمل حتی در نظر کسانی که با سکوت او مخالف بودند، ساده‌لوحانه به نظر می‌آمد.

راک مور (۱۹۹۵) توضیح نظری قابل قبول‌تری ارائه می‌دهد: درک فراشخصی هایدگر از وجود، با ذهنیت دمکراتیک تعارض اساسی دارد و موجد بروز نوعی سیاست ضددموکراتیک می‌شود. البته از این نظر اگر تحلیل هایدگری با نوعی بینش پیامبرانه تلفیق شود، منجر به شکل‌گیری سیاستی ضددموکراتیک نخواهد شد. بر اساس مطالب این فصل، ارسطو و هایدگر هر دو پدران فکری فلسفه‌های معارض با فن‌آوری به شمار می‌آیند. فینبرگ (۱۹۹۱) نیز ارسطو را ابرازانگار و هایدگر را ذات‌گرا می‌نامد. توأم با گسترش و توسعه میراث تفکر ارسطویی و انطباق آن با شرایط روز در میان جمع‌کشی از متفکران قرن بیستم، کسانی مانند ژاک الول، آرنولد بیسی، ایوان ایلیچ و ژان بودریار به بازسازی نوعی فلسفه فن‌آوری هستی‌شناسانه پرداخته‌اند.

۳. اید (۱۹۸۳) روش پدیدار شناسانه در بررسی فن‌آوری را بسط بیشتری داد.

۴. مفاهیم و تصورات اصلی هایدگر در کتاب هستی و زمان مطرح شد. بعد از جنگ هم هایدگر در چهار سخنرانی در باشگاه برمن (دسامبر ۱۹۴۹)، فلسفه فن‌آوری را به طور مشروح توضیح داد. دو سخنرانی اول را بعداً آکادمی هنرهای زیبا باواریا در مجموعه «هنر در عصر فن» منتشر کرد که اینک همراه با سخنرانی چهارم با عنوان پرسش از فن‌آوری منتشر شده است. برای فهم چگونگی ارتباط دو کتاب

هستی و زمان و پرسش از فن آوری به دان اید (۱۹۷۹) رجوع کنید.

۵. گشتل در زبان محاوره آلمانی به معنای قاعده، طبقه، چهارچوب و استخوان بندی است.

۶. برای کسب درک تاریخی از «ارتباط اجتماعی در کانادا» که مورد نظر اینیس و شاگردش مک لوهان است و خط سیری که از قرن ۱۸ تا آثار اخیر میشل فوکو را در برمی گیرد، به هی یو، (۱۹۸۸) رجوع کنید.

۷. برای آگاهی از دیدگاه های مخالف با پیش فرض های وست، در کتاب های افسون زدایی از تفکر در امریکا و اخلاق زدایی با تکیه بر وضع فرهنگی و سیاسی کشور، به فصل ۶ از کتاب مصلحت اندیشی پیامبرانه نوشته وست (۱۹۸۸) مراجعه کنید.

- Brown, D. (1976, November). Critique: *New demons*, *Sojourners*, 5, 37.
- Carey J.W. (1989), *Communication as culture*. Winchester, MA: Unwin Hyman.
- Cassirer, E. (1953-1957). *The philosophy of symbolic forms* (3 vols.) (R. Manheim, Trans.) New Haven, CT: Yale University Press.
- Dreyfus, H. L. (1995). Heidegger on gaining a free relation to technology, In A. Feenberg & A. Hannay (Eds.), *Technology and the politics of knowledge* (PP.97-107), Bloomington: Indiana University Press.
- Ettinger, E. (1995). *Hannah Arendt/Martin Heidegger*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Feenberg, A. (1991). *Critical theory of technology*. New York: Oxford University Press.
- Fry, T. (Ed.), (1993). *R U A TV? Heidegger and televisual*. Sydney, Australia: Power Publications.
- Ganley, G. D. (1992). *The exploding political power of personal media*. Norwood, NJ: Ablex.
- Heidegger, M. C. (1962a). *Being and Time [sein und zeit]* (J. Macquarrie & E. Robinson, Trans.), New York: Harper & Row, (Originally Published in 1927).
- Heidegger, M. C. (1962b). Letter on humanism. In W. Barrett & H. D. Aiken (Eds.), *Philosophy in the twentieth century* (vol. 2, PP. 290-302), New York: Random House, (Originally Published 1947).
- Heidegger, M. C. (1966). *Discourse on Thinking*, New York: Harper & Row.
- Heidegger, M. C. (1971a). *On the way to language*, P. D. Hertz, Trans.), New York: Harper & Row, (Originally Published in 1959).
- Heidegger, M. C. (1971b). *Poetry, Language, Thought* (A. Hofstadter, Trans.), New

York: Harper & Row.

Heidegger, M. C. (1977). *The question concerning technology and other essays* (W. Lovitt, Trans.), New York: Harper & Row.

Heschel, A. J. (1969-1971). *The prophets* (2 vols.), New York: Harper Torchbooks, (Originally Published 1962).

Heyer, P. (1988). *Communications and history: Theories of media, knowledge and civilization*. Westport, CT: Greenwood.

Hood, W. F. (1972). The Aristotelian versus the Heideggerian approach to the problem of technology. In C. Mitcham & R. Mackey (Eds.), *Philosophy and technology: Readings in the philosophical problems of technology* (PP. 347-363), New York: Free press.

Inhe, D. (1979). Heidegger's Philosophy of Technology. In *Technics and praxis*, (pp. 103-129). Dordercht, the Netherlands: D.Reidel.

Inhe, D. (1983). *Existential Technics*, Albany: State University Of New York Press.

Illich, I. (1973). *Tools for conviviality*. New York: Harper Colophon.

Liotard, J. F. (1990). *Heidegger and The Jews* (A. Michel & M. S. Roberts, Trans.). Minneapolis: University of Minnesota Press.

Mead, J. H. (1934). *Mind, Self, and Society*. Chicago: University of Chicago Press.

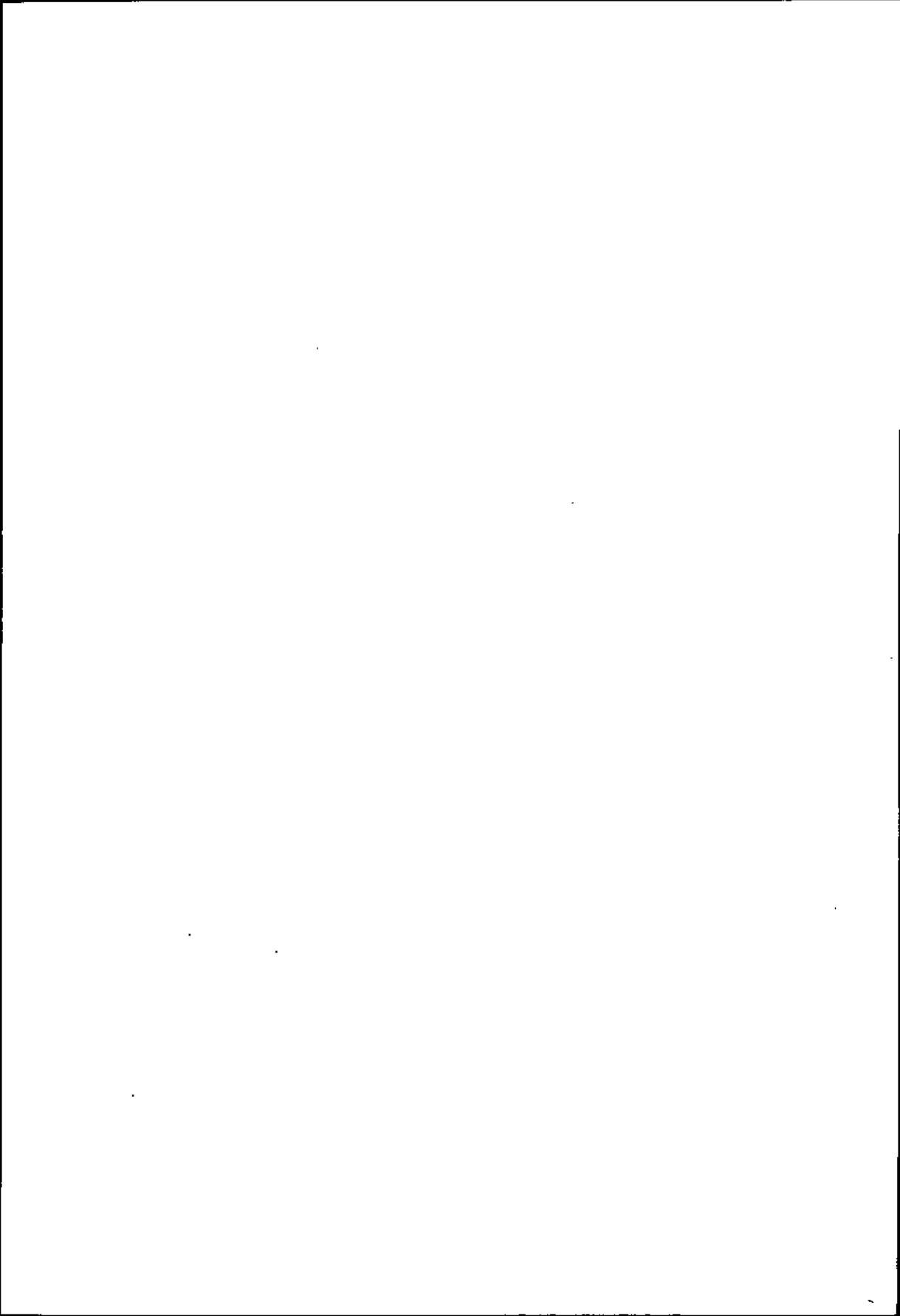
Peirce, C. S. (1955). *Philpsophical Writings of Peirce*. New York: Dover. (Originally Published 1940).

Percy, W. (1975). *The Message in the Bottle*. New York: Farrar, Straus & Giroux.

Riaño, P. (Ed.). (1994). *Women in Grassroots Communication: Furthering social change*. Thousand Oaks, CA: Sage.

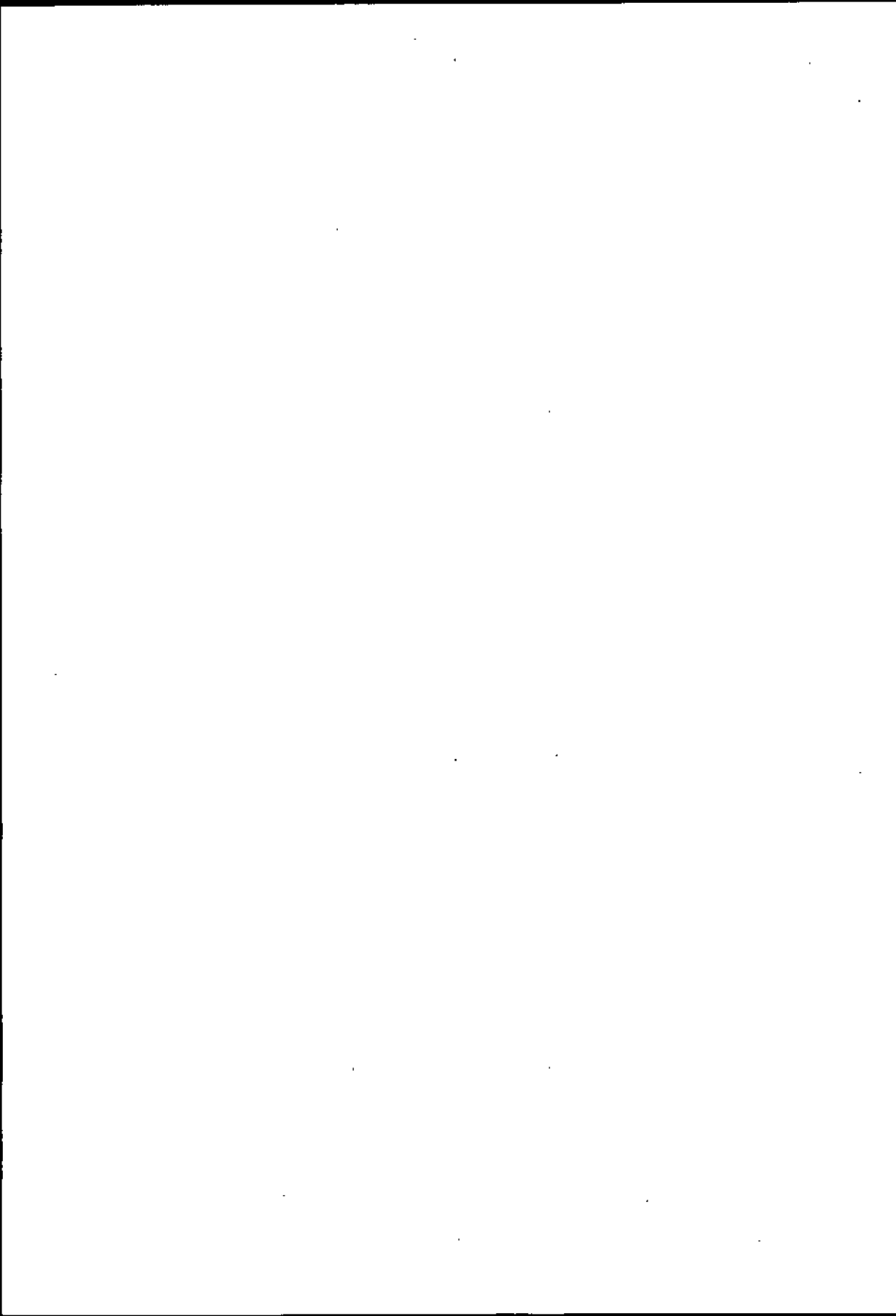
Rockmore T. (1995). Heidegger on technology and democracy. In A. Feenberg & A. Hannay (Eds.), *Technology and the Politics of knowledge* (PP. 128-144). Bloomington: Indiana University Press.

- Sreberny-Mohammadi, A. & Mohammadi, A. (1994). *Small media, big revolution: Communitisation, culture, and the Iranian revolution*, Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Taylor, M. C. (1984). *Erring: A Postmodern atheology*. Chicago: University of Chicago Press.
- Tehrani, M. (1991, February). Is comparative communication theory possible/desirable? *Communication Theory*, 1(1), 44-59.
- West, C. (1988). *Prophetic Fragments*, Grand Rapids, MI: Eerdmans.
- West, C. (1989). *The American Evasion of Philosophy: A genealogy of pragmatism*. Madison: University of Wisconsin Press.
- Wolin, R. (Ed.). (1993). *The Heidegger Controversy: A critical reader*, Cambridge, MA: MIT Press.
- Woodward, W. (1966, June). Triadic communication as transactional participation. *Critical Studies in Mass Communication*, 13(2), 155-174.



بخش دوم

رسانه، دین و فرهنگ: جامعهٔ معاصر



فصل یکم

رازآمیز شدن دوباره جهان دین و تحولات مدرنیته

گراهام مورداک

دریای ایمان زمانی سرشار و لبریز بود و گرداگرد زمین را فرا گرفته بود
محکم مثل گره‌های سخت یک حمایل
اینک اما من تنها می‌شنوم صدای ناله‌اش را در حالی که از ما دور می‌شود.

ماتیو آرنولد^۱ «داوربیچ»

اگر چه از جهان به واسطه عقل و علم افسون زدایی شده است، اما شاید هنوز هم روشنفکران با
سرزنش کردن جهان، رازآمیز شدن دوباره آن را انتظار می‌کشند.

رایت، ۱۹۹۵

در یکی از شب‌های سال ۱۸۶۷، ماتیو آرنولد، شاعر و منتقد انگلیسی کنار **داوربیچ** ایستاده و به کانال
انگلیس خیره شده بود. پشت سر او کشوری قرار داشت که به واسطه تولیدات صنعتی متحول شده بود.
آن سوتر، پاریس، پایتخت روشنگری^۲ و حکومت عقل قرار داشت، او در تلاطم آرام امواج دریا، صدای
محزون ایمان دینی را می‌شنید که از زندگی مردم رخت برمی‌بست و آنان را حیران و بی‌پناه و تنها رها
می‌ساخت. اندوه او نمایانگر از دست رفتن چیزی بود که بسیاری از مردم با به پایان رسیدن قرن، آن را
احساس کرده بودند. در آن وقت، آینده روشن به نظر می‌رسید. علم و مادی‌گری اقتدار معنویت را از بین
برده بود و دین از کانون نهادها و زندگی رویایی آدمی در شرف حذف بود. پیچ‌ومهره‌های ساخته شده در
کارخانه آرمانی مورد نظر آدام اسمیت جایی برای رقص فرشتگان نگذاشته بود. آنها تحت سیطره سیستم

1. Matthew Arnold

2. enlightenment

منظم دادوستدی بودند که دست پنهان بازار سرمایه‌داری آن را به وجود آورده بود، نه دست خداوند. راز جای خود را به اندازه‌گیری و محاسبه و نامتناهی جای خود را به متناهی داده بود. مردم با آنچه که ماکس وبر «افسون‌زدایی^۱ از جهان» نامیده بود، خو می‌گرفتند.

ماکس وبر این فرایند را کلید فهم و شناخت مشخصهٔ فرهنگ مدرنی می‌دانست که تمام حوادث طبیعی و اجتماعی را مضمول مدل‌های تعمیم^۲ دقیق، منظم و مشابه قرار می‌داد (گلنر^۳، ۱۹۸۷). آدام اسمیت در خوشحالی ناشی از این اکتشاف با نیوتن شریک بود: «پدیده‌هایی که دیر زمانی محاسبه ناپذیرترین امور خوانده می‌شدند، از چند اصل استنباط می‌شد». هدف از این تبیین شناخت نبود، بلکه تسخیر و کنترل نیز بود. به اعتقاد ماکس وبر این پروژهٔ کلی و برنامهٔ جامع جهانی را ایجاد کرد که در آن برای «نیروی محاسبه‌ناپذیر رازآمیز» جایگاهی در نظر گرفته نشده بود (گرث^۴، میلز^۵، ۱۹۷۴). هدف جهان جدید قاعده‌مند کردن آشفتگی‌های جهان بود، تا «بتوان آن را رام کرد و کارگران را مطیع‌تر، کتاب‌ها را استاندارد و پیچیدگی‌ها را حل شده تصور کرد». برای رسیدن به این هدف، قهرمانان مدرنیته، در دفاع از سیطرهٔ عقل، مبارزهٔ بی‌امانی را علیه راز و سحر و ایمان آغاز کردند. شرایط تحقق عقلانی شدن جهان، به رسمیت شناخته شدن حق نوآوری و ابتکار عمل و حق اظهار نظر دربارهٔ «معنا» و تجزیه و تحلیل روایت‌ها بود. برای حصول همهٔ این شرایط، باید از جهان به بهترین وجه معنویت‌زدایی^۶ می‌شد (بومن^۷، ۱۹۹۲). در اولین نگاه، پیشرفت افسون‌زدایی توقف‌ناپذیر به نظر می‌رسید. سردمداران این فرایند به اشاعهٔ این یقین تزلزل‌ناپذیر پرداختند که کاربرد گستردهٔ عقلانیت علمی به دستاوردهای انبوه و برگشت‌ناپذیری منجر می‌شود. این آرزو و اشتیاقی بود که جذابیت خود را در تفکر «پیشرفت»، یعنی در روایت غالب و اصلی مدرنیته، آشکار می‌کرد. مردم می‌خواستند این را باور کنند و بسیاری هم باور کردند. آنها شاهد بهبود شرایط مادی و طبیعی زندگی روزمره - از اقدامات بهداشتی گرفته تا برق‌کشی خیابان‌ها و واکسیناسیون شدند و فرصت‌های تازه‌ای - راه آهن، نظام آموزش و پرورش همگانی و فروشگاه‌های زنجیره‌ای - برای تحرک و تغییر و امکان انتخاب فراهم شد. اما همان گونه که ماکس وبر تشخیص داد، پویایی مدرنیته موجب پیدایش «قفس آهنین» بوروکراسی و روزمرگی‌ای شد که حول محور «انگیزه‌های مستمر برای حذف امور تصادفی و خودجوش» دور می‌زد (بومن، ۱۹۹۲). مدرنیته با آینده، پیمانی

1. disenchantment

2. generization

3. Gelner

4. Gerth

5. Mills

6. despiritualized

7. Bauman

فاوست وار^۱ منعقد ساخت. تأمین مهارت‌های فنی، اداری و علمی که به واسطهٔ عقلانیت معطوف به هدف فراهم می‌شد، در جهت کنار گذاشتن جهان ما قبل مدرن بود که غالباً تهدیدآمیز، رعب‌آور^۲ و متلون، ولی البته «بامعنا و از لحاظ انسانی آکنده از احساس» جلوه می‌کرد. در مقابل جهان خالی از راز، یعنی جهانی «سرد و غیرشخصی، انتزاعی، فنی و تهی از گرما و راز» قرار داشت (گلنر، ۱۹۸۷).

شکست علم جدید در ارائهٔ «نظام منسجم معنابخش» و هم‌ارز و هم‌سنگ با جهان با معنایی که دین ارائه می‌کرد، موجب گسترش و تقویت شناخت مردم از این راه بی‌هدف و روند رو به زوال ارزش‌ها شد. از آنجا که تمام قضایا و گزاره‌های علمی موقتی و ابطال‌پذیرند، واجد و حامل هیچ قطعیت تعین، و اصل ثابت و قابل اتکایی نیستند. این گزاره‌ها صرفاً نوعی ساماندهی و ترتیب‌بندی آسیب‌پذیر و فاقد هرگونه مبنای معتبر و موثقی است (بومن، ۱۹۹۲). همه حقایق، مشروط و احتمالی به شمار می‌آیند. «واقعیت» به شدت از داوروی ارزشی دور نگه داشته می‌شود و زبان بحث و مجادله بر مسائل و پرسش‌هایی متمرکز می‌شود که مبتنی بر شواهد و ادله باشند. علم، بر اساس اصل علیت طبیعی، به بازسازی و ساماندهی دیدگاه ما نسبت به جهان می‌پردازد، اما همان‌طور که ماکس وبر نیز خاطرنشان ساخت، علم نمی‌تواند یقین‌آفرین باشد و به مسائل مربوط به پیش‌فرض‌های غایی خود پاسخ دهد. عجز علم در تبیین معنای زندگی برخلاف توانایی آن در ارائهٔ سازوکار زندگی، موجب رشد روند افسون‌زدایی ملازم با مدرنیته شد (اسمارت^۳، ۱۹۹۳).

این احساس یأس به نوبهٔ خود ملازم با پیدایش ابهام‌فزاینده‌ای در خصوص «تخریب خلاقیت» بود که با نام «پیشرفت» معرفی می‌شد. سنت‌گرایان همواره احساس می‌کردند که آنچه به دست آمده، کمتر از آن چیزی است که از دست رفته و در دفاع از سنت و ایمان سرسختانه مبارزه می‌کردند معتقدان به «پیشرفت» نیز دچار شک و تردید شدند و احساس شعف و شادی آنها، به دلیل تأمین شرایط و امکانات جدید، به مرور جای خود را به اضطراب و دلهره داد. گویی مقدر بود که تلاش دوران مدرن برای تسلط بر همه چیز ایتر و ناتمام باقی بماند (اسمارت، ۱۹۹۳) و موجب بروز یأس و ناامیدی ابدی شود. همچنان که ماکس وبر (به نقل از گرث و میلز، ۱۹۷۴) خاطرنشان می‌سازد، زندگی فردی انسان متمدن در شرایط پیشرفت بی‌پایانی قرار گرفته است. پیشرفتی که معطوف به بی‌اهمیت‌ترین بخش از آن چیزی است که در زندگی آدمی بارها و بارها تکرار می‌شود و البته فاقد معناست.

1. Faustian
3. Smart

2. Menacing

آگاهی از این نکته که فواید و دستاوردهای پیشرفت با هزینه‌های آن برابری می‌کند و همچنین علم به اینکه بهسازی مستمر امور محاسباتی و صور مختلف عقلانیت ابزاری، همراه با ایجاد پیشرفت، مشکل‌آفرین نیز بوده است، موجب تقویت و تشدید این ناراضیتی شد. مدرنیته روزبه‌روز با فهم واقعیت‌های تلخ و تشخیص وعده‌های تحقق نیافته و حضور و وجود همیشگی مشکلات و خطرات (اگر نگوئیم تهدیدات و خطرات وخیم)، آسیب‌پذیرتر می‌شود (اسمارت، ۱۹۹۳). هر چند تصور می‌شد که «پیشرفت» به نابودی هرچه بیشتر خود آن بینجامد، پیشرفت علم و فن‌آوری، در نهایت از توان اصلاح و بهسازی نتایج وخیم ابداعات قبلی برخوردار بود (لوی - اشتراوس، ۱۹۹۵) افسون‌زدایی تبلور و تجلی شدیدی در داستان‌های عامیانه یافت که داستان فرانکنشتاین نوشته مری شلی، نقطهٔ آغاز آن بود. در جهان بربریت این تعطیلی عقل نبود که به زایش غول‌ها انجامید، بلکه برعکس، استفاده از عقل به وجود آمدن این دیوها را در پی داشت.

این دو جریان در پیدایش سرخوردگی همراه با مدرنیته (مواجهه با بخش تاریک پیشرفت و خلأ معنا)، موجب درهم شکسته شدن ساختار کلی احساساتی شد که از مجرای آن دین می‌توانست مجدداً وارد زندگی مردم شود. ماکس وبر (گرث و میلز، ۱۹۷۴) این نکته را به خوبی درک کرد و با قدرت تمام چنین استدلال کرد که خدایان قدیمی در حال «برخاستن از گور خویش هستند» و تلاش خود را برای به دست آوردن تسلط بر زندگی ما از سر گرفته‌اند. زمانه مستعد و پذیرای رازآمیز شدن دوباره جهان بود، اما دین در جهانی که سرشار از تجربهٔ مدرنیته بود، با کدام چهره و در کدام شکل خود می‌توانست حضور پیدا کند.

در اروپای قرون وسطی، مذهب کاتولیک چتری از مقدسات (برگر، ۱۹۶۹) را برفراز کل زندگی اجتماعی، روحانی و معنوی برافراشته بود و از حق انحصاری خویش بر عبادات توأم با ارباب و مجازات دفاع می‌کرد. جنبش اصلاح دین این انحصار را در هم شکست و رقابت را به دنیای دینداری وارد ساخت. اعتقاد پروتستان‌ها به مجاز بودن داوری‌های خصوصی و شخصی به تخریب سنت و ایجاد اختلاف در بخش‌های کوچک منجر شد و این خود موجب افزایش گروه‌بندی‌های دینی شد که از حق اظهار نظر دربارهٔ موضوعات دینی نیز برخوردار شدند (آرچر،^۱ ۱۹۸۸). همراه و همزمان با انحلال و زوال ارتدکس‌گرایی، ارتداد نیز به اختلاف عقیده تبدیل شد.

اما در این حوزه جدید دینی، مثل اغلب حوزه‌ها، معنا، مصداق و نشانه‌های رقابت بر اساس نقشی که

دولت و ملت‌های در حال ظهور بر عهده گرفته بودند با هم تفاوت داشت. در انگلستان، در مراحل اولیه شکل‌گیری دولت، کلیسای انگلستان فلسفه خاصی از مذهب پروتستان را به عنوان دین رسمی اعلام کرد. این شکل جدید پروتستان، نقش مهمی در حمایت از سلطنت و سایر نهادهای مرکزی حکومت و قدرت غیردینی ایفا کرد. در نتیجه، از طرف بسیاری از مردم، به ویژه طبقه کارگر، این دین بیشتر دین «آنها» به شمار می‌آمد. همانگونه که ریچارد هوگارت (۱۹۵۹) از دوران کودکی خود در شهر لیدز در دوران بین دو جنگ به خاطر می‌آورد، مردم هنوز از ته دل ایمان داشتند و در مواقع خاصی از زندگی، چون تولد، ازدواج و مرگ، به نهادهای دینی مراجعه می‌کردند، ولی اغلب آنها کلیساهای محلی را مکانی دنج و آرام برای تأمل، تفکر و ابراز عقیده درباره میخانه‌ها می‌پنداشتند. الگوی «ایمان بدون تعلق به کلیسا» (دیوی، ۱۹۹۴) در تأملات یکی از شخصیت‌های داستانی دیوید لاج^۱ (۱۹۹۵) به خوبی مشاهده می‌شود:

«من هیچ‌گاه خود را فردی مذهبی ندانستم، البته بفهمی نفهمی اعتقاد دارم که ما بعد از مرگ زنده خواهیم شد. من عیسی را بیشتر یک متفکر اخلاق‌گرا می‌دانم، اما خودم را مسیحی نمی‌دانم. پدر و مادرم در کودکی مرا به مدرسه‌ای دینی فرستادند اما از من نپرسید چرا. آنان خود هیچ‌گاه جز برای ازدواج و یا مراسم ختم به کلیسا نرفتند.»

جامعه‌شناسی چون دیوید مارتین با تلخی می‌گوید: «در انگلستان با تراوشات بی‌روح دینی اروپای شمالی زندگی می‌کنیم - اروپایی که تأسیسات دینی رو به زوال آن برای مردمی ایجاد شده که برای عبادت به کلیسا نمی‌روند، حتی اگر به تازگی ایمان آورده باشند» (به نقل از دیوی^۲، ۱۹۹۴).

این تصور از مذهب، یعنی حضور ضعیف و رو به زوال آن در زندگی مردم، دلیل اصلی کم توجهی سنت تحقیقات و مطالعات فرهنگی انگلستان به دین است. ریموند ویلیامز (۱۹۸۰) در مقاله‌ای مهم، دین را در شمار بقایای فرهنگی و اجتماعی برخی شکل‌بندی‌های اجتماعی پیشین قرار می‌دهد و به علت آنکه حامیان این حوزه جدید تحقیقاتی، هم خود را بیشتر مصروف بررسی فرهنگ معاصر کرده‌اند، به مراسم و مناسک دینی بجا مانده توجه اندکی نشان داده‌اند و بیشتر مایل بوده‌اند که فرهنگ‌های در حال شکل‌گیری را مورد بررسی قرار دهند که حول محور جوانان، جنسیت و قومیت تشکیل می‌شوند. اما از آنجا که هدف و نیت اصلی سنت مطالعات فرهنگی، راهنمایی و هدایت فهم عامه و تبیین شکل‌بندی‌هایی بود که سیاستمداران محافظه کار و رسانه‌های گروهی خبری ساخته بودند این سنت خود را با سلسله مراتب علائق و مباحث رسانه‌ها و سیاستمداران مذکور سازگار و منطبق کرد و این بدین

1. Davied Lodge

2. Davie

معنا بود که بسیاری از موضوعات و مباحث باید به کنار نهاده می‌شد. علاقهٔ زیادی به مطالعهٔ خرده‌فرهنگ‌هایی چون مد، هیپی‌گری و آشوب‌گری در میادین مسابقات فوتبال، که توجه عموم را به خود جلب می‌کند، وجود داشت، اما بررسی خرده‌فرهنگ‌های جدید دینی که حول محور احیای انجیل‌گرایی^۱ شکل گرفته‌اند، بسیار اندک مورد توجه قرار گرفت. این بی‌توجهی گزینشی به همان میزان که از طرفداران و حامیان اصلی آن نشئت می‌گرفت، از منتقدان مطالعات فرهنگی نیز متأثر می‌شد.

همان‌گونه که رکسی هریس^۲ (۱۹۹۶) خاطر نشان ساخته است، اغلب نویسندگان مردی که برای سوق دادن و هدایت تحولات انگلستان از امپراتوری به جامعهٔ مابعد استعماری و تبدیل آن به مرکز تحقیقات و مطالعات فرهنگی تلاش کردند، مایل به تأکید و تمرکز بر سبک زندگی پسران خیابانی ولگرد مثل استفاری‌ها، رپ‌ها و امثال آنها و بی‌اعتنایی آرام و بی‌سروصدا به فرهنگ کلیسای سیاهان^۳ بودند که در آن، زنان که بسیاری از آنها در مقطع میانسانی یا بیشتر بودند، نقش محوری بر عهده داشتند. البته باید بر این نکته تأکید کرد که این کلیساها معایب و نقایص متعددی داشتند. آنها بیش از آنکه منحط و منحرف باشند، قانون‌گرا و بیش از آنکه جذاب و جالب باشند، متزلزل و پریشان و بیش از آنکه وجود و حضوری مشهود در عرصهٔ عمومی داشته باشند، به حاشیه رانده شده بودند.

اگر در شرایط نامساعد اروپای شمالی، دین «ته مانده» تلقی شد، در عوض در کشورهای دیگر، دین همچنان در کانون فرهنگ عامه و زندگی روزمره و معمولی مردم باقی ماند. این سخن نه تنها دربارهٔ کشورهای کاتولیک اروپای شرقی یا امریکای لاتین یا جهان اسلام - که هنوز تا حدودی ما قبل مدرن و یا نیمه مدرن قلمداد می‌شدند - صدق می‌کرد، بلکه دربارهٔ مدرن‌ترین کشور جهان یعنی آمریکا نیز صادق بود.

اگر چه مذهب پروتستان به محور و کانون فرهنگ رسمی امریکایی‌ها تبدیل شد، دینی رسمی به شمار نیامد. بر عکس، کلیسا در مراحل اولیه تاریخ کشور از دولت جدا شد و این جدایی به طور کلی موجب تضمین آزادی‌های دینی گردید و البته به هیچ دینی هم امتیاز خاصی داده نشد. «از نظر مردم، جدایی دولت از کلیسا به معنای آزادی انجام مراسم عبادی بود، ولی به اعتقاد کلیساها این به منزله سقوط و فلاکت بود» (وارنر ۱۹۹۳). کلیساها خود را در بازاری دیدند که برای کسب وفاداری پول و وقت مردم باید مبارزه می‌کردند. تلاش سرسختانهٔ آنها برای عرضهٔ خود در واقع موجب رواج روابط مصرف‌گرایانه در

1. Evangelism

2. Roxy Harris

3. Black Churches

حوزه دیانت شد که در آن فرقه‌های مختلف دینی حکم کالا را پیدا کردند. هویتی را که این فرقه‌ها عرضه می‌کردند، می‌شد مدتی آزمود و بعد از آن دور ریخت. بر اساس برخی نظر سنجی‌ها، بین ۱/۳ تا نیمی از پاسخ دهندگان در طول زندگی گرایش دینی خود را تغییر داده بودند (وارنر ۱۹۹۳). بسیاری از مفسران و تحلیلگران (مثلاً برگر، ۱۹۶۹) این رویداد را پدیده‌ای نسبتاً جدید می‌دانند که در جامعه مصرف‌گرای پس از جنگ تشدید شده بود. در این جامعه، «مصرف شکل اصلی ابزار وجود و منبع اصلی هویت بود» (واترز،^۱ ۱۹۹۵). اما این دیدگاه به غایت ساده‌انگارانه است. ارتباط مصرف‌گرایی و مذهب پروتستان تاریخ طولانی‌تر و پیچیده‌تری دارد.

ماکس وبر در معروف‌ترین کتاب خود با عنوان *اخلاق پروتستان و روح سرمایه‌داری*^۲ استدلال می‌کند که دستورات اخلاقی «پیوریتانیزم»^۳ پشتوانه فرهنگی مهمی بود برای فرایند انباشت سرمایه که موجب پیدایش، تکوین و تقویت سرمایه‌داری شد. اما همان‌گونه که کالین کامپل^۴ (۱۹۸۷) خاطر نشان می‌سازد، این نیمی از واقعیت است. از ابتدا در درون مذهب پروتستان نه یک جریان، بلکه دو جریان عمده فکری وجود داشت که ترسخت‌ترین و تندروترین آنها پیوریتانیزم بود. یکی از این گرایش‌ها عقل‌مداری ابزاری را که از تولیدات سرمایه‌داری جانبداری می‌کرد، توسعه و گسترش داد و دیگری به گسترش احساسات رمانتیکی پرداخت که نظام مصرف‌گرایی را تقویت می‌کرد. در نتیجه، منطق فرهنگی مدرنیته صرفاً از عقلانیت نشئت نمی‌گیرد که در محاسبه و آزمایش تجلی و تبلور پیدا کند، بلکه شور و اشتیاق و رؤیای خلاقانه‌ای است که از آرزوهای افراد به وجود می‌آید. قدرت و پویایی این عقلانیت موجب بروز تنش‌هایی میان رؤیا و واقعیت، لذت و سودمندی شد. رابطه دائماً در حال تغییر این دو جنبه فرهنگ پروتستان به ویژه در امریکا که بازار دینی و مصرف‌گرایی بسیار گسترده و مشهود است.

از دوران دومین «بیداری بزرگ»، یعنی بین سال‌های ۱۷۹۰ و ۱۸۳۰ تا زمان حاضر که حرکت احیای انجیل‌گرایی شکل گرفته است، مذهب پروتستان امریکایی شیفتگی زیادی به این «تولد دوباره» و امکان تحول فردی نشان داده است. این شیفتگی به داشتن تصور و درکی سیال و متحول از خود، بیش از آنچه که تحت شرایط و مقررات سخت کالونیستی قابل حصول باشد، همراه با مکاشفات عرفانی و رموزواره‌ای که به صورت خود انگیخته و به دنبال استغنائی روحی و معنوی حاصل می‌شد، با زبان و سازوکار جدید

1. Waters

2. The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism

3. Puritanism

4. Colin Campbell

بازار هماهنگ و سازگار شد (لیرز^۱، ۱۹۹۴). نظام در حال ظهور مصرف‌گرایی، کلیساهای، شعائر و ادعیه مخصوص به خود را داشت. فروشگاه‌های زنجیره‌ای همراه با هاله‌ای از نور و نیز فراوانی کالا، فضا و شرایط را برای انواع اجتماعات جدید و تبلیغ نظام افسون‌گر مدرنیته فراهم ساخت (ویلیامز، ۱۹۸۰) و نغمه و سرود پرشور آرزو و حرمان را سرداد (لیرز، ۱۹۹۴). مصرف‌گرایی در زندگی روزمره «چتری از تقدس» را بر مردم افکند و وعده داد که زندگی دنیا به زودی با استفاده از اکسیر مالکیت تغییر خواهد کرد و تعالی خواهد یافت و آنان که رنج می‌برند، از آلام رهایی می‌یابند. افراد پیس و طاسی که تنها و گوشه‌گیرند، درمان و گرسنگان سیر خواهند شد.

به همان میزان که تولیدات صنعتی تر و ماشینی تر شد و قفس آهنین بوروکراسی گسترش بیشتری یافت و نیز به موازات جزیی تر شدن سازمان‌های صنعتی و خط تولید، جاذبه مصرف و مصرف‌گرایی نیز فریبنده تر شد. کار به‌طور روزافزون توانایی و قدرت خود را برای هویت بخشیدن (به کارگران) از دست داد و جایی برای همنوایی و هم نظر شدن با زوینگلی^۲ و اخلاف پروتستان او که معتقد بودند «محبوب‌ترین چیز در زندگی انسان در نزد خداوند، کار است»، باقی نگذاشت. زندگی خارج از ساعاتی که آدمی با ابزار و ماشین آلات و گاو آهن صرف می‌کرد، به‌طور فزاینده معنا می‌یافت و اوقات فراغت مهم‌ترین میدانی شد که در آن جستجو برای معنا و توجیه زندگی صورت می‌پذیرفت (دورانت^۳، ۱۹۳۸). نظام مصرف‌گرایی در کانون اوقات فراغت قرار گرفته بود و از طریق فرهنگ مترقی تبلیغات که به سرعت در حال گسترش بود، بدان جهت داده می‌شد.

نشریات تجاری سراسری به عنوان عامل اصلی تبلیغات، نقشی محوری در فرهنگ نوظهور مصرف‌گرایی ایفا می‌کردند. البته سرمقالات نیز فضا و مکانی را فراهم می‌ساختند تا دیدگاه‌های مربوط به سنت و مدرنیته در قلب و ذهن افراد با هم به کشمکش پردازد. در اولین نگاه، اخبار مستقیماً به نفع مدرنیته بود. این خبرها حاوی و بیانگر همان عینیتی بودند که شالوده اصلی و اساسی علوم اثباتی^۴ و عقلانیت معطوف به هدف را تشکیل می‌داد. گزارش به عنوان فرایندی مکانیکی ارائه می‌شد و تصویری از حوادث جاری به دست می‌داد - تصویری که از تعصبات اعتقادی و یقین‌های شخصی به دور بود. روزنامه‌نگار مدرن مایل بود دوربینی انسانی باشد که با واقعیت‌ها مواجه می‌شود، نه با ارزش‌ها؛ با اکنون و این دنیا مواجه می‌شود، نه با آخرت. البته گزارش‌های خبری به نقل سرگذشت‌ها و داستان‌ها نیز

1. Lears
3. Durant

2. Zwingli
4. positivist science

می‌پرداخت و آنهایی که در نشریات گروهی چاپ می‌شد، به ویژه اگر به جرایم مربوط بود روایت‌هایی از خیر و شر، وفاداری و خیانت، مقدسان و اشرار و توبه و ندامت گناهکاران ارائه می‌کرد. این گزارش‌ها بر شکل‌های قدیمی‌تر قصه‌های عامیانه، نیازمندی‌ها، خاطرات و اعترافات واقعی مجرمان محکوم مبتنی بودند. و صبغه اخلاقی آن، اساساً ریشه در دین داشت. بخش‌های دیگر نشریات به دیدگاه‌ها و جهان‌بینی ماقبل مدرن معطوف بود. ستون مربوط به نظرات، حاوی مطالبی مربوط به اعتراف بود و ستون مربوط به نجوم تا مرز خرافه پیش می‌رفت (هاریسون^۱ و مج^۲، ۱۹۸۶) و به تأیید و تثبیت تقدیرگرایی می‌پرداخت و به قول ریچارد هوگارت (۱۹۵۹) آگهی‌های یادبود و ترحیم مرسوم که حاوی عبارت‌هایی چون «مرحوم شده» و «از کار و زحمت رهایی یافته» بود زندگی احتمالی جهان دیگر را به ذهن متبادر می‌کرد.

به هر تقدیر، در دو رسانه عمده مدرنیته، یعنی فیلم و عکاسی، همزیستی میان تعلقات و دلبستگی دینی و واقع‌گرایی مشکل‌آفرین‌تر بود. زیرا این دو رسانه مدعی بودند که از هر چیزی که در برابر عدسی قرار می‌گیرد، تصویری واقعی ارائه می‌دهند. نمایش مقدساتی که به‌طور عادی و آشکار دیده نمی‌شد، به اعتقاد مؤمنان کفر و یا حداقل اهانتی بزرگ تلقی می‌شد. گروه‌های فشار مذهبی در آغاز در زمینه اعمال کنترل بر صنعت فیلم موفق بودند. مثلاً در اولین نظام نامه سانسور فیلم در بریتانیا، «تلقی مادی‌گرایی از مسیح یا خداوند، یکی از معیارها و ضوابط کلی‌ای بود که فیلم بر اساس آن توقیف می‌شد (کریستی^۳، ۱۹۹۴). در همان حال سایر رهبران دینی، به ویژه در امریکا، با توجه به آزادی‌ای که در زمینه اعتقادات وجود داشت، به سرعت به امکان استفاده از رسانه‌های جدید برای تبلیغات دینی پی بردند. در سال ۱۸۹۷، دو سال پس از تأسیس اولین سینما به دست برادران لومی‌یر^۴ در پاریس، کلنل هنری هادلی^۵ که پروتستانی آمریکایی بود، چنین استدلال کرد: «این تصاویر متحرک به بهترین معلمان و کشیشان تاریخ جهان تبدیل خواهند شد ... دلیل حرف من، رشد در دو چیز است: یکی تحریم و دیگری پدیده تصویر متحرک» (به نقل از کریستی، ۱۹۹۴). در هر دو زمینه حق با او بود، اما با لغو تحریم، فیلم به مهم‌ترین ابزار تبلیغ و ترویج درس‌ها و روایات انجیلی تبدیل شد.

حل تعارض میان عقاید مذهبی و نمادهای واقع‌گرایی در ابتدا از طریق تولید و پخش نمایشنامه‌های مقدسی که مؤمنان اجرای آنها را به عهده داشتند، صورت می‌پذیرفت. اولین موفقیت بزرگ در این زمینه فیلمی بود که در سال ۱۸۹۷ به نمایش درآمد. چنین ادعا می‌شد که این فیلم مستندی است که در آن،

1. Harison

2. Madge

3. Christie

4. Lumiere

5. Colonel Henry Hadley

بازیگران احساسات حضرت مسیح را به بهترین وجه به نمایش گذاشته‌اند. این سخن ناظر به بازی و جذاب «ابرامرگه» بود این واقعیت که فیلم بر روی یکی از پشت بام‌های شهر نیویورک ساخته شده بود، به شهرت و محبوبیت آن لطمه‌ای وارد نکرد. تولید این فیلم سرآغازی بر روند مستمر ساخت فیلم بر اساس حماسه‌های انجیلی بود. البته سرگذشت مسیح نقش مهمی در آغاز کار سینما به عنوان منظری جدید ایفا کرد. زندگی نامهٔ مسیح موضوع اولین فیلم بلند آمریکایی بود. فیلم از *آخور تا صلیب*^۱ ساخته کالیم^۲ به مدت ۸۰ دقیقه، که در سال ۱۹۱۲ به نمایش گذاشته شد، مورد بیشترین تشویق‌ها و تحسین‌ها قرار گرفت، با این حال بعضی از تصاویر که با دیدگاه‌های مربوط به ماورایی بودن حضرت مسیح تعارض داشت موجب بروز واکنش‌های خشونت باری شد. مثال دیگر، نمایش فیلم *مارتین اسکورسزی*^۳، یعنی *آخرین وسوسه مسیح*^۴ بود که به علت برگزاری تظاهرات، تخریب سینماهای نمایش دهنده و بمب‌گذاری دچار وقفه شد. برای فهم علت آن، باید به ارزیابی بحران‌های کنونی مدرنیته و گسترهٔ واکنش‌های دینی که موجب این بحران‌ها شده است بپردازیم.

در خلال ۱۵ سال گذشته، تعداد زیادی از مفسران و گزارشگران به این دیدگاه رسیده‌اند که فرهنگ مدرنیته فرهنگی است فرسوده (لیون^۵، ۱۹۹۴). سخن آنها ناظر بر نشانه‌های این چهارچوب فرهنگی است که توانایی آن برای مدد رسانی به ساختار معنایی مدرنیته، شکننده و سست و لرزان شده است. اینان معتقد بودند که نهادهای کنونی به روی تحقیقات بدون وقفه، انتقادی، ناآرام و سیری ناپذیری که در ابتدا علیه نظام قدیم از آن استفاده شده بود، باز هستند (بومن، ۱۹۹۲). خوش‌بینی شایعی که بر اثر روایات معتبر راجع به «پیشرفت» به جایگاه رفیعی رسیده بود، اینک بی‌اعتبار و در کوره‌های آدم‌سوزی رژیم نازی و بمباران هیروشیما، ناکازاکی و درسدن به خاکستر تبدیل شده است. کاربرد نادرست و بیمارگونه تحقیقات علمی و محاسبات عقلانی موجب تولید باور نکردنی ابزارهای قتل عام و سلاخی انسان‌ها شده است. حتی منافع صلح‌آمیز این تولیدات، با در نظر گرفتن هزینه‌های انسانی و محیطی و اقتصادی این جنایت‌ها، تلخ و ناامیدکننده است. در مواجهه با بیماری آیدز، علم نه درمانی ارائه کرده و نه مایه دلگرمی و تسلاهی خاطر شده است. در خصوص این وقایع و این خلأ، برخی نوعی تلقی آخرت‌گرایی داشته‌اند. آنها معتقدند که این بلایا عذاب خداست که به دلیل اعمال غیرطبیعی و بی‌بندوباری جنسی نازل شده است. چشم‌انداز افق بی‌انتهای «پیشرفت»، جای خود را به آگاهی عمیق و ژرف دربارهٔ

1. From the Manger to the Cross

2. Kalem

3. Martin Scorsese

4. The last Temptation

5. Lyan

محدودیت‌ها داد. توقعات بی‌پایه و افراطی در خصوص پیشرفت با بن‌بست مواجه شد. فقدان معنا در فرهنگ مدرن که و بر آن را عیب مهلک این فرهنگ می‌دانست، به طور کامل خود را نشان داد. همان‌طور که دیوید هاروی^۱ (۱۹۸۹) گفته است «بحران اخلاقی زمانه ما بحران اندیشه روشنگری است... اثبات هویت خود «مستقل از خداوند» در نهایت به انکار خود می‌انجامد و عقل، به عنوان ابزار، در غیاب خداوند و نبود هرگونه غایت اخلاقی و معنوی به کنار افکنده می‌شود.»

الهیات و کلام دین‌گرایانه فرهنگ مصرف‌گرایی، در رویارویی با این خلأ به طور فزاینده‌ای ناتوان شد. مصرف‌گرایی همواره وعده چیزی را داده بود که از ادای آن ناتوان بود (بومن، ۱۹۹۲). پیشرفت در رفاه و کیفیت زندگی نه تنها مبتنی بر مالکیت خصوصی، که متکی بر شالوده تولید کالا برای همگان و آزاد از مالیات بود تا همه افراد به طور برابر بتوانند بدان دسترسی داشته باشند. هوای پاک، آب قابل شرب، کتابخانه‌ها و پارک‌ها نیز از جمله این کالاهای به شمار می‌آمدند. این اصلاحات در عصر گسترش مصرف‌گرایی با نزاع و مبارزه به دست آمد. در نتیجه، نظام مصرف‌گرایی نتوانست پاسخگوی تمام خواسته‌ها و نیازمندی‌های مردم باشد. در دو دهه گذشته رشد بی‌وقفه سیاست‌های اقتصادی نئولیبرالیسم اساساً توازن میان مردم و بازار را در برخی از کشورهای پیشرفته صنعتی بر هم زده است، خدمات رفاهی و عام‌المنفعه به سرمایه‌گذاران خصوصی واگذار شده و نهادهای مالی و تجاری برای پذیرفتن قواعد بازار تحت فشار قرار گرفته‌اند و مردم را تشویق کرده‌اند تا مثل مصرف‌کننده و مشتری رفتار کنند، نه شهروندی آزاد، و آنان را از این تفکر و تصور که عضو جامعه‌ای اخلاقی و سیاسی‌اند، بر حذر داشته‌اند و برعکس، از آنان خواسته‌اند که بر حق خود و نیز حق انتخاب در بازار اصرار و پافشاری کنند. اما همان‌طور که بنیاد و شالوده‌هایی که به واسطه کالاهای عمومی فراهم و مهیا شده‌اند، برچیده می‌شود، رضایت و خشنودی از مالکیت به سبب رسیدن به احساس مسئولیتی بزرگ‌تر و بزرگ‌تر برای ایجاد رضایت، اثبات و تحکیم هویت شخصی و ارزش قائل شدن برای خویشتن، وانهاده می‌شود.

در عصری که مدرنیته به اوج خود رسیده بود، فرهنگ مصرف‌گرایی به طور پیچیده و ناگزیر با رضایت و خشنودی از فرو رفتن و ادغام (محو شدن) در حرکت تماشایی، متنوع و منظم شهرهای مدرن، همراه شد. تماشای ویتترین مغازه‌ها با مطالعه و خرید تفتنی به واسطه نزدیک بودن به مراکز فروش و برخورد‌های اتفاقی همراه شد. اینک خیابان‌ها برای بسیاری از مردم موجب هراس و وحشت شده و خرید از فروشگاه‌ها به صورت هدایت شده در آمده و سوپرمارکت‌ها تبدیل به تفرجگاه شده است. سیستم

1. David Harvey

امنیتی و کنترل ویدئویی تضمین کنندهٔ تجربه‌ای سالم و قابل پیش‌بینی است. تفاوت‌ها و عادات عجیب و غریب به دقت کنترل می‌شود. هر کس که نتواند خود را هماهنگ و سازگار کند، طرد و وادار به ترک فضا و مکانی می‌شود که افراد و اعضایش همه مشتری و مصرف‌کننده‌اند.

به اعتقاد ریچارد سنت^۱ (۱۹۹۳)، ماهیت توسعه و رشد برای انسان، گسترش و افزایش ظرفیت تجارب پیچیده‌تر است. اگر تجربه پیچیدگی ارزش خود را در محیط از دست بدهد، از لحاظ معنوی در معرض تهدید قرار می‌گیریم. این جریان مصرف‌گرایی پوچ و فریبنده به واسطهٔ تحولات عمده در «زندگی شغلی» تقویت می‌شود. ظهور و پیدایش کارخانجات و ماشین‌آلات رایانه‌ای تولیدکننده و کنترل‌کننده، کارگران ماهر و غیرماهر را به محافظان ماشین‌هایی تبدیل می‌کند که عهده‌دار انجام کارهای پیچیده‌ای هستند که خود زمانی انجام می‌دادند. نکتهٔ تلخ‌تر این است که تعداد زیادی از مردم به دلیل از دست دادن مشاغل خود احساس بی‌فایده‌گی و ناکارآمدی می‌کنند (سنت، ۱۹۹۵). این گروه از مردم در قاموس بی‌معنای کارآمدی و کم‌حجم‌سازی به دلیل مازاد بودن تویخ و سرزنش می‌شوند. آنها در نشان دادن ارج و ارزش خود شکست خورده‌اند. ما وارد عصر «صرف‌نظر کردن از خود» شده‌ایم. فرهنگ مصرف‌گرایی می‌تواند بی‌حوصلگی ناشی از خط یکنواخت تولید و سوار کردن قطعات را جبران و خنثی سازد، اما نمی‌تواند به آسانی و سهولت این احساس عمیق بی‌حرمتی و بی‌ارزشی نسبت به خویشتن را در میان مردم جبران کند.

این‌گونه نیست که صاحبان مشاغل تخصصی و پست‌های مدیریتی در بازسازی اقتصادی از تأثیرپذیری مصون باشند. برای بسیاری از آنان، امید به داشتن شغلی دائمی جای خود را به ناامنی و بی‌ثباتی دائمی داده است. تعدیل سراسری نیرو در دههٔ ۱۹۸۰ به اخراج گروه‌گروه کارمند دون‌پایه انجامیده و آنان را وادار به پذیرفتن مشاغل جدید، بیکاری یا پذیرفتن مشاغل مشاوره‌ای کم‌اهمیت کرده است (کین^۲، ۱۹۹۵). به همان میزان که تضمین موفقیت‌های مادی و شغلی مشکل‌تر می‌شود، مسئولیت ساختن یک خویشتن باقوام و دوام نیز دشوارتر می‌شود (پال^۳، ۱۹۹۵).

این سه روند، یعنی از بین رفتن ایمان به پیشرفت، تشدید احساس بی‌معنایی در مدرنیته و ناتوانی فزایندهٔ فرهنگ و نظام مصرف‌گرایی برای پرکردن خلأ بی‌معنایی، شرایط و فضای ورود دوبارهٔ دین به روند اصلی زندگی فردی و جمعی را مهیا کرده است. همان‌گونه که فیلسوف کاتولیک، روکو باتگلیون^۴

1. Richard Sennet

2. Kane

3. Pahl

4. Rocco Buttigione

اظهار داشته است. پاپ کنونی هیچ‌گاه فلسفه‌های عمدتاً عرفی قرن بیستم را مورد حمله قرار نداده است، زیرا به اعتقاد او، این فلسفه‌ها «موج‌های آینده‌اند» و شاید هم به دلیل اینکه دوره آنها قبلاً به پایان رسیده است (به نقل از هاروی، ۱۹۸۹). انتخاب کارول وحتیلاً^۱ به مقام پاپی در سال ۱۹۷۸ و حمایت سرسختانه او از مواضع دینی سنتی را می‌توان بخشی از جریان بنیادگرایی جاری در دین مسیحیت تلقی کرد.

بنیادگرایی، بیانگر گرایش عمومی به «یقین و قطعیت غیرقابل نقض» و کاستن از نابسامانی‌های اجتماعی و تضادهای اخلاقی دوران اخیر مدرنیته است (آرمسترانگ^۲، ۱۹۹۵). این جریان در زمینه تبیین و نیز زدودن آشفتگی و ابهام که گریبان‌گیر مردم شده است، یکی از طریق هدایت زندگی جدید در قالب مقولات و مفاهیم اندیشه دینی (کپل^۳، ۱۹۹۴) و دیگری با تغییر عرصه ابراز هویت دینی از حوزه خصوصی به حوزه عمومی و خط‌مشی سیاسی، با موفقیت چشمگیری روبه‌رو بوده است. در امریکا، ائتلاف مسیحی که مجمعی است متشکل از گروه‌های بنیادگرا و پروتستان که یک دهه پیش بزرگ‌ترین فرقه پروتستان کشور، یعنی انجمن بپتیست‌های جنوب، را در اختیار خود داشتند، اینک تنها در ۱۸ ایالت امریکا نیروی قدرتمندی در حزب جمهوری‌خواه به شمار می‌روند (بل، ۱۹۹۵). طرفداران آنان از راست‌گرایان را می‌توان در مسائلی چون مخالفت با سقط جنین و حقوق هم‌جنس‌بازان و آزادی‌های هنری مشاهده کرد. همواره بر سر این مسائل در تمام حوزه‌های فرهنگ عمومی، به ویژه در مهم‌ترین بخش، یعنی در تلویزیون، کشمکش و مبارزه برقرار بوده است.

بنیادگرایی، سنت دیرپای امریکایی، مبنی بر مؤمن ساختن اجباری مردم و بسیج آنان به حضور در جماعت و دعوت از به اصطلاح صلیبیون احیاگرا برای راه‌اندازی موج تلویزیون دینی و فروش رستگاری و نجات از طریق بخشش و فدیة، را پیشه خود کرد. آنها درصدد ایجاد اطمینان مجدد در میان گروه‌هایی شدند که تحت تأثیر فرهنگ مصرف‌گرایی معتقد بودند که رفاه نشانه صراط مستقیم خداست. همانگونه که یکی از اعضای بدنام فرقه پروتستان در یک برنامه محلی در سان‌دی‌گو در پایان سخنان خود اظهار داشت: «بدانید رفاه و خوش‌بختی حق الهی شماست».

این نوع برنامه‌های تلویزیونی، با توجه به هماهنگی دقیقی که طی آن میان واعظ و جماعت به عمل می‌آمد، متضمن دعوت از بینندگان برای پیوستن به جماعت بزرگ‌تری از مؤمنان بود. شمارش‌گر گوشه

1. Karol Wojtyla

2. Armstrong

3. Kepel

بالا تلویزیون که نشان دهندهٔ میزان پولی است که برای اشتراک تلویزیون باید پرداخت، در واقع ایمان، خلوص و صدق آنها را اندازه‌گیری می‌کرد.

جستجو و تفحص برای یافتن معنا، یقین و تعلق در مقابل فرهنگ متشکست مدرنیته، زمینهٔ یکی دیگر از واکنش‌های عمدهٔ دینی را فراهم ساخته است: گسترش فرق دینی هر جا که تلویزیون دینی اجتماعات اخلاقی را تشویق کرده، در واقع به دنبال طرح و ایجاد همبستگی بلندمدت‌تر بوده است. فرقه‌هایی چون ساینتولوژی^۱ طریقه و راه نیل به کمال را به پیروان خود ارائه می‌کنند آنها وعده می‌دهند که برنامه‌هایشان مبنی بر ارائهٔ راهی تازه است و اعضای فرقه را قادر می‌سازد که به گونه‌ای در این دنیا زندگی کنند که از عهدهٔ تغییر و تحولات آن برآیند. این فرقه‌ها به اطاعت و وفاداری مطلق نیاز دارند و هرگونه انتقاد یا مخالفتی را بدعت و کفر می‌خوانند. جنبش‌های دیگری مثل جنبش اتحاد کلیسا (که عموماً با نام مونی‌ها^۲ شناخته شده‌اند) این خواسته‌ها را یک گام پیش‌تر برده‌اند. این جنبش‌ها، از چنان شمول و جامعیتی برخوردارند که همهٔ افراد تغییر دین داده را هم جذب می‌کنند و بیشتر خواهان توقف انتخاب‌های شخصی و خصوصی‌اند تا بتوانند به اعادهٔ ساختار اجتماع و امنیتی که مبتنی بر اصول و ارزش‌های مطلق و سلسله مراتب است، بپردازند (مارتین، ۱۹۸۱). موضوع «تعلق داشتن» آشکارترین و قنوی‌ترین نشانه‌ها و نمادهای خود را در ازدواج دسته جمعی توده‌های سرگردان یا مونی‌ها در استادیوم‌های ورزشی می‌یابد که شریک زندگی هر کس را رهبر کلیسا یعنی عالی‌جناب سان میونگ‌مون^۳ انتخاب می‌کند. همان‌گونه که پدر یکی از مرتدین در داستان کوتاه «مائوی دوم» نوشته دن دلیلو^۴ (۱۹۹۲) توضیح می‌دهد:

«آنها به صورت دسته‌های دو نفری گردهم می‌آیند، زوج‌های ابدی دختر و پسر، در حالی که به هم چسبیده‌اند، سرتاسر آن محوطه وسیع را پر می‌کنند و یکی از آثار این به هم پیوستگی و تجمع، تغییر حالت است. آنها از حالت زوج‌های به هم پیوسته خارج به یک موج پیوسته و متصل تبدیل می‌شوند... پدر کارن که از بلندی شاهد این صحنه است، چاره‌ای ندارد جز اینکه فکر کند که این همان نقطه مورد نظر است. آنها الان یک پیکره‌اند.»

البته شماری از گروه‌های بنیادگرا دارای پیروان جهانی نیز هستند که فعالیت آنها در وهلهٔ اول واکنشی در برابر بحران‌های مدرنیته در دوران اخیر است.

1. Scientology

2. Moonies

3. Sun Myung Moon

4. Don Delillo

مدرنیته در دوران اخیر از حیث سازمانی، حول دو محور می‌گردد: یکی دولت - ملت و دیگری مناسبات اقتصاد سرمایه‌داری. اما در بسیاری از کشورها این صورت‌بندی‌ها به تازگی به طور نسبی توسعه پیدا کرده است. استقلال سیاسی و ملی‌گرایی، بعد از یک دوره طولانی و تلخ استعمارزدایی حاصل شد، اما نیروی کامل سرمایه‌داری به واسطه تعهد اساسی به برنامه‌ریزی دولتی، مالکیت عمومی و ایجاد محدودیت برای سرمایه‌گذاری و اشتغال خارجی‌ها مهار و متوقف شد. به هر حال، در دو دهه گذشته شاهد بروز بحران انباشت سرمایه در نظام‌هایی بوده‌ایم که با تأخیر وارد عصر مدرنیته شده‌اند. مشکلات لاعلاج و فروپاشی نهایی نظام شوروی و طرح سیاست‌های اقتصادی «درهای باز» در کشورهایی چون هندوستان و چین که قبل از این به شدت از سیاست‌های اقتصادی بسته پیروی می‌کردند، راه ورود سرمایه‌داری و مصرف‌گرایی غرب را به طور وسیع باز کرده است. ایجاد فرهنگی جهانی‌تر به واسطه طرح دیدگاه‌های مقایسه‌ای جدیدتر، به احیای نظام‌های معنابخش انجامید (واترز، ۱۹۹۵). این حرکت نیز به نوبه خود موجب افزایش ناراضی‌تایی از نخبگان بومی شد که زمانی در میان نسل‌های بعد از استقلال، که از فساد و انحطاط سابق اطلاعی نداشتند، دارای نفوذ قابل توجهی بودند. از اواسط دهه ۱۹۷۰ به این سو، روند رو به رشد این ناراضی‌تایی‌ها موجب احیای بنیادگرایی‌ای شد که سازگاری چندانی با ارزش‌های دین‌گریزان نداشت، اما در تمهید بنیانی مقدس برای سازمان‌های جامعه نقش داشت (کپل، ۱۹۹۴).

البته این تلقی و تصور که قدرت رو به رشد جریان‌ات بنیادگرا در اسلام، یهودیت و مسیحیت در مناطق مختلف جهان تنها در سال‌های اخیر در مقابل نیروی مدرنیته سرمایه‌داری عرض اندام می‌کنند تا ارزش‌های دینی را اعاده کنند، نادرست است. درست‌تر آن است که این حرکت‌ها را واکنشی در برابر آن دسته از بحران‌های مدرنیته بدانیم که در قالب ادبیات و مناسک مذهبی، اضطراب، دلهره و دغدغه خود را آشکار می‌سازد. همان‌گونه که مفسر ژاپنی، شوئیچی اینو^۱ (۱۹۹۴) می‌گوید: «ادیان اضطراب را از بین برده‌اند ولی در عین حال از این عامل بهره‌برداری نیز می‌کنند. به سخن ساده‌تر این افسون جدیدی است که به طور تناقض‌آمیز بر اثر آزادی از افسون به وجود می‌آید» در درون بنیادگرایی، تفکیک و تمایز میان نامقدس - مقدس مبتنی بر دوگانه اندیشی‌های دیگری چون خالص - ناخالص، سنت - مدرنیته، ملی - خارجی و بومی - غربی است تا به ایجاد جهان بینی لایه‌بندی شده جامع و خوداتکایی منجر شود. پیوند میان بنیادگرایی، ملی‌گرایی و امریکا ستیزی پیوندی است قوی و به قول یکی از یهودیان به شدت متعصب که بازرس رستوران‌های اورشلیم بود: «وقتی یهودی با روحی پاک، حیوان ناپاکی را می‌خورد،

1. Shoichi Inoue

روحش آسیب می‌بیند و به انسانی وحشی یا حیوانی شرور تبدیل می‌شود، شرورتر از هیتلر، رستوران‌های زنجیره‌ای مک دونالد، همه اسرائیل و همه یهودیان را فاسد می‌کند» (لانکستر^۱، ۱۹۹۵).

احیای بنیادگرایی در سه دین بزرگ صاحب کتاب، قصد مداخله و تأثیر بر فرایند مدرنیته سرمایه‌داری و نظم اجتماعی و اخلاقی موجود را دارد و می‌خواهد مدرنیته را در مسیری هدایت‌کننده که با ارزش‌ها و احکام متون مقدس هماهنگ باشد (کیل، ۱۹۹۴) و این ضرورتاً در برگیرنده و متضمن تلاشی طولانی در درون نهادهای اصلی فرهنگ عمومی است تا دیدگاه‌ها و ارزش‌های غیردینی حذف یا به حاشیه رانده شود. فرهنگ مصرف‌گرایی به علت مرکزیت آن در هویت‌یابی مدرن، هدف و آماج اصلی بنیادگرایی است. به قول نویسنده کاتولیک، دیوید برج^۲: «زمانی که نمادهای قدرتمند عشق، لطف و محبت، خیرخواهی، معجزه، نذر، قربانی، نور و اخوت، متداول‌ترین مفاهیم قاموس تبلیغات‌چی‌ها می‌شود و در همان حال در مراسم عبادی کلیسا نیز به کار می‌رود، معانی آنها در نسبتی که با کلیسا پیدا می‌کند دچار انحطاط می‌شود» (مارتین، ۱۹۸۱). بنیادگرایی به دنبال طرح دوباره زبان عشق و محبت برای مؤمن و کاستن از تماس دینداران با فرهنگ تبلیغاتی است که اغلب حاوی خشونت و منع (سانسور) است. مثلاً در ژانویه ۱۹۹۵ مجلس ایران قانونی را به تصویب رساند که به موجب آن مردم از نصب آنتن‌های ماهواره‌ای بر پشت بام‌ها منع شدند. هدف از این مصوبه بنا به گفته وزیر کشور وقت، علی محمد بشارتی، مصون داشتن مردم در برابر فرهنگ «تجاوزگر غرب» بود (1995 Tehran Detunes).

ایران در نقطه انتهایی پیوستار ارتباط میان دین، دولت و وسایل ارتباط جمعی قرار می‌گیرد. دولت برداشتی خاص از اسلام دارد و متعهد به آن است و مشروعیت خود را از آن می‌گیرد. به علاوه، از نظام و ابزار ارتباطات ملی برای پیشبرد این نظام دینی که رسماً پذیرفته شده است استفاده می‌کند. در قطب دیگر این پیوستار، امریکا قرار دارد که در آن هیچ دین رسمی‌ای وجود ندارد و فرقه‌های دینی برای معرفی خود و جلب حمایت دیگران در نظام ارتباطات تجاری شده تلاش می‌کنند. از لحاظ تاریخی، بسیاری از کشورهای اروپایی در نقطه میانی این پیوستار قرار می‌گیرند. در این کشورها کلیسای رسمی از امتیازات خاصی در حوزه وسایل ارتباط جمعی از جمله تلویزیون برخوردار است. قبلاً در انگلستان در سال‌های آغازین تأسیس رادیو بی بی سی در روزهای یکشنبه هیچ نمایش غیرمذهبی پخش نمی‌شد در این روز رادیو مراسم دینی و مواعظ شورانگیز اخلاقی را پخش می‌کرد. این جدایی سفت و سخت دین و دنیا به مرور زمان کم‌رنگ شد اما کلیسا به واسطه پخش و ارائه هفتگی برنامه‌های مذهبی در سراسر کشور

1. Lancaster

2. David Birch

و گزارش‌های خبری از اعضای خانواده سلطنتی هنگام مراسم نیایش در کلیسا، که یادآور ارتباط دین، دولت و سنت‌های ملی بود، موقعیت خود را حفظ می‌کرد.

روابط سه جانبه میان دین، دولت و وسایل ارتباط جمعی را می‌توان سامان یافته بر اساس دو بُعد مهم دانست: یکی میزان غیر رسمی بودن دین (آنچنان که از طریق فراوانی و کثرت نسبی یارانه‌های دولت به مذهب و یا میزان دخالت دولت در دین سنجیده می‌شود) (ایناکون، ۱۹۹۱) و دیگری مؤازنه نسبی میان کارآفرینی عمومی، کارآفرینی تجاری و صور فرهنگی ملی و فرا ملی در میان بخش‌های مرکزی نظام ارتباطات. این طبقه‌بندی نقطه شروع مفیدی است، اما برای بررسی تطبیقی روابط متغیر و متحول میان دین و وسایل ارتباط جمعی در جهان کنونی، از معرفی شیوه‌هایی که برای ارائه تحلیلی جامع ضروری ناتوان است.

اکثر تحقیقات تا این زمان متمرکز بر رسانه‌های رسمی مانند نشریات، سینما، رادیو و تلویزیون بوده و در مقام مقایسه، کار کمی بر روی رسانه‌های در حال رشدی چون ویدئو، ماهواره و شبکه‌های تلویزیون با برد زیاد و سیستم‌های مبتنی بر واقعیت مجازی صورت گرفته است. از یک نظر، این نوآوری‌ها و ابتکارات، روندی را که با رسانه‌های قدیمی شروع شد، ادامه و آیین دینی را گسترش می‌دهند و مشارکت بیشتر در مکان و زمان را برای جمعیت کثیری از مخاطبان در سراسر جهان، که چهره‌ها و نمادهای دینی را از طریق ماهواره می‌شناسند، فراهم می‌آورند، اما در عین حال به معرفی دیدگاه‌های فرقه‌های جدید و مراسم دینی آنها می‌پردازند. یک یهودی پاک دین می‌تواند به وسیله نمازنامه‌ای به اورشلیم ارسال و تقاضای ادای نماز و دعا در کنار دیوار ندبه کند. مؤمنان پراکنده در سراسر جهان می‌توانند از دستوراتی پیروی کنند که از طریق پایگاه‌های رایانه‌ای جهانی که اسقف کاتولیک، ژاک گیلوت^۱ راه‌اندازی کرده است، به آنان ابلاغ می‌شود. از این رو، این مؤمنان با استفاده از شبکه اینترنت گردهم می‌آیند، اما هرگز به‌طور مستقیم یکدیگر را نمی‌بینند، شرکت کنندگان در دنیای واقعیت مجازی ممکن است به روایت انجیلی واحدی دسترسی پیدا کنند و راه و مسیر زندگی خود را حول آن سامان دهند و از راه‌ها و شخصیت‌های متنوعی استفاده کنند و بهره ببرند. تجلی و بیان غیررسمی ایمان دینی و نظام اعتقادات می‌تواند به صورت وسیع در فیلم‌های ویدئویی و نوارهای ضبط، بازتولید و عرضه شود. این امکانات در حال رشد، ارتباط مشوش، ناقص و محدودی با روابط نهادینه شده دین و رسانه‌های گروهی دولت - ملت دارند. از یک طرف، آنها چشم‌اندازی کلی از سازوکارهای بهره برداری و دسترسی وسیع به سازمانهای بزرگ دینی ارائه می‌دهند و

1. Jacques Gaillot

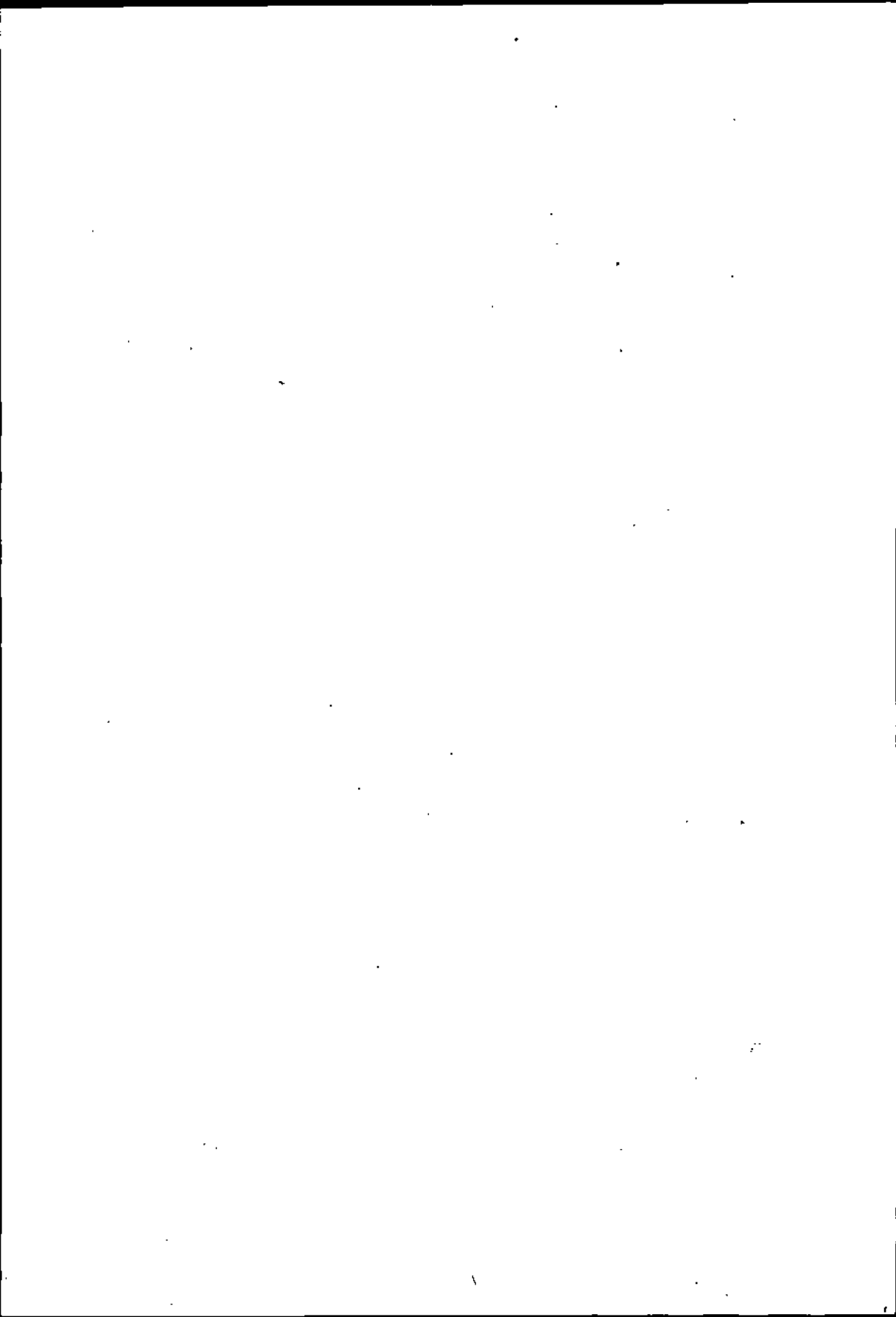
از سوی دیگر، مجراهایی چند برای ابتکار عمل توده‌های مردم فراهم می‌آورند که ساختارهای رسمی را نادیده می‌گیرند.

بررسی تعامل در حال تحول میان وسایل ارتباط جمعی موجود و وسایل ارتباطی در حال ظهور و نیز اشکال جدید زندگی دینی که این وسایل سازندهٔ آنها هستند وظیفهٔ اصلی پژوهش‌های آینده است. اما آن گونه که استدلال کرده‌ام این مسئله را نباید موضوعی تخصصی در تحقیقات رسانه‌ای یا جامعه‌شناسی دین تلقی کرد، بلکه باید آن را بخشی از تلاش وسیع‌تر برای فهم تحولات نهادی و فرهنگی مدرنیته و سازوکار رازآمیز شدن مجدد به شمار آورد. برای فهم وضع فعلی و جدس و گمان آگاهانه دربارهٔ آیندهٔ نزدیک، نیازمند رجوع به طرح و هیئت اصلی تحقیقات و تأملات موجود هستیم که در کانون تلاش‌های دیرپای علوم انسانی برای فهم جهان معاصر قرار دارد.

- Archer, M. S. (1988). *Culture and Agency: The place of culture in social theory*, Cambridge. UK. Cambridge, University Press.
- Armstrong, K. (1995. July 21). *Spiritual Prozac*. *New Statesman and Society*, PP. 37-38.
- Bauman, Z. (1992). *Intimations of postmodernity*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Bell, D. (1995, June 9). The Disunited States of America *Times Literary Supplement*, PP. 16-17.
- Berger, P. (1969). *The sacred canopy: Elements of a sociological theory of religion*. Garden City, NY: Anchor.
- Campbell, C. (1987). *The romantic ethic and the spirit of modern consumerism*. Oxford, UK: Basil Blackwell.
- Christie, I. (1994). *The Last Machine: Early cinema and the birth of the modern world*, London: British Film Institute.
- Davie, G. (1994). *Religion in Britain since 1945: Believing without belonging*, Oxford, UK: Basil Blackwell.
- Delillo, D. (1992). *Mao II*. London: Vintage.
- Durant, H. (1938). *The problem of leisure*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Gellner, E. (1987). *The rubber cage: Disenchantment with Disenchantment*. In *Culture, Identity and Politics*, Cambridge. UK: Cambridge University Press.
- Gerth, H. H., & Mills, C. W. (Eds.). (1974). *From Max Weber-essays in sociology*. London: Routledge & Kegan Paul. (Originally Published 1948).
- Harris, R. (1996). "Openings, absences and omissions: Aspects of the treatment of "race" culture and ethnicity in British cultural studies, *Cultural Studies*, 10(2), 334-344

- Harrison, T., & Madge, C., (Eds.). (1986). *Britain by mass observation*, London: Cresset Library.
- Harvey, D. (1989). *The condition of postmodernity*. Oxford, UK: Basil Blackwell.
- Hoggart, R. (1959). *The uses of literacy*. Harmondsworth, UK: Penguin.
- Hoggart, R. (1988). *A Local habitation: Life and times*, Vol. 1: 1918-1940. London: Chatto & Windus.
- Iannaccone, L. R. (1991). The consequences of religious market structure. *Rationality and Society*, 3, 156-177.
- Inoue, S. (1994). Religions old and new, In A. Ueda (Ed.), *The electric geisha: Exploring Japan's popular culture*. (PP. 220-228). Tokyo: Kodansha international.
- Kane, P. (1995) November 10). Not by bread alone. *New Statesman and Society*. PP. 39-40.
- Kepel, G. (1994). *The revenge of God: The resurgence of Islam, Christianity and Judaism in the modern world*, Oxford, UK: Polity.
- Lancaster, J (1995, August 3). Big Macs and Jacko Rock Israeli Culture, *The Guardian*, P. 8.
- Lears, J. (1994). *Fables of abundance: A cultural history of advertising in America*. New York: Basic Books.
- Levi-Strauss, C. (1995, september 1). The river of sorrows. *Times Higher Education Supplement*, pp. 15-17.
- Lodge, D. (1995). *Therapy: A novel*. London: Quality Paperbacks Direct.
- Lyon, D. (1994). *Postmodernity*. Buckingham: Open University Press.
- Martin, B. (1981). *A sociology of contemporary cultural change*. Oxford, UK: Basil Blackwell.

- Pahl, R. (1995). *After success: fin-de-siècle anxiety and indentity*, Oxford. Uk: Polity.
- Sennett, R. (1993). *The conscience of the eye: The desing and Social life of cities*, London: Faber and faber.
- Sennett, R. (1995, September 22). *Something in city: The specter of uselessness and the search for place in the world. Times Literary Supplement*, PP. 13-15.
- Smart, B. (1993). *postmodernity*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Tehran detunes western vulture. (1995, April 18). *The Guardian*, p.6.
- Warner, R.S. (1993). Work in progress toward a new paradigm for the sociological study of religion in the united States. *American Journal of Sociology*, 98. 1044-1093.
- Waters. M. (1995). *Globalisation*. London: Routledge & Kehan Paul.
- Weber, M. (1958). *The Protestant ethic and the spirit of capitalism*. New York: Scribner.
- Williams, R. (1980). *Problems in Materialism and Culture*. London: Verso.
- Wright, P. (1995, March 3). Rooting in the greenery *The Gardin*, P.19.



فصل دوم

رسانه‌های گروهی به مثابه جایگاه مقدس‌سازی دوباره فرهنگ‌های معاصر

جیزس مارتین باربرو

در چند سال اخیر، به تحولات ژرفی که در شیوه‌گردهم‌آیی انسان‌ها و نحوه ارتباطشان با یکدیگر به وقوع پیوسته است، آگاهی فزاینده‌ای یافته‌ام. تصور می‌کنم که این عمل می‌تواند موضوع مطالعه ارتباط انسانی را در ژرف‌ترین سطح تشکیل دهد. چه چیزی انسان‌ها را از لحاظ اجتماعی گردهم می‌آورد؟ معتقدم این بحث با موضوع رسانه‌ها، به عنوان ابزار و جایگاه شکل‌گیری هویت و محل تکوین و نظم یافتن جوامع، ارتباط پیدا می‌کند، به ویژه که رسانه‌ها عامل افتراق و تمایز انواع گوناگون جوامع از یکدیگرند. البته این سخن متضمن این نکته است که رسانه‌ها نه صرفاً پدیده‌ای اقتصادی یا ابزاری در خدمت سیاست هستند و نه جذابیت رسانه‌ها به مثابه مصداق بارزی از تحولات سریع فن‌آوری به شمار می‌آید. رسانه باید به عنوان فرایند تکوین هویت‌های فرهنگی و عامل گرایش افراد به سوی اجتماعات و گروه‌های منسجمی که «عاملان فعل»^۱ هستند تجزیه و تحلیل شود. برای عقلانی ساختن و مفهوم‌مند کردن رابطه مدرنیته، دین و رسانه با یکدیگر، پژوهشگر باید رسانه را عامل اصلی شکل‌گیری و پیدایش کنش‌گران اجتماعی تلقی کند.

1. Subjects of Action

مدرنیتهٔ افسون‌زدایی شده

این فصل را با اثبات این اصل آغاز می‌کنم که مدرنیته به وعده‌هایش در زمینهٔ آزادی‌های اجتماعی، سیاسی و فرهنگی، وفا نکرد، ولی به عهد خود به خوبی و تمام و کمال عمل کرد و آن هم افسون‌زدایی از جهان بود.

مدرنیته با عقلانی کردن جهان، تا حدود زیادی معنا و مضمون مقدس را از بین برد. فروکاستن ارزش‌ها به کار آمدی و کفایت ابزاری، جهان را از افسون و راز تهی ساخت. امروزه آدمی شاهد حضور نسل جوانی است که در زندگی و تجارب روزمرهٔ خویش به گونه‌ای زندگی می‌کند که ماکس وبر آن را افسون‌زدایی از جهان خوانده است. بر این اعتقاد که آدمی احساس جوانان را از زیستن در حیرانی و بهت و خلسته ناشی از مواد مخدر را نخواهد فهمید، مگر آنکه آن را در ارتباط با اضطراب عمیق و دلهره ترس‌آوری که فرهنگ‌های کنونی را فرا گرفته، مورد واریسی قرار دهد. هر جنبه از زندگی و تجربهٔ ما، از ایمان و اعتقاد کورکورانه به علوم تجربی گرفته تا حساسیت به آلودگی هوا و به ویژه سطحی و کم رنگ شدن روابط اجتماعی همه بیانگر این افسون‌زدایی است. در واقع، زدوده شدن امر قدسی از جهان، دیدگاه ما و به ویژه دیدگاه کسانی را که با اشتیاق، عقلانی شدن آموزش و پرورش رسمی را پذیرفته‌اند، متحول ساخته است.

با وجود این، مدرنیته، به دلیل تسلطش بر طبیعت، معنا و درک خود از خلأ و تهی بودن را بر جا نهاده و حاکم کرده است. شمار کمی از افراد آموخته‌اند که فارغ از صور خاصی از افسون و راز، دیدگاه‌های اساطیری و لحظات و آنات آیینی زندگی کنند. عجیب است که هنوز هم در صدد یافتن راه‌های رازمند کردن مجدد جهان هستیم و افسون را دوباره برمی‌گردانیم و بر حیات خود جامهٔ راز می‌پوشانیم.

دانیل بل^۱ یکی از روشن‌بین‌ترین تحلیل‌گران زمانهٔ ما که جامعه‌شناسی است آماده برای اعلام ختم تفکر اتوپیا، بر این باور است که مسئلهٔ اصلی مدرنیته، گونه‌ای بحران در دیدگاه‌های معنویت‌گراست. مبانی قدیمی فرهنگ ما اینک به فراموشی سپرده شده‌اند و مبانی جدیدی که سربرآورده‌اند، واهی و فریبنده‌اند. چنین استدلالی جالب و جذاب است، زیرا دانیل بل به هیچ وجه از موضع دفاع از مذهب سخن نمی‌گوید. در امریکای لاتین، بیتریز سارلو^۲ در یکی از مقالات اخیر خود می‌نویسد که در ۲۰ سال گذشته، مردم تحت تأثیر جنبش‌های سیاسی اجتماعی قرار داشتند و اینک به ادیان جدید می‌گروند.

پدیده‌های بنیادگرایی، گروه‌گرایی و جنبش‌های وحدت‌طلبی که دوباره بر روی زمین ظاهر شده‌اند با

1. Daniel Bell

2. Beatriz Sarlo

این روند عقلانی‌سازی گسترده در جهان مرتبط هستند. این اتفاق درست زمانی در شرف وقوع است که تصور می‌کنیم آن دوره را پشت سر گذاشته و بر آنها چیره شده‌ایم. این وضع تا حدودی واکنش بر ضد نیروهای تجددخواهی و تا حدی نیز برای پرکردن خلأ فکری، به ویژه در سطح دین جمعی و حس مطلق‌گرایی تغییرناپذیر است. در میانه تحولات سریع فرهنگی، افراد در ماورای سازه‌های ساخت بشر در جستجوی بنیادهای خود هستند. جایی که می‌توانند هویت فردی و جمعی خود را در آن تثبیت کنند. در برخی موارد، مثل مورد مربوط به یوگسلاوی سابق، این بنیادگرایی آمیزه‌ای است از دین و ملیت‌گرایی و در مواردی دیگر، دلهره و اضطراب بنیادگرایان خود را به صورت خشونت و نژادپرستی بروز می‌دهد، مثل سرطاس‌های آلمان که مهاجران ترک را تهدید به شمار می‌آورند و حق کشتن آنها را به بهانه متجاوز بودن آنان، به خود می‌دهند. در همه اشکال بنیادگرایی، در این جستجوی هویت و در تلاش برای اثبات این نکته که امر دینی و معنوی می‌تواند مبنایی برای کنشگران مهم اجتماعی در جهان در حال مدرن شدن به شمار آید رسانه می‌تواند نقش محوری و مهمی ایفا کند.

مایلم در اینجا فرایند افسون‌زدایی را در وهله اول در جامعه امریکای لاتین توضیح دهم. توضیح رابطه مدرنیته، دین و رسانه در این قاره آسان نیست، زیرا روند عرفی‌شدن در این منطقه مضمون بسیار متفاوتی داشته است. در جوامعی که شاهد رویارویی مذهب کاتولیک با روشن‌اندیشی لیبرالی بوده است، قطب‌بندی شدید ایدئولوژیک، مفهوم عرفی‌شدن را به سوءتفاهم آغشته کرده است. البته می‌توان مدعی شد که امریکای لاتین که بین قطب‌های هم‌پسته گیر افتاده، رابطه بین مدرنیته و دین را در بستری روان‌پزشانه تجربه کرده است. از یک طرف، مدرنیته مترادف با تفوق و پیروزی عقل، برابری و مشارکت دموکراتیک و رشد و پیشرفت است. به اعتقاد افرادی که این‌گونه می‌اندیشند، دین موضوعی قدیمی، یعنی نوعی تاریک‌اندیشی و ابهام‌گرایی غیرعقلانی و بقایای جامعه بی‌سواد روستایی به شمار می‌آید.

در مقابل، افرادی که گرایش‌های دینی دارند، مایلند مدرنیته را با الحاد یکی بدانند، به خصوص از زمانی که پیوس دهم^۱ مدرنیسم را تقبیح کرد، تجددگرایی ملازم و هم‌پسته با جامعه‌ای تلقی شده است که عوامل رشد و تکامل را وانهاده و به جبرگرایی^۲ طبیعت‌گرایانه‌ای روی آورده است که موجب تخریب و زوال ارزش‌های سنتی می‌شود. به اعتقاد طرفداران این دیدگاه، مدرنیته به معنای اومانیزم و فردگرایی دین‌ستیزی است که تعهد اجتماعی را ناممکن می‌سازد. بنابراین، در امریکای لاتین، فهم و تجربه زنده و ملموس ما از دین‌زدایی متصف به این شکاف ریشه‌ای میان جهان بینی‌ها و قطب‌بندی افراطی (خیر و

1. Pius X

2. Determinism

شر، سیاه و سفیدم) است. آدمی ملزم است که بین مذهبی ماندن و مدرن شدن دست به انتخاب بزند. در حالی که در کشورهایی چون آمریکا، مدرنیته برابر با متدین بودن یا ریشه داشتن در باورهای دینی است (بلا، مادسن، سالیوان^۱، سویدلر^۲، و تاپیتون^۳، ۱۹۸۵). ما در امریکای لاتین با تعارض شدیدی میان جهان بینی‌ها مواجه شده‌ایم.

برای فهم این تصور شدیداً قطب‌بندی شده از مفهوم دین‌زدایی باید به توضیحی مراجعه شود که ماکس وبر از این تفکر ارائه کرده است. اولاً، به اعتقاد وبر، جهان بی‌دین و مدرن صرفاً جهانی خالی از خدا نیست، بلکه جهانی است کاملاً عقلانی که از طریق خردورزی علمی، که مبنای دیدگاه‌های اسرارآمیز و سحرآلود انسان را از بین می‌برد، هدایت می‌شود. ثانیاً، تصور ماکس وبر چنین بود که جهان بی‌دین، جهانی خواهد بود که در آن تجربه و زندگی فاقد هرگونه معنای غایی است. به غیر از واقعیت‌های ساخته شدهٔ خود ما، دیگر واقعیتی وجود ندارد که به خودی خود دارای معنا باشد و یا بتواند نقطهٔ آغازی شود. در این میان آن چیزی که جهان را هدایت می‌کند نوعی عقلانیت ابزاری است که وبر، با استعاره‌های کاملاً گویا، آن را «فقس آهنین» می‌خواند. آدمیان اینک در جهانی زندگی می‌کنند که به کلی با عقل و منطق انسانی ساخته شده و برای آنان همانند فقسی گریزناپذیر است، زیرا منطق و استدلالی که راهنما و هدایتگر حرمت و شأن انسانی باشد صرفاً معطوف به اهداف و مقاصد ابزاری است. بدون آنکه هیچ‌گونه ارجاع و اشاره‌ای به نتایج و غایات متعالی و ماورایی کند.

در نتیجه، دین‌زدایی به معنای درهم فرو ریختن قطعیت‌های گذشته است که از آمیزه اجتماع (جماعت) گرایانه شهر حمایت کرده است. از آنجا که دیگر نمی‌توانیم جماعت را متصور شویم، باید تلاش زیادی به عمل آوریم تا به طریقی به آن نوع جامعه‌پذیری دست پیدا کنیم که به اجتماع نسبت داده‌ایم. من در سخنان گلنر (۱۹۸۹) دربارهٔ دیدگاه وبر تلاش قابل‌تحسینی را دیده‌ام او می‌نویسد:

«منظور وبر از افسون‌زدایی، تحصیل و کسب فاوست‌وار قدرت عقلانی، ادراکی و اداری است. ما ظرفیت و توانایی‌های شیطانی خود را از طریق معامله بر سر جهان سرشار از معنای خود به دست آورده‌ایم، معنایی که به صورت انسانی تجربه شده است، حتی اگر توأم با خطر و تهدید برای جهانی بوده است که می‌توانیم در آن دخل و تصرف کنیم. ما جهان مملو از آرامش و طمأنینه را برای به دست آوردن جهانی قابل پیش‌بینی و کنترل وانهاده‌ایم. اما این جهان، جهانی سرد و خنثی و

1. Sallivan

2. Swidler

3. Tipton

بی‌روح است.

این منشأ و خاستگاه مفهوم عرفی شدن و جهانی است که با عقلانیت ابزاری هدایت و کنترل می‌شود. جهانی سرد، عمل‌گرا و کارکردگرا. باید به این فهرست، دو نکته دیگر را، که از سنت جامعه‌شناسی دین برگرفته می‌شود، افزود: یکی اینکه همان‌گونه که هگل تأکید کرده، جهان بی‌دین روند و پروژه‌ای کاملاً انسانی است که مخلوق تصورات و تمایلات ما و محصول عینیت بخشیدن به آگاهی و خلاقیت آدمیان است و دیگر اینکه، جهان بی‌دین، جهانی است خود آیین که در آن دولت، جامعه، فرهنگ و هنر خود را از دین فارغ و مستقل ساخته‌اند و خود مبانی قدرت اجتماعی را به وجود آورده‌اند. جهان عرفی، جهانی است که به طور فزاینده آزادی‌های فرهنگی ایدئولوژیکی و ادراکی خود را به دست آورده است و نیاز زیادی به توجیهات برآمده از اعتقادات، آیین‌ها و نهادهای دینی ندارد. زمانی که فرهنگ‌ها، روابط خود را با نهادهای دینی قطع می‌کنند، تنوع و پیچیدگی می‌یابند و از روند یک سویه و رشد و تکامل خطی پیروی نمی‌کنند. در نتیجه، این نوع فرهنگ نمی‌تواند فراهم‌کننده زیرساختی از معنا باشد که با هر شکلی از دین یا کلیسا سازگاری یابد (رانر^۱، ۱۹۶۹).

تصور و تجربه امریکای لاتین از مفهوم دین‌زدایی چه بوده است؟

مایلم دو برداشت از دین‌زدایی در امریکای لاتین را به طور اجمالی مطرح سازم. اول، برداشتی است که آن را دیدگاه تاریخ‌گرایانه^۲ نامیده‌ام، که برای مثال در آثار پدرو موراند^۳ انعکاس یافته است. موراند جامعه‌شناسی است اهل کشور شیلی که به اعتقاد او مدرنیته در امریکای لاتین ایمانی است که دچار سیاست‌زدگی دین‌گریزانه شده است. منظور موراند از این سخن، آن است که تاریخ این جوامع که زمانی با نهادهای دینی تشخیص و هویت می‌یافت، اینک، با حکومت‌های مردمی‌شان شناخته می‌شود. او معتقد است که در امریکای لاتین درک و فهم تاریخ از طریق تأثیرگذاری‌ها، به اندازه متون و ادبیات سیاسی متنوع بوده و اصول وحدت خود را تدریجاً در برنامه‌های سیاسی - اجتماعی و نیز در توسعه و بسط حکومت مردمی یافته است. ریشه‌های این درک هر چه بوده باشد، تاریخ این جوامع با تاریخ دولت‌ها شناخته شده و یکی شمرده می‌شود. این موضوع فراموش شده است که زمانی نمادها و آمیزه‌های فرهنگی و نهادهای واسط دیگری وجود داشت که گرد آن جامعه شکل می‌گرفت و مردم تلخ و شیرین

1. Rahner

2. Historicist

3. Pedro Morande

تاریخ خود را با استفاده از آن بیان می‌کردند. کلیسا نیز در رأس این بسترهای اجتماعی قرار داشت. طبق دیدگاه پدرو موراند، متون تاریخی امریکای لاتین یاد و خاطرهٔ نقش عمیقاً مهم کلیسا را، که مکانی خاص گردهمایی‌های اجتماعی و مجالی برای هم‌گرایی و ترکیب فرهنگی بود، به فراموشی سپرده است. به طور مشخص و ملموس‌تر، تاریخ امریکای لاتین آن چیزی را که زمانی باروک^۱ خوانده می‌شد، به دست فراموشی سپرده است. باروک امریکای لاتین، که یکی از بزرگ‌ترین مقاطع خلاقیت‌ها و آمیزهٔ فرهنگی بود، در پردهٔ مستوری قرار گرفته است تا زمینهٔ وحدت سیاسی و اقتصادی فراهم شود و به ما امکان یافتن هویت خود را در دولت - ملت بدهد.

درک تاریخ‌گرایان از دین‌زدایی در امریکای لاتین متمایل به بازنویسی تاریخ دینی به طریقی است که دین‌گروهی و عقلانیت رسمی نهادهای کلیسایی با هم آمیخته و یکی شوند. خوشبختانه، طبق دیدگاه پدرو موراند، این تلقی نادرست هیچ‌گاه اهمیت زیادی نیافت، زیرا دین‌گروهی هنوز هم در امریکای لاتین قوی‌ترین نقطهٔ پیوند و استمرار فرهنگی این جوامع است. دین‌گروهی که هرگز جذب کلیسای نهادی نشد، به درستی همان چیزی است که فرهنگ امریکای لاتین را قادر می‌سازد تا به کلیت‌گروی تجربیدی^۲ و عقلانیت کارکردگرایی مدرن واکنش منفی نشان دهد. فرهنگ‌گروهی، نوعی مقاومت است و دین‌گروهی یکی از منابع عمدهٔ فرهنگی است که امریکای لاتین را برای مقاومت در برابر عقلانیت ابزاری مدرنیته یاری می‌دهد.

تفکر و تصور متداول دیگری که در امریکای لاتین دربارهٔ دین‌زدایی وجود دارد، همان برداشت توده‌ای یا مردم‌گرایانه^۳ است دیدگاه‌های متکلمی چون دیاز آلوارز^۴ (۱۹۷۸) مصداقی از این دیدگاه است، به ویژه هنگامی که به صراحت و روشنی اعلام می‌کند که الحاد به عنوان نوعی دین‌زدایی که معنادار بودن دین را انکار می‌کند، چیزی است که تنها عده‌ای اندک از نخبگان حاکم را تحت تأثیر قرار داده است. اکثر مردم، به ویژه طبقات عامه، حافظهٔ اصلی و حقیقی فرهنگی و قدرت اخلاقی این کشورها را تشکیل می‌دهند. آلوارز استدلال می‌کند که در نظر اکثر مردم، دین به زندگی آنان معنا می‌دهد و برای حفظ پیوند اخلاقی آنان از قدرت بالایی برخوردار است.

اما در عین حال، آلوارز اعلام می‌کند که دین عامهٔ مردم، حاوی و حامل عناصر قوی تقدیرگرایی^۵، آئین‌گرایی و اطاعت کورکورانه از مقدسات است که قدرت انسانیت و شهود اخلاقی ملازم با این فرهنگ

1. Barroco

2. abstract universalism

3. Populist

4. Diaz Alvarez

5. fatalism

دینی را تضعیف و سست می‌کند.

آلوارز همچنین تأیید می‌کند که بسیاری از قشرهای اجتماعی امریکای لاتین، از جمله روشنفکران و مریبان، مجذوب فرهنگ دین‌ستیزی شده‌اند. تصور می‌کنم که این ادعای او بر حق است که دین‌های تاریخی، به ویژه دین کاتولیک، قادر به طرح و بسط گفتمان‌هایی که علایق و منافع جوانان را تضمین کند نبوده‌اند. همان‌طور که شاهد بی‌اعتنایی رو به افزایش جوانان به تعهدات دینی و اخلاقی هستیم، شاهد رشد کند، اما مهم دین‌زدایی نیز هستیم.

البته این نکته مهمی است که برداشت‌های تاریخ‌گرایی و مردم‌گرایی از روند دین‌زدایی، هر دو از طرح پرسش درباره نفوذ و تأثیر کلیسا بر نهادهای اجتماعی و فرهنگی طفره می‌روند. برای کشورها و ملت‌های امریکای لاتین، فرایند دین‌زدایی مترادف با عقل‌گرایی الحادی نبوده است، بلکه بیشتر ناظر به استقلال و رهایی اموری چون سیاست، دولت، فرهنگ و هنر و مسائل جنسی از سیطره کلیسا بوده است. البته هنوز هم می‌توان کشورهایی را یافت که دین و دولت در آن کاملاً به هم آمیخته‌اند و در آن کلیسا به خود حق می‌دهد که نظام آموزشی را تحت سیطره بگیرد و در قلمرو فرهنگ نیز دخالت ورزد. تصور می‌کنم ابعاد روشنگرانه دین‌زدایی در خصوص رهایی از زورگویی‌های کلیسا همچنان از قوت و قدرت کافی برخوردار است. همان‌گونه که آلن تورین^۱ (۱۹۹۲) خاطر نشان ساخته است جامعه مدرن به دین بی‌اعتنا یا از آن آزاد و رها نیست، بلکه جامعه‌ای است که بدون آن از معنویت غفلت می‌ورزد و یا آن را انکار می‌کند و از انفکاک ساحات معنوی و مادی حمایت می‌کند. ما، در مدرنیته توانسته‌ایم به طور همزمان، گرایش‌ها و تمایلات فردی خود به آزادی‌ها و حقوق خویشتن را - که عبارتند از: آزادی وجدان، آزادی اعتقاد و حق ایستادگی در برابر روند اضمحلال هویت‌های جمعی - اثبات و حفظ کنیم.

رازآمیز شدن دوباره جهان

جهان چگونه دوباره رازآمیز می‌شود؟ به نظر من، این پرسش به طرح سؤال دیگری منجر می‌شود: کدام بخش از مناسک دینی در سرگرمی‌ها و فعالیت‌های جمعی باقی می‌ماند؟ (بودریلار^۲، ۱۹۹۳) یا به عبارت بهتر، کدام بخش از مناسک در رسانه‌های گروهی باقی می‌ماند؟

به عقیده من، رسانه‌های گروهی صرفاً ابزارهای فریبکاری تجاری یا ایدئولوژیک نیستند، بلکه پدیده‌ای فرهنگی‌اند که به واسطه آن انسان‌شناسی و سایر علوم فرهنگی قابل فهم می‌شود. رسانه‌های

1. Alan Tourain

2. Baudrillard

گروهی ابزارى هستند که بسيارى از مردم (به يقين تعداد كثيرى از مردم) با آن به زندگى خویش معنا مى‌دهند. رسانه‌ها به مردم مجال و امکان تجمع به قصد شناختن مسائل اساسى و اصلى زندگى خود را مى‌دهند. از معنای هنر گرفته تا معنای مرگ، بيمارى، جوانى، زيبايى، شادى، رنج - بنا بر این، معتقدم که بايد فرايند رازآمیز شدن دوبارهٔ جهان را در اجزای مستمر مناسک در جشن‌های اجتماعى و ساير موارد و در شیوه‌هایی که رسانه‌ها مردم را دور هم جمع مى‌کنند، بجوييم. بايد دربارهٔ اثراتى که از آيين‌های اجتماعى در بازی‌های المپیک، تظاهرات سياسى، کنسرت‌های موسيقى راک و مناظره‌های بزرگ تلویزیونى بر جا مى‌ماند، پرسش کنیم و این ما را در شناختن هر چه بهتر پدیدهٔ کلیسای الکترونيکی يارى مى‌دهد.

کلیسای الکترونيکی، ریشه در دين‌ورزی جمعی مردم امريکا دارد و از طريق کلیساهای پروتستان بنيادگرا و استفادهٔ وسيع از رسانه‌های گروهی به امريکای لاتين نیز گسترش یافته است. کلیسای الکترونيکی بخشى از انقلاب فرهنگى واقعى در امريکای لاتين بوده است که در آن، ميليون‌ها تن از مردم به فرقه‌های پروتستان تغيير دين دادند و به ویژه ميليون‌ها تن از کاتولیک‌ها به بنيادگراترين فرقه‌ها، مانند فرقهٔ پروتستان‌های بنيادگرا (پننه کوستال) گرويدند.

این پدیده هم در میان روستاييان بومی متجانس تری همچون اهالی منطقه چياپاس مکزيک رخ داده است. من به بررسى گيلبرتو Jimenez^۱ (۱۹۸۹) که به توصيف حضور کلیساهای انجيلی در چياپاس پرداخته، نظر دارم. و هم در مناطق شهر نشين امريکای لاتين مثل آرژانتين و برزیل که در آن ميليون‌ها تن از کاتولیک‌ها به مذهب پروتستان ايمان آورده‌اند.

کلیسای الکترونيکی واجد معنایی بس عمیق‌تر از آن چیزی است که غالب مردم تصور مى‌کنند و این‌گونه نیست که برخی مذاهب در جهت پخش مراسم دينى خود برای عدهٔ بيشترى از مخاطبان از آن استفاده کنند و يا سبک‌ها و رسانه‌های متعدد و متنوعى را به کارگیرند تا بخش‌های جديدي از مردم را به خود جلب و جذب کنند، بلکه به نظر من، نکته مهم این است که برخی از مذاهب قدرت و توانایی آن را دارند که راديو و تلویزیون را همانند «واسطه‌های جديد» در خدمت تجربهٔ دينى قرار دهند. يعنى این واسطه يا رسانه، صرفاً وسیله‌ای برای تقويت فيزيکی صدا نیست، بلکه به جريان ارتباطات دينى، مراسم مذهبی و تجارب دينى شخصی ابعاد کاملاً جديدي مى‌دهد. برای توضيح هرچه بهتر این مدعا، از مقاله

پابلو سمان^۱ (۱۹۹۳) که در آن به توصیف یکی از مراسم عبادی فرقه پروتستان بنیادگرا در بوئنوس آیرس پرداخته شده است، قطعه زیر را شاهد می‌آورم:

«کشیش در وعظ خود برای ۳۰ هزار نفر از حاضران در همایش احیای مجدد که ۸ ساعت به طول انجامید، می‌گوید: در آستانه رسوایی مقدسی^۲ قرار گرفته‌ایم صدای زنانه‌ای در پس زمینه مراسم به گوش می‌رسد که به تدریج اوج می‌گیرد و صدای طبل‌ها و گیتارها کم می‌شود سپس کشیش که صدایش کم‌کم بلندتر می‌شود و لحن تحکم آمیزی به خود می‌گیرد. زن را با این عبارت که «تو همسر خداوندی»، مورد خطاب قرار می‌دهد. در حالی که مبلغ مسیحی دعا می‌خواند و به موعظه حضار می‌پردازد صدای حزن‌انگیز «آمین» و «اینک بیا ای مسیح» از گزارشگر تلویزیون به گوش می‌رسد آنگاه گروه همسران در جایگاه خود قرار می‌گیرند و چنین می‌گویند: «خداوند مرا بگیر، خداوند مرا بشکن و اندر آتش عشقت بسوزان». بعد با صدا و تنی لرزان التماس کنان می‌گویند: «آه ای روح القدس باز آ». اینک صداها خاموش می‌شوند و سکوتی سنگین همه جمعیت را فرا می‌گیرد. در این صحنه بازیگرانی وجود دارند که برجسته‌تر از دیگرانند. اما آمدن روح القدس با حالتی خواب‌واره و خلسه‌گونه مهم‌ترین نکته‌ای است که توده مؤمنان، همانند پیکره‌ای واحد، آن را تجربه و احساس می‌کنند.

این مراسم صرفاً نوعی عبادت مرسوم نیست، بلکه واقعه‌ای رسانه‌ای^۳ است. لحظه به لحظه، گروه‌های موسیقی را که انجیلی وارد صحنه می‌شوند تا مردم را به رقصی تند و داغ وادارند. برخی دور خود می‌چرخند و برخی دیگر به طور هماهنگ کژ و مژمی‌شوند برخی افراد با دوربین ویدئو از بعضی صحنه‌ها فیلم‌برداری می‌کنند تا بعداً آن را در مجالس و تجمعات محلی خود نشان دهند. تعدادی مشاور نیز با واکی تاکی در جمعیت در حال رفت و آمدند. یک کشیش دیوانه‌وار در مقابل صفحه‌ای که کلمات دعا را نشان می‌دهد می‌رقصد. هیچ چیز به نظر هماهنگ نمی‌رسد. به نظر می‌رسد این جریان از تجربه فرهنگی شهر نشینی نشئت می‌گیرد که فرایند فرهنگی این آیین مذهبی این گونه وانمود می‌سازد که گویی همه چیز طبق برنامه انجام پذیرفته است.»

به نظر من، توصیف مذکور نشان دهنده این موضوع است که کلیسای الکترونیکی از افسون و رازی استفاده می‌کند که ادیان رسمی آن را با رویکرد روشنفکرانه عقلانی کرده‌اند. کلیسای الکترونیکی از

1. Pablo Seman

2. Holy Scandal

3. media event

فن‌آوری و فنون تصویربرداری و احساسات معطوف به کسب روح مسیحایی و تشدید احساسات آخرالزمانی استفاده می‌کند و این کار آهنگ و چهرهٔ جدیدی به کیش‌های نوین قبیله‌ای، فرق جدید و جماعت‌های تازه می‌دهد. برای این اجتماعات، مراسم عبادی و هنجارهای اخلاقی بسیار مهم‌تر از نظریه‌های دین‌شناختی است.

از این رو، همان‌گونه که کلیسای کاتولیک و برخی کلیساهای تاریخی پروتستان رشد عقلانیت را مدنظر قرار داده و روشنفکری را تجربه می‌کنند، پروتستان‌های بنیادگرا، فزه‌گرایان^۱ و سایر گروه‌های معتقد به آخرالزمان، مناسک را به کانون تجربه دینی تبدیل می‌کنند. این جنبش‌ها تجربهٔ یاد شده را به خارج از کلیسا و به خانه‌ها و جمع دوستان می‌برند. در حال حاضر، در این زمینه رادیوی موج اف ام و موج‌های کوتاه و ایستگاه‌های محلی مهم‌ترین رسانه‌ها هستند. به هر حال، تلویزیون نه تنها در جستجوی شیوه‌های پخش مراسم عبادی دینی است، بلکه تشدید و تعالی بخشیدن به تجارب دینی را هم مدنظر دارد. کلیساهای بنیادگرا به دلیل استفاده از رسانه‌ها آموخته‌اند که آنها را به واسطه‌ای تبدیل کنند که برای اشکال جدید تجارب دینی آسانی و ضروری است. این کلیساها اینک با توده‌های مردم در امریکای لاتین هماهنگ و همدل هستند. کلیسای کاتولیک تا حدودی با بی‌توجهی مردم، به ویژه جوانان، مواجه شده است. به نظر من، علت این است که مذهب پروتستان این نکته را خوب فهمیده که رسانه‌ها وسیله‌ای برای افسون‌آمیز کردن مجدد جهان هستند. رسانه‌ها ابزار تبدیل زندگی روزمرهٔ مردم به افسون هستند.

به اعتقاد روشنفکران، افسون و راز اندکی در جهان باقی خواهد ماند، اما در نظر اکثریت عظیمی از مردم، رسانه‌ها، به واسطهٔ ملودرام‌ها، سیستم ستاره‌سازی و امکان پخش بازی‌های المپیک و شورانگیزی ورزش‌هایی که در آن دو حریف قوی با هم به رقابت می‌پردازند و نیز امکان تماشای احیای دوبارهٔ مراسم مذهبی از تلویزیون، رازآمیز، افسون‌بار و هیجان‌انگیز می‌شوند. رسانه‌ها تا حدودی تمایز میان امر مقدس و نامقدس را از بین برده‌اند. رسانه حصار را که دین پیرامون امر مقدس ایجاد کرده است و به حفاظت از آن می‌پردازد، فرو ریخته است، این امر به ویژه در مورد تلویزیون صادق است که راز و افسون را به حوزهٔ امور غیرمقدس وارد ساخته و امری را که زمانی مقدس به شمار می‌آمد، اینک غیرمقدس کرده است. بی‌شک مقدسات بی‌اهمیت شده است، اما در عین حال به نفوذ خود در زوایای زندگی روزمرهٔ آدمیان ادامه می‌دهد. برای نمونه، آگهی‌های تبلیغاتی حتی کوچک‌ترین و عادی‌ترین امور روزمره را نیز رازآمیز

می‌کنند. حتی کارهای ساده‌ای چون شستشو، نظافت، اتوکشی تغییر شکل داده و صورت شاعرانه و تا حدودی ماورایی به خود گرفته است. اینکه تبلیغات چگونه یک شیشه نوشابه کوکاکولا را تبدیل به منبع سحرانگیز و افسون‌گری از قدرت، عقل، زیبایی و مایهٔ حیات و جوانی می‌کند، جای تأمل و ژرف‌اندیشی دارد.

تلویزیون وسیله‌ای برای به تصویر کشیدن اسطوره‌های مشترک جامعه است. به اعتقاد من، اسطوره تعبیری صوری از ایدئولوژی‌های مورد نظر بارتز^۱ (۱۹۷۴) نیست، بلکه تعبیر انسان‌شناختی عمیق‌تری دارد که عبارت است از: اسطوره، منبع وحدت فرهنگی و یا مایهٔ از بین رفتن ترس و اضطراب عمیق یا مانع هراسیدن از آشفتگی و پریشانی است. اسطوره‌ها ما را رستگار و آزاد می‌کنند و ما نمادها و نشانه‌های انگیزه‌دار بودن خود را در اسطوره‌هایمان می‌جوئیم؛ اسطوره‌ها به زندگی تهیدستان معنا می‌دهند و زندگی حقیر و بی‌مقدار ما را حفظ می‌کنند. این تلویزیون است که به طرح و معرفی اسطوره‌های جامعه می‌پردازد و به یک دست شدن آنها شتاب می‌بخشد. اگر قهرمانان فوتبال یا گروه‌های موسیقی راک یا قهرمانان ورزش مشت زنی، اسطوره‌های کشور به شمار نیایند، پس اسطوره‌های ما کدامند؟ مردم با بت‌ها و ستاره‌های تلویزیون عمیقاً همانندسازی می‌کنند. اگر چه این نمادها و نشانه‌ها ممکن است بی‌اهمیت و سطحی به نظر برسند، اما بیانگر هم‌نواپی و توجه تلویزیون به نیاز مردم به داشتن هویت است. مردم به همان درجه و میزانی خودشان را «کسی» به حساب خواهند آورد که با «کسی» همانندسازی کرده باشند. کسی که با او بتوانند دغدغه و ترسشان را بروز دهند و او نیز همان ترس‌ها را داشته باشد و بتواند آنها را فرو بنشانند.

به اعتقاد کسانی که سال‌هاست معنا و دلالت فرهنگی نمایش‌های تلویزیونی را بررسی می‌کنند، بحث دربارهٔ افسون‌گری دوبارهٔ جهان موجب تأملات جدی و مهمی است. چرا نمایشنامه‌های تلویزیونی، بخش عظیمی از برنامه‌های تلویزیون امریکای لاتین را تشکیل می‌دهد؟ چرا روز به روز بر اهمیت نمایشنامه‌ها افزوده می‌شود؟ آیا بدان علت نیست که نمایشنامه، خود آیینی بنیادی است؟ و آیا به این علت نیست که مردم در نمایش تلویزیونی دستمایه‌ای برای آیینی کردن ترس‌ها، اندوه‌ها و شادی‌ها و وظایف خود در زندگی روزمره‌شان می‌یابند؟ با وجود ضعف‌ها و کاستی‌های نمایش‌های تلویزیونی (بازی بد، موضوعات واپس‌گرایانه، نداشتن جلوه‌های زیبایی‌شناختی)، در این نمایش‌ها رازآمیزی شاعرانه و لحظات شگفت‌انگیزی وجود دارد که به مردم امکان درهم شکستن پیلهٔ تنگ و یکنواخت زندگی خود و رازآمیز

کردن دوبارهٔ این زندگی را می‌دهد.

یقیناً اگر رسانه و دین با هم می‌آمیزند و قرابت زیادی پیدا می‌کنند، به این دلیل است که هر دو، ابزار یا واسطهٔ فرهنگی، مهمی برای اجابت نیاز مردم به انتقال و گذار به راز و افسون و فریبندگی جهان هستند. بنابراین، می‌توان فهمید که حادثهٔ بسیار مهمی به وقوع پیوسته است. بر خلاف تمام ادعاهای مدرنیته مبنی بر از بین بردن دین، آنچه که عملاً به وقوع پیوسته این است که دین خود را بازسازی کرده و به صورت تازه‌ای در آورده است (گیل-کالوو^۱، ۱۹۹۳). دین قادر به جذب و هضم مدرنیته و تبدیل آن به عنصر و عاملی پراهمیت در خدمت مقاصد و اهداف خویش است. پس آنچه که شاهد آن هستیم، نزاع دین و مدرنیته نیست، بلکه رجعت مدرنیته به راز و افسون از طریق به هم آمیختن فن‌آوری‌های ارتباطی با عرق دین‌ورزی مردم است.

طرح سه پرسش دربارهٔ دین، رسانه‌ها و جامعه

کلیسای کاتولیک و دین‌ورزی کلیسای کاتولیک، عوامل اصلی توسعهٔ فرهنگ امریکای لاتین بود. امروزه سه پرسش مناقشه برانگیز وجود دارد که برای فهم تحولات امریکای لاتین باید دربارهٔ آنها اندیشید. به عنوان نوعی نتیجه‌گیری، مایلم این پرسش‌ها را مطرح سازم:

۱- آیا دین‌ورزی طبقات پایین (خواه دین‌ورزی جمعی کاتولیکی باشد، خواه اشکال جدید فرقه پروتستان بنیادگرا) عامل مؤثری در به وجود آمدن تبعیت و پیروی از طبقات بالا نیست؟
انکار این واقعیت که در باورها و مناسک دینی، عنصری از بیگانگی با خود و هم‌رنگی و پذیرش بی‌چون و چرای نظمی غیرعادلانه وجود دارد، دشوار است اما فروکاستن دین به این باور نیز غیرمنصفانه و نادرست است. کسی شک ندارد که در قاره‌هایی چون امریکای لاتین دین همواره با قدرت پیوند داشته و همراه بوده است. مسلماً دین گروهی همواره دچار این اغوا شده است که با قدرت سلطه‌گر هم‌دست شود و به همین دلیل توانایی و ظرفیت ارائهٔ نقدی مستقل از قدرت را از کف داده است.

دین و کلیسا در حافظهٔ تاریخی مردم عنصری اساسی بوده است. دین، بسیاری را قادر به کشف و دریافتن معنای زندگی و خلق ترکیبی فرهنگی و بسط و بهبود فرهنگ‌های همگون کرده است. توجه به وجوه و صور مختلف این پدیدهٔ پیچیده و مجادله‌برانگیز، یعنی هم‌مدستی و شراکت با ادیان تمامیت‌خواه و دادگاه‌های تفتیش عقاید و هم‌احساس و درک هویت فرهنگی طبقات عامه، ضروری است.

۲. چرا کلیساهای تاریخی، به ویژه کلیسای کاتولیک در امریکای لاتین ظاهراً قدرت خود را برای

جلب توده‌های جوانان و طبقات عامه شهری از دست داده‌اند؟

در واقع کلیساهای تاریخی، به ویژه کلیسای کاتولیک در ۴۰ سال گذشته به شدت درگیر مبارزات آزادی‌بخش در امریکای لاتین بوده است. به اعتقاد کلیسای کاتولیک، دومین شورای واتیکان به دلیل پیوستگی و قربتش با ساختارهای قدرت، در معرض انتقادات زیادی قرار گرفت. جریان‌ات قدرتمندی وجود داشته است که دربارهٔ ادارهٔ کلیسا و دستکاری در زود باوری جمعی (مثلاً توجه به افراد مقدس) و سطحی و بی‌مایه بودن تجربهٔ التزام و تعهد دینی ارزیابی‌های صادقانه‌ای عرضه کرده است.

الهیات آزادی‌بخش^۱ فراتر از نقد خویش رفت و نه تنها همدستی با طبقات بالا را که از طرف کلیسا عنوان شده بود، مورد اعتراض قرار داد، بلکه موجب رهایی انرژی معنوی برای تقویت جنبش‌های انقلابی شد. برای مشاهدهٔ این جنبه از دین، باید به ارزیابی معنای جنبش و حرکت اجتماعات پایین در برزیل و نقش کلیسای کاتولیک در تاریک‌ترین ایام مبارزات مردم شیلی یا دیکتاتوری پینوشه بپردازیم. در این زمینه و سایر زمینه‌ها، کلیسا پشتوانه و منبعی از انرژی برای زنده نگه‌داشتن و استمرار یاد و ارزش‌های جامعهٔ مدنی بوده است. الهیات آزادی‌بخش موجب بیداری نیروهایی شد که ثابت کردند، دین‌گرایی نه تنها امر بیگانه و عبثی نیست و آرمان‌های انقلابی را مخدوش نمی‌سازد، که محرک مهمی برای تحولات، دگرگونی‌ها و احیای دوبارهٔ جوامع است.

با این حال، به نظر من کلیساها هنوز هم در امریکای لاتین از قدرت اجتماعی بسیار زیادی برخوردارند. اگر کلیسا بخواهد پیوند خود را با عامه مردم، به ویژه نسل جوان، ترمیم و بازسازی کند، باید از هرگونه تظاهر یا تشبیه به تحمیل قدرت فرهنگی‌اش دست بکشد. در برخی کشورها، کلیسای کاتولیک هنوز می‌کوشد تا برتری یک جانبه و استثنایی خود را بر سایر فرقه‌های مذهبی احیا کرده، قدرت خود را در کنترل جریان‌ات سیاسی حفظ کند. مادامی که دین برای تحمیل انحصارگرایی فرهنگی^۲ و حفظ موقعیت خود از طریق همکاری با گروه‌های قدرتمند ارتجاعی واپس‌گرای این جوامع تلاش می‌کند، رهبران کلیسا به فهم رنج‌های مردم نائل نخواهند شد و قادر به درک سخنان و مطالبات نسل‌های جوان‌تر نخواهند بود.

۳. احیای شمن‌گرایی^۳، روح‌گرایی^۴ و دیگر اشکال ادیان سنتی بومی در شهرهای امریکای لاتین چه

1. theology of liberation

2. cultural monopoly

3. shamanism

4. spiritualism

مفهومی دارد؟

احیای تناقض‌آمیز اعمال و فعالیت‌های دینی و جادوگرانهٔ پیشینیان روستایی‌مان در شهرهای بزرگ امریکای لاتین یکی از جنبه‌های «روستایی شدن»^۱ جوامع ماست که به عقیدهٔ من می‌تواند متأثر از سیاست‌های اقتصادی - سیاسی دوران ما باشد.

بسیاری از کشورهای امریکای لاتین در مدتی کمتر از ۴۰ سال از زندگی روستایی، که در آن حدود ۷۵ درصد از جمعیت در بخش کشاورزی فعالیت داشتند و در روستاهای کوچک زندگی می‌کردند، به زندگی شهری روی آوردند. به گونه‌ای که هم اکنون حدود ۷۰ درصد از این جمعیت در شهرهای بزرگ زندگی می‌کنند. اما در عین حال، شاهد فقر طبقات متوسط به پایین و طبقات کارگر هستیم. اجرای سیاست‌های نئولیبرالی که مانع از سرمایه‌گذاری اجتماعی شده است و از به‌کارگیری فن‌آوری بسیار پیشرفته حمایت می‌کند بدین معناست که اکثر مردم در شهرها می‌آموزند که بقای خود را بر اساس اقتصاد معیشتی تنظیم کنند - اقتصاد و معیشتی که آمیزه‌ای است از همبستگی‌ها و تعصبات روستایی و رفتارهای سنتی با تخصص‌های جدید شهری که همهٔ ابعاد زندگی شهری طبقات فقیر را تحت تأثیر قرار می‌دهد. مثلاً مردم می‌آموزند که دوباره ترکیبی از طبابت و درمان مبتنی بر گیاهان دارویی بومی و پزشکی جدید را به کار بندند. این زمینه و شرایط فرهنگی و اجتماعی - اقتصادی، بر رفتار و آداب دینی نیز تأثیر می‌گذارد و آمیزه‌ای عجیب و غریب از دین‌گرایی شهری، کیش‌ها و فرق شرقی، سبک زندگی در عصر جدید، شمن‌گرایی و روح‌گرایی روستایی است.

این فرهنگ جدید دینی در شهرها پدیدهٔ گسترده‌ای است که اشکال و صور آن شاید هم‌اکنون در تمام طبقات اجتماعی شهرنشین یافت شود. مثلاً می‌توان در میان افراد جوان طبقات صنعتی و متخصص، جاذبه‌ها و شیفتگی‌های خاص «عصر جدید» و مذاهب شرقی را دید که با شمن‌گرایی سنتی و «معنادهی دوباره» و حتی تدین سنتی خانواده‌های کاتولیک در آمیخته است. ما شاهد نوعی منطق دینی بنیادین هستیم که در شهرها در حال رشد است.

قبیله‌ای شدن فرهنگ مدرن

در پس زمینهٔ رازآمیز شدن دوبارهٔ شهرهای مدرن، تحولی ژرف در شیوه‌هایی که جوانان زندگی اجتماعی خود را بر اساس آن سامان می‌دهند، به وقوع پیوسته است. جوانان، امروزه شباهت زیادی به قبایل

بیابانگرد دارند و در مجموعه متنوع فرهنگ‌های موجود زیست می‌کنند و آن را منبعی سرشار و پرمایه می‌دانند. اگر چه بزرگ‌ترها هنوز از این کثرت‌گرایی^۱ و تنوع می‌ترسند، اما جوانان عاشق‌گذار از یک هویت فرهنگی به هویتی دیگر هستند. در این میان، همانندسازی با فرهنگ‌های رسانه‌ها، به ویژه فرهنگ موسیقی مردمی، نقش مهمی در کشف هویت‌های جدید و آزمودن آنها دارد. برای نسل جوان، موسیقی صرفاً وسیله تفریح و سرگرمی نیست، بلکه زبان یا وسیله‌ای برای ابراز ناراحتی، نارضایتی، خشم، آشفتگی، پریشانی و نیازها و مطالبات خود است. تنوع این نوع موسیقی موجب به وجود آمدن تعداد زیادی از گروه‌ها و جماعت‌ها شده است. ما تنها با یک نوع موسیقی راک مواجه نیستیم، ما با راک تجسمی^۲، راک اصیل^۳، راک دهه ۶۰، راک دهه ۹۰ و دیگر انواع موسیقی مواجهیم. جوانان بر اثر این تنوع به انرژی و نیرویی دست پیدا می‌کنند که امکان همانندسازی با فرهنگ‌ها و کنار گذاردن فرهنگ‌ها یا همانندسازی مجدد با آنها را برای آنان فراهم می‌آورد و آنان از این رهگذر خود را از زیر فشار هرگونه تعهدی می‌رهانند.

چرا این حالت شبیه قبایل کوچ‌نشین است؟ چون آنان دلبستگی خاصی به مکان و منطقه‌ای خاص ندارند و از هیچ مکان و سرزمینی هویت خود را بر نمی‌گیرند بلکه این جوانان هستند که حداقل برای مدتی کوتاه و لحظه‌ای گذرا به مکان‌ها هویت می‌بخشند. هویت این جوانان موقتی است و این وضعیت در نقطه مقابل تفکر هویت برای تمام عمر و دلبستگی به مکانی خاص، که تفکری نیمه مقدس است، قرار می‌گیرد، آن هم نه به دلایل دینی، بلکه بدان علت که مکان دارای اهمیت نمادین و عاطفه برانگیز است (هرلینگامز^۴ و والتر، ۱۹۹۴). جوانان چنین دلبستگی و تعلق به مرزهای تعریف شده ندارند، بلکه این گروه یا قبیله است که در لحظه‌ای خاص تصمیم می‌گیرد، یک دیسکو یا پیاده‌رو یا میدان روستا را به مکان و جای «ما» تبدیل کند. در این مواقع، قبیله جوانان با دیوار نوشته‌های^۵ خود مکان را علامت گذاری و نمادهای خود را آویزان می‌کند و آنجا را به تصرف در می‌آورد. دولت - ملت‌ها اینک بسیار کمتر از مناطق شهری قدرت هویت‌بخشی دارند. امروزه رابطه نزدیک مردم با نشانه‌های شهرهایشان از منظر جهانی و فراملی برقرار می‌شود. آنها کسب این دیدگاه جهان شمول و جهان‌گستر را تا حدود زیادی ناشی از این می‌دانند که جهان از طریق رسانه‌ها به نزد آنها آورده می‌شود. در نتیجه، در هر کجای جهان که باشند و در هر جهانی که زندگی کنند، خواه واقعی، خواه خیالی یا مجازی، احساس می‌کنند در خانه خویشتند.

1. pluralism

2. plastic rack

3. authentic rack

4. Herlinghams

5. Graffiti

فلان قطعه از زمین، روستای زادگاه و معبد و کلیسای مقدس، قدرت افسون‌گری خود را از دست داده‌اند. در عوض، این رسانه‌های گروهی هستند که امروزه به خلق نمادهای مقدس می‌پردازند و قبیله کوچ‌نشینان با این توتم‌ها احساس هویت می‌کند و می‌آموزد که چگونه هر مکانی را که برای استقرار و اسکان بر می‌گزینند مقدس و سحرآمیز کند.

- Assmann, H. (1988). *La iglesia electrónica y su impacto en América Latina*. San José. Costa Rica D.E.I
- Barthes, R. (1974). *Mythologies*. London: Cape.
- Baudrillard, J. (1993). *La ilusión del fin*. Barcelona: Anagrama.
- Bell, D. (1994). La Europa del siglo XXI. *In Claves de razón práctica*. No 44, Madrid.
- Bellah R., Madsen, R. Sullivan R., Swidler, A., & Tipton, S. (1985). *Habits of the heart: Individualism and commitment in American life*. Berkeley: University of California Press.
- Díaz-Alvarez, M. (1978). *Pastoral y secularización en América Latina* Bogotá: Ediciones Paulinas.
- Gellner, E. (1989). La jaula de goma: Desencanto con el desencanto. *In Culture, identidad y política*, Barcelon: Gedisa.
- Gil-Calvo, E. (1993). Rituales modernos de salvación. *In Claves de La razón práctica*, No. 38. Madrid.
- Herlinghams, H., & Wakter, M. (Eds.). (1994). *Postmodernidad en la perifería*, Berlin: Langer Verlag.
- Jimenez, G. (1989). Nuevas dimensiones de la cultura popular. Las sectas religiosas en México, *In Estudios de culturas contemporâneas*, No 7. Colima, México.
- Morande, P. (1984). *Cultura y modernidad en América Latina*. Santiago, Chile: Nuiv, Católica de Chile.
- Rahner, K. (1969). *Secularización y ateísmo*. Madrid: Ediciones Paulinas.
- Sarlo, B. (1994). *Escenas de la vida postmoderna*, Buenos Aires: Ariel.
- Seman, P. (1993). Pentecostales: Un cristianismo inesperado. *Punto de vista*, No. 47, Buenos Aires: Ariel.

Touraine, A. (1992). *Critique de la modernité*. Paris: Fayard.

Weber, M. (1958). *The Protestant ethic and the spirit of capitalism*. New York: Scribner.

فصل سوم

گریز از زمان ابعاد آیینی فرهنگ مردم

گرگور گوتالس

در جامعه کنونی امریکا، دین امری شخصی و موضوعی کاملاً فردی است، اما ارزش‌ها و آمال اجتماعی، از طریق فرهنگ مردم، خصوصاً از طریق ورزش و سرگرمی، ظهور و بروز پیدا می‌کند و به شکل اسطوره‌ها و آیین‌های عمومی در می‌آید. در جریان برگزاری مسابقات اخیر بیس‌بال، بسیاری از تحلیل‌گران یادآور شدند که یک عنصر مهم در حال رخت بربستن از روح امریکایی‌هاست. آهنگ «پسرهای تابستان» دیگر بی‌روح بود و رفت و آمد عادی به استادیوم بیس‌بال (خواه به صورت حضوری، خواه از طریق تلویزیون) برای ما به منزله رهایی از روزمرگی نبود. به قول ای. بارتلیت جیاماتی^۱ (۱۹۸۹) نمی‌توانستیم «برای بهشت وقت صرف کنیم».

اینک ساله‌است که محققان برای فهم و تأثیر وحدت‌بخش برخی وقایع در فرهنگ مردم از استعاره رسمی «مناسک» استفاده می‌کنند (گوتالس، ۱۹۸۱). در این فصل مایلم این الگو را مجدداً ارزیابی کنم. اولاً به عناصر به کار رفته در ایجاد ارتباط میان آداب و رسوم قدیمی و رخدادهای کنونی در ورزش و سرگرمی‌ها و به ویژه چهارچوب‌های بیرونی یعنی زمان و مکان مناسک سنتی توجه دارم. توجه دقیق به این موارد مستلزم اشاره به تفاوت‌ها و شباهت‌هاست. ثانیاً ابعاد درونی آداب و رسوم سنتی دینی، به خصوص تجربه تعالی روحی را بررسی خواهیم کرد. در اینجا دامنه مقایسه ما ممکن است محدودتر شود، به گونه‌ای که مجبور به اصلاح استعاره اصلی‌مان شویم. ارزیابی مجدد این دو موضوع، یعنی جنبه‌های رسمی بیرونی و تحولات درونی و معنوی نشان می‌دهد که چگونه می‌توانیم در عین حال که از آیین‌های

1. Bartlett Giamatti

دینی برای توضیح جنبه‌های مختلف فرهنگ دین‌گرایز مردمی استفاده می‌کنیم، هر دو را هم بپذیریم و هم نپذیریم.

مرزهای بیرونی: زمان و مکان

پژوهشگران بارها توجه خود را به ویژگی‌های رسمی فعالیت‌های هماهنگی که در واحدهای زمان و مکان نظم یافته‌اند، معطوف کرده‌اند. به گفته ویکتور ترنر (۱۹۹۷)، مناسک اساساً رفتاری رسمی است که از نظم زمانی برخوردار است و از این لحاظ با کارهای روزمره تفاوت پیدا می‌کند. به عقیدهٔ ترنر، این رفتار که دارای نظم زمانی و مکانی است، عموماً معطوف به موجودات یا نیروهای رازآمیزه است. باربارا جی. مایرهوف^۱ (۱۹۷۷) تأکید مشابهی بر اهمیت عنصر ریخت‌شناسی^۲ مناسک می‌کند و معتقد است که نظم، آن جنبه‌ای از مناسک است که به طور کاملاً بدیهی، آن را از سایر فعالیت‌ها متمایز می‌سازد. برای مثال، ازدواج چهارچوب خاص زمانی و مکانی است که در آن مرد و زن با هم پیوند زناشویی می‌بندند. به اعتقاد سالی اف. مور^۳ و باربارا جی. مایرهوف (۱۹۷۷)، مناسک مثل ظرفی است که حاوی چیزی باشد. مایرهوف در جای دیگر می‌نویسد:

«برجسته‌ترین ویژگی مناسک این است که مثل یک چهارچوب عمل می‌کند. مناسک نوعی

مرزبندی ارادی و آگاهانه است. در جریان اجرای مناسک بخشی از رفتار یا تعامل آدمیان یا جنبه‌ای

از زندگی اجتماعی یا مقطعی از زمان انتخاب و در مورد آن تأمل و ژرفاندیشی می‌شود.»

او می‌گوید این چهارچوب‌بندی ممکن است ماهیتاً دینی یا دین‌گرایز باشد.

پیش از این، فیلسوفی چون ارنست کاسیرر (۱۹۵۶) نوشت که فضا یا مکان در میان اولین صورت‌های نمادین ساخته شده جایگاه ممتازی دارد. او به تحلیل کنش مهمی می‌پردازد که در جریان خلق مکان مقدس و ایجاد مرزبندی‌هایی که مکانی خاص را متمایز می‌کند، تبلور و تجلی می‌یابد:

«تقدیس زمانی آغاز می‌شود که محدودهٔ مشخصی از یک مکان به عنوان یک کل، منفک و جدا و از

دیگر مکان‌ها متمایز می‌شود و می‌توان فهمید که از لحاظ دینی حصارِ دور آن ایجاد شده است.»

به نقل از یکی از محققان کلاسیک به نام هاینریش نیسن^۴، کاسیرر خاطر نشان ساخت که ریشهٔ

مفهوم یونانی معبد^۵ به معنای بریدن یا جدا کردن است و دلالت بر آن دارد که این مکان از مکان‌های

1. Barbara G. Myerhoff

2. morphological

3. Sally F. Moore

4. Heinrich Nissen

5. Temple

معمولی جدا شده است. همچنین کاسیرر اعتقاد دارد که هر معنا و مضمونی که از لحاظ اسطوره‌شناسی اهمیت دارد و هر تجربه خارق‌العاده‌ای که ما را از وضعیت معمولی خارج کند «حوزه وجودی» خود را دارد - یعنی منطقه محصور است که از محیط اطراف خود با مرزهای ثابت جدا شده است. در این جدایی و تمایز، فضا، شکل دینی منحصربه‌فردی پیدا می‌کند.

فضای محصور می‌تواند سرپوشیده یا سر باز باشد. والتر بارکرت^۱ مورخ (۱۹۸۵) نوشته است که از لحاظ اعتقادی، فرقه‌های دینی زنده یونان، محراب رویاز را مکانی مقدس به شمار نمی‌آوردند. در شرق، محراب عامل تعیین‌کننده مرزهای مقدس بود، نه فضای داخلی معبد. جشن‌های بزرگ دینی در فضای باز برگزار می‌شد، به گونه‌ای که مردم می‌توانستند گرد معبد طواف کنند. در حالی که عمل قربانی کردن در محراب انجام می‌شد، شرکت‌کنندگان، مثل خود معبد، رو به مشرق قرار می‌گرفتند. پس انسان پرهیزگار هر جا که ایستاده است زیر نگاه خداوند قرار دارد اما این فضای داخلی معبد نیست که او را به درون می‌کشد.

جاناتان زد. اسمیت^۲ (۱۹۸۷) نیز به عنوان مورخ دین اهمیت مکان را مورد تأکید قرار داد. به اعتقاد او، مناسک اساساً «نوعی بذل توجه» یا «فرایند ابراز علاقه» است. او می‌گوید معبد مثل ذره‌بین عمل می‌کند. در درون این فضای محصور، موضوعات و فعالیت‌های عادی، به دلیل حضور در آن فضا، مقدس می‌شوند. او می‌افزاید هیچ چیز ذاتاً مقدس یا نامقدس نیست، زیرا اینها مقولات ذاتی و ماهوی نیستند، بلکه مقولاتی معطوف به «موقعیت» هستند. قدسیت اساساً مقوله‌ای معطوف به مکان است. بنابراین، مناسک قدرت خود را از این واقعیت می‌گیرد که فعالیت‌های عادی در موقعیت خارق‌العاده‌ای رخ می‌دهند که بدون آن هیچ تفاوتی میان «اکنون» در مکان اجرای مناسک و «اکنون» در تجربه روزمره وجود ندارد.

مرزهای موقت، مثل مرزهای مکانی، برای مناسک ضروری و اساسی‌اند. کاسیرر (۱۹۵۶) خاطر نشان ساخته است که خیلی بیش از آنکه ذهن بشر به تدوین تعاریف اساسی عدد، زمان و مکان بپردازد، انسان‌های نخستین به تناوب و آهنگ هستی دقت نشان داده‌اند. شناخت اسطوره‌های دینی آنها از مراحل هستی شامل تمام رخدادهای زندگی، به ویژه تحول زمانی و حالت این رخدادها می‌شد. مراحل حساس و مهم تغییر، با مناسک و آیین‌های خاص مشخص می‌شد:

«از طریق این آیین‌ها، روند یکنواخت هستی و گردش صرف زمان دارای نوعی نشان و برجسب

1. Walter Burkert

2. Jonatan Z. Smith

دینی می‌شود که بدان معنایی خاص می‌دهد. حیات و مرگ، حاملگی و مادر شدن، بلوغ و ازدواج همه از طریق آیین‌های خاص پاگشایی^۱ مشخص می‌شوند.

کاسیرر همچنین مشاهده کرد که درک زمان موزون زیست‌شناختی بر شهود الگوها و حالت تناوبی کیهانی مقدم است. نظم حرکت اجرام سماوی^۲ و فصول چهارگانه زمین از طریق روند زندگی شناخته می‌شد، چنین تعامل شناخته شده‌ای انسان‌های اولیه را قادر می‌ساخت تا آهنگ ذهنی بشری را به نیروهای عینی خیلی دور و حرکت‌های طبیعت ربط و پیوند دهند.

بارکرت^۳ (۱۹۸۵) در بررسی خود دربارهٔ دین یونانیان، تعیین حدود مکان و سنجش و اندازه‌گیری زمان را مقارن همدیگر می‌داند. «همان‌گونه که مکان مقدس، فضا و مکان را گویا می‌سازد، اندازه‌گیری زمان نیز همین کار را با زمان می‌کند». ایام خاص، با حرکت روزمرهٔ زمان مشخص و متمایز می‌شوند:

«در این ایام، کار تعطیل می‌شود و وظایف مرسوم جای خود را به استراحت می‌دهد. البته برنامه‌های جشن و سرور، نقش‌های جدیدی را ایجاد می‌کنند. گروه‌ها باهم جمع می‌شوند، خود را از دیگران جدا می‌کنند و تمایز این وضعیت با رویه‌های معمول ممکن است با شادی و سرور، تزیین و زیباسازی یا با ترس و هراس بیان شود.»

جنبش‌ها در واقع فرصت مناسبی برای رقص و آواز، صورتک‌گذاری، ضیافت و بزم، مسابقه و رژه و نمایش بود. به طور مثال یکی از مراسم جشن را می‌توان در گنج‌بری‌های پارتنون دید که در آن تصاویر کنده کاری شده‌ای از شهروندان آتن (سوارکاران، ارايه‌های جنگی و حیوانات قربانی) در نمایشی پان‌آتنی^۴ (همه آتنی) دیده می‌شوند.

حتی در جوامع امروزی، مثل امریکا، که اغلب بی‌دین و یا از لحاظ دینی متفاوت هستند، ادیان سنتی به ساختن معابد و تعیین ایام دعا و نیایش می‌پردازند. اما در عین حال، تقویم مقدس و اشکال نمادین مربوط به هر یک از ادیان برای همهٔ ادیان دیگر معتبر نیست. بریان ویلسون^۵ (۱۹۸۲) که از جامعه‌شناسان دین است، نشان داده است که با افزایش تنوع دینی و بی‌دینی، کار ویژهٔ نهانی دین، به ویژه تشکیل نمادهای فرهنگی مشترک، به عهدهٔ نهادهای دین‌گریز گذاشته می‌شود. مثلاً در ایالت متحده، شناخته شده‌ترین مکان‌ها و زمان‌ها مجزا شده به حوزهٔ فرهنگ عمومی تعلق دارند. ورزش‌های مختلف - بسکتبال، بیس‌بال و فوتبال - و سرگرمی‌ها و تفریحات مجموعه‌ای از مکان‌ها و زمان‌های آشنا و

1. Initiation

2. Heavenly Bodies

3. Burkert

4. Panathenaic

5. Bryan Wilson

مقدس‌گونه را فراهم می‌آورند. برای مثال با ورود به میادین بیس بال، مثل دوران باستان وارد جهانی متفاوت و آهنگ و نظمی زمان‌مند می‌شویم.

اغلب مردم، نقشه و طرح زمین بیس‌بال را تشخیص می‌دهند و اهمیت اساسی تیم‌های خاص را برای اجتماعات محلی درک می‌کنند. حتی اصطلاحات ورزشی در گفت‌وگوهای روزمره نیز نفوذ کرده است. مثلاً بعضی افراد را چهره اصلی زمین می‌نامیم یا می‌گوییم که یک نفر بد جاگیری کرده و دیگری خوب جاگیری کرده است. مثلاً موفقیت‌های بزرگ را «گل زدن» می‌خوانیم. محدوده قانونی زمین بازی نشان دهنده فضای دقیقاً اندازه‌گیری و محاسبه شده برای بازیکنان اصلی است و وظیفه آنها را در بازی نشان می‌دهد جایگاهی درجه‌بندی شده برای تماشاگران نیز هست. درست همان‌گونه که تماشاچیان به محض ورود به ورزشگاه از مکان و فضای معمولی جدا می‌شوند، جریانی از زمان را از سر می‌گذارند که با ساعت اندازه‌گیری نمی‌شود، بلکه از طریق نظم خود بازی محاسبه می‌شود. فضا - زمان بازی بیس‌بال با انتخاب شخصی و ترجیح خوراکی‌ها و آشامیدنی‌هایی مثل سوسیس، پف فیل، لیموناد و آب‌جو تمایز می‌یابد. در اینجا باید به تمرینات پیش از شروع بازی‌های افتتاحی نیز اشاره کنیم. بعد از این، فصل اصلی، یعنی جریان پیوسته بازی‌های رقابتی تا فینال مسابقات حذفی یا سلسله مسابقات جهانی فرا می‌رسد.

زمان و مکان آیینی تمام ورزش‌ها، به طور مشخصی از انقلاب بی‌سابقه ارتباطات تأثیر پذیرفته است. ما میان رویدادهای ورزشی و مناسک، مشابهت قائل هستیم، ولی تلویزیون قطعاً این مقایسه را تعدیل کرده است. این رسانه با کاربرد فن‌آوری برای «انتقال» زمان و مکان مقدس در هر نقطه‌ای از جهان و در هر زمانی، مرزها و حدود را گسترش داده است. به همان ترتیب که مفسران ورزشی به خلاصه کردن و توضیح بازی‌های بزرگ می‌پردازند، این بازی‌ها را می‌توان دوباره پخش کرد. بسیاری از استادیوم‌های بیس‌بال از تلویزیون‌های بزرگ برخوردارند. تماشاگران و حتی خود ورزشکاران ممکن است در دو سطح از زمان و مکان حضور پیدا کنند: یکی زمان بازی زنده و دیگری زمانی که بازی دوباره پخش می‌شود. فن‌آوری هم اکنون برخی وجوه تعاملی را نیز به ما شناسانده است، به گونه‌ای که بینندگان می‌توانند زمان و مکان بازی را دستکاری کنند. بالاخره، گزارش‌ها ممکن است به صورت سه بُعدی یا در قالب واقعیت مجازی ارائه شوند، اما برای بسیاری از افراد، تماشای تلویزیون جایگزین «حضور در آنجا» و محصور شدن در محدوده خارقالعاده زمان و مکان نیست.

اگرچه مرزبندی‌های زمانی و مکانی ایجاد مشابهت میان مناسک ابتدایی و رویدادهای فرهنگی کنونی را ممکن می‌سازد، اسطوره‌های ماقبل مدرن زمان و مکان، اساساً با اسطوره‌های زمان و مکان عصر

مدرن تفاوت دارد. چنین تفاوت‌هایی مقایسه‌های رسمی را ممکن می‌سازد. هنری فرانکفورت^۱، که از مورخان دین است، در کتاب *پیش از فلسفه*^۲ (۱۹۶۴)، به مقایسهٔ مفاهیم مدرن و اسطوره‌های زمان و مکان می‌پردازد. به اعتقاد مردمان قدیم تجربهٔ مکان شامل راه‌ها و شیوه‌هایی بود که فهم آن برای ما ممکن نیست. برای مثال، فضا یا مکان، شامل جهان رؤیاها، توهمات و مرگ بود و تفاوت میان واقعیت و نمود آن لاینحل می‌ماند. فرانکفورت خاطر نشان می‌سازد که برخلاف مفاهیم مدرن، نظام مکانی انسان‌های اولیه مبتنی بر ارزش‌ها بود:

«شب و روز، موجب پیوستگی شرق و غرب با زندگی و مرگ را می‌شود تخیل در حوزه‌هایی که دور از تجربهٔ مستقیم هستند، مثل بهشت یا ناکجاآباد در پیوند و ارتباطات با تفکر و تأملات نظری بسط پیدا می‌کند.»

در چنین نظامی، مکان مقدس مبهم و ناشناخته است و جلوه‌ها و تظاهرات متعددی دارد. مثلاً فرانکفورت اهمیت تپه‌های باستانی را که از نظر مصریان خلقت از آنجا آغاز شد، گوشزد می‌کند. این تپه به طور سنتی در چشم‌انداز معبد خورشید در شهر هلیوپولیس^۳ قرار داشت و هنوز به عنوان مقدس‌ترین مقدسات تمام معابد، به همان اندازهٔ سابق، مقدس تلقی می‌شود. این تجلیات دوگانهٔ اماکن مقدس، برای انسان مدرن غیرمنطقی به نظر می‌آید. انسان مدرن، خواهان جهت‌گیری‌های روشن و واضح و هماهنگی مکانی کاملاً مشخص است.

فرانکفورت به تحلیل مفاهیم اساساً متفاوت زمان در نزد انسان‌های اولیه نیز پرداخته است. آنها مفهوم زمان را به صورت دوره‌ای و بر اساس چرخهٔ نظم طبیعی و انسانی درک می‌کردند. هر چند این آهنگ و توالی «طبیعی» تلقی نمی‌شد اما اساساً مرتبط با موجودات ماورای طبیعی یا ناشی از تعارض این نیروها به شمار می‌آمد. تمایزی میان اکنون و گذشته وجود نداشت:

«هر صبح، خورشید تاریکی و پریشانی را از بین می‌برد، همانگونه که در روز نخست آفرینش چنین کرد و هر سال در نخستین روز آغاز سال نو چنین می‌کند. این سه لحظه در هم تنیده و آمیخته‌اند. آنها چنین احساس می‌کردند که این سه لحظه اساساً یکی است. هر طلوع و هر روز آغازین هر سال جدید، تکرار طلوع خورشید در روز نخست آفرینش است و برای ذهن اسطوره‌ای شاعرانه، هر تکراری دقیقاً همان رویداد نخست است.»

1. Henri Frankfort

2. Before Philosophy

3. Heliopolis

بنابراین، در جوامع اولیه عمل نمادین آیین «زمانه را به عقب می‌برد» یا به قول میرچا الیاده^۱ (۱۹۶۳) آیین زمان را متوقف می‌کند و زمان مقدس اسطوره‌ها را پوشش می‌دهد. برعکس، انسان‌های کنونی نوعاً در روندی مستمر و برگشت‌ناپذیر زندگی می‌کنند که به بخش‌های یک سویه انتزاعی و کمیت‌پذیر قابل تفکیک است.

تمایزات مورد نظر فرانکفورت یادآوری درست این نکته است که مقایسه ما دربارهٔ مرزبندی‌های بیرونی باید همیشه با استفاده از اسطوره‌های هر فرهنگی توصیف شود. هر چند هنوز مرزبندی‌های مکانی و زمانی باقی مانده دربارهٔ رویدادهای مهم در جوامع جدید و قدیم، نشان دهندهٔ نقش پیوسته و الزام‌آوری است که آیین ایفا کرده است، یعنی رهایی از امور و روند عادی و جاری و غالباً تأثیربرانگیز واقعیت‌های روزمره و رسیدن به جهان برتر. اما چگونه می‌توان این رهایی را تشخیص داد؟ آیا درک تفاوت یکی از دیگری امکان دارد؟

مرزبندی‌های درونی: تعالی

مرزبندی‌های بیرونی که زمینه لازم را برای مناسک فراهم می‌آورند، آسان‌تر از کوره راه‌های روح شناخته می‌شوند. شرکت‌کنندگان در مناسک در خروج از جهان روزمره و ورود به زمان و مکان خارق‌العاده نوعی تعالی را تجربه می‌کنند. در ارزیابی دوبارهٔ برداشت‌های خود، اینک به فرایندهای درونی تحول یا تعالی توجه نشان می‌دهیم.

ویکتور ترنر (۱۹۸۲)، بر اساس تحلیل آرنولد فن ژنپ^۲، به توصیف مراحل مختلف فعالیت‌های آیینی یعنی انفصال، انتقال و ترکیب و همسازی می‌پردازد. مرحله انفصال، شرکت‌کنندگان را از زمان و مکان جدا می‌کند، اما مهم‌تر از این، شرکت‌کنندگان را به رفتار نمادینی و امی دارد که آنان را از منزلت و جایگاه اجتماعی سابقشان فارغ می‌سازد. در انتقال یا مرحله گذار، افراد یک دوره ابهام یعنی نوعی تعلیق اجتماعی را تجربه می‌کنند. سومین مرحله، یعنی مرحله ترکیب و همسازی، شامل فعالیت‌های نمادینی است که شرکت‌کنندگان را قادر به بازگشت می‌کنند بازگشتی که توأم با پذیرفتن موقعیتی جدید، نسبتاً پایدار کاملاً روشن و تعریف شده در کل جامعه است.

ترنر جزو اولین کسانی بود که نشان داد آثار باقی مانده از مناسک قبیله‌ای در صور مختلف سرگرمی‌ها و تفریحات و نیز در هنرهای عالی و عمومی قابل تشخیص است. او طبق مشاهدات و تحقیقات میدانی

1. Mircea Eliade

2. Arnold Van Gennep

دربارهٔ فرهنگ معاصر، ویژگی‌ها و مشخصات ذهنی و نیز فعالیت‌هایی را که مشخصهٔ تجارب آیینی‌اند، اثبات و تحلیل کرد. مطالعات او دربارهٔ رفتار آستانه‌ای در مرحله دوم (یا مرحله انتقال) مناسک، به ویژه برای مقایسه میان فرهنگ عمومی و آیین‌های سنتی مهم است.

ترنر واژگونی واقعیت عادی را در مرحلهٔ تحول یا انتقال مشاهده کرد. به گفته ترنر، شرکت کنندگان فرایند هم‌سطح یا میزان شدن را از سر می‌گذرانند و در آن نقش‌ها و موقعیت‌های قبلی‌شان همه از بین می‌رفت و این فرایند آنها را به جهانی وارونه و در هم و به ترکیب رنگ به رنگ و متلونی از نیروهای طبیعی و ماورای طبیعی، لطیف و خشن، ترس آور و نجات بخش وارد می‌ساخت. به علت آنکه این مرحله غیرقابل تبیین و اساساً رازآلود است، ترنر از آن به عنوان جزء ضروری ضد بی‌دینی (یا الحاد ستیز) آیین یاد می‌کند که هم‌سنگ و هم وزن دین یا سحر به شمار می‌آید. این عنصر جوهرأ ضد سکیولار آیین‌های سنتی، مرزهای میان انسان و امر قدسی را تعیین و تجربهٔ علو و تعالی یا شناخت و تعریف «غیر» را فراهم می‌ساخت. برای توضیح و تشریح این ابعاد نیازمند آن هستیم که به نویسندگان قدیمی و مدرنی که با مقولات مقدس و تمایز میان امر قدسی و امر کفرآمیز سر و کار دارند، رجوع کنیم. هر چند ترنر در عین حالی که به شناسایی و توضیح ویژگی ضد بی‌دینی مرحلهٔ آستانه‌ای آیین می‌پردازد، توضیح می‌دهد که برخی جنبه‌های این عنصر مقدس و عرفانی در حوزه‌های دین‌ستیز نیز انتشار یافته است. انسان‌های کنونی قادر به حضور معنادار در مرحلهٔ آستانه‌ای نیستند که بر اساس دین تشکیل شده و دارای نظم چندگانه‌ای باشد و با حالت جذب و انقطاع آمیخته شود. (انقطاع و جذب و آزه‌ای است که انسان‌شناسی برای توصیف، فعالیت‌های نمادینی ارائه کرده است که شبیه یکدیگرند، اما با مرحلهٔ آستانه‌ای یکی نیست). ترنر دریافت که مناسک قبیله‌ای که آمیزه‌ای از عناصر جدی و غیرجدی است، به طور مکرر در جامعهٔ صنعتی دچار از هم گسیختگی شده‌اند. امروزه مردم زندگی خود را به دو بخش تقسیم کرده‌اند: ساعت کار و اوقات فراغت.

بقایای کنش‌های آیینی آستانه‌ای در بازی‌های ما تبلور می‌یابد. اوقات فراغت امکان ورود به (یا حتی ایجاد) عوالم نمادین جدید در قلمرو تفریحات و سرگرمی‌ها، بازی‌ها، ورزش‌ها، تئاتر، فیلم و هنر را به انسان می‌دهد. و در اینجا عناصر لودگی^۱ و آزمون‌پذیری بر آداب و رسوم قبیله‌ای غلبه و تفوق دارد. ما با بازی‌ها و هنرهایمان به طور زودگذر ساختارهای اجتماعی را متعالی می‌کنیم تا تفکرات، خیالات، کلمات، نقاشی‌ها و روابط اجتماعی را به بازی بگیریم.

میهایلی زیکزنت میهایلی^۱، پژوهشگر معاصر و همکاران او نیز فعالیت‌های اوقات فراغت، ورزش و هنر را برای فهم بهتر عناصر «ضد بی‌دینی» آنها و خود ارتقای بخشی‌شان مورد بررسی قرار دادند. با بررسی‌های تجربی (مصاحبه و پرسش‌نامه) این گروه از محققان کوشیدند تا مصادیق خاص تجربه «جاری» را شناسایی و مستند سازند که حالتی غیرعادی است و در زندگی روزمره قابل حصول نیست (زیکزنت میهایلی، ۱۹۷۵). این محققان مطالعات خود را مستند به تجاربی کردند که از آنها به عنوان تجارب خود مقصوده^۲ یاد می‌کنند و اساساً به صورت زیر معرفی شده است: «فعالیتی که آدمی خود را در آن گم می‌کند و یا تماماً مجذوب آن می‌شود، بدون اینکه به پاداش‌های بیرونی توجه داشته باشد. محققان یاد شده به جمع آوری اطلاعات و داده‌های عینی از ورزشکاران، هنرپیشه‌ها و هنرمندان پرداخته و مجموعه‌ای از عناصر را گردآوری کرده‌اند که آن را «تجربه جاری»^۳ نامیده‌اند و شامل موارد زیر است:

۱- ظهور عمل و آگاهی.

۲- تمرکز و توجه به حوزه‌ای محدود و همگون که به ظهور عمل و احساس دل مشغولی خالصانه منجر می‌شود.

۳- احساس وحدت و یگانگی درونی که به صورت‌های مختلفی همچون نفی خود، فراموش کردن خود، از دست دادن قوه‌ی مدرکه، تعالی روحی، یگانگی با جهان هستی توصیف می‌شود.

۴- کنترل فعالیت‌های خود و محیط از مهارت‌های لازم برای رفع نیازها هستند. مفهوم مثبتی از خود وجود دارد که غالباً به عنوان غلبه بر محدودیت و تقیدات آدمی تلقی می‌شود.

۵- هنرمندان و ورزشکاران اظهار می‌دارند که تجربه جاری عموماً دارای انسجام، فارغ از نیازهای تضاد انگیز برای فعالیت و ارائه‌دهنده بازخورد روشن و صریح به آنها بوده است.

۶- تجربه جاری خود مقصوده بوده و فی‌نفسه اصالت و موضوعیت داشت، یعنی به غیر از مشارکت در خود فعالیت، اهداف یا پاداش‌های دیگر منظور نبود.

بررسی درباره‌ی اجرای نمایش هنرپیشگان و ورزشکاران، امکان پذیرفتن برخی فرضیه‌های روانشناسان و انسان‌شناسان را فراهم می‌کند. به عنوان مثال، یک آهنگ‌ساز وضعیت ذهنی خود را این‌گونه توصیف کرد:

1. Mihaly Csikszentmihalyi

2. Auratelic

3. flow experience

«شما حال خلسه و جذبه پیدا می‌کنید، به گونه‌ای که گویی احساس می‌کنید وجود ندارید. من این لحظات را چند بار تجربه کرده‌ام. انگار دستم از من جدا شده است و هیچ رابطه‌ای با آنچه رخ می‌دهد ندارم. فقط می‌نشینم و با بهت و شگفتی به آن نگاه می‌کنم و آن خود به خود به خارج سیران دارد.»

افرادی که از آنها مصاحبه شد، به توصیف چیزی پرداخته‌اند که با لحظات خلسه‌آور تجارب دینی مشابهت دارد. برای توضیح این مقایسه، به اثر کلاسیک ویلیام جیمز رجوع می‌کنیم که انواع تجربه دینی^۱ (۱۹۷۱) نام دارد. جیمز در این اثر توجه خوانندگان را به نقطهٔ گرمابخش در وجدان آدمیان و مجموعه‌ای از تفکرات که وی خود را وقف آن می‌کند، یعنی «مرکز ژرف و ریشه‌دار نیروی شخصی‌اش» جلب می‌کند. به گفتهٔ جیمز، معنای این سخن چنین است که وقتی فردی دچار استحال می‌شود، برخی تصورات دینی که قبلاً در ذهن و وجدان او به حاشیه رانده و مغفول واقع شده بود در کانون توجه و خودآگاهی او قرار می‌گیرد.

جیمز در توضیح وقوع این‌گونه تحولات در مرکز احساسی فرد، به کار ای دی. استارباک^۲، روانشناس دینی، استناد کرده است. او دو نوع تحول حیات‌بخش اساسی را مطرح ساخت: یکی تحولی که آگاهانه و اختیاری است و دیگری تحولی که ناآگاهانه و غیراختیاری است. در تحول آگاهانه و اختیاری، تحول تدریجی است و ساختن جزء به جزء مجموعهٔ تازه‌ای از عادات و منش‌های معنوی و اخلاقی را مدنظر دارد. از سوی دیگر، تحولات زیر آستانه‌ای یا ناهشیار، شامل نوعی رهایی و تسلیم نفس است. با وجود این، به اعتقاد جیمز تفاوت میان این دو عمیق و ریشه‌ای نیست. وی معتقد است حتی در اختیاری‌ترین نوع تحول حیات‌بخش، تا حدودی عنصر تسلیم نفس وجود دارد. زمانی که ارادهٔ آدمی حداکثر توان خود را برای وحدت روحی و روانی به کار می‌برد، به نظر می‌رسد حتی آخرین گام را باید به سایر نیروها واگذار کند و بدون تکیه بر فعالیت آن، به عمل بپردازد. در توضیح این نکته، جیمز از مثالی استفاده می‌کند که استارباک مطرح کرده و نشان‌دهندهٔ تعامل کنش‌های اختیاری و غیر اختیاری است که ورزشکاران و هنرمندان تجربه کرده‌اند:

«یک ورزشکار، گاهی به طور ناگهانی به فهم و درک خاصی از نقاط زیبای بازی و لذتی واقعی از آن دست می‌یابد، درست مثل کسی که از ارزش دین آگاهی پیدا می‌کند. اگر این ورزشکار، اشتغال به ورزش را همچنان حفظ کند، روزی خواهد رسید که بازی در درون او جریان پیدا می‌کند، یعنی زمانی

1. The Varieties of Religious Experience

2. E.D. Starbuck

که خود را در مبارزه و کشمکش بزرگی گم می‌کند. به همین ترتیب، یک موسیقی‌دان شاید فوراً به نقطه‌ای برسد که در آن رضایت خاطر از تکنیک هنر به کلی زایل شود و در برخی لحظات شوق و جذبه به حدی برسد که خود به آلت موسیقی‌ای تبدیل شود که از طریق آن موسیقی ادامه یابد.^۱

البته جیمز نه تنها به پویایی تجربه، تحول و استحاله بلکه تبدیل و دگردیسی‌ای که رخ می‌دهد نیز، علاقه داشت. یکی از ویژگی‌های مهم تجربه دینی در نزد جیمز تحول عینی در جهان بود که گویی به خودی خود صورت می‌پذیرد: تازگی به هر چیزی زیبایی می‌بخشد. در اینجا، احساس و درکی از نو شدن‌های زیبا و طهارت درونی و بیرونی به چشم می‌خورد.

در نوشته‌های ترنر، زیکزنت‌می‌هالیا و جیمز دیدیم که چگونه بازی، تسلیم نفس و «جریان»^۱ پیوسته و ملازم با تعالی است. اما در اینجا سؤال دیگری مطرح می‌شود: آیا تمام تجارب مربوط به تعالی با هم مشابهند؟ آیا اینها سطوح مختلف نمادگرایی‌اند؟ ترنر (۱۹۸۲) در فصل نتیجه‌گیری مقاله خود با عنوان «در آستانه جذبه» چنین مسائلی را مطرح کرده است او می‌گوید: «من هم از جماعت (مذهبی) و هم «جریان»، یک بعد و وجه اساسی را استنباط کرده‌ام که «مفاد» تجربه است.» اینجاست که تحلیل نمادها آغاز می‌شود. مطمئناً فرایندهای جماعات و جریان آکنده از معانی نمادهایی است که یا خود خلق می‌کنند یا مجرای طرح آنها می‌شوند. آیا همه «جریان‌ات»، یکی هستند و آیا نمادها بیانگر گونه‌ها و نیز ژرفاهای مختلف یک جریانند؟

پرسش ترنر معطوف به نویسنده‌گانی است که با نمادگرایی تعالی سروکار دارند. آلن گاتمن^۲ (۱۹۷۸)، مورخ ورزش، در کتاب خود با عنوان از مناسک تا رکورد^۳ نشان داده است که چگونه رویدادهای ورزشی در یونان بخشی از جشن‌های دینی و همه آنها معطوف به هدفی در ماورای خود بودند. او می‌گوید در جوامع صنعتی مسابقه جایگزین مناسک شده است و ما با «تفاوت دقایق ضربه شماره ۳۰۷ و ۳۰۸» سروکار پیدا کرده‌ایم. ما دیگر دغدغه جلوه رضایت خدایان را نداریم، بلکه برای بدست آوردن شکل تازه‌ای از جاودانگی و بر جای گذاشتن رکورد می‌کوشیم.

بارتلت ای. جیاماتی^۴ در کتاب برای بهشت صبرکن (۱۹۸۹) در مقام محقق و استاد تاریخ رنسانس و نیز رئیس سابق دانشگاه ییل و رئیس لیگ بزرگ بیس‌بال از آوریل ۱۹۸۹ تا زمان مرگ، با گاتمن اختلاف نظر داشت. تصور ارتباط و پیوندهای مقدس در ورزش اساساً در جهان مدرن از بین رفته و تلقی نادرستی

1. Flow

2. Alen Guttman

3. Form Ritual to Record

4. Bartlett A. Giamatti

از اوقات فراغت برجا مانده و شرایطی برای وجود حاصل شده که در آن صرفاً ورزش یا ورزشگاه به ایفای نقش خود می‌پردازد. اوقات فراغت فراهم کنندهٔ زمان برای فعالیت‌های خود مقصوده است که به دلیل جاذبهٔ خود آنها تعقیب می‌شود و شرایطی را که تجربهٔ دینی آن را وعده داده یا فراهم کرده است برای آزادی روحی انسان فراهم می‌آورد تا به تبلور خویشین بپردازد و آن حالتی از تفکر و تأمل است که قدرتمند و وسیع و متشکل از عالی‌ترین نیروهای قابل تصور است و نتیجهٔ آن بی‌دقتی و بی‌خیال بودن است. بنا به اعتقاد جیاماتی، ویژگی دینی کنش‌های اوقات فراغت، خواه در ورزش، خواه در هنر، در شرکت و حضور جدی ما در آنها تجلی می‌یابد. به علاوه، ما در ورزش‌های حرفه‌ای یا آماتوری ارزش‌های متعالی خاصی را جستجو می‌کنیم. برای تماشاچیان، ویژگی دینی ورزش در وهله اول ریشه در شدت دل بستگی به بازی دارد.

از سوی دیگر ورزشکاران مانند نقاشان، شاعران، معماران، هنرپیشگان، آهنگسازان و مجسمه‌سازان اساساً برای نشان دادن آن چیزی هدایت و تحریک می‌شوند که ابتدا به منزلهٔ نوعی نیاز و کشش است و سپس شور و هیجان به عمل تبدیل می‌شود، او می‌گوید: می‌توان این حالت را اشتیاق برای اصلاح کردن خود یا هماهنگ ساختن چیزهایی که قبلاً ناهماهنگ بوده‌اند نامید و همانند هنرپیشه‌ها، آوازخوانان و ورزشکاران و موسیقی‌دانان باید درک کاملی از زمان‌بندی آنی و لحظه‌ای داشت. در این خصوص، باید تمرکزگرایی مطلق اعمال شود. همین که ورزشکار یا هنرپیشه‌ای تمام مهارت خود را ارائه می‌دهد، در واقع در صدد به دست آوردن هیجان، شور و فراغت و رهایی کامل است. یعنی هماهنگی و انسجام کامل بین آنچه که کنش‌گر می‌خواهد انجام دهد و یا باید انجام دهد. این دستاورد آدمی را متحول می‌کند و نیز موجب تولد دوبارهٔ ما می‌شود. جیاماتی می‌نویسد:

«قدرت فرد برای پیروزی در صحنهٔ نمایش یا در میدان بازی (که هر دو تفسیری است از یک مکان که با استفاده از تمثیل قربانگاه نام‌گذاری شده است)، کل حوزهٔ پیرامون جایگاه را پوشش می‌دهد... قدرت در چرخه و جریان رازآمیز از بازیگر به تماشاگر «ناظر» جریان پیدا می‌کند و برمی‌گردد، در حالی که هلهله و شادی ناشی از نتایج انجام عمل برپاست، سکوت توأم با حبس نفس‌ها در سینه، مطلوب‌ترین رویداد می‌شود و به دلیل وقوع آن لحظه خاص، تسلط کامل می‌شود. همین که هنرمند پیروز می‌شود، درجه‌ای از وحدت (روحی) که کوتاه و الهام بخش است، حاصل می‌شود.»

ارزش‌های برجسته و شاخصی که جیاماتی در تکامل ورزشکاران و هنرمندان می‌یابد، فراغت معنوی خارق‌العاده‌ای است. ورزش مثل اقسام هنرها و مثل دین تجلی‌گاه و تبلوربخش انگیزه‌های خلاقانه و

هنری ما برای فراتر آمدن از خویشتن و به دست آوردن احساس غیرقابل توصیفی از آزادی است. پس تعالی بخشی ورزش از لحاظ توانایی آن برای به خاطر آوردن آن چیزی که جیاماتی معادل بهشت گمشده یهودیت و مسیحیت می خوانند هم وزن قدرت دین و هنر است و این تعالی بخشی موجب بیداری ورزشکار و تماشاچی می شود. ایام کار، ورزش و بازی بیانگر تکرار تلاش های ما برای بازگشت به گذشته است - بازگشت به فراغت و آزادی ای که توان به خاطر آوردن آن را نداریم و به صورت خاطره ای از بازی در باغی که آن را از دست داده ایم باقی مانده است.

روان شناسی چون ارنست بکر^۱ در کتاب *انکار مرگ*^۲ (۱۹۷۳) دیدگاه های دینی غربی و شرقی را هنگام تأمل درباره تعالی در هم آمیخت. بکر به تبعیت از دین پژوه دانمارکی، سورن کیرکگارد^۳ خاطرنشان می سازد که چگونه آگاهی از فنا و مرگ محتوم موجب تعالی می شود و این حقیقتی بود که او در ذن بودیسم و سنت لوتری - اگوستینی مشاهده کرد. بعد از زوال کامل حفاظ احساسی ای که ما خود را با آن حفظ می کنیم، صورت و ترتیب جدیدی از واقعیت، ظهور می یابد. بکر می نویسد که «خویشتن آدمی باید فنا شود» تا فرایند تعالی آغاز شود. آدمی باید نسبت به فناپذیری خویش آگاهی کامل پیدا کند تا از خویشتن فراتر آید. چرا از خود فراتر آید؟ بکر از قول کیرکگارد پاسخ می دهد: «برای دیدن آن جاودانگی، تعالی مطلق، قدرت مطلق خالق که موجودات فانی را آفرید. در این حال، افق های بیکران و آزادی واقعی در وجود آدمی گشوده می شود.» بکر معتقد است که تعالی آزادی بخش، از دستاوردهای فرهنگی و تصاحب و تسلط بر مسائل روزمره فراتر می رود و به بقا، ابدیت و حماسه کیهانی پرجلال و شکوهی می رسد.

«او باطن رازمند و ادواق موثق و عمیق ترین احساسات خود از یکتایی و اشتیاق درونی به معنای مطلق را به سرآغاز خلقت و آفرینش پیوند می زند. این راز نامشهود در قلب هر موجودی اینک از طریق اثبات و تحکیم ارتباطش با راز ناپیدا در قلب آفرینش، معنای کیهانی و پر عظمتی پیدا می کند.»

به این ترتیب صرف نظر از تجربه زوال و تنهایی مطلق، تحولی به وقوع می پیوندد که سطح متفاوتی از تجربه را تجلی می دهد و آن، ماجرای گشوده شدن حقیقت چند بُعدی بر روی انسان است. بکر مثل اتورنک^۴ معتقد بود که رهاورد هنرمند، ساختن خود و آفریدن معنای غایی زندگی است. او

1. Ernest Becker

2. The Denial of Death

3. Soern Kierkegaard

4. Otto Rank

می‌گوید انسان خلاق و آفریننده با مسئلهٔ خاص تحول فردی مواجه است: یعنی اینکه چگونه کاری خلاقانه - کاری که روح او را نجات دهد- را با نهایت توان روحی انجام دهد. در عین حال از خود کار به دلیل آنکه به خودی خود نمی‌تواند موجب رستگاری وی شود چشم پوشی کند. بکر می‌نویسد: «هنرمندان در حالت تنش و کشمکش به سر می‌برند و در وضعیت ایجاد موازنه میان «عشق» به ابراز و اظهار خویش و تسلیم نفس در مقابل عشق الهی هستند».

بکر می‌توانست در یادداشت‌های هنرمندی چون پاول کلی^۱ (۱۹۶۴) شاهد افکاری چون افکار خود باشد. در یکی از این یادداشت‌ها می‌خوانیم:

«هنر همانند آفرینش است: از ازل خوب و زیبا بوده و تا ابد نیز خوب و زیبا خواهد ماند... تمام پدیده‌های شیطانی با من بیگانه‌اند. من خود را در نقطه دور دست از آغاز آفرینش قرار می‌دهم و از آنجا فرمول‌های پیشین را برای انسان‌ها، جانوران، گیاهان، کوه‌ها، عناصر و همه نیروهای در گردش تقریر می‌کنم. اگر این فرمول‌ها حل شده بود، هزاران مشکل حل می‌شد. نه اعتقادات متعصبانه وجود داشت، نه کفر و بی‌دینی. تمام امکانات پایان پذیرند و اعتقاد به آنان تمام آن چیزی است که به طور خلاقانه و آفرینش‌گرانه در من زندگی می‌کند. من در کار خویش به هیچ چیز خاصی تعلق ندارم، بلکه یک نقطهٔ کیهانی از سرچشمه و منشا آفرینش هستم. دیدگان زمینی من بسیار ژرف‌بین است و درون و فراسوی زیباترین چیزها را می‌بیند».

کلی در ابتدای این مدخل، نوشته است که در جستجوی ارتباط و وصل به خدا بوده است. بنابراین، به نظر می‌رسد نوشته کلی ارتباطی را اثبات می‌کند که بکر میان تعالی و کنش خلاقانهٔ هنرمند کشف کرده بود.

اینک به بررسی آرای دین‌پژوهشی به نام هوگو رانر^۲ می‌پردازیم که از بازی به عنوان استعارهٔ اولیهٔ شناخت خدا، آفرینش و تعامل مستمر میان انسان و خدا استفاده کرده است. او در کتاب خود به عنوان انسان در بازی^۳ (۱۹۷۲) به طرح و معرفی استعارهٔ «انسان بازیگوش» که از یوهان هویزینگا^۴ به عاریت گرفته است می‌پردازد. این استعاره بسیاری از محققان را به ارزیابی بازی به عنوان عنصری شکلی در حوزه‌های مختلف و فعالیت‌های فرهنگی (هنر، جنگ، دین و فلسفه) علاقمند کرد.

به اعتقاد رانر، همهٔ خلقت (گذشته، حال و آینده) به صورت نمایش بازی خداوند تحقق و فعلیت

1. Paul Klee

2. Hugo Rahner

3. Man at Play

4. Johann Huizinga

یافته است. دیدگاه عرفانی او خدای آفریننده‌ای را فرض می‌گیرد که آزادانه همه مراتب خلقت را به بازی فرا می‌خواند. هر مخلوق و آفریننده‌ای از امری واحد ناشی می‌شود که بازی نهایی را آغاز کرده و دامنه آن از چرخش ستارگان و اتم‌ها با بازی زیبایی «موجودات انسانی» کشیده شده است.

«هر کس حتی برای لحظه‌ای به این بازی عظیم چشم بدوزد، برای همیشه خواهد دانست که زندگی

ناچیز آدمی و همه چیزهای مهم مرتبط با آن، چهره فناپذیر این رقص است.»

رانر می‌نویسد: «تنها زمانی که ما یک لحظه به بازی خداوند نگاهی گذرا می‌افکنیم می‌توانیم به واقع خویشتن را چون مخلوقی بشناسیم که در بازی هیبت انگیزی شرکت کرده است.» دیدگاه رانر مثل دیدگاه بکر، متضمن تأکید بر ابعاد حزن‌انگیز زندگی انسان و اهمیت آن در معنای غایی بازی و مناسک است. او می‌گوید که انسان تنها زمانی می‌تواند سرزنده و شاد باشد که بین شادی و ناراحتی، بین اندوه و شادمانی به سر برد. با توجه به غنای ادبیات کلاسیک و انجیلی و آثار اولیه کلیسایی، رانر چهره پرشور و سرزنده‌ای از انسانی شاد را به تصویر می‌کشد که زیرک و کاملاً هوشیار است، اما به این واقعیت نیز واقف است که زندگی از هر لحاظ با بازیهای بزرگ کیهانی هماهنگی دارد. روشنی قلب و احساس آدمی به صورتی معماگونه و حل‌نشدنی به دیدگاه بدبینانه نسبت به شیطان صفتی انسان در هم آمیخته می‌شود. هستی به طور بنیادینی شادی‌آور و پرشعف است، زیرا در کنف حمایت خداست، اما کنش و افعال ما اندوه بار است. به علت خود محوری‌های ما، حتی کنش‌های خلاقانه و آفرینش‌گرانه نیز مخرب و خطرناک می‌شوند. شرکت در این بازی، درد، شکست و خلاقیت را به همراه دارد. زمان بازی ترکیبی است از شادی و اندوه، کم‌دی و تراژدی (رانر، ۱۹۷۲). رانر می‌گوید که هیچ بازی‌ای، حتی بازی کودکان‌های، وجود ندارد که اساساً عنصری از جدیت در آن نباشد. بازیها سرشار از همان انگیزه نیرومندی هستند که در اسطوره وجود دارد و با اطاعت مطلق و این دغدغه که ممکن است به باخت منجر شود، شکل می‌گیرد.

صورت‌بندی‌هایی که رانر از بازیگر «شاد - ناشاد» ارائه می‌دهد مرهون فلسفه کلاسیک است، اما شرح مصائب حضرت عیسی ناقص دین‌شناسی رانر و درک او از بازی و مناسک است. خدای آفریننده خدایی است که رنج کشیده است. در بازی الهی، رنج و رستگاری در راستای آفرینش قرار می‌گیرند. بنابراین، انسان بازیگر نمی‌تواند به طور کامل بازی را بفهمد یا بازی کند، مگر اینکه (هر چند به طور مبهم و سربسته) از راز خلقت و رنج آگاهی پیدا کند. بازیگر مسیحی مورد نظر رانر در تنش بی‌امان و مستمر شادی و رنج زندگی می‌کند و در نهایت از نتیجه نهایی بازی بی‌خبر می‌ماند، اما از لحاظ روحی مجبور به انجام بازی است. حرارت و شور درونی، اندوه و شادی عمیق، موجب تحریک و انگیزش شکستن رازآمیز

قدرت و توانایی موجوداتی ناتوان برای رقصیدن با مرگ و چرخ زدن با اتم‌ها و ستارگان می‌شود. این سه نویسندهٔ آخر یعنی جیاماتی، بکر و رائر معتقدند که مجموعه‌ای پیوسته از معانی ارائه شده برای تعالی در تجربهٔ مناسک وجود دارد که از قهرمان‌گرایی انسان گرفته تا شرکت در بازیهای کیهانی خداوند خالق و تحول بخش را شامل می‌شود. نیازی به گفتن نیست که آدمی می‌تواند به خوبی نقدهایی را که از این استعارات عنوان کرده‌اند را پی در پی به تصور در آورد که هم انسان‌گرایان متعصب - قائل به وجود هدف و غایت مابعدالطبیعه که در این مجموعه پیوسته نیستند هم دین‌ورزان که میان امور مقدس و غیرمقدس تمایز مطلق و قطعی قائلند. البته آن چیزی که روشن به نظر می‌رسد، این است که مناسک سکوی پرشی برای تعالی است. کسانی که با شور و جذبه وارد بازی می‌شوند نمی‌توانند این سکوی رها از زمان را نادیده بگیرند.

در اینجا سخن اصلی، بیشتر معنای تعالی است تا رهایی صرف آدمیان از طریق ورزش، هنر یا مناسک دینی. اگر بخواهیم عادلانه قضاوت کنیم، این سؤال ترنر که «آیا همهٔ «جریانات» در واقع یکی هستند و نمادهای مختلف بیانگر سطوح مختلف ژرفا و جریانند؟»، باید از چشم‌انداز دیگری بررسی شود. برای ارزیابی بهتر پرسش مربوط به سطوح معنا، نیازمند آن هستیم که به طور دقیق به اجتماعات مختلف و متنوع انسانی که تجربهٔ مشترکی از تعالی دارند توجه کنیم.

مسئولیت‌پذیری و وفاداری آنها در چیست؟ اجتماع چگونه تداوم و استمرار می‌یابد؟ بر این اعتقادم که تحقیق در این باره ما را به این نتیجه رهنمون می‌سازد که در واقع، در بسیاری از مناسک شرکت می‌کنیم و با اجتماعات زیادی از مؤمنان و معتقدان همگون می‌شویم و به واسطهٔ این مشارکت، به کشف انواع مختلفی از جریانات و سطوح مختلف معنا نائل می‌شویم. از شرکت در یک مسابقهٔ ورزشی گرفته تا فعالیت جدید و خلاقانه بالاخره شرکت در بازی رازآمیز کیهانی که قواعد آن ناشناخته است همه در زمره این مناسک هستند.

- Becker, E. (1973). *The denial of death*. New York: Free Press.
- Burkert, W. (1985). *Greek religion* (J. Raffan, Trans.). Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Cassirer, E. (1956). Mythical thought. *In the philosophy of symbolic forms*. Vol. 2 (R. Manheim, Trans.). New Haven, CT: Yale University Press.
- Csikszentmihalyi, M. (1975). *Beyond boredom and anxiety: The experience of play in work and games*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Eliade, M. (1963). *Myth and Reality*. New York: Harper and Row.
- Frankfort, H. (1964). *Before philosophy: The intellectual adventure of ancient man*. Baltimore, MD: Penguin.
- Giamatti, A.B. (1989). *Take time for paradise: Americans and their games*. New York: Summit.
- Goethals, G. (1981). *The TV ritual: Worship at the video altar*. Boston: Beacon.
- Guttman, A. (DATE?). *From ritual to record*. New York : Columbia University Press.
- James, W. (1971). *The varieties of religious experience : A study in human nature*. New York : Collier.
- Klee , P. (1964). *The diaries of Paul Klee. 1898-1918, (Felix Klee , Ed) . Berkeley :* University of California Press.
- Moore, S & Myerhoff . B (Eds) . (1977). *Secular ritual*. Amsterdam : Van Gorcum.
- Myerhoff , B. (1977). We don't wrap hearing in a printed page: Fusion, fictions and community in secular ritual, In S. Moore & B. Myerhoff (Eds), *Secular ritual*. Amsterdam : Van Grocum.
- Rahner , H. (1972). *Man at play*. New York : Herder and Herder
- Smith , J.Z. (1987). *To take Place : Toward theory in ritual*. Chicago : University of

Chicago press.

Turner , V. (1977). Variations on a theme of liminality. In S. Moore & B. Myerhoff (Eds.), *Secular ritual* (PP. 36-52). Amsterdam : Van Gorcum.

Turner, V. (1982). *From Ritual to Tneater: The Haman Seriousness of Play*. New York: Performing Arts Journal Pablications.

Wilson , B . (1982). *Religion in sociological perspectives*. Oxford , UK : Oxford University Press.

فصل چهارم

فروپاشی و زوال امر قدسی نابهنجاری و بحران در مناسک

گابریل بار - هایم

«آه چه کسی می‌تواند واقعیت را از خیال، روز را از شب، شب را از سحر و وهم را از خاطره باز
شناسد؟»

دانیلو کیس^۱، *دایرة المعارف مردگان*^۲

همان‌گونه که دورکیم بسیار روشن توضیح داده، این گروه و رابطه فرد با گروه است که نمادهای مقدس و احساسات متعالی را به وجود می‌آورد. شکست فزاینده گروه‌های مدرن غربی در ایجاد احساسات دینی، محور کار دورکیم بود. از زمان اولین چاپ کتاب *تقسیم کار اجتماعی*^۳ در سال ۱۸۹۳، پاره‌ای از تحلیل‌های او عینیت یافته و حتی از پیش‌بینی‌های وی فراتر آمده‌اند حال آنکه سایر تحلیل‌های او تحقق پیدا نکرده‌اند.

بحران جاری مناسک در جامعه پسامدرن (واژه‌ای که برای بیان تفاوت میان عصر ما و عصر دورکیم به کار می‌رود)، تشدید روابط مشکل آفرین موجود میان فرد و گروه است (عبارتی که در اینجا به صورت کلی به کار رفته است) و این روندی است که دورکیم پیش‌بینی کرده بود.

1. Danilo Kis

2. The Encyclopedy of the Dead

3. The Division of Labour in Society

مشکلات بی‌شماری که فراروی دولت‌های رفاهی غرب قرار دارد، از یک سو در ترکیب و تلفیق با کثرت درخواست‌ها و مطالبات بی‌سابقه آنها و از سوی دیگر ملازمت با پراکندگی جغرافیایی جوامعی که توان قابل توجهی برای ایجاد انسجام و حمایت اجتماعی ندارند، بسیاری را به این باور رسانده که ظاهراً «جامعه مدنی» از بن‌بست فعلی سربرمی‌آورد. جامعه مدنی، مثل سازمانی اجتماعی، بیانگر هیچ فضیلت و رجحان ایدئولوژیکی مسلطی نیست، بلکه قادر به اعاده رابطه کیفی افراد با ساختارها و در نتیجه بهبود وضع مناسک است که ممکن است راه‌حل به شمار آید. اما این جامعه عاری از سلطه چگونه خواهد توانست مصراً، بدون تحمیل آگاهی مشترک یا داشتن دیدگاهی مشترک، به بقای خود ادامه دهد و بدون پشتوانه صورت و شکل خاصی از مقدسات، این امر چگونه ممکن می‌شود؟

هر الگویی از سازمان اجتماعی در آینده (چه جامعه مدنی باشد یا هر جامعه دیگری) که در صدد تعریف مجدد رابطه فرد - گروه و ماهیت امر قدسی برآید، با مسئله مهم نابهنجاری مواجه خواهد شد. این حالت بحرانی و حاد، نابهنجاری روحی دائمی‌ای است که در وهله نخست رابطه فرد - گروه را مشخص می‌کند. تفسیر مرتون^۱ (۱۹۶۸) از عبارت «نابهنجاری» دورکیم این است که «نابهنجاری فرایندی است که به موجب آن مردم کارآمدی فنی را بر معانی تجویز شده اخلاقی ترجیح می‌دهند». این تفسیر صرفاً بخش محدودی از معنای نابهنجاری را ارائه داده و بدون آنکه معنا و اهمیت آن را ارزیابی کند، مفهوم نابهنجاری را صرفاً به فقدان رهنمودی هنجاری فروکاسته است.

تا اواسط دهه ۱۹۸۰، تحقیقات و پژوهش‌های نظری تازه درباره برداشت دورکیم از «نابهنجاری»، شاخه‌های گسترده‌تر و بدیعی را نشان می‌داد. این تفاسیر، حول این محور متمرکز بود که منظور دورکیم از نابهنجاری وضعیت کناره‌گیری اجتماعی است که نه تنها از عدم تعادل ساختاری، که از نوعی ذهنیت فردگرایانه و فروپاشی چهارچوب‌های ذهنی افراد نشئت می‌گیرد. به طور نمونه، هیلبرت^۲، (۱۹۸۶) دریافت که «نابهنجاری، فقدان تجربه عینی از واقعیت است» و نتیجه گرفت که تصور و تلقی دورکیم از آنومی، افراط در زمینه نبرد^۳ است. داشتن تجربه عینی از واقعیت، محصول نظم ادراکی صرف نیست، بلکه اصولاً محصول نظم و سامان اخلاقی است. بنابراین، نتیجه‌گیری مستروویچ^۴ (۱۹۸۵) درست است که دورکیم مفهوم نابهنجاری را به صورت معادل دین‌گريزانه معصیت به کار برده است. این مفهوم بیانگر صورت و ترتیب نادرستی از شعائر فردی و جمعی و نیز اجرای امر قدسی به عنوان امری دنیوی است و

1. Merton

2. Hilbert

3. individuality

4. Mestrovic

برعکس. او تا مرحله تصریح این نکته پیش رفت که «اگر شکاف میان امر قدسی و دنیوی پرنشدنی باشد، پس هرگونه گرایش به درهم آمیختن این دو امر متضاد و یا حتی دگرگون ساختن رابطه آنها ناپهنجاری است».

در جامعه پست مدرن، برداشت دورکیم مبنی بر اینکه فرد نمایانگر امر دنیوی است و جامعه نمایانگر امر مقدس، رنگ باخته است. گروه‌های کنونی از لحاظ ترکیب، بی‌شکل هستند و وجودشان ناپایدار و ناپابیند است و آنقدر ضعیفند که نمی‌توانند مایه امنیت و تسکین فرد شوند. گروه‌ها ندرتاً واقعیت قدرتمندی از خود آشکار می‌سازند که به اندازه کافی توانایی بسیج و خلق الگوهای پایدار رفتاری را داشته باشد. خلاصه، گروه تأثیر چندانی بر آگاهی فرد ندارد. واقعیت بین‌ذهنی^۱ گروه به بین فردی بودن شبکه‌های کارکردی منجر شده است، یعنی فرد به واحدی خود شمول^۲ تبدیل شده است که به فضای مشحون و سرشار از شبکه‌های در حال تغییری که خود به وجود می‌آورد یا برای دوره زمانی خاص یا مقاصد فرهنگی یا سود مادی بدان می‌پیوندد، علاقمند است. قراردادهای اجتماعی ثابت فقط گاهی اوقات درون یک شبکه ایجاد می‌شوند و حتی صرفاً وابسته به افرادند.

شبکه، (واژه‌های بهتر برای توصیف ارگان اجتماعی رو به افزایش پست مدرن) ساخته دست افراد و ارائه دهنده خدمات و در برگیرنده عناصر احساسی و تسهیل کننده ارتباط فرد با دیگران و سایر شبکه‌های موازی است. گروه‌های سنتی، مراکز، شعائر و تجلیات خاص خود را دارند، در حالی که شبکه‌های ساخته شده برای تحقق اهداف فردی، فقط نمایانگر آمال و امیال افرادند. بنابراین، شبکه‌های یاد شده که فاقد شعائر و تجلیات مقدس گروهی‌اند، دغدغه اندکی برای آیینی کردن امور دارند.

شبکه‌ها برآیند و محصول موضوعات مستقلی که به تماس‌های خاص موقت یا روابط شکننده و سست تسری می‌یابند و حول محور فردی خاص متمرکز می‌شوند. به نظر می‌رسد که شبکه‌ها با داشتن حافظه تاریخی اندک یا اصولاً فقدان آن و نداشتن اسطوره‌های مشترک و مجال بازتاب و تبلور خویشتن، از آگاهی جمعی محروم هستند و لذا به سازوکارهای گروهی برای حفظ استحکام اجتماعی و احیای نمادهای مقدس اجتماعی احساس نیاز نمی‌کنند و نتیجه آن، نوعی تمایز مبهم میان فرد و نمودها و شعائر جامعه - شبکه است - یعنی تجلی و نمودی که از ترکیب فرد و شبکه به دست آمده و فردی شدن روابط اجتماعی را منعکس می‌سازد. این وضعیت به تضعیف فرایند متعالی می‌انجامد لفتبور^۳ (۱۹۶۸) با

1. intersubjective

2. self-contained

3. Lefebver

توضیح طبیعت زندگی روزمره و خلاصه کردن توضیح خود دربارهٔ این موقعیت، آن را تعویض نابه‌جای امور دنیوی با امور مقدس می‌داند.

زمانی که دورکیم (۱۸۹۳/۱۹۶۴) با تأکید گفت: «اولین نکته این است که حوزهٔ اجتماع در مقایسه با منافع و مزیت‌های بزرگ خود کمتر و کمتر رشد می‌کند»، به این نکتهٔ مهم و محوری تأکید ورزید. مستروویچ (۱۹۸۵) با اذعان به این نکته که مفهوم نابهنجاری از نظر دورکیم اساساً معطوف به فردیت افراطی است، استدلال کرد که نابهنجاری مستلزم ستایش و تقدس فرد است، تا بدان حد که به توانایی فرد برای گزینش وضعیت خلاف اخلاق باور آورده می‌شود. با یک گام فراتر آمدن، فرض این نکته معقول است که بگوئیم نابهنجاری هنگامی به وجود می‌آید که جامعه آسیب‌پذیر می‌شود و فرد هم کاملاً از این موضوع آگاهی می‌یابد این همان زمانی است که افرادی که ناامنی و اضطرابشان مانع از فهم کلیت جامعه فراتر از سطح تجارب محدودشان می‌شود، با بدبینی و نگرش منفی به اسطوره‌های جامعه می‌نگرند. در چنین وضعیتی، هرچیزی که از تجربهٔ فرد فراتر می‌رود، مشکوک و مناقشه‌برانگیز تلقی می‌شود و دلیل آن فقط آسیب‌پذیری جامعه و تصور نادرست از آن نیست، بلکه به دلیل گونه‌ای فقدان «اجتماعیت»^۱ و نبود مطالعات و بررسی‌های مؤکد برای ایجاد نوع جدیدی از اجتماعات است. مشاهدات لفیور (۱۹۶۸) از جامعهٔ کنونی کاملاً معطوف به همین موضوع است. بدین ترتیب، جامعه‌ای داریم که در مورد گفت‌وگو، ارتباط، مشارکت، وحدت و انسجام و سواس به خرج می‌دهد و فاقد تمام امتیازات است.

مفهوم آگاهی دقیق از شکنندگی و آسیب‌پذیری جامعه را باومن (۱۹۹۲) نیز بررسی کرد. به اعتقاد او این نشانهٔ هشدار و زنگ خطر با حضور مدرنیته به صدا درآمد:

«نوع جامعه‌ای که با نگاهی واپس‌نگرانه آمدن خوانده می‌شود، پس از کشف این نکته تکوین یافت که نظم ساختهٔ بشر، آسیب‌پذیر، تصادفی و فاقد هرگونه اساس قابل اتکا و اعتمادی است. این کشف تکان‌دهنده بود. واکنش در برابر این شوک نوعی خیال‌پردازی و نیز تلاش برای ایجاد نظمی مستحکم‌تر با اساسی محکم‌تر و قابل انکارتر بود و همین، انگیزه‌ای برای حذف بی‌نظمی به وجود آورد.»

مدرنیته و پست مدرنیته هر دو مسبوق به کشف این نکته هستند که نظم انسانی آسیب‌پذیر است. تنها تفاوت موجود میان این دو، این است که پاسخ مدرنیته نوع خاصی از اجتماع بود که با شور و هیجان، مخصوصاً در عقلانیت، تجربه شد، در حالی که واکنش پست مدرنیته نوعی بی‌نظمی قابل تحمل است،

یعنی زندگی در ویرانه وجود خویش، تبدیل نابهنجاری نه به یک زنگ هشدار، بلکه به وضعیت و حالت غالب و حاکم بر زندگی و حتی تلاش برای استفاده از آن و به قول مارتین (۱۹۸۳)، استقبال از نابهنجاری برای یافتن فرصت‌ها و امکانات خلاقانه‌ای که می‌تواند فراهم آورد.

تصور یک نظم اجتماعی آسیب‌پذیر، خواه به عنوان علامت هشدار برای قریبالوقوع بودن استقرار یک نظم اجتماعی جدید، آن گونه که باومن اعتقاد دارد و خواه به عنوان فضا و شرایط ثابت و غالب، به شالوده فرهنگ معاصر تبدیل می‌شود (بار-هیم، ۱۹۹۶) و این فرهنگی است که امر قدسی چیزی دور از دسترس و لذا نامربوط تلقی می‌کند (مگر اینکه بتواند حتی الامکان به تصاویر و نمادهای کاملاً شناخته شده‌ای تبدیل شود) و یا آن را اسطوره‌های انسان ساخته که فاقد هرگونه راز و رمزی است، معرفی می‌کند و به همین دلیل بسیار غریب و پر از گونه‌های مختلف الحاد و بی‌اعتقادی است.

بر همین اساس است که ابر نمایش‌گرها^۱ رونق می‌گیرند و پیشرفت می‌کنند. ابر نمایشگر مراسم و جشن‌های کنونی را نیز شامل می‌شود و با افسون تکنیکی وسیع خود و تأثیر حیرت‌آور پیچیدگی محاسبات و برخورداری از ویژگی فراگیری وسیع می‌کوشد تا فقدان اسطوره‌ها و نبود مابعدالطبیعه را جبران کند. این نمایشگرها، به ویژه نوع بزرگ و وسیع آن، (اگر چه نه به تنهایی) به پخش رویدادهایی می‌پردازند که تأثیرگذار و سرگرم‌کننده‌اند و اماکن و ابزار تقدس‌زدایی شده‌ای هستند که افرادی را دور هم جمع می‌کنند که عموماً با هم ناآشنایند و بعد از ترک سالن نمایش به ندرت همدیگر را می‌بینند. اینها وقایعی هستند که در شمار مصرف انفعالی قرار می‌گیرند و دارای نظم خود ساخته‌ای هستند که تحت کنترل متولیان نظم اجتماعی قرار دارند.

تا آنجا که به مناسک به ویژه جشن‌های آیینی، مربوط است این آیین‌ها می‌تواند به مشتقی از نمایشگر یعنی به نمایشگری آیینی، تبدیل شود. این تنها گزینه آشکاری است که نشان می‌دهد آن چه مقدس معرفی می‌شود، اسطوره‌های ساخته انسان است. بدین ترتیب واگرایی اجتماعی اجتماعات سنتی و کوچک، همراه با تحول و افول تدریجی آیین‌های دینی (وکشاوری)، خلأیی به وجود آورده که به تدریج با جشنهای غالباً دین‌گریزانه (به موازات برخی آیین‌های مدنی) پر می‌شود. در اینجا سه مقوله متداول در زمینه جشن‌های دین‌گریزانه وجود دارد که در مجموع می‌توان ویژگی مشترک همه آنها را چنین دانست که متخصصانی از بالا آنها را طراحی و ساخته و پرداخته کرده‌اند.

نخستین مقوله، مراسم جشن‌ها و آیین‌های دولتی است که نهادهای حکومتی مجری آنها می‌باشند مثل

مراسم چهارم ژوئیه در امریکا، افراد علاوه بر شرکت در این جشنها، که دولت برگزارکننده آنهاست و با حضور سیاستمداران و چهره‌های مشهور و به عنوان نمایشی رسانه‌ای تدارک دیده می‌شوند، غالباً در جشن‌های خانوادگی نیز شرکت می‌کنند. مراسم دولتی، مثل «روز یاد بود»، و بزرگداشت حوادث تاریخی، مانند پنجاهمین سالگرد روز استقلال ملی، بیشتر برای نمایش رسانه‌ای خاصی برگزار می‌شود و دیگر صرف ایام تجمع عمومی نیست.

دومین مقوله، جشنواره‌های قومی و محلی است، مثل روز پاتریک مقدس یا سال نوی چینی‌ها، ماردی گراس^۱ یا جشن‌های اکتبر در امریکا یا جشن‌های مردمی در مانی‌توبای^۲ کانادا که معتمدان محلی و سازمان‌های قومی - محلی آن را سازمان دهی می‌کنند. رژه‌های نظامی، رقص‌های محلی و جشن و سرورهایی که برای خوراک‌های قومی انجام می‌شود، نمایش‌هایی هستند که با مشقت و رنج سازمان‌دهی می‌شوند و پلیس یا سازمان دهندگان و به ویژه دوربین‌های همه جا حاضر تلویزیون کنترل و نظارت بر آنها را بر عهده دارند.

سومین مقوله، جشنواره‌های تجاری سرگرم کننده است که سرمایه‌گذاران، با همکاری متنفذین فرهنگی منطقه، بر پا می‌کنند. این مقوله، شامل جشنواره‌های موسیقی، مثل موسیقی راک، موسیقی محلی و جاز و نیز جشنواره موسیقی کلاسیک، مثل تنگل وود^۳ در ماساچوست امریکا، یا جشنواره‌های تئاتری، مثل استراتفورد^۴ در اونتاریوی کانادا و جشنواره سالیانه تئاتری در ادینبورگ اسکاتلند، جشنواره هنرهای اورشلیم و جشنواره فیلم برلین است. همه این جشنواره‌ها رویدادهایی هستند که کاملاً عمومیت پیدا کرده‌اند و چون در بیشتر موارد به صورت رویدادهای سالانه رسانه‌ای درآمد‌دهند و به صورت نمایش‌های فرهنگی طبقاتی عرضه می‌شوند، عموماً تصور بر این است که این حوادث مربوط به طبقات متوسط و از آن آنان است.

در هر سه مقوله، ارتباط فرد و جمع، موقت، ناپایدار، ضعیف و بی‌اهمیت و متضمن پالایشی تفریحی و اجتماعی است که موجب انسجام و همبستگی افراد در احساس قدرت گروهی و اجتماعی نمی‌شود و در نتیجه هیچ تأثیری بر وجدان و آگاهی افراد نمی‌گذارد و به همین ترتیب، بیشتر مناسک و مراسم سیاسی، رویدادهایی بی‌نتیجه و غیرعقلانی هستند. اگر مناسک، از جمله جشن‌ها، ساز و کاری است که بین آرزوهای فردی و آرمان‌های جمعی پیوند برقرار می‌کند. همانگونه که میان نمادهای جمعی و خود

1. Mardi Gros

2. Manitoba

3. Tangle Wood

4. Stratford

دلالت‌گر^۱ ارتباط ایجاد می‌کند. در این صورت حضور فراگیر ناپهتجاری که به مثابه نوعی بحران در اعتقاد به اسطوره‌های جمعی تلقی می‌شود، این سازوکار را پیش پا افتاده و بی‌اهمیت جلوه می‌دهد. از آنجا که افراد نمی‌توانند آن‌گونه که باید و شاید حالت اصلی و مطمئن با هم بودن قدرتمندانه را جز در مواقع غیرعادی، مثل جنگ، سوانح طبیعی یا بیماری‌های فراگیر از یک سو و مواقع پیروزی استثنایی از سوی دیگر، تجربه کنند، مناسک اینک صرفاً به تداعی تاریخ جمعی و دوران قدرت و شکوه قبل می‌پردازند، اگر چه به صورت ناهمگون و با استفاده از الگوهای موجود در زمینه معنا و دلالت اجتماعی. در عصر واگرایی و از هم‌گسیختگی کنونی ماشادی‌ها اندک هستند، زیرا «اکنون»، در واقع، گذشته به یاد مانده ماست که قابلیت و توانایی تسکین بخشیدن به احساس اضطراب آمیخته با شادمانی و قدرت بسیار قدیم را دارد.

با تبلور کامل اسطوره جمعی گذشته در حالی که برای بخش غالب آن در حال حاضر هیچ مرجع اجتماعی وجود ندارد، آیین معاصر به گذشته‌گرایی^۲ بیهوده و غیرقابل تحمیلی تبدیل می‌شود و از هرگونه آرزو و تمایل معنادار برای اکثریت افرادی که نمی‌توانند با آن ارتباط برقرار کنند، تهی می‌گردد. در مجموع، گرایش به واقعیتی کاملاً تبلور یافته ممکن است نشانه تأکید بر آیین به عنوان سازوکار مستقل فرهنگی باشد که باز نمودهایش مبنای اجتماعی ندارد. وقتی این مبنای اجتماعی ضعیف است، فرهنگ به شدت نمود می‌یابد و وقتی فرهنگ کمتر مطرح است، جنبه اجتماعی به شدت نمود پیدا می‌کند. اما چون فرهنگ و جامعه کاملاً به هم مرتبند، نه فرهنگ می‌تواند بدون پشتوانه زیست اجتماعی به بازنمایی خود بپردازد و نه زندگی اجتماعی می‌تواند بدون نمادها و تفاسیر فرهنگی، کنش‌هایش را چندان منطقی جلوه دهد.

دورکیم استدلال می‌کند که قدسیت، باز نمود آرمان‌های جمعی است که در دوران زندگی اجتماعی مستحکم به وجود آمده و در قالب نمادهای مقدس تعالی یافته است (در حالی که از میان سایر چیزها مناسک بازتاب این نمادها هستند). هرکس دیگری هم می‌تواند با تبعیت از تفکر دورکیمی استدلال کند که وقتی زندگی اجتماعی تقویت می‌شود، نمادهای آیینی یا خود جزو ایدئولوژی مسلط جامعه‌اند یا رقیب آن به شمار می‌آیند. اگر آیین ملازم و سازگار با ایدئولوژی مسلط باشد، تنها به عنوان ابزاری مثبت و مؤثر برای مشروعیت بخشیدن و اصلاح کردن نظم اجتماعی با استفاده از نمادهای مابعدالطبیعی، واجد معنا به شمار می‌آید. و اگر رقیب ایدئولوژی حاکم باشد، تنها زمانی معنادار خواهد بود که بتواند راه

1. self - reference

2. Nostalgia

رسیدن به دیدگاهی جایگزین را نشان دهد.

این امکان هم وجود دارد هنگامی که زندگی اجتماعی به صورت عادی تداوم پیدا می‌کند، مناسک به طور ظاهری و سطحی، تلاش برای حفظ اعتقاد به قدرت جمعی محسوب شوند. با به وجود آمدن امکان گردهم‌آیی جبری مردم برای مقاصد مشترک، آیین خود به خود و صرف نظر از نمادگرایی (گرچه تمییز این دو دشوار است) می‌تواند در جریان پیوستهٔ انرژی جمعی اثر داشته باشد. در چنین حالتی، آیین‌کنش فرهنگی مطلوب اما مستقلاً تلقی می‌شود و نمادهای آن از هر لحاظ با نمادهای اجتماعی مسلط هم‌زیستی پیدا می‌کنند.

در سایر مواقع که زندگی اجتماعی با موجی از یأس و ناامیدی مواجه می‌شود، مناسک امکان و فرصت این را دارد که هم به ابراز و هم به فرصتی برای احیای اعتماد به گروه و در نتیجه احیای آرمان‌های اجتماعی تبدیل شود. در چنین شرایطی، مناسک به صورت معناداری برای برانگیختن آن لحظات مشترک قدرت، شکوه و جلال گروهی تحت فشار قرار می‌گیرد و با انجام چنین کاری، همانند سازوکاری برای تجدید ایمان به استحکام و پایداری گروه منجر می‌شود. در این حالت، مناسک به منزلهٔ رویدادی نمایشی (دراماتیک) تلقی می‌شود. اگرچه معنا و دلالت نمادهای آن در نزد برخی افراد مناقشه برانگیز و مشکل آفرین به نظر می‌آید، از نظر دیگران فراهم آورندهٔ منبع اعتقاد مسحورکننده‌ای شمرده می‌شود. احیای اعتماد به گروه یا به خاطر آوردن دوران اولیه و فرخندهٔ موارد جمعی به پیش نیاز روابط ساختاری مقتضی نیاز دارد تا همبستگی ارگانیک میان فرد و جمع با کانون اصلی و شعاعش را به وجود آورد. این تناسب و اقتضای ساختاری، مردم را آمادهٔ مقایسهٔ «گذشتهٔ جمعی»، «اکنون جمعی»، «آن دوران» و «این دوران» می‌کند و به علاوه، وقتی اجتماعی به صورت بی‌در و پیکر تعریف شود و هویت بی‌شکل، اصول متغیر و شعاع نمادین سستی داشته باشد (که ویژگی شبکه‌ها و گروه‌های در حال ظهور فعلی است)، امر مقدس ضعیف و آیینی که برای خدمت به آن مقرر می‌شود، بی‌اهمیت می‌گردد.

به تعبیر دیگر، دوران اجتماعی - تاریخی مشخصی که به دنبال بروز رویدادها و استحکام اجتماع - که به نوبهٔ خود متحمل فرایند دینی شدن و در نتیجه ایجاد اسطورهٔ مقدس گروهی، هرچند به صورت بی‌زمان و جهانی شده باشد - ایجاد شود نمی‌تواند بدون تناسبی معنادار در زمینهٔ محتوا، فراگیر و پذیرفته شود. این بدان معنی است که هیچ یک از مراجع گذشته تازمانی که با ساماندهی اجتماعی کنونی استقرار پیدا نکند، نمی‌تواند به امری مرتبط با زمان و جامعه تبدیل شود.

به علاوه، پذیرفتن پیوسته و مستمر اسطورهٔ گذشته به عنوان نظامی مقدس و نمادین، متکی بر این

پیش فرض بنیادی است که این نظام مقدس نمادین، علاوه بر استنباط ابعاد مابعدالطبیعی، فراتر از شرایط عینی اجتماعی و افراد مشخص، به انعکاس سرنوشت جمعی نیز می‌پردازد.

ویژگی‌های اصلی گروه- شبکه (مثل روابط موقت و از هم گسیخته، تأکید بر فردیت و زندگی روزمره در زمینه‌ای عموماً ناپهنجار که نظم اجتماعی را سست و آسیب‌پذیر تلقی می‌کند)، رهنمون‌گر ما به حفظ اسطوره‌های مقدس گذشته و نمادهای آن نیست. بحران‌ها درونی می‌شوند و مناسک کمتر و کمتر الهام‌بخش واقع می‌شود. مناسک با از دست دادن قدرت خود در الهام‌بخشی افراد و در نتیجه بازتولید انرژی اجتماعی و بسیج توده‌ها، وسیعاً نمایش‌محور^۱ می‌شود و برکارکردهای هنری و فعالیت‌های نمایشی تأکید می‌ورزد. به عبارت دیگر، عناصر هنری و زیبایی‌شناختی از حالت ثانوی و حاشیه‌ای به کانون تأکید مناسک تبدیل شده است. این، از یک نظر توأم با افزایش حرمت و بروز عواطف اوست.

احساس غالب درباره یک نظم اجتماعی آسیب‌پذیر ممکن است حداقل تا حدودی معلول آن چیزی باشد که بودریلارد (۱۹۸۳) «بحران هدایتگری یا مرجعیت اجتماعی» نامیده است و این نیز به نوبه خود می‌تواند اثر و نشان خود را هم بر تحول در روابط میان فرد و گروه (همان‌گونه که قبلاً نیز استدلال شد) و هم بر زوال تاریخی ایدئولوژی‌ها و اتوپیا‌های اجتماعی بگذارد.

فهم این بحران، در پرتو سرخوردگی‌های اخیر از سرمایه‌داری و سوسیالیسم غرب (و نه کمونیسم و مائونیسم) دشوار نیست. مردم از اتحادیه‌ها و دولت‌های رفاهی، علم و فن‌آوری و خطرات ناشی از آنها برای محیط و بازارکار ناامید شده‌اند. خلاصه اینکه سرخوردگی، موجب بروز بی‌تفاوتی در میان اکثر مردم و در میان بخش‌هایی از جوانان، به ویژه جوانان متوسط اروپا، منجر به پذیرش نئوفاشیسم شده است. انحطاط ایدئولوژی‌های سیاسی - اجتماعی غرب در حالی که نهادهای دولت رفاهی در حال فروپاشی است، در بستری به وقوع می‌پیوندد که متصف به ویژگی رفاه و وفور نسبی اقتصادی، به ویژه در میان طبقات متوسط است که این رفاه موجب افراط در مصرف‌گرایی از یک طرف و مشکلات اجتماعی، چون مواد مخدر، الکلیسم و اضطراب، از سوی دیگر شده است. نتیجه تحقیقی طولانی در زمینه رهبری در هر دو سوی دریای آتلانتیک، این دریافت هوشمندانه بوده است که رخوت کنونی جوامع غربی نیازمند علاج و داروی با هم بودن و انواع مختلف و تازه‌ای از رهبران است که باید خود را نمایان و ظاهر سازند.

خلاصه اینکه، آرمان‌های اجتماعی که زمانی به تعریف انرژی‌های سیاسی و تأکید بر آن می‌پرداختند، رقابت و رقبای جدیدی را برای اصلاح به وجود آوردند و راه را برای قشربندی‌های منعطف‌تر هموار

ساختند و به اخلاق دین‌گريزانه که به نقطهٔ ناتوانی در بسیج مردم و اجابت خواسته‌ها و نیازها رسیده است، مشروعیت بخشیدند. ضمناً، هیچ ایدئولوژی جدید و نیرومند یا هیچ مجموعه‌ای از آرمان‌های نظری، در تبیین واقعیت اجتماعی کنونی جایگزین ایدئولوژی یا آرمان‌های قدیمی نشده است.

همین نقض و عدم تناسب مراجع و هدایتگری اجتماعی کنونی، موجب جستجوی پیوستهٔ مراجع اجتماعی حول محور حرکت‌ها و جنبش‌های اجتماعی بی‌پایه و سست شده است که برخی از آنها در بعضی اوقات محوریت داشته‌اند، مثل طرفداران محیط زیست، فمینیست‌ها و شاخه‌های مختلف آنها یا دیدگاه‌های جایگزینی چون «عصر جدید»^۱، خود شکوفایی^۲ و خود بهبود بخشی. نقطهٔ مشترک همه اینها، این پیش فرض ناگفته است که نوعی نیاز مبرم به استقرار مجدد تعادلی در زندگی فرد و بازتولید نظم و هماهنگی (که در شرایط زندگی مدرن برهم خورده و از بین رفته است) و عودت دادن مردم به دوران سازش با طبیعت و تشویق به مشارکت در فرهنگ و آزاد شدن از رازهای غیر عقلانی و رهایی از ترس‌های ناشناخته وجود دارد.

باز یافت و احیای فرد به عنوان هدف و آرمانی اجتماعی، موجب ترقی و هدایتگری اجتماعی شده است که به طور طبیعی بر رضایت و خشنودی افراد از محیط اجتماعی تأکید می‌ورزد. در نتیجه، این روند به طور وسواس‌گونه بر هنجاری بودن به عنوان شاخصی که تقدم و اولویت فرد بر نیروهای جبری بیرونی را اثبات می‌کند، تأکید ورزیده است. رسانه‌های امریکا در میان دیگر رسانه‌ها، این زمینه را منعکس می‌سازند، و نیاز بینندگان و خوانندگان خود را با وظیفه‌شناسی تأمین می‌کنند. تعداد قابل توجهی از قضایا، حول محور مرزبندی‌های موارد مشکل ساز هنجاری بودن تمرکز یافته‌اند و به اجبار موجب برانگیخته شدن مناقشات عمومی می‌شوند. این نکته مثلاً در قضایای مربوط به آنتی‌اهیل^۳، جریان برادران منندر^۴، موضوع مایکل جکسون، موضوع باییت^۵، اعدام قاتل زنجیره‌ای، محاکمه او. جی. سیمپسون^۶ و غیره تبلور یافته است. این دل مشغولی به «هنجارهای بودن»، معطوف به اعمال مرزبندی‌های اجتماعی هنجاری در جهانی است که به صورت روزافزون تحت سیطرهٔ امور خصوصی قرار دارد.

مثال هنجاری بودن، محصول و سازهٔ اجتماعی نسبتاً تازه‌ای است که از لحاظ تلاش عمومی برای

1. New Age

2. self - actualization

3. Anita Hill

4. Menendez brothers

5. Bobbit

6. O.J.Simpson

مداخله در جهان افراد و زندگی خصوصی آنها از طریق تبدیل اجباری موارد غیر متداول و غیرمستترک فرد به منبع و مرجعی اخلاقی - اجتماعی، مورد جالبی محسوب می‌شود. این تحول با طرح مسائل خصوصی در حوزه عمومی صورت می‌گیرد که در نتیجه آن، چهارچوب‌های فردی و ادار به رعایت قواعد هنجاری می‌شوند. خلاصه اینکه قرار نیست از حمله بی‌امان چهارچوب‌های فردی به قواعد جمعی ممانعت به عمل آید (اغلب از طریق گزینش چهارچوب‌های نامعمول)، بلکه تلاش بر این است که بین اصول فردی و حوزه عمومی، که زمینه ساز تمام شبکه‌هاست میانجی‌گری شود. هدف آن است که برخی از صور نظم تحمیل شود. قواعد فردی به تنهایی و بدون ارتباط و اتکا بر نظامی عالی‌تر و همگانی ممکن است به صورت خطرناکی گسیخته شود و لذا مستعد تجزیه و تبدیل به واقعیتی تک‌خصیصه و یک‌بعدی شود که با وهم و خیال تعریف می‌شود. به ویژه رسانه‌های گروهی فراگیر به قدرتمندترین سیستم واسط تبدیل شده‌اند، اما لزوماً تنها نظام واسط نیستند.

نیاز به وساطت، اساساً هم بر آمده از ساختار شبکه - گروه است و هم از ماهیت روابطی که در آن درگیرند. از آنجا که شبکه، ساخته دست خود فرد است و از لحاظ نظری به همان تعداد که انسان وجود دارد، شبکه هم وجود دارد و از آنجا که آدمی از آنچه که در شبکه شخصی رخ می‌دهد آگاه است و البته به اجمال از تعداد اندکی از شبکه‌های دیگران نیز آگاه است، همیشه به چشم‌انداز وسیع‌تری از دانش، اطلاعات و انواع مختلف تفسیرها احساس نیاز می‌کند که این احساس از شبکه فردی فراتر می‌رود. همچنین، تمام افراد در روابط محدود خود مجبور به جستجو و یافتن اطلاعات ضروری درباره شبکه‌های دیگر هستند و به همان میزان که به طور مستمر آماده شناخت و کشف راهبردهای اساسی برای بهبود بخشیدن به شبکه خویش هستند، پرسش‌هایی از این دست که «آنها چگونه موفق به شناختن یکدیگر شدند؟ کجا یکدیگر را ملاقات کردند؟ چگونه آدمی به کشف و شناخت پرداخته است؟»، به شدت متداول شده است. در نتیجه، زمانی فرد مجبور به جستجوی پیوسته برای یافتن «آنچه که در حال وقوع است» می‌شود و دائماً با هر چیزی که ممکن است فراهم آورنده اطلاعات و تفاسیر درباره سایر شبکه‌ها و انشعابات و شاخه‌های فرعی آن - مثل راهبردهای شبکه‌سازی - باشد، هماهنگی پیدا می‌کند.

سخن دورکیم مبنی بر اینکه مردم فکر نمی‌کنند، بلکه در تفکر مشارکت می‌ورزند، هیچ‌گاه مانند زمان حاضر صادق نبوده است. تنها تفاوت این است که در جامعه کنونی، مردم در فرایند مشترک و کلی تفکر مشارکت می‌جویند. بنابراین، ارتباط ضروری است و رسانه‌های گروهی در این میان نقش اصلی را به عهده دارند.

اين واسطه‌پذيري در حال رشد روابط انساني در جامعهٔ معاصر است که احساس جمعي قدرت را ضعيف کرده و توان وقابليت تعالي اخلاقي و امکان ايجاد نمادهای مقدس را به تحليل برده است. دخالت بسياري از واسطه‌ها در روابط بين افراد با آگاهي آنها به اين نکته که جزئي از يك جامعهٔ باهويت هستند تعارض پيدا کرده و به استحکام لازم براي ايجاد احساس مشترک اخلاق و شکوه و جلال که مي‌تواند به امري مقدس منجر شود صدمه وارد مي‌کند.

تعداد اندکي از عوامل واسطه‌اي خاص کاملاً مشهود هستند. آنها به قدرتي که وابستگي را تحمیل مي‌کند، تجسم مي‌بخشند و مانند هر چيز ديگري که از لحاظ اجتماعي ابداع مي‌شود، براي اهداف و مقاصد اوليهٔ خود اولويت قائل مي‌شوند. اين عوامل که در برگیرندهٔ بسياري از مسائلي است که بارتز آنان را اسطوره سازاني با زندگي خاص خودشان ناميد، آنچنان خود مختار و مستقل مي‌شوند که مايل به تقلید از زندگي برخی جوامع و حتی شبیه‌سازي از عملکرد عرصه‌اي چون سياست مي‌شوند. اين نکته در مورد رسانه‌های گروهی و البته دربارهٔ سازمان آگهی‌ها، جهان تجارت شبکه‌های کامپيوتري، کلپ‌های تفریحي، مؤسسات مسافرتي، کلاس‌های آموزشی بزرگسالان، گروه‌های حمايت کننده از برنامه‌های درماني، سازمان‌های سياسي و داوطلبانه، برنامه‌های تبادل و داد و ستد بين‌المللي، اصناف کارگري و... نیز صادق است. در کل عوامل واسطه به ابزار مهمي تبديل شده‌اند که موجب بروز و ايجاد احساس نادرستي دربارهٔ برانگيختن توان اجتماعي مي‌شوند.

گروه - شبکه‌ای که بر اساس نموده‌های مفرط فردي ساخته مي‌شود و به نوبهٔ خود نیز آن را توليد مي‌کند، با انعکاس يافتن از طريق اين واسطهٔ مبهم هماهنگ مي‌شود، زیرا واسطهٔ مذکور اين تصور را ايجاد مي‌کند که گروه - شبکه قادر به پرکردن شکاف نابهنجار غيرقابل تحملي خواهد بود که بين تجليات قدرتمند افراد و تجليات ضعيف جمعي به وجود مي‌آيد. در جامعه‌ای که تجليات فردي با افراط بروز مي‌يابد، نوعي بي‌اعتقادي نابهنجار پديدار مي‌شود و در تلاش براي پايان دادن به چنين وضعي، هر نوع نمايش نشانه‌های برجستهٔ فعاليت اجتماعي به نوعي کانون تبديل مي‌شود. شبیه‌سازي «اختلال» ناشي از بسياري از عوامل واسطهٔ خاص، گاهي در زمينهٔ بيان ويژگي یک کانون اجتماعي گمراه کننده به نظر مي‌رسد، گرچه اغلب اينها چيزی جز خرده‌فرهنگ‌های زودگذر و يا گروه‌های مصرف‌گرای موقتي نيستند. نمادها و عوامل واسطهٔ فراواني که از راه خود ارتقابخشي، خودنمايي و شهرت‌طلبي عمل مي‌کنند با جدیت تمام براي موفقیت در بازار - خواه در بازارهای سياسي، خواه اقتصادي يا فرهنگي - فعاليت مي‌کنند و در عين حال به طور غيرمستقيم و غالباً ناخودآگاه در تلاشي پنهاني براي تعريف حوزهٔ

عمومی‌ای که جدیداً در حال تکوین است مشارکت دارند. در هنگامه‌ای که ناپهنجاری با زندگی روزمره آمیخته و عجین می‌شود و روابط اجتماعی با وساطت واسطه‌ها انجام می‌پذیرد، تنها مراکز اجتماعی پراکنده و نسبتاً ضعیفی به تولید توان اجتماعی می‌پردازند، فرهنگ بیش از عوامل اجتماعی در تعریف حوزه عمومی به نیرویی حیاتی و مسلم تبدیل می‌شود.

گرگن^۱ (۱۹۹۰) در تحلیل عصر پست مدرن می‌گوید: «در دیدگاه پست مدرن، فریاد و جوش و خروش اجتماعی در شمار باورهای قلبی، اصول اخلاقی یا احساسات عمیق آدمی به حساب نمی‌آید، بلکه به صورت خیلی ساده، شکل دیگری از عملکرد است». در زمان کاهش نسبی جوش و خروش اجتماعی با اجتناب از استفاده بودریلارد از پیوستار «تحول و انتقال اجتماعی»^۲ عملکردهای فرهنگی، به ویژه نمایشگرها، مراسم مختلف و بخش غالب آن چیزی که ذیل واژه مناسب دین‌گرایانه قرار می‌گیرد، عموماً به صورت مغشوشی اجتماعی به شمار می‌آیند. جوش و خروش‌های اجتماعی بی‌اهمیت و ناچیز که از سازوکارهای فرهنگ کنونی نشئت می‌گیرند، به استحکام گروه و احیای کنش‌های اجتماعی کمکی نمی‌کنند و این ما را متوجه وضعیتی می‌کند که در آن مناسب کنونی به سازوکارهای فرهنگی خودمختار و مستقلی تبدیل شده‌اند که قویاً معطوف به عملکرد و فعالیت و همراه با تأکید بر نمایش به عنوان وجه اصلی و عمده شبکه فرهنگی‌اند.

خلاصه اینکه در این فصل کوشیدیم بحران آیین را با بهبود بخشیدن به تفسیر وضعیت ناپهنجاری که ویژگی جوامع معاصر است تحلیل کنیم و در سطح بالاتری از پژوهش چنین نتیجه‌گیری شده است که سامان ساختاری شبکه - گروه که به طور فزاینده روابط فرد و گروه را تعریف می‌کند، کلید فهم نوع جاری و رایج نابسامانی است و ممکن است درباره روابط میان فرد در مقابل چهارچوب اجتماعی و تلاش‌های میانجی‌گرانه برای تبدیل اولی به دومی شناخت بیشتری ارائه دهد. به نظر می‌رسد رسانه‌های شدن روابط اجتماعی و ظهور ابزارهای نمایش دهنده یکی از عوامل اصلی بحران آیین و استیلای «نمایش‌گر» است.

مراجع

- Bar- Haim, G. (1996). Media charisma and the artificial global culture. In S. Bramen & A.Sreberny-Muhammadi (Eds.), *Globalization , communication, and transnational civil society* , Paramus , NJ: Hampton.
- Baudreillard. J. (1983a). *In the shadow of the silent majorities or the end of the social*. New York : Semiotext (e).
- Baudreillard, J. (1983b). *Simulations*. New york: Semiotext(e).
- Bauman,z. (1992). *Intimations of postmodernity*. London:Routledge & Kegam Paul.
- Durkheim, E. (1964). *The division of labor in society*. New York: Free Press.
(Originally published in 1893)
- Durkheim , E. (1965). *The elementary forms of the religious life*. New York: Free press. (Originally published in 1912)
- Gergen, J.K. (1991). *The saturated self*. New York: Basic Books.
- Hilbert, R. (1986). Anomie and the moral regulation of society. *sociological Theory*, 4,1-19.
- Kis, D. (1990), *The encyclopedia of the dead*. London : Faber and Faber.
- Lefebvre , H. (1968). *Everyday life in the modern world*. New york: Harper Torchbooks.
- Martin , B . (1983). *A sociology of contemporary cultural change*. Oxford , UK: Basil Blackwell.
- Merton , R. (1968). *Social theory and social structure*. New York : Free Press.
- Mestrovic , S. G(1985). Anomie and sin in Durkheim's thought. *Journal for the Scientific Study of Religion* , 24 (2) , 119-236.

فصل پنجم

شبکه تجلیات جمعی

نات لاندبای

در جامعه‌ای که بازتابندگی فردی^۱ شیوع یافته است، رسانه‌ها، فرهنگ و دین در قالب هم بافته‌ای از شعائر جمعی با هم ارتباط می‌یابند. امیل دورکیم به دلیل طرح مفهوم شعائر جمعی مورد تمجید قرار گرفته است، زیرا شناخت ریشه‌های فرهنگ را به عنوان عنصری که از لحاظ تحلیلی از نظام اجتماعی استقلال دارد، مورد توجه قرار داده است (بلا، ۱۹۵۹). او با نوشتن مقاله «صور اولیه زندگی دینی»^۲ (۱۹۶۸-۱۹۱۲) به فهم دین از منظر منطقی-اجتماعی کمک زیادی کرد. دورکیم قبل از پیدایش رادیو و تلویزیون از دنیا رفت و هرگز رسانه‌های جدید را به چشم ندید. از آنجا که رسانه‌ها از نمادها و تصورات متعارض استفاده می‌کنند، به ایفای نقشی مهم در ایجاد، دوام و تغییر زبان و نمادهای جمعی (مثل مفاهیم، مقولات، اسطوره‌ها، اعتقادات، نمادها) می‌پردازند (پیکرینگ^۳، ۱۹۸۴؛ روتنبوهرل^۴، ۱۹۹۳).

تعامل^۵ جمعی

جامعه‌شناسانی چون گیدنز، هابرماس^۶ و بوردیو^۷ (همه تحت تأثیر دورکیم) برای ارائه فهمی درست‌تر از روابط متقابل فرد و جامعه از طریق برخی عوامل واسطه تلاش کرده‌اند. به گفته رابرت وایت، در کتاب حاضر، در کنار نظریه‌های نشانه‌شناسی اجتماعی هم‌اکنون از ابزار قدرتمندی برای فهم و تبیین فرایند

1. individual reflexivity
3. Pickering
5. Interplay
7. Bourdieu

2. Elementary Forms of the Religious Life
4. Rothenbuhler
6. Habermas

«وساطت» و معنابخشی بیشتر از آنچه که دورکیم قادر به عرضهٔ آن بود، برخورداریم.

نمادها و شاعر جمعی باید در عین حال که عامل وساطت می‌شوند، فهمیده و درک شوند. این تجلیات در فرایند تعامل میان ساختار و عاملان^۱ و در جریان دلالت‌ها و معنابخشی‌های جاری و موجود شکل می‌گیرد. هنگامی که رسانه‌های مدرن در این فرایندها درگیر و وارد می‌شوند، متون سایر برنامه‌هایی که تهیه‌کنندگان در یک مجموعه و فضای ساختاری و فرهنگی خاص تولید می‌کنند، ممکن است برای استفاده‌کنندگان و مخاطبان در زمینه‌های کاملاً متفاوتی کاربرد یابد. نمادها فقط تا آنجا جمعی به شمار خواهند آمد که مخاطبان به تأیید ساخت نمادین فرایند تهیه و تولید برنامه بپردازند و تولیدکنندگان نیز قادر به دریافت نظر خوانندگان و مخاطبان و هم‌سویی و هماهنگی با تفاسیر آنها باشند. در مقالهٔ رابرت وایت، چهار مرحله برای ایجاد نوعی وفاق و اشتراک عقیده میان تهیه‌کنندگان و مخاطبان و تشکیل مجموعه‌ای از نمادهای جمعی که هر دو طیف به طور مشابه در فرایند تولید یا دریافت برنامه‌ها بدان التزام داشته باشند، مطرح شده است.

در این فصل، به تأمل و تعمق در فرایند رسانه‌ای شدن امور در سطح جهانی می‌پردازیم. این فصل به بررسی این پرسش می‌پردازد که آیا می‌توان تجلیات جمعی جهان‌شمول داشت یا خیر. این تجلیات به گروه‌های بسیار کوچکی که دارای نمادهای مشترکی هستند، محدود می‌شود؟

دورکیم واقعاً نمی‌دانست که عاملان مختلف (که وی آن را ذیل عنوان تجلیات فردی قرار می‌دهد) چگونه ساختار معانی یا مفاهیم را به تجلیات جمعی تبدیل می‌کنند. به علاوه، وی مسئول این دیدگاه اساسی است که جامعه، پیش از آنکه محصول افراد و عملکرد آنها باشد، محصول نمادهای جمعی است. فهم تفکر نمادهای مازاد^۲ جمعی و به کار بستن آن در فرایند تحلیل دین، رسانه و فرهنگ در جامعه کنونی ضروری است، زیرا از این طریق به شناخت و دریافت مسائل مقدسی که از نظرها نهان است نائل می‌شویم. لب و جوهرهٔ نظریهٔ دورکیم (۱۸۹۸-۱۹۷۴) دربارهٔ نمادها این است که زمانی که نمادها آفریده می‌شوند، تا مدتی مثل محصول رسانه‌ها به زندگی خویش ادامه می‌دهند. تجلیات جمعی «چیز دیگری می‌شوند» که فراتر از برآیند و یا مجموعهٔ سادهٔ احساسات شخصی یا تجلیات فردی است. او تأکید می‌کند که بدون تردید هر فردی خود، بخشی از این تجلیات را در بر دارد، اما نمادها و تجلیات جمعی، به عنوان یک کلیت، بر فرد فائق آمده، او را متحول می‌سازد. نمادهای جمعی، شبکهٔ زندگی اجتماعی را شکل می‌دهند، مفاهیم دوجانبه را در ساختار اجتماعی ایجاد و به این ترتیب، از طریق ارتباطات و معاملات

اجتماعی، جماعت را بازآفرینی می‌کنند [۱].

فرد با این جماعت رو به رو و با دنیایی که ظاهراً عینی است یکپارچه می‌شود و از طریق جامعه‌پذیری و درونی‌کردن از آن چیزهایی می‌آموزد و آن را به عنوان سرمایه‌مشارکت و بروز خویشتن^۱ مورد استفاده قرار می‌دهد. برگر و لاکمن (۱۹۶۶-۱۹۷۱) با رجوع به آرای دورکیم، به توضیح این پویایی مستمر می‌پردازند و معتقدند که نمادهای جمعی، «جهان نمادینی»^۲ را به وجود می‌آورند که می‌توان آن را «جهان مقدس» به شمار آورد (برگر، ۱۹۶۷). بنابراین، نمادهای جمعی به خلق امور مقدس می‌پردازند. بنا به اعتقاد دورکیم، هر جامعه‌ای متکی بر نمادهای جمعی است و امر قدسی تجلی کاملاً جمعی محسوب نمی‌شود، بلکه نماد و جوهر جماعت و شعائر جمعی به معنای درست کلمه است (بیکرینگ، ۱۹۸۴). فهم جامع امر قدسی ظاهراً ممکن است و می‌توان آن را در خصوص تلاش‌های معطوف به معنابخشی و دلالت‌های متنوع و متکثر امروزی به کار برد. با این همه، می‌توان دریافت وقتی وایت در این کتاب امر مقدس را خیر مطلق می‌داند که باید همراه با زندگی روزمره و دین‌گریزانه و کاستی‌ها و نواقص آن فهمیده شود، متأثر از برداشت دورکیم درباره امر قدسی و ارتباط آن با امر نامقدس است و در عین حال الگوهای متفاوت‌تری از فرهنگ‌ها را نیز بررسی می‌کند. دورکیم امر قدسی را در جامعه به عنوان کمال جمعی مورد تحلیل قرار داد، اگرچه به قول بیکرینگ (۱۹۸۴)، جدی‌ترین اختلافات و تفاوت‌ها در خصوص درک دورکیم از جامعه، ناشی از این واقعیت است که او هرگز جامعه را به صورت قطعی تعریف نکرده است. نظریه نمادهای جمعی او را می‌توان برای شناخت خرده‌فرهنگ‌ها و جوامع فراملیتی نیز به کار بست.

تجلیات المپیک

امروزه تا حدودی به علت وجود رسانه‌های الکترونیکی فراملیتی، فهم ما از جامعه از سطح مسائل ملی فراتر رفته است. پخش تلویزیونی بازی‌های المپیک موجب توجه به جامعه جهانی و جوامع ملی به عنوان واحدهای تشکیل دهنده آن شده است. مراسم افتتاحیه و اختتامیه بازی‌های المپیک، نقطه اوج عملکرد نمادهای جمعی و بروز و نمود جهانی آن است برای مثال، آنها با نوع استدلال‌های کلان دورکیم تناسب و همخوانی دارند. من نیز بحث خود را درباره دین، رسانه و فرهنگ به مراسم افتتاحیه المپیک زمستانی ۱۹۹۴ در شهر لایل‌هامر^۳ نروژ مرتبط خواهم ساخت [۲].

1. Externaliztion

2. symbolic universe

3. Lillehammer

برخی اعتقاد به وجود گرایش دورکیمی در مطالعات فرهنگی دارند (الکساندر^۱، ۱۹۸۸). تأثیر و نفوذ پیوسته دورکیم بر جامعه‌شناسی دین جای بحث ندارد، هر چند تأثیر نظری او بر جریان تحقیقات در رشته ارتباطات بیشتر ضمنی بوده است (روتنبوهرلر، ۱۹۹۳). اما در حوزه تحقیقات رسانه‌ای، پژوهشگرانی چون دایان و کاتز (۱۹۸۸) وجود دارند که معتقد به تأثیر دورکیم در تحقیقات و مطالعات خود دربارهٔ رسانه‌ها هستند. بار- هایم در مقالهٔ خود در این کتاب، از نظریهٔ دورکیمی برای تحلیل شبکهٔ کامل دین، رسانه و فرهنگ استفاده می‌کند.

مراسم بازی‌های المپیک مصداق برجستهٔ ابرنمایشگرها هستند که بار- هایم از آن سخن گفته است. این مراسم با برخورداری از جاذبهٔ وسیع فنی، درصد جبران نبود اسطوره و متافیزیک برآمده است و در همان حال، رویدادی رسانه‌ای است که مخاطبان زیادی را با استفاده از امواج الکترونیکی به تپش قلبی جمعی وا می‌دارد. البته این مراسم در شمار رویدادهای رسانه‌ای دوران‌ساز و بسیار مؤثری نیست که مدنظر کاتز و دایان (۱۹۹۲) است. مراسم افتتاحیهٔ لایل‌هامر از بسیاری جهات همانند نمایشی رسانه‌ای بود و می‌توان گفت که نمونه‌ای از رابطهٔ کنونی بین جامعه، دین و شعائر جمعی محسوب می‌شد [۳].

بار- هایم و دایان هر دو امر قدسی را بر اساس سنت دورکیمی تعریف می‌کنند، یعنی آنچه که مردم جامعه آنها را متمایز می‌کنند تا آن را عبادت و یا در برابر آن حیرت کنند و یا از آن بیم داشته باشند (دورکیم، ۱۹۶۸-۱۹۱۲). بار- هایم در ورای این ابرنمایشگرها موقعیتی را تشخیص می‌دهد که موجب وضعیت سست و شکنندهٔ اجتماعی است و آن جامعهٔ بی‌هنجاری است که فاقد محورها و ارکان مقدس است. طبق استدلال او، مراسم افتتاحیه‌ای که به صورت گسترده از تلویزیون پخش می‌شود، قادر به پرکردن خلاء یاد شده و ارائه کارکردی چون کارکرد مراسم آیینی واقعی که معطوف به امور مقدس است نخواهد بود. از طرف دیگر، دایان (۱۹۹۵) معتقد است که در رویدادهای رسانه‌ای به نظر می‌رسد که تلویزیون واجد نقش دینی یا آیینی می‌شود و این به معنای آن است که تلویزیون فراهم‌کنندهٔ چهارچوبی است که ویژگی‌های مقدس هر رویدادی را پخش می‌کند. مسئولان برگزاری مراسم افتتاحیه المپیک لایل‌هامر، آشکارا خواستار خلق رویدادی رسانه‌ای برای مخاطبان بی‌شمار خود در ۱۳۴ کشور، آن هم با استفاده از عناصر مختلف دینی و اسطوره‌ای در سطوح و لایه‌های متنوع فرهنگی بودند. به نظر می‌رسد آنها موفق هم شدند. مراسم افتتاحیه با فراخواندن و کشاندن مخاطبان جهانی به عالم اسطوره‌ای [۴] شعائر جمعی، آغاز بسیار جالب توجهی داشت.

تجلیات جمعی: ساختارهای پیچیده

پخش تلویزیونی مراسم افتتاحیه نشان داد که افراد نمادهای جمعی را در رسانه‌های مدرن و در چهارچوب‌های ساختاری مشخصی می‌سازند. این چهارچوب‌ها نمایانگر مصنوع بودن واقعیت و واقعی بودن ساختار است (پیترز و روتنبوهرلر، ۱۹۸۹). مراسم افتتاحیه عملاً به عنوان محصول و برنامه‌ای رسانه‌ای، دارای ساخت نمادین کاملاً پیچیده‌ای بود و در مقام نمادی جمعی، از بازیگران و تحولات نمادینی که می‌توانست ایجاد کند مستقل نبود.

در فرآیند ساختن، خود تلویزیون باید طبق نیازهای مراسم یاد شده، مبنی بر انطباق یافتن با قواعد و شرایط تلویزیون‌های بین‌المللی و برای مخاطبان جهانی، تحولات نمادینی پیدا می‌کرد. کارگردانان این برنامه‌ها باید طبق چهارچوب‌ها و مقرراتی کار می‌کردند که به صورت جزء به جزء، در منشور المپیک برای این مراسم (در کمیته بین‌المللی المپیک ۱۹۹۳) تدوین شده بود و سپس در چهارچوبی رسمی، فهم و درک هنری خود را شکل می‌دادند (بئاردسون^۱ و وام^۲، ۱۹۹۳).

بر اساس این مبنای دوگانه، یعنی کارگردان هنری و تهیه‌کننده اجرایی، کارگردان تلویزیون و گروه همکارانش بر اساس فهرست برنامه‌هایی کار می‌کردند که مجریان و تهیه‌کنندگان برنامه‌ها به گزارشگران تمام شرکت‌های تلویزیونی ارائه کرده بودند تا به مخابرهٔ مراسمی مبادرت ورزند که عملاً برگزار شده و به هر تقدیر به عنوان مراسم تلویزیونی و در واقع به عنوان نمایش رسانه‌ای [۵] طراحی شده بود.

رابطه و نسبت میان مراسم انجام شده و آنچه که از تلویزیون پخش شد، رابطهٔ پیچیده و بغرنجی است که علت و محصول وجوه مختلف منشور المپیک، درک هنری و فهرست برنامه‌هاست که هر کدام طرفداران خاص خود را دارد. کارگردان هنری به آموزش ۳۵۰۰۰ تماشاچی حاضر در ورزشگاه پرداخت و به همه آنها رپوش سفیدی پوشاند تا برای مراسم آماده شوند و کنتراست برف‌گونه‌ای برای دوربین‌ها فراهم شود (بئاردسون، مصاحبه شخصی، سوم ژوئیه ۱۹۹۴) و بدین ترتیب این همان عملکردی است که خالق المپیک‌های مدرن پیر دو کوبرتن^۳ توصیف کرد. شماری از جمعیت حاضر در استادیوم، نقش بازیکن و شماری دیگر نقش تقدیس‌کننده را برعهده داشتند (مک آلون^۴، ۱۹۸۴).

آنچه که بینندگان در سرتاسر جهان می‌توانستند مشاهده کنند، در نهایت، محصول تصمیماتی بود که از سوی کارگردان تلویزیون، یعنی مسئول تبدیل مراسم به برنامه‌ای تلویزیونی اتخاذ شده بود. این برنامه

1. Baardson

2. Kvamme

3. Pierre de Coubertin

4. Mac Alloon

محصولی بود که از فیلمبرداری‌های ۲۶ دوربین و عکاس تلویزیونی در سراسر میادین ورزشی به دست آمده بود. مجریان و مسئولان پخش به ارائه برنامهٔ تلویزیونی دوساعته‌ای که دارای سه قسمت بود پرداختند. مضمون این قسمت‌ها به شرح زیر بود: قسمت اول: مراسم استقبال و خوشامدگویی، معرفی زمینه و چهارچوب این بازی‌ها با فرود چتربازهایی به شکل پرندگان و عرضه و نمایش فرهنگ میزبان از طریق نمایش کودکان، ویولن‌نوازان، رقصان، پرش اسکی‌بازان، اسب‌ها و گوزن‌ها در فستیوال بازی‌ها. قسمت دوم: عناصر آیینی که در منشور المپیک گنجانده شده بود و قسمت سوم: اجرای برنامه‌های هنری با موجودات اسطوره‌ای که سراسر میدان را دربرمی‌گرفتند.

مراسم تلویزیونی: عناصر مقدس

مراسم افتتاحیهٔ المپیک لایل‌هامر این نکته را مشهود کرد که در آیین المپیک، شعائر و تجلیات مقدسی وجود دارند که در پخش مراسم از طریق تلویزیون می‌توان آنها را به تصویر کشید. منشور المپیک (۱۹۹۳) در پاسخی عملی به فراخوان دورکیم مبنی بر «لزوم برگزاری جشنواره‌ها و مراسم جدید جهت هدایت بشر، عناصری آیینی را در دین المپیکی مورد نظر کوبرتن گنجانیده است (مک آلون، ۱۹۸۱: روتنبوهرلر، ۱۹۸۹). هر چند در لایل‌هامر تا حدی از آیین مقرر شده عدول شد. مثلاً می‌توان به پرش خطرناک اسکی‌بازان در حین حمل مشعل المپیک اشاره کرد که جایگزین روش مقرر قبلی شده بود که در آن دوندگان در استادیوم در اوج رفاقت و صمیمیت مشعل را دست به دست می‌کردند.

مراسم در بعدازظهر و در روشنایی روز آغاز شد. زمانی که نوبت به پخش برنامهٔ هنری رسید، تاریکی همه جا را فراگرفته بود و طبق برنامه فضا حالتی عرفانی یافته بود (بناردسون، مصاحبه شخصی، سوم ژوئیه ۱۹۹۴). نویسندگان و طراحان جلوه‌های هنری تصمیم گرفتند جهان را با موجودات زیرزمینی، یعنی با یکی از اسطوره‌های قدیمی اسکاندیناویایی به نام «تر»^۱ که تعدادی از آنها از زیرزمین به میدان برگزاری مراسم وارد می‌شدند، آشنا سازند. عقیده بر این بود که رقصندگان، آکروبات‌ها و اسکی‌بازان، وترها را آن گونه به تصویر بکشند که گویی مراسم افتتاحیه پژواک و انعکاسی است از مراسم افتتاحیه بازی‌های زمستانی وترها. آنها در لباس‌هایی که در آن از رنگ‌های پنج‌گانهٔ المپیک استفاده شده بود به صورت پنج قبیله که هر یک بیانگر یک قاره بود، به اجرای نمایش پرداختند. وترها در قالب داستان‌های جن و پریان معرفی می‌شدند، لذا رویداد مذکور بین واقعیت و تخیل (داستان) نوسان می‌یافت. زمانی بود که در

اعماق جنگل‌ها و بلندای کوه‌ها، موجودات کوچک صلح دوستی زندگی می‌کردند که و تر خوانده می‌شدند، این را مجری مراسم با توجه به قابلیت و ظرفیت نمایشی و ترها می‌گفت. قدرت تلویزیون در پخش و انتقال مراسم، زمانی مشخص شد که یک دوربین، کتاب داستان پریان و نقاشی‌های داخل آن را بزرگ نشان می‌داد و متناسب با آن تصویر، تلویزیون فردی را نشان می‌داد که مثل و ترها لباس پوشیده و درست شبیه همان تصویر کتاب بود. در حالی که گوینده می‌خواند که «انسان‌ها نمی‌توانند و ترها را ببینند، اما اگر شما سکوت کامل را رعایت کنید، شاید صدایشان را بشنوید»، تصویر واقعی وارد زمین بازی می‌شد تا و ترهای بیشتری را به صحنه بکشاند. نقطه اوج مراسم افتتاحیه زمانی بود که و تر تخم‌مرغ بزرگی را از روی زمین بلند کرد و آن را به کره تبدیل و کره را به گلی شکفته و گل شکفته را به کبوتر عظیم‌الجثه صلح تبدیل کرد. در اینجا از تغییر موسیقی متن برای تقویت تحول و تغییر تصاویر متحرک استفاده شد.

موسیقی که با تمام برنامه هماهنگ و مکمل آن بود، بیانگر نوع دیگری از تغییر نمادین در سراسر مراسم بود. کارگردان هنری، آگاهانه موسیقی‌ای را انتخاب کرد که آمیزه‌ای از سنت‌های مختلف دینی بود و در مجموعه‌ای زیر نظر او تلفیق و ترکیب می‌شد. نوازندگان ویولون و رقصان به اجرای رقص شیطان پرداختند، در حالی که و ترها در زمین حضور داشتند. مراسم سوگواری مقدس بر اساس سنت آیینی کلیسای گریگوری برپا شد. زمانی که آنها دور هم جمع شدند تا شبکه‌ای زنده را تشکیل دهند، موسیقی مدرنی به نام موسیقی «راه سنگی»^۱ (یا مناسک راندن ارواح شیطانی) نواخته شد. این موسیقی با کمک رایانه و به پیروی از نظریه‌های مربوط به تحقیقات به اصطلاح آشوب^۲ آماده شده بود و طبق فهرست برنامه‌ها، بیانگر کوشش برای دفع ارواح پلید شیطانی جهان مدرن بود. در پایان مراسم و در نقطه اوج آن، آهنگی با گیتار و ارگ مدرن اجرا شد که بر اساس سرود «مرسی»^۳ درست شده بود که در مذهب پیتیستی^۴ لوتری نروژ آواز معروفی است.

مسابقات

هنگامی که پیش‌نویس طرح مراسم افتتاحیه در سراسر نروژ منتشر شد، برخی گزارش‌های انتقادی در میان عموم مطرح و موجب تضاد و مجادله با گروه‌های مذهبی خاص درباره برخی موضوعات شد. این گروه‌ها برای احیا و پیشبرد آرمان‌ها و اهداف خود بسیج شدند.

1. Stoneway

2. Chaos

3. Mercy

4. Pietistic

مناقشهٔ اصلی بر سر سرود المپیک بود. پس از ترجمهٔ سرود به زبان نروژی، گروه‌های دین‌باور یا بنیادگرای لوتری نروژ دریافتند که مضمون این سرود، زئوس را به عنوان روح باستان فرا می‌خواند. استدلال آنها این بود: چرا ما باید به تکریم و تعظیم زئوس بپردازیم؟ چرا نباید میراث مسیحیت نروژ را برای جهانیان به تصویر بکشیم؟ حتی یکی از اسقف‌های کلیسای نروژ به خیل منتقدان پیوست. این انتقادات بیانگر و برآمده از خرده‌فرهنگ‌های موجود در جامعهٔ بسیار متکثر نروژ نیز بود (لاندهای، ۱۹۸۸).

این رویداد اطلاعات زیادی در این خصوص ارائه کرد که چگونه گروه‌های خاص دینی بلافاصله علیه برنامه‌های بزرگ و رسانه‌ای بسیج می‌شوند که به قصد ایجاد ارتباط با مردم مذهبی و غیرمذهبی و با استفاده از زبانی جهانی و نمادین تهیه شده است. گروه‌های دین‌باور نروژ فهم اساسی خود از دین را بروز دادند، در حالی که کارگردانان بر اساس این فرض کار می‌کردند که مراسم افتتاحیه باید با توجه به خاستگاه‌ها و علایق فرهنگی مختلف بینندگان طراحی شود. دینداران معترض، بر اساس فهم جزئی و جزمی خود از کارکرد مذهب در جامعه رفتار کردند، در حالی که مسئولان تلویزیون این بخش از برنامه‌های خود را بر اساس فهم کلی و مشترک از نمادهای مقدسی تهیه کرده بودند که مبتنی بر اومانیزم جهانی بود.

کارگردانان مراسم افتتاحیه در مقابل اعتراضات مقاومت کردند. این اعتراضات به حدی بود که کارگردانان مجبور به پخش موزیک بدون کلام شدند (بناردسون، مصاحبهٔ خصوصی، سوم ژوئیه ۱۹۹۴). پیش از آنکه این حرکات و تلاش‌ها در جهت حل منازعهٔ به وجود آمده در زمینهٔ تجلیات نمادین باشد، حرکتی برای انحلال و الغای آن بود، زیرا مثلاً موسیقی مستعد تفاسیر گسترده و متنوعی است که پیش و بیش از آنکه با متون صریح و منصوص تناسب داشته باشد، با زمینه‌ها و بسترهای فرهنگی مختلف تناسب دارد و از آن نشئت می‌گیرد. این ساز و کار، در واقع توضیح‌دهندهٔ اعتراض دینداران به موسیقی مراسم بود. استفاده از آواز «مرسی» موجب اعتراض و انتقاد گروه‌های مذهبی شد. احتمال می‌رفت که این گروه‌ها از مراسم افتتاحیه که نقطهٔ اوج یکپارچگی بود، خارج شوند و نشانهٔ قدرتمندی از هویت را به نمایش بگذارند.

این در حالی بود که در مراسم مذکور، یکی از سرودهای آنان به عنوان یکی از موسیقی‌های اصلی مورد استفاده قرار گرفت، بدین ترتیب، به بخش پایانی مراسم، جلوه‌ای مسیحی بخشیدند، آن هم به دلیل حضور این جماعت خاص دینی در فرهنگ میزبان. مهم این است که این کار بدون نیاز به چنین

تفسیری از سوی بینندگان متعلق به سایر فرهنگ‌ها انجام پذیرفت. هیچ متنی همراه با سرود نیایش به کار نرفت و این موجب تسهیل ارتباطات فرافرهنگی شد. موسیقی بدون کلام دینی، مطابق با وضعیت‌های فرهنگی مختلف، مستعد تفاسیر مختلف است. واقعیتی که در مورد آن اتفاق نظر وجود دارد، با استفاده از نمادگرایی غیرعقلانی حاصل شد. با این همه، از نظر گروه‌های مذهبی معترض، این اساساً راه حل نادرستی بود، ولو اینکه تا حدودی به دلیل هویت‌بخشی مؤثر آن، موجب همگرایی و وفاق آنان شود.

مناسک

بعد از مسابقات، نمایندگان گروه‌های پیروز در آیین‌ها و مناسک مورد تکریم قرار می‌گیرند و از این نظر تا حدی صورت جمع به خود می‌گیرند. از گروه‌های مخالف نیز انتظار می‌رود که در این مراسم شرکت کنند. به طور مشخص، منشور المپیک، مراسم افتتاحیه را یک آیین می‌داند. مراسم افتتاحیه المپیک لایل‌هامر، نمایشی رسانه‌ای با عناصر مقدسی که از آیین اصلی المپیک برگرفته شده بود، معرفی شد؛ حتی با آنکه شکل اصلی آیین‌ها به نمایشی رسانه‌ای و متشکل از سبک‌های مختلف تغییر یافت [۶]. البته از عناصر دیگری از مقدسات که در خلال برنامه‌های هنری اضافه شد نیز استفاده شده بود. و ترها در لایل‌هامر مرحله آستانه‌ای مشکل‌زا را به نمایشی جذاب تبدیل کردند. آنها بالندگی و تعالی خاصی را موجب شدند. داستان و ترها از تجربه‌های آستانه‌ای نشئت می‌گیرد، هر چند در مراسم افتتاحیه المپیک لایل‌هامر به صورت نمایش تلویزیونی «فراآستانه‌ای» نیز عرضه شدند که به شکل نمایشی، ابعاد آستانه‌ای مراسم و آیین را متبلور می‌ساختند.

وتر واسطه زیرزمین و روی زمین است. طبق فرهنگ عامیانه، و ترها دارای جنسیت «مذکر» یا «مؤنث» نیستند. بلکه خنثی هستند و با ضمائر مربوط به اشیا به آنها اشاره می‌شود و این نشان می‌دهد که و تر واسطه تلقی می‌شود. با این حال، برای رسیدن به شناختی درست، نباید بر و تر به عنوان ابزار یا واسطه تکیه کرد، بلکه باید آن را واسطه یا تصریح‌کننده‌ای در چهارچوب بستری اجتماعی - فرهنگی به شمار آورد (مارتین باربرو، ۱۹۹۳). در گذشته، بر اساس اعتقادات و نحوه زندگی مردم، و تر نشان‌دهنده وضعیت فرد در نظام اجتماعی و فرهنگ و نیز قرار گرفتن فرد در یک موقعیت آستانه‌ای بود (هونکو^۱، ۱۹۶۲ و ۱۹۷۱؛ سولهایم^۲، ۱۹۵۲؛ استاین^۳، ۱۹۸۴). و تر رابط و واسطه‌ای بود میان جهان اکنون و جهان خارج از

1. Honko

2. Solheim

3. Statin

اینجا و بنابراین ایجاد رابطه‌ای بی‌واسطه و نامشهود را ممکن می‌ساخت [۷].

کارگردانان مراسم افتتاحیه در بازی‌های المپیک ۱۹۹۴ از وتر به همین صورت استفاده کردند تا حالات بی‌واسطهٔ عملیات پرش با اسکی در لایل‌هامر را به جهان بینندگان تلویزیونی خارج از میادین منتقل کنند. به علاوه، وتر دارای قابلیت وساطت میان سنت‌های خاص در فرهنگ میزبان و فرهنگ‌های گوناگون سایر نقاط جهان بود که در بازی‌های المپیک حضور داشتند.

مقاومت

نمادهای جمعی در ابرنمایشگرهای رسانه‌ای، شامل ارتباطات فرهنگی متقابل از طریق جستجوی ویژگی‌های مشترک در فرایند تهیهٔ برنامه‌هایی است که در آن به فرهنگ‌های متنوعی که بینندگان در چهارچوب آن به مشاهدهٔ برنامه‌ها می‌پردازند توجه شده است. این بسترهای دریافت، در آغاز با مقاومتی مواجه می‌شوند که ریشه در دیدگاه‌ها و ارزش‌های فرهنگ آن جامعه دارد. ساختار نمادینی که به دست تهیه‌کنندگان تلویزیون کشور نروژ در المپیک لایل‌هامر خلق شد، برای به حداقل رساندن و تقلیل این مقاومت‌ها تنظیم شده بود. شبکهٔ سی.بی.اس آمریکا حتی به تلخیص برنامه‌ها طبق سلیقه خود و پخش آن برای مردم آمریکا، آن هم با چند ساعت تأخیر پرداخت. همهٔ شرکت‌های تلویزیونی در نمایش مرحله پایانی مسابقات مشارکت کردند و با ارائهٔ تفسیر خاص خود به زبان ملی بر روی برنامه، به مخابره آن پرداختند.

المپیک زمستانی ۱۹۹۴ در نروژ توجه مخاطبان وسیعی را در سراسر جهان به خود جلب کرد. برای مثال، میزان بینندگان شبکه سی.بی.اس ایالات متحده در تمام مدت مسابقات بالا بود [۸]. اما دربارهٔ اینکه بینندگانی که زمینه‌های فرهنگی متفاوتی در سطح جهانی دارند و اینکه عملاً چه برداشتی از این مراسم داشتند، اطلاعی در دست نیست. چگونه در برابر تصاویر پخش شده مقاومت کردند یا آیا به صورت‌بندی مجددی از تصاویر یاد شده پرداختند؟ آیا این برنامه با معانی مقدس اعتقادی این بینندگان مطابق بود یا نه؟ آیا تلویزیون‌ها از شیوه‌ای دینی برای پخش این برنامه‌ها استفاده کردند فقط می‌توانیم بگوییم چیزی نمی‌دانیم. هر چند بررسی‌های آزمایشی در یکی از شهرهای آمریکا در زمان المپیک تابستانی سال ۱۹۹۲ نشان می‌دهد که این بینندگان تا حدود زیادی این بازی‌ها را برنامه‌هایی تلویزیونی تلقی می‌کردند که قابلیت و توانایی برانگیختن احساسات مردم در سطح جهان را

دارند (امرسون^۱ و پرز^۲، ۱۹۹۵)، در خصوص دریافت برنامه مراسم افتتاحیه المپیک ۱۹۹۴، هیچ تحلیل خاصی صورت نپذیرفته و لذا نمی‌توانیم به نتیجه‌گیری نهایی در حوزه‌ای که این نمادهای جمعی پخش و دریافت شده است بپردازیم. با این همه، امکان طرح برخی حدس‌های مفید و کارآمد وجود دارد. کارگردانان مراسم افتتاحیه لایل‌هامر با چالش و معضل مقاومت در این بخش میان فرهنگی ارتباطات مواجه شدند. مفهوم هنری بر این پیش‌فرض مبتنی بود که مردم در مقابل صفحات تلویزیون مجموعه‌ای از افراد متعلق به فرهنگ‌ها و ملیت‌های مختلف هستند. بنابراین، فرهنگ و ارزش‌های نروژ باید به صورت تلفیقی از برنامه‌های تصویری و زبان تلویزیونی معناداری ارائه می‌شد (بشاردسون و وام، ۱۹۹۳). کارگردانان باید بین عناصر مراسم المپیک، فرهنگ‌ها و نمادهای جمعی کشور میزبان با تنوع ترکیبات دینی و غیردینی‌اش، تنوع فرهنگ‌های ورزشکاران دعوت شده از ۶۶ کشور و همه فرهنگ‌های دیگری که باید از تلویزیون این مسابقات و برنامه‌ها را دریافت می‌کردند، پیوند ایجاد می‌کردند. پس این کارگردانان چگونه باید به تهیه و ساخت برنامه‌های تلویزیونی می‌پرداختند که برای مردمی با چنین خاستگاه‌های متنوع جهانی قابل فهم و تفسیر باشد؟

کارگردانان باید در برابر همه تعریف‌های «جزمی» از دین و سنت مقاومت می‌کردند. لذا تصاویر نمادین ساخته شده باید به صورت هماهنگ و یکدست ساخته می‌شد تا بیانگر تقدسی کارکردی باشد. کارگردانان باید به جای مقاومت از طریق مناسک، آن گونه که در خرده‌فرهنگ‌ها وجود دارد (هال و جفرسون، ۱۹۷۶)، در برابر تمام گروه‌های معترض مقاومت می‌کردند تا نمایش و مراسم ترکیبی خود را بسازند. آنان می‌بایست برنامه‌های تلویزیونی از مراسم اختتامیه می‌ساختند و این برنامه می‌بایست با درخواست (یا تقاضاهای استنباط شده و حدس زده شده) تفسیر و پخش نمادهای فراگیر در حوزه‌های دینی و فرهنگی جامعه جهانی تطابق می‌داشت آنها از طریق فرهنگ عامیانه و محلی مردم و به تصویر کشیدن کودکان، حضور عوام و پرچم‌ها، همانند روز قانون اساسی نروژ و رویدادهای ورزشی در سطح ملی، مراسم افتتاحیه را هر چه بیشتر تابع مقتضیات و شرایط کردند. هر چند باید اطمینان پیدا می‌کردند که این عمل آنان می‌تواند در چهارچوب الگوهای اصلی فرهنگ‌های مختلف در سراسر جهان درک و فهمیده شود.

الگوهای اصلی، سرمشق‌هایی فرهنگی هستند که افراد و گروه‌ها به صورت آگاهانه آن را درک می‌کنند (اگر چه به صورت آگاهانه به دست نیامده‌اند). پیش‌فرض‌های بنیادینی که موجد و مبنای نحوه رفتار و

فعالیت آدمی‌اند (بایرناتزکی^۱، ۱۹۹۱؛ ترنر، ۱۹۷۴)، همانند طبایع و منش‌های ساختاری است که پیرو ریور دیو آن را «عادت» می‌نامد (بایرناتزکی، ۱۹۹۱). اما تفاوت و تنوع تفاسیر عمومی از متنی مشترک، به درستی همان چیزی است که عنصر دینی در مدرنیته ناظر بدان است (روتسوهلر، ۱۹۸۹).

نمادهایی که در مراسم افتتاحیه به کار رفت، تا حدود زیادی برای این برنامه تلویزیونی بازسازی شده بود. حلقه‌های المپیک و رنگ آن‌ها، در طول سالیان و به واسطه پخش بازی‌های قبلی از رسانه‌ها، به نمادهایی جهانی تبدیل شده‌اند. این نماد با استفاده از گروهی متشکل از ۴۰۰ نفر از کودکانی بازآفرینی شد که این حلقه‌ها را درست می‌کردند. ارائهٔ نمادگرایی در «تخم الههٔ زمین» نیز قابل یادآوری است. در فهرست برنامه‌هایی به توضیح این نمادها می‌پرداختند، به طور مستقیم از لغت نمادین استفاده شده است (بایدنمن^۲، ۱۹۹۲):

«در سخنی کلی، تخم نماد اولین مخلوق است که جهان بیرونی شکل توسعه یافته آن است. تخم نماد وحدت و کلیت است که در درون پوسته خود کامل و تجلی‌گاه خلقتی است که به دقت طراحی شده است. رنگ سفید آن بیانگر خلوص و کمال است.»

البته ارجاعات یا تفاسیر دینی خاص کنار گذاشته شده بود. بدین ترتیب، در استفاده از نمادگرایی تخم الههٔ زمین، معانی خاص کلیسایی (ناظر به زنده شدن دوبارهٔ مسیح) حذف شد. البته نمادها و تعبیر خاص بودایی، هندو و سایر ادیان مشخص نیز حذف شد (مقایسه کنید با بایدنمن، ۱۹۹۲؛ کوپر، ۱۹۹۳). معتقدان به این سنت‌های دینی، مراحل تطور تخم یاد شده را مطابق با فهم دینی خاص خود تفسیر می‌کنند. کارگردانان مراسم افتتاحیه به این امید بودند که بر نقاط اشتراک موجود در همه ادیان تأکید ورزند، یعنی بر تبدیل تخم به زمین. تمام وترها برای حفظ نماد مشترکشان، یعنی تخم مرغ جهان که حافظ زندگی و آینده آنهاست، همکاری می‌کنند.

در اوج مراحل پایانی مراسم افتتاحیه، نمادهای مختلف یک جا به نمایش گذاشته و در مجموعه‌ای بزرگ تر آمیخته شدند، یعنی وتر که برگرفته شده از سنت‌های اسطوره‌ای کشور میزبان بود به صورت نماد محافظ سر تا سر کره زمین تفسیر شد. آنان ملبس به لباس‌هایی با رنگ‌های المپیک بودند که نماد پنج قاره بود. تخم الهه زمین به عنوان نماد کلی زندگی، کبوتر صلح و به دنبال آن موسیقی و آواز «مرسی»، همه در خدمت همگرایی و وحدت و شرایطی که عدالت، صلح و مسالمت را به ارمغان آورده بودند.

مشاهده و تفسیر این نمادها در چنین رویداد جهانی رسانه‌ای برای فرهنگ‌ها و جوامع مختلف در

سراسر جهان ممکن است، البته این نمادها به ندرت از چنین تفسیر و معنای واحدی برخوردار می‌شوند. سریال خانوادگی «دالاس»^۱ از کشور آمریکا که بر اساس الگوهای نسبتاً جهانی ساخته شده بود، در سراسر جهان به نمایش گذاشته شد. بایرناتزکی (۱۹۹۱) نشان داد که چگونه این موفقیت جهانی با استفاده از مضامین نظری‌ای که اشاعه می‌داد، به دست آمد و نمادهای مطرح شده و الگوهای اصلی نهفته در آن نیز عمومی شد. شاید این سخن دربارهٔ پخش مراسم المپیک از تلویزیون نیز صدق کند. نمادهای جمعی باید بروز و فعلیت جمعی داشته باشند تا عمومیت پیدا کنند، هر چند فهم و تفسیر هر نماد با تکیه بر سنتی صورت می‌پذیرد که نمی‌توان آن را جهانی کرد.

نمادهایی که قصد جهانی کردن آنها وجود دارد، مثل آنچه که در مراسم افتتاحیه به نمایش گذاشته شد، در چهارچوب بسترها و زمینه‌های بی‌شمار بومی بینندگان تفسیر می‌شود. گزارش‌های مفسران شرکت‌های تلویزیونی کشورهای مختلف مؤید این نکته است. آنان با استفاده از زبان محلی، مراسم را به دیدگاه مخاطبان خود نزدیک‌تر کردند. حتی مفسران نروژی نیز باید به توضیح معنای برخی نمادها می‌پرداختند. هنگام تحلیل نمادها، باید دربارهٔ چگونگی جهانی شدن آنها نیز پرسش شود. نمادهای جمعی جنبه عمومی و مشترک دارند، اما این عمومیت ویژگی ماهوی آنها نیست، بلکه ناشی از کاربرد آنها در یک فرهنگ مشترک است.

بازسازی فرهنگی

خالقان مفاهیم هنری برای مراسم گشایش المپیک لایل‌هامر، خواهان انتقال روح المپیک توأم با دیدگاه نروژی بازی‌های المپیک بودند. روح المپیک بر پیام صلح و ثبات بین‌المللی و کثرت فرهنگ‌ها و ارزش‌های نروژی مبتنی است که ریشه در سنت‌های عامیانه دارد. مطابق فهرست برنامه‌های المپیک، و تراها، این موجودات مرموز، عموماً در نروژ و در باورهای عمومی موجوداتی زیرزمینی تلقی می‌شوند (NRK ORTO، ۱۹۹۴). هر چند اغلب نروژی‌ها ممکن است از مواجهه با این تجلیات آستانه‌ای که از داستان‌های خرافی دوران کودکی‌شان برگرفته شده، در مراسم افتتاحیه هیجان‌زده شده باشند.

در همان حال که المپیک زمستانی سال ۱۹۹۴ در شهر کوچک لایل‌هامر به احیای نمادهای سنتی برای نروژی‌ها می‌پرداخت، بازی‌های المپیک، نروژ را هم به سوی مدرنیته سوق می‌داد (کلاوسن^۲، ۱۹۹۵). مراسم افتتاحیه، این نوگرایی را با معرفی مجدد و تراها که برگرفته از اسطوره‌شناسی کهن نروژی

1. Dallas

2. Klausen

است و به طور آشکار در الگوهای اصلی و ریشه‌های تروژی‌های امروزی حضور دارد، به صورت طنزآمیز مطرح کردند. و ترها به واسطهٔ پخش تلویزیونی مراسم به عنوان نمادی جمعی، دوباره وارد فرهنگ تروژ شدند و با تکیه بر جذابیت ژانرها و نمادهای جمعی، قابلیت و ظرفیت پیوند دادن سنت‌های ماقبل مدرن به مدرنیته را پیدا کردند. این شاید برای تروژی‌ها مفید بود، اما برای سایر مخاطبان چطور؟

الگوهای بنیادی برای کسانی که بدان می‌گروند، اساسی و حیاتی است و در تلقی دورکیمی، به عنوان نمادهای جمعی، مقدس به شمار می‌آیند. نمادهای الگوهای ریشه‌ای، تجلیاتی مقدس هستند و نیازی نیست که از حیث ماهوی دینی باشند، بلکه می‌توانند در جوامع، به صورتی شبه‌دینی^۱ عمل کنند.

برداشت و تعبیر هنری از مراسم لایل‌هامر مشخصاً تا حدودی بر برنامه‌ها و موضوعات مربوط به فرهنگ منسوخ و کهن عامیانه مبتنی بود [۹]. کارگردانان مراسم افتتاحیه بر اساس عناصر فولکلوریک کهن، برنامه‌های رسانه‌ای جدید، جالب و جذابی تدارک دیدند. مدیران برنامه‌های لایل‌هامر، دیدگاه و عملکرد مداراگرایانه و ملایمی را در برابر فرهنگ‌های اصلی به نمایش گذاشتند. آنها برداشت هنری خود از وترها را برای استفاده در بازی‌های المپیک ۱۹۹۴ سروسامان دادند.

استفاده از وترها در مراسم افتتاحیه لایل‌هامر ممکن است در مردم تروژ به بیدار شدن و تحریک برخی الگوهای ریشه‌ای نهفته منجر شده باشد. با این همه، هدف برنامهٔ تلویزیونی مذکور و ارائهٔ برداشت‌های پست‌مدرنیستی از وترها، ارضای تقدس‌گرایی نهفته و مستور تروژی‌ها نبوده است، بلکه هدف آنها خلق و تقویت هویتی جهانی بوده است، درست مثل کوبرتین که موضوع و مراسم المپیک‌های جدید و تشریفاتی را که این مراسم برای تلویزیون‌ها و رسانه‌های تصویری برجسته می‌سازد، به عنوان بخشی از جشنوارهٔ وحدت انسانی، ساخته و پرداخته کرد. کوبرتین مکرراً بر ویژگی دینی بازی‌ها تأکید می‌کرد. او معتقد بود که الگوی ریشه‌ای مقدس یا بستر و مبانی متعالی برای آیین المپیک، تفکر بشریت است (مک آلون، ۱۹۸۴).

امر مقدس یا جایگاه نمادگرایی

آیا نمادهای آیینی و فرهنگی در نمایشی تلویزیونی همانند مراسم اختتامیهٔ المپیک لایل‌هامر واقعاً باید امری مقدس تلقی شود یا این مراسم تلویزیونی صرفاً نوعی نمادگرایی به شمار می‌آید؟ از یک طرف، تعاریفی از دین وجود دارد که حول محور ثنویت مقدس - نامقدس شکل می‌گیرد. از طرف دیگر، تعریفی

وجود دارد (مثل تعریف کلارک و هوور در همین کتاب) که به دین به عنوان «سنتزها و نمادهای برگرفته شده از نظام‌های اعتقادی‌ای که از لحاظ فرهنگی با معنا هستند»، می‌نگرد. طبق این دیدگاه، دین چندان هم محدود به امور و رویدادهایی نیست که در قلمروی مقدس سنتی به وقوع پیوسته باشد، بلکه بخشی از آن فرهنگی است که مستدلاً اسطوره معقولی از نظم هستی ارائه می‌دهد.

تعریف کلارک و هوور از دین، برگرفته از چهارچوب نمادهای جمعی‌ای است که به «هستی» جامعه موجود نظم و سامان می‌بخشد. این نمادهای جمعی ممکن است مقدس شمرده شوند. تعریف آنها از دین، شبکه‌ای از نمادهای جمعی موجود در رسانه‌ها، دین و فرهنگ را با هم همگون و هماهنگ می‌سازد. هر چند دست‌چین کردن عناصر مقدسی که در فرهنگ شاخص‌تر و برجسته‌ترند کار دشواری است، ما با میزانی از تقدس باقی می‌مانیم که جزیی از نمادهای برگرفته شده از نظام‌های اعتقادی و از لحاظ فرهنگی معنادار است. البته به علت آنکه نمادها، ساخت‌هایی فرهنگی هستند و به مرجعی نهایی که «مقدس» یا «دینی» خوانده می‌شود، متکی‌اند (شوتر^۱، ۱۹۷۰)، همه تجلیات جمعی نهایتاً به مرجع نهایی واحدی ختم می‌شوند. دین نظامی است فراهم آمده از این نمادها که بر ضرورت جمعی بودن این نمادها دلالت می‌کند.

بنابراین، آنچه که از تراوشات فکری دورکیم استثنا می‌شود، مردود شمردن این تفکر است که نمادهای فردی غیردینی‌اند، در حالی که نمادهای جمعی مقدس‌اند. ثنویت جزئی مقدس - نامقدس ماهیتاً مشکل‌آفرین است (پیکرینگ، ۱۹۸۴)، مثل تصور جامعه‌ای منسجم مانند موجودی مقدس که در جامعه‌شناسی دورکیم به چشم می‌خورد (به ویژه زمانی که جامعه به غلط ملت خوانده می‌شود). جامعه، محدود و منحصر به جماعتی مجزا نیست. از دیدگاه پست‌مدرنیست‌ها، مردم و افراد در گروه‌های متنوعی عضویت پیدا می‌کنند و به جماعت‌های متغیر و متداخل و همانند می‌پیوندند که هر یک به طرح و بسط چهارچوب‌های مقدس خویش مبادرت می‌ورزند. بار-هایم در برداشت خویش دربارهٔ ضعیف بودن شبکه‌ها و جماعت‌ها، بدون وجود کانون‌های مقدس، بسیار بدبینانه می‌اندیشد. از سوی دیگر، دایان به دلیل تقدس‌گرایی، فرد بسیار خوش‌بینی است. برنامه‌های رسانه‌ای جالب توجهی، مثل مراسم افتتاحیه المپیک لایل‌هامر، فاقد ویژگی خاص برخورداری از «تقدس» هستند. آنچه که مورد نیاز است، نظریه‌ای است که دربرگیرندهٔ ارتباطات موقت و زودگذر^۲ (گیتلین^۲، ۱۹۹۵)، جوامع شهری امروزه باشد. شاید بتوان اکثر نمادهای جمعی در فرهنگ رسانه‌ای مدرن (و پست مدرن) را زودگذر و موقتی به شمار آورد؛ با

این همه، جماعت‌های موقتی نیز، اجتماعاتی مبتنی و متکی بر نمادهای جمعی هستند. بکابراین، کانون‌های بالقوه مقدسی را به وجود می‌آورند، حتی اگر ضعیف یا متحول و متغیر باشند.

این سخن متضمن نکتهٔ ظریفی است که از تعریف دورکیم (۱۹۶۸-۱۹۱۲) برگرفته شده است. دین در یک «جماعت اخلاقی» به تمام کسانی که به امر قدسی تعلق خاطر دارند وحدت و یگانگی می‌بخشد. دین باید در جماعت و اجتماع تبلور پیدا کند. بدین ترتیب، خاطر نشان می‌سازیم که دین، صرفاً مجموعه‌ای فراهم آمده از نمادهای جمعی یا سلسله‌ای از اعتقادات نیست، بلکه شامل اعمال و رفتاری نیز هست که این اجتماع را زنده نگاه می‌دارد. دین‌ورزی را هرگز نمی‌توان به هستی‌شناسی یا معنویت‌گرایی صرف تقلیل داد، زیرا در برگزیدهٔ «تعلق خاطر و اجتماع» است. این همان چیزی است که کوهن (۱۹۹۵) در گزارش خود (از منظر پست‌مدرنیستی) از المپیک زمستانی ۱۹۹۲ نیز یادآوری کرده است.

دین همواره جایی هم برای ارجاع به تعریف کلارک و هوور باقی می‌گذارد، گرچه الزاماً دین امری نیست که از منظر «نهادی-جغرافیایی»^۱ سنتی بتوان از آن سخن گفت.

این دیدگاه، طالب شناخت مقدس به عنوان متغیری است که از ویژگی‌های ذاتی دین گرفته تا ویژگی‌های کارکردی آن را واجد باشد. دین معمولاً یا به واسطهٔ ذات و ماهیت آن، یا طبق کارکرد ویژهٔ آن تعریف می‌شود (برگر، ۱۹۷۴). تعامل کیش‌ها، آیین‌ها و مقاومت مرتبط با امر مقدس در یک نمایش فرهنگی رسانه‌ای، مانند مراسم افتتاحیه المپیک، نشان می‌دهد که کارکردها و عناصر ماهیتاً مقدسی وجود دارند که در مواجهه با فرآیند غیردینی شدن زندگی روزمره و معمولی همزمان فعال می‌شوند. برخی اجتماعات، مثل گروه‌های سنتی مذهبی، بر عنصر ذاتی دین اصرار و تأکید می‌ورزند. برخی دیگر، مانند جماعت‌های موقتی، بیشتر کارکردگرا هستند.

یک لحظهٔ مقدس

حتی در سطح جهانی و رویدادی مثل مراسم افتتاحیه المپیک در لایل‌هامر، مانند سایر نمادهای فراگیر میزانی از قدسیت وجود دارد اما در مقام نمادهای جمعی، این نمادها، کلی، ضعیف و ناپایدارند. نمادهای جهانی که از طریق تلویزیون فراملیتی اشاعه می‌یابند (مثل مراسم المپیک)، در بهترین حالت می‌توانند احساسات ضعیفی را نسبت به امری مقدس برای همان لحظه ایجاد کنند که این هم ناشی از جذابیت برنامه‌های رسانه‌ای است.

مدیران و مجریان مراسم افتتاحیه لایل هامر برای مقدس کردن این برنامه‌های رسانه‌ای و به منظور مشروعیت بخشیدن به بازی‌ها و بُعد عرفانی بخشیدن به المپیک برای جهانیان تلاش زیادی کردند. اما به اقتضای تحولات نمادینی که ناشی از فرایند رسانه‌ای شدن است، کارکرد مقدس ساختن مراسم افتتاحیه تا حدود زیادی مسبوق به کارکرد رسانه تلویزیون بود. همان گونه که در زمینه عناصر آیینی و فرهنگی چنین بود، نمادها با هم تلفیق و با هدف ساختن برنامه‌های تلویزیونی و ارائه آن به سرتاسر دنیا از طریق جادوی تلویزیون ساخته شدند. این ابر نمایشگر، موقعیت و جایگاه نسبتاً مقدسی برای اجتماع جهانی فراهم آورد، اما چنین نمادهای گاه به گاه مقدس نمی‌تواند چندان دوام آورد.

یادداشت‌ها

۱- این سخن که دورکیم جامعه را معادل نمادهای جمعی می‌داند یا اینکه در تحلیل‌های خود فرد را از جامعه مجزا می‌داند، سخن درستی نیست (پیکرینگ، ۱۹۴۸؛ لاکز، ۱۹۸۱).

۲- رول پوجیک^۱ و آن مارتین کلاسن، مرا با ارجاع به پژوهش در حال انجام خود درباره ابعاد فرهنگی المپیک سال ۹۴ یاری دادند (کلاسن، ۱۹۹۵؛ پوجیک، ۱۹۹۳). همچنین جای آن دارد که از آروید اسپری^۲ و بنتین بئاردسون نیز تشکر کنم.

۳- گفت‌وگو با گابریل بار-هایم و دانیل دایان موجب پر بارتر شدن مطالب این فصل شد. به همین دلیل از آنان سپاسگزاری می‌کنم. مسئولیت نواقص کار متوجه اینجانب است.

۴- مقایسه کنید با گزارش‌های رئیس فدراسیون ورزش، دیوید میلر، از «زمان‌بندی‌ها» در روزنامه نروژی *آفتن پستن*^۳.

۵- مک آلون (۱۹۸۴) میان مفاهیم نمایش جشنواره و آیین تمایز قائل است و من کوشیدم آنها را توضیح دهم.

۶- مراسم تلویزیونی افتتاح المپیک لایل هامر به منزله یک آیین بود (مک آلون، ۱۹۸۴). در اینجا طبق دیدگاه دورکیم در آثار ویکتور ترنر عمل کرده‌ایم (روتنبوهرلر، ۱۹۸۸) و موضوع جذاب بودن در فضا و شرایط مدرنیته، از طریق نمایش و تجربه در اوقات فراغت مشخص می‌شود. تلویزیون پست‌مدرنیستی مثال‌ها و مصادیق فراوانی ارائه می‌دهد. جذاب بودن (مانند مناسک قبیله‌ای)، چهارچوبی انتقالی فراهم

1. Roel Pujik

2. Arvide Speri

3. Aftenposten

می‌آورد که در قالب آن تجارب فرهنگی و اجتماعی روزمره تحول پیدا می‌کند، (الکساندر، ۱۹۹۱؛ بایرناتزکی، ۱۹۹۱؛ ترنر، ۱۹۹۲).

۷. آن اریکسن^۱ مرا با برداشت عامیانه‌ای از وتر آشنا ساخت و تفسیر و پیشنهاد ارزشمندی برای طرح در این فصل ارائه داد.

۸. در آمریکا ۲۰۴ میلیون نفر بیش از ۱۶ روز به تماشای بازی‌های المپیک زمستانی پرداختند، یعنی حدود ۸۳٪ درصد از مردم آمریکا یا ۹۲٪ درصد از خانواده‌ها. به طور متوسط، ۲۷٪ درصد از مردم آمریکا در هر لحظه‌ای که از لایل‌هامر گزارش ارائه می‌شد، به تماشای آن می‌پرداختند. طبق گزارش نشریهٔ آفتن پستن نیوز، مورخ ۱ مارس ۱۹۹۴، المپیک زمستانی سال ۹۴ بیشترین تعداد بینندهٔ تلویزیونی را در آمریکا داشت. واشنگتن پست نیز به همین گزارش استناد کرد.

۹. مفهوم و برداشت هنری ناظر به «اسطوره‌شناسی ضعیف» است. این مفهوم، مفهوم عامیانه‌ای است که علوم جدید در اواسط قرن گذشته به طور کامل آن را منسوخ کرد، حتی در مورد تمایز بین وترهای خوب و بد اختلاف نظر وجود دارد و متخصصان فرهنگ عامیانه، آن را به راحتی نمی‌پذیرند.

- Alexander, B. (1991). *Victor Turner revisited: Ritual as social change*. Atlanta. Scholars Press.
- Alexander, J. (Ed.). (1988). *Durkheimian Sociology: Cultural studies*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Baardson, B., & Kvamme, B. (1993). *Artistic concept for the opening and closing ceremonies at the 1994 winter games*. Unpublished manuscript (in Norwegian).
- Bellah, R. N. (1959). Durkheim and history. *American Sociological Review*, 24,447-461.
- Berger, P. L. (1967). *The sacred canopy: Elements of a sociological theory of religion*. Garden City, NY: Doubleday.
- Berger, P. L. (1974). Some second thoughts on substantive versus functional definitions of religion. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 13,125-134.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1971). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. Harmondsworth, UK: Penguin. (Originally published 1966)
- Biedermann, H. (1992). *Symbolleksikon*, Oslo: Cappelen, (Originally published as *Knaus Lexikon der Symbole*. München: Droemersche Verlagsanstalt, 1989).
- Biernatzki, W. (1991). *Roots of acceptance: The intercultural communication of religious meanings*. Roma: Editrice Pontificia Universita Gregoriana.
- Cooper, J. C. (1993). *Symbol-lex*. Oslo: Hilt & Hansteen. (In English, *An illustrated encyclopaedia of traditional symbols*. London: Thames and Hudson, 1990).
- Dayan, D. (1995, January). *Television rituals: Redesigning collective identities*. Paper Presented at the Conference on Media and the Transition of Collective

- Identities, Department of Media and Communication, University of Oslo, Norway.
- Dayan, D., & Katz, E. (1988). *Articulating consensus: The ritual and rhetoric of media events*. In J. Alexander (Ed.), *Durkheimian sociology: Cultural studies* (pp. 161-186). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Dayan, D., & Katz, E. (1992). *Media events: The live broadcasting of history*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Durkheim, E. (1968). *The elementary forms of the religious life* (6th ed., J. W. Swain, Trans.). London: Allen & Unwin, (Originally published 1912).
- Durkheim, E. (1974). *Individual and collective representations*. In *Sociology and philosophy* (pp.1-34). (D. E Pocock, Trans.). New York: Free Press. (Originally published in 1898).
- Emerson, M. B., & Perse, E. M. (1995). Media events and sports orientations to the 1992 Winter Olympics. *Journal of International Communication*, 2,80-99.
- Gitlin, T. (1995, January). *Illusions of transparency, ambiguities of information: Notes on the globalization of fugitive communities*. Paper presented at the conference on Media and the Transition of Collective Identities, Department of Media and Communication, University of Oslo, Norway.
- Hall, s., & Jefferson, T. (Eds.). (1976). *Resistance through rituals: Youth subcultures in post-war Britain*. London: Harper Collins.
- Honko, L. (1962). *Geisterglaube in Germanland*. FF Communications No: 185, suomalainen Tiedeakatemia. Helsinki: Academia Scientiarum Fennica.
- Honko, L. (1971). Memorat och folktroforskning. In A. B. Rooth (Ed.), *Folkdikt och folktro*, Lund, Sweden: Gleerups.
- International Olympic Committee. (1993). Rule 69 with bye-law. In *Olympic Charter*. Lausanne: International Olympic Committee.
- Klausen, A. M. (1995a). *Olympic design and national identity between tradition*

and modernity, Oslo: Norsk Form.

Klausen, A. M. (1995b). *Traditional and modern elements in Norwegian culture: Did the winter games change anything?* Lecture for IOC-members, Lillehammer.

Kohn, N. (1995). Exposed and basking: Community, spectacle and the winter olympics. *Journal of International Communication*, 2, 100-119.

Lillehammer Olympic Organizing Committee. (1994). *Program for the opening ceremony*. The xvii Olympic Winter Games. Lillehammer: Author.

Lukes, S. (1981). *Emile Durkheim. His life and work: A historical and critical study*. Harmondsworth, UK: Penguin.

Lundby, K. (1988). Closed circles: An essay on culture and pietism in Norway. *Social Compass*, 35, 57-66.

MacAloon, J.J. (1981). *This great symbol: Pierre de Coubertin and the origins of the modern Olympic Games*. Chicago: University of Chicago press.

MacAloon, J.J. (1984). Olympic Games and the theory of spectacle in modern societies. In J. J. MacAloon (Ed.), *Rite, drama, festival, spectacle: Rehearsals toward a theory of cultural performance* (pp. 241-280). Philadelphia: Institute for the Study of Human Issues.

Martin-Barbero, J. (1993). *Communication, culture and hegemony: From the media to the mediations*. London: Sage.

NRK ORTO. (1994). *Opening ceremony, host broadcaster*. The xvii Olympic Winter Games, Lillehammer (unpublished).

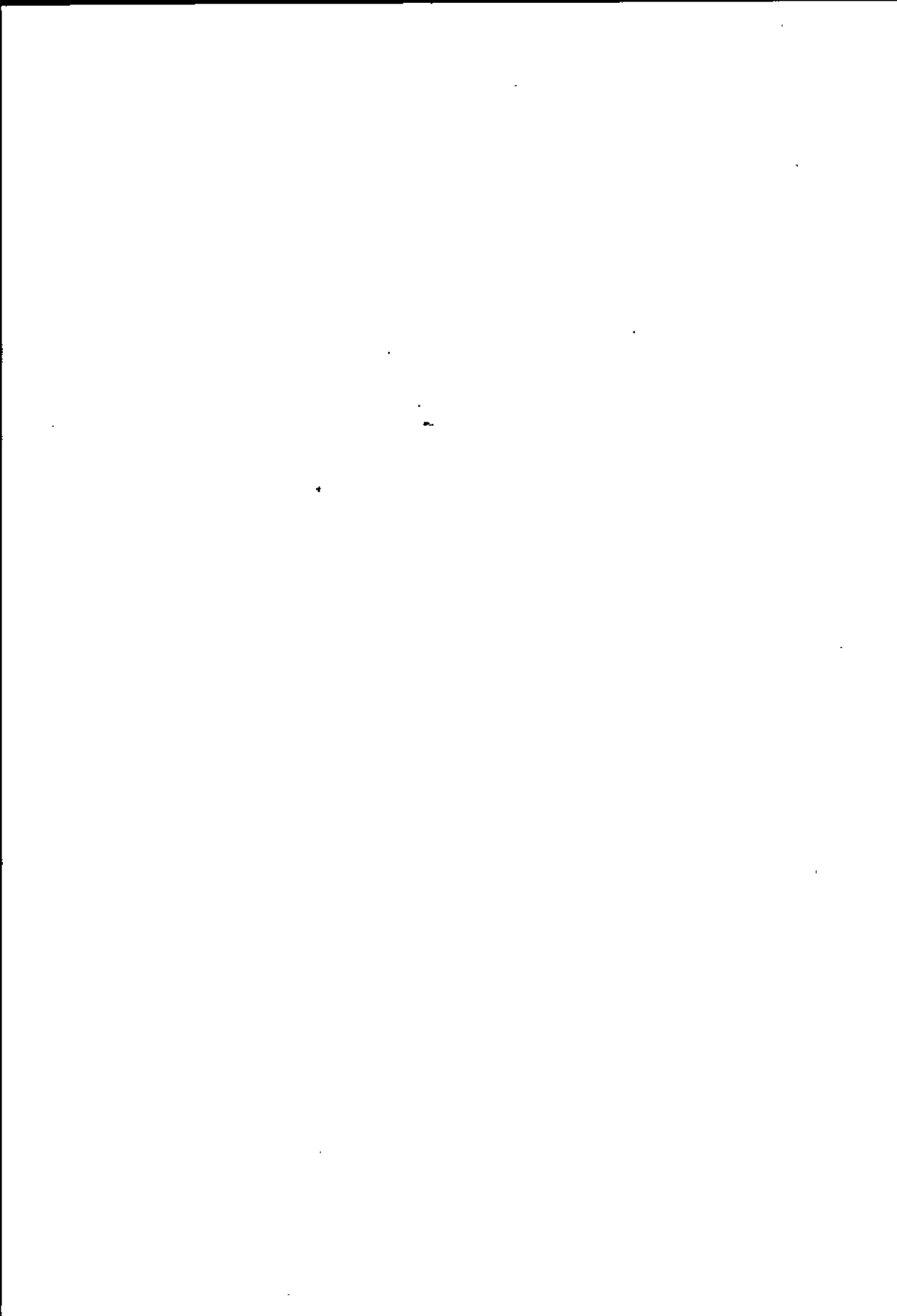
Peters, I. D., & Rothenbuhler, E. W. (1989). The reality of construction. In H. W. Simons (Ed.), *Rhetoric in the human sciences*. (pp. 11-27). London: Sage.

Pickering, W. S. F. (1984). *Durkheim's sociology of religion: Themes and theories*, London: Routledge & Kegan Paul.

- Puijk, R (1993). Introduction, In R Puijk (Ed.), *OL-94 og forskningen III* (pp. 1-11).
Lillehammer: Östlandsforskning.
- Rothenbuhler, E. W. (1988). The liminal fight: Mass strikes as ritual and interpretation.
In J. Alexander (Ed.), *Durkheimian sociology: Cultural studies* (pp. 66-90).
Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Rothenbuhler, E. W. (1989). Values and symbols in orientations to the Olympics.
Critical Studies in Mass Communication, 6, 138-157.
- Rothenbuhler, E. W. (1993). Argument for a Durkheimian theory of the communicative.
Journal of Communication, 43, 158-163.
- Schütz, A (1970). *On phenomenology and social relations*. Chicago: University of
Chicago Press,
- Solheim, S. (1952). *Närsk Saetertradisjon*. Oslo, Aschehoug.
- Stattin, I. (1984). *Näcken: Spelman eller gränsvakt?* Malmö, Sweden: Liber.
- Turner, V. (1992). *Blazing the trail. Way marks in the explorations of symbols*.
Tucson: University of Arizona Press.
- Turner, V. (1974). *Dramas, fields, and metaphors: Symbolic action in human
society*. Ithaca, NY: Cornell University Press.

بخش سوم

رسانه، دین و فرهنگ: نهادهای در حال تغییر



فصل یکم

تحول دین در عصر همگرایی رسانه‌ای

پیتر جی. هورسفیلد

جامعه مسیحیان عصر کنونی را عصر تحولات مهم خوانده‌اند. از این عصر در مباحث و حلقه‌های دین پژوهی با عناوین متفاوت و متنوعی چون پست مدرنیسم (بلاو بارنهام^۱؛ ۱۹۸۹؛ گریفین^۲، بیردسلی^۳ و هولاند، ۱۹۸۹)، مابعد لیبرالیسم (لیندبک، ۱۹۸۴)، مابعد مسیحیت^۴ (هوثر واس^۵، ۱۹۹۱)، بحران در اندیشه روشنگری یا مدرن (داوانی^۶؛ ۱۹۹۱؛ آدن^۷؛ ۱۹۹۰؛ تولمن^۸، ۱۹۹۰)، تکثرگرایی (بارنهام، ۱۹۸۹؛ نیویگین^۹، ۱۹۸۹، تریسی^{۱۰}، ۱۹۸۷)، یا نوعی متن‌گرایی جدید بحث می‌شود (بیوانز^{۱۱}، ۱۹۹۲).

هانس کونگ و دیوید تریسی (۱۹۸۹) اعتقاد دارند تحولاتی که فراروی نهادهای مذهبی قرار دارد، چنان طبیعی است که می‌تواند بر روی بسیاری از اعمال یا رشته‌های فکری و اندیشه‌ای که به عنوان دین‌شناسی از آن یاد می‌کنیم تأثیر بگذارد، به گونه‌ای که با ظهور و تکوین الگوی جدید و کاملاً متفاوتی از دین‌شناسی، یا به قولی الگویی جدید، مواجه می‌شویم. هر چند تأثیر این تحولات بر روی دین به چیزی فراتر از ایجاد رشته‌های کلام و الهیات منجر شده است، نهادهای رسمی دین در فرهنگ غرب، همه در معرض تحولات عمده اقتصادی، سازمانی و تحول در حجیت و مرجعیت قرار دارند که در بهترین

1. Burnham
3. Beardslee
5. Hauerwas
7. Oden
9. Newbiggin
11. Bevans

2. Griffin
4. Post-Christian
6. Davaney
8. Toulmin
10. Tracy

حالت، می‌توان آن را ساختاردهی مجدد و در بدترین حالت نوعی زوال و انحطاط (واتنو، ۱۹۹۳-۱۹۸۸) نامید. همهٔ آن چیزهایی که در شمار کارکردهای اصلی و ماهوی این نهادهای دینی شمرده می‌شوند (دعا، آموزش‌های دینی، مراقبت‌های کلیسایی، اعزام مبلغان) همه مورد ارزیابی مجدد قرار گرفته و یا متحول شده‌اند، با این هدف که یا روند جدیدی را در میان مشکلات کنونی پیدا و یا منابع قطعیت‌های سودمند گذشته را بازیابی کنند (بوش، ۱۹۹۱؛ براونینگ، ۱۹۷۸-۱۹۸۳؛ اُدن، ۱۹۸۴؛ پاتینسون، ۱۹۹۳).

هنگام توضیح ابعاد مختلف مباحث دین‌شناختی و کلیسایی، آن چیز که واقعاً مغفول واقع می‌شود، شناخت نقش مهمی است که تحولات رسانه‌ای بر این تحولات تأثیرگذار فرهنگی داشته‌اند. البته سخن از فقدان شناخت فراتر می‌رود. با مطالعهٔ آثار عمده در زمینهٔ اندیشه‌های دین‌شناختی، امروزه انسان کوشش زیادی به خرج می‌دهد تا حتی آگاهی جزئی و ساده‌ای پیدا کند که بیانگر شناخت آگاهی متفکران و رهبران گروه‌های دینی از تأثیر ژرف تحولات بر الگوهای ارتباطات اجتماعی در فضای تحولات فرهنگی‌ای باشد که اینک در حال تجربه کردن آنیم. می‌توان متون مشخصی دربارهٔ رسانه‌ها و دین یافت، اما حلقهٔ مفقوده تحلیل جدی رسانه‌های جدید در چهارچوب مباحث و تحلیل‌های اصلی دین‌شناسی است.

در اغلب جوامع اروپایی نهادهای دینی، در مورد سایر نهادهای اجتماعی، مثل آموزش و پرورش، بهداشت و رفاه نه تنها به طور جدی مشغول فعالیت بوده‌اند که حتی در زمینهٔ تشکیل، فعالیت و طرح فلسفهٔ اجتماعی ناظر به آن زمینه‌ها نیز نقش مؤثری ایفا کرده‌اند. اهتمام و تأثیر نهادهای دینی بر نهادهای اجتماعی و نیز عملکرد رسانه‌های الکترونیکی بسیار کم‌رنگ و ضعیف بوده است. [۱].

قبلاً در مقاله‌ای نوشته بودم که عمدهٔ این شکست‌ها در مرحلهٔ شکل‌گیری اندیشهٔ رهبران دینی، یعنی در مراکز آموزش‌های دینی، تحقق پیدا می‌کند و لذا به طرح عواملی پرداختم که این دیدگاه خاص را شکل داده است (هورسفیلد، ۱۹۸۹). بررسی‌های اخیر کمیتهٔ آموزش رسانه‌ها، وابسته به شورای ملی کلیساها، نشان می‌دهد که درک نقش رسانه‌ها در تعلیم و تربیت دینی و رهبری مذهبی به بیراهه رفته و یا بهتر بگوییم به حاشیه رانده شده است (برل، ۱۹۹۳).

علت شکست رهبران نهادها و مدارس مهم مذهبی چیست تا ما به واسطهٔ شناخت آن به شناخت جایگاه اساسی رسانه‌ها در شکل‌گیری فرهنگ و تحولات فرهنگی دست یابیم و به بسط سنت دین‌شناختی معتبری پردازیم که معطوف به تأملات راهبردی و دل‌مشغولی‌های توأم با آن باشد؟ تصور

می‌کنم موضوع مورد تامل را می‌توان در چهارچوب تحولی الگویی و عمده در فرهنگ‌های ملت محور^۱ که در آن «نشر» رسانه غالب محسوب می‌شود و تبدیل آن به فرهنگ‌های جهان‌شمولی که در آن ابزار الکترونیکی ارتباطی تسلط یافته‌اند، درک کرد.

در این تحول، نهادهای اصلی دینی در فرهنگ غرب با فرهنگ و اخلاق رسانه‌های چاپی شناخته شده‌اند و رهبران این نهادها نیز خود را با این اخلاق و فرهنگ می‌شناسند. با تغییر الگوی ارتباطی، این نهادها دریافته‌اند که بسیاری از امتیازات اجتماعی را از دست داده‌اند و اینک باید به صورت رقابت‌آمیز در شرایط و فضایی حضور پیدا کنند که در آن منزلت، درک و قابلیتشان برای انجام مجموعه مشخصی از وظایف اجتماعی و فرهنگی به صورت رقابتی کاهش پیدا کرده است. بی‌اهمیت شمرده شدن تحقیقات رسانه‌ای در سمینارها شاید تا حدودی با کارکرد نص‌زدایی^۲ از تفکر که در عقلانیت غربی متداول است مرتبط باشد و تا حدودی نیز یکی از پیامدهای سنت چندپارگی متعارف رشته‌ها باشد که در فرایند آموزش دین‌شناختی غربی رواج دارد و تا اندازه‌ای نیز بر اثر موضع دفاعی دین‌پژوهان دانشگاهی باشد که منزلت و قدرت اجتماعی‌شان (که برآمده از فرهنگ مکتوب است) به دلیل تحولات ناشی از رسانه‌های الکترونیک مورد تهدید قرار گرفته است.

چهارچوبی برای فهم

اینکه دین و فرهنگ کاملاً به هم مرتبط هستند، امری است که از دیرباز شناخته شده و موضوع تأملات دین‌شناختی هم بوده است. برای تأیید این دیدگاه که اندیشه دینی تا حدود زیادی تحت تأثیر تحولات رسانه‌ای قرار می‌گیرد، لازم است که به تدوین و طرح چهارچوبی بپردازیم که رسانه‌ها را فارغ از چهارچوب دینی ابزارانگاری مورد ملاحظه قرار داده، آن را به عنوان یکی از ابعاد اصلی تأویل فرهنگ مورد تأمل قرار دهد. در برخی موارد، این سخن به معنای تشبیه و تحکیم برخی انگاره‌ها و تصوراتی است که در تحقیقات رسانه‌ای و مطالعات فرهنگی، جزو ارکان این پژوهش‌ها قرار می‌گیرد، ولی در اندیشه‌های دینی هیچ‌گاه به آنها توجه جدی نشده است.

فرهنگ و ارتباطات در روابط، همزیست و در عمل انفکاک‌ناپذیرند. هر رفتار و عمل فرهنگی، یک رویداد ارتباطی است و هر کنش ارتباطی یک رویداد فرهنگی (کرس^۳، ۱۹۸۸). چگونگی ارتباط یک

1. nation-based

2. decontextuaization

3. Kress

جامعه با خود، یکی از اجزای بنیادین فرهنگ به شمار می‌آید و در طرق مختلفی که جامعه با استفاده از آن به خود سازمان داده و یا درباره خود می‌اندیشد، منعکس می‌شود.

کنش‌های ارتباطی در هر فرهنگ خاص پیچیده و دارای اشکال متنوعی است. تا دیرزمانی تحلیل ارتباطات از چشم‌انداز امریکایی و اروپایی بر تأثیر و نفوذ مستقیم، علی، یا مسلط نهادها و عوامل رسانه‌ای تأکید می‌ورزید. در سال‌های اخیر، کارهای نظری و پژوهشی این نکته را تأیید کرده است که تعامل فردی و فرهنگی فرایندی است که در آن افراد و فرهنگ‌ها بیشتر به انتخاب نمادهای رسانه‌ای و استفاده از آن می‌پردازند، تا اینکه تسلیم صرف آن باشند. مارتین باربرو (۱۹۹۳) این نکته را در تحقیق خود با عنوان «صورت‌بندی مجدد از رسانه‌ها تا میانجی‌ها» یادآوری کرده است:

«به نظر می‌رسد ارتباطات، بیشتر به عنوان فرایندی از میانجی‌گری‌ها آغاز شد تا یک فرایند معطوف به رسانه‌ها؛ در واقع، این مسئله‌ای فرهنگی است. بنابراین، موضوع شناخت قرار نمی‌گیرد، بلکه موضوع باز شناخت قرار می‌گیرد. فرایند باز شناخت در قلب رهیافت روش شناختی قرار دارد که ما را قادر می‌سازد تا به مسئله ارتباطات از چشم‌انداز کاملاً متفاوتی، یعنی از جنبه دریافت پیام بنگریم و این برای ما راه‌های مختلفی را که مردم مفاد و محتوای رسانه‌ها را مطابق با روش استفاده از آنها انتخاب می‌کنند آشکار می‌سازد. این نکته ما را قادر به شکستن چرخه منطبق باطل و نادرستی می‌کند که مدعی است همگون‌سازی سرمایه‌داری تنها معنای مدرنیته فعلی ماست. به همین دلیل، در امریکای لاتین مجموعه‌های عظیم از فرهنگ‌های جمعی زنده و توانمند را به وجود می‌آورد که شرایط و امکان نزاع، چالش ژرف و پویایی سکون‌ناپذیر فرهنگی را فراهم می‌سازد.»

با وجود اثبات و تأیید این پویایی فرهنگی، سازمان، کنش درونی و اندیشه هرگونه فرهنگ خاصی به صورت کاملاً متمایزی مشروط به ویژگی‌های فنی، اجتماعی، ایدئولوژیک و قدرت رسانه‌ها و واسطه‌های این ارتباطات خواهد بود که از لحاظ اجتماعی، اقتصادی یا سیاسی تحت کنترل و سلطه‌اند و یا منزلت و جایگاه بالایی دارند. به همان صورت و ملازم با آن، تحول در رسانه‌های مسلط در فرایند ارتباطات، تأثیر عمیقی بر خودکاو‌های^۱ سازمان، محتوا و معنا و نظام ارزشی فرهنگ داشته است. این تحولات ممکن است به واسطه تأثیر و نفوذی صورت‌پذیرد که در مقابل فرهنگ، امری درونی یا بیرونی و از لحاظ ماهوی تدریجی (تکاملی)^۲ یا ناگهانی^۳ به شمار آیند. تحول در الگوهای ارتباطی به واسطه ساختارهای پویا و

1. self-perception
3. Cataclysmic

2. Evolutionary

پیچیده فرایندها و نظم فرهنگی موجود تحقق خواهد یافت.

هم اکنون کار اساسی‌ای در خصوص رابطه میان صور فرهنگی و ارتباطات صورت پذیرفته است. اثر انسان‌شناسانه اونگ^۱ (۱۹۸۲) درباره ساز و کار روانی فرهنگ‌های نوشتاری و گفتاری اثر شناخته شده‌ای است. برخی از جنبه‌های تحلیل اونگ، مشخصاً مربوط به تأثیر فهم و شناخت ما بر اندیشه و رفتار دینی است. مثلاً یکی از مواردی که او مطرح کرده است، تأکید بر جایگاه حافظه در فرهنگ و تأثیر تحولات در ذخیره دانش و آگاهی و شیوه یادآوری است. نکته دیگر، بحث و بررسی او درباره رابطه معنا و متن و تأثیر آنها بر توسعه و گسترش دانش و شکل‌گیری تأثیر و نفوذی است که معنا و متن بر «ذهنیت» جهان غرب داشته است.

بومرشین (۱۹۸۷) متأثر از چهارچوب تأویل «عهد جدید»^۲ نظر مشابهی دارد. بومرشین طبق چهارچوب اونگ، به طرح همبستگی آشکار میان تحول در رسانه‌ها و تکوین تحولات الگویی در تاریخ تفسیر انجیل می‌پردازد. او بر اساس (طبق) شکل غالب ارتباطات به شناسایی پنج دوره در تفسیر کتاب مقدس می‌پردازد که عبارتند از: تفسیر شفاهی^۴، دست‌نویس^۵، چاپی، چاپ غیرملفوظ^۶ و بالاخره چاپ الکترونیکی. او به ارائه طرحی می‌پردازد که با استفاده از عناصر دستگاه تفسیری، ویژگی‌های الگوی تفسیر انجیل در هر یک از این دوره‌ها را شناسایی می‌کند.

اقدام مارتین باربرو در تأیید قدرت فرهنگ جمعی در انتقال پیام‌های جمعی، تذکری سودمند به ماست و متضمن این سخن است که تحول رسانه و تأثیر آن بر فرهنگ نمی‌تواند بدون درک و شناخت این نکته باشد که رسانه‌ها و تحولات رسانه‌ای خود محصول و مخلوق فرهنگ هستند. پس چگونه می‌توان میان تحولات رسانه‌ای فرهنگی رابطه‌ای علی برقرار کرد و در همان حال، خاستگاه و مبانی فرهنگ رسانه‌های جدید و روابط تنگاتنگ هم‌زیستانه‌ای که بین رسانه‌ها و فرهنگ وجود دارد را تأیید کرد؟

دیدگاه‌های گوناگونی مطرح شده است: یکی از نظریه‌ها، فرهنگ را ارگانیسمی چند وجهی به شمار می‌آورد. قائلان به این نظریه به این علت فرهنگ را چند وجهی می‌دانند که منتقد تحول در یک بخش از فرهنگ به سایر اجزاء و بخش‌های تسری و تعمیم می‌یابد و در نهایت روابط موجود در شبکه فرهنگ و ماوراء فرهنگ را تغییر و صورت تازه‌ای به آن می‌دهد. چنین رویدادی با بسط و توسعه صنعت چاپ به وقوع پیوست که در ابتدا از فرهنگ صنعت‌کاران و پیشه‌وران شروع شد و برای شکل دادن به گستره

1. Ong

2. Psychodynamics

3. New Testamen

4. oral

5. manuscript

6. silent print

دیگری از مراودات و اعمال فرهنگی از فرهنگ گروه صنعت‌کاران فراتر رفت (ایزنشتاین^۱، ۱۹۷۹).

دیدگاهی دیگر، کارکرد ارتباطات را یک همبسته فرهنگی به شمار می‌آورد، یعنی الگوی پیچیده، چند وجهی و دارای الگوهای چندلایهٔ ارتباطات شخصی، ساختاری و عینی که به ساز و کار خلاقیت‌های منسجم و غیرمنسجم امکان همزیستی می‌دهد. هنگامی که رسانه ارتباطی خاصی غلبه پیدا می‌کند، به حذف و نفی دیگر شکل‌ها یا الگوهای ارتباطی نمی‌پردازد، بلکه ویژگی‌های پیچیده و کارکرد این همبسته فرهنگی را تغییر می‌دهد و پیوندهای جدید و متفاوتی را به جای آن می‌نشانند و موجب تغییر در اهمیت و روند سایر ارتباطات می‌شود و با انقطاع و اتصال مجددی که به وجود می‌آورد، پیوندهای دیگری را شکل می‌دهد و در نتیجه، در ارزش و ظرفیت مشروعیت‌ها و عدم مشروعیت‌های شناخته شده، تغییر ایجاد می‌کند.

تصور سوم، به بررسی و نفوذ رسانه‌ای جدید در فرهنگ، به صورت عاملی تسریع کننده، می‌پردازد. در این گونه موارد، رسانه جدیدی که از درون فرهنگی سربرآورده است، به مثابه یک تشدیدکننده و عامل یاری‌گر (کاتالیزور) در ایجاد تعادل مجدد در فرهنگ با ایجاد تحولات فرهنگی وسیع‌تر شروع به فعالیت می‌کند. می‌توان فهمید که تحول عوامل فرهنگی‌ای که موجب پیدایش این رسانه جدید می‌شود، در وهله اول تحول فرهنگی است که به رسانه جدید امکان می‌دهد تا چنین تأثیر ژرف و گسترده‌ای داشته باشد. از این رو، موردی که می‌توان ذکر کرد، این است که بین تحول در رسانه‌های غالب و تحولات عمده در دیدگاه‌ها و کارکردهای فرهنگی‌ای چون زمان، مکان، زندگی سازمانی و نهادی، ساختارهای قدرت، تشکیل اجتماع و سایر موارد رابطهٔ تنگاتنگی وجود دارد و چنین استدلال می‌شود که تصور و طرح سازگاری و هم‌بستگی یک سویه میان پیدایش رسانه‌های بزرگ جدید ارتباطی و تحول از دورهٔ فرهنگی متقدم به دوره‌ای جدیدتر، تصور بسیار ساده‌انگارانه‌ای است.

رسانه‌های عمدتاً جدید در نتیجه شرایط مبهم ایجاد نشده‌اند بلکه بر بستری از فرایند تحول فرهنگی به وجود آمده‌اند. حدوث تحول فرهنگی و تأثیر آن بر رسانه‌ها بهتر درک خواهد شد اگر به جای اینکه به صورت مجزا و همراه با تحول فرهنگی‌ای در نظر گرفته شود که هم به پیدایش رسانه‌های جدید کمک می‌کند و هم متقابلاً از رسانه کمک می‌گیرد. تحولی که بر اثر تحول در رسانه‌ها به وقوع پیوسته است، بزرگ‌تر از تحول در سایر عناصر و عوامل منفرد فرهنگی است، زیرا تحول در رسانه‌ها موجب تحول در شبکه‌ای می‌شود که واسطهٔ میان فرهنگ با خودش است.

یکی از عناصر اساسی فرهنگ که از تحول در ابزار ارتباطات تأثیر می‌پذیرد، «قدرت» است. ارتباطات به فرایند بازشناسی و اعمال قدرت اجتماعی - فرهنگی کمک می‌کند. دسترسی به اطلاعات، جایگاه و منابع برای تشکیل معنا و قدرت تشخیص، استخراج، آماده کردن و ساختن منابع (که همه جزو ویژگی‌ها و خصایل اساسی و جوهری ارتباطات است)، به استقرار یا استحکام ارتباطاتی منجر می‌شود که در چهارچوب ساختار قدرت اجتماعی قرار می‌گیرد. رسانه‌ها و واسطه‌های مختلف ارتباطات اجتماعی - هم به دلیل ارتباط اعمال‌کنندگان شناخته شده قدرت و هم به دلیل توانایی آنها در کارکردهای اجتماعی مطلوب به صورت رقابتی عمل می‌کنند. آنها در فرایندهای منظم و رقابت‌آمیز و نیز با به دست آوردن جایگاه و کارکردی رقابتی در حوزه اقتصاد و اجتماع، همزیستی می‌کنند.

هنگامی که رسانه‌ای جدید وارد عرصه اجتماع یا اقتصاد می‌شود، در واقع نوعی تلاش برای کسب قدرت و فرآیندی از ساماندهی و یا هماهنگی مجدد با روابط قدرت صورت می‌پذیرد. ابزار غیررقابتی ارتباطات، یعنی ابزارهایی که قادر به حفظ جایگاه رقابتی در انجام کارکرد اجتماعی خود نیستند، به سوی ضعیف شدن و حذف سوق داده می‌شوند.

امور دینی در فرایند انتقال (گذار) به فرهنگ الکترونیکی

در چهارچوب مطرح شده در بالا گفته شد که ما در جریان تحول عمده دیگری در زمینه الگوی فرهنگ قرار گرفته‌ایم که به واسطه پیدایش رسانه‌های الکترونیکی به وقوع پیوسته است و این رسانه‌ها موجب تحولات و نیز آشفتنگی فرهنگی شده‌اند. تأثیر نهادها و فن‌آوری‌های ارتباطات الکترونیکی باید همراه با آمیختگی و سازگاری آنان با دو جریان عمده فرهنگی دیگر که هر دو به هم وابسته‌اند بررسی و شناسایی شود. یکی از این دو جریان، فرهنگ بسط و توسعه علایق فن‌آورانانه و عملی است که نشئت گرفته از ایدئولوژی پیشرفت، عقلانیت و کنترل فلسفه روشنگری است و منجر به ایجاد سیستم ماشینی حیرت‌آوری برای کنترل و تغییر فرایندها و تولیدات طبیعی می‌شود. اگرچه از خوش‌بینی به مرزهای بی‌کرانه زمان و مکان که به تحکیم و تثبیت این موج پیشرفت انجامیده، در این قرن به طرز بارزی کاسته شده است، ولی این امر الزاماً به کاهش تولیدات و محصولات آن نینجامیده است.

دومین حرکت گسترده فرهنگی، معلول سرمایه‌داری مصرف‌گرا و نظام اجتماعی - اقتصادی پیچیده‌ای است که باعث سر باز کردن امیال آدمی و فزون‌خواهی و حرص و طمع او شده و به صورت گزینشی و جزئی‌نگرانه افراد را ترغیب می‌کند تا از طریق افزایش مصرف کالا یا برخورداری از خدمات

دلخواه و نیز به دست آوردن سایر مواهب رفاه‌بخش، در نظام سرمایه‌داری همضم شوند. بسط هر یک از این دو حرکت فرهنگی، بدون حمایت و پشتوانهٔ ساختاری و فلسفی دیگری ممکن نبود.

تحلیل مقاطع و مراحل مشابه فرایند تحولات فرهنگی - ارتباطی نشان می‌دهد که در هر دوره، نهادهای مذهبی موجود همراه با سایر نهادهای اجتماعی این نکته را دریافته‌اند که این تغییر و تحول در عوامل که با میانجی‌گری وسایل ارتباطی جدید رخ داده، موجب پیدایش چالش‌های جدید برای تعدادی از حوزه‌ها و عوامل ایدئولوژیکی، نهادی و عملی می‌شود.

برای مثال، حرکت مسیحیت اولیه، از فرهنگ یهودی نیاکان خویش به فرهنگ یونانی، فرایند سادهٔ توسعهٔ سازمانی نبود، بلکه حرکت از بافتی عموماً گفتاری و شفاهی به زمینه‌ای نوشتاری بود. این فرایند پویایی از انطباق‌یابی بود که قرن‌ها طول کشید و نهایتاً منجر به تعریف و صورت‌بندی مجدد ایمان از زمینه و بستری محدود و منطقه‌ای به چهارچوبی جهانی و تحول از حجیت و مرجعیت حواریون به اقتدار مبتنی بر سلسله مراتب اسقفی و تدوین مجموعه قوانین مکتوب و تثبیت نوعی راست‌کیشی از طریق مجموعه‌ای از اصول عقاید و احکام شرعی مربوط به کلیسای جهانی شد. یکی از کارکردهای محوری در این فرایند کارکرد پولس رسول بود. تحقیقات مربوط به نقش پولس رسول در تحقق و تقویت تبادل میان فرهنگ یهودی و یونانی، به توضیح و تبیین تأثیراتی می‌پردازند که به واسطهٔ کاربردهای متفاوت فن نوشتن در آن فرهنگ‌ها به وجود می‌آید (بومرشین، ۱۹۹۱؛ گرهاردسون، ۱۹۷۷؛ واتسون، ۱۹۹۴).

همساز شدن با فن نوشتار و تلفیق نوشتار با اعمال و رویه‌های ارتباطی جوامع مسیحی فرایند پیچیده‌ای بود. یکی از متکلمین به نام مسیحی در قرن دوم، کلمنت اهل اسکندریه^۱، متوجه وجود تعصباتی خاص علیه نوشتار در کلیسای قرن دوم شده بود و آن را سدی در برابر تحول فرهنگی مؤثر به زمینهٔ یونانی مآبی می‌دانست. او این موضوع را در ابتدای یکی از نوشته‌های خود به نام *استروماتیس*^۲ مطرح می‌سازد. آزرین^۳ (۱۹۵۹) ماهیت خاص مقاومت در برابر نوشتار را که کلمنت به مبارزه با آن برخاسته بود، چنین توضیح می‌دهد:

«صدای زنده، بهترین واسطه برای اشاعهٔ حقیقت مسیحی بود. نوشته‌ها جنبه عمومی داشتند و درست نبود که دُرهای گرانبها را در اختیار انسان‌های خوک‌صفت قرار دهند. کتابت دلالت بر این داشت که گویی به انسان از طرف روح‌القدس الهام شده و این ادعای گستاخانه‌ای بود. اگر کسی باید

1. Clement of Alexandria

2. Stromaties

3. Osborn

می‌نوشت بهتر آن بود که بد بنویسد. مردان نشان داده‌اند که استفاده از سبک‌های زیرکانه می‌تواند به فساد و بدآموزی منجر شود.

به همین سیاق، تطابق و همسازی عمده اندیشه دینی با فن چاپ در دوران اصلاح دینی، کارکردی فراتر از فراهم کردن وسایل و ابزار برای اشاعه عقاید گوناگون داشت. به قول ادواردز^۱ (۱۹۹۴)، این فرآیند مزایای اطلاعات و مباحثه، حجیت، ایمان و نظم در رفتاری دینی را مجدداً تعریف کرد:

«فن چاپ نقشی بسیار مهم‌تر از کمک در مبارزهٔ همه‌جانبه با اقتدار ایفا کرد. صنعت چاپ با چنان سرعتی به اشاعهٔ پیام‌های مخرب پرداخت که تا پیش از اختراع آن ممکن نبود. مهم‌تر از آن، به رهبران ایدئولوژیکی چون مارتین لوتر این امکان را داد تا عقاید رهبران جنبش را به سرعت دریافت کنند و موجب سهولت ارتباط و تبادل نظر و تجربه میان رهبران جنبش با یکدیگر شد. نشریات چاپی، رهبران جنبش را قادر ساختند تا حتی الامکان برنامهٔ خود را به گونه‌ای نسبتاً هماهنگ به اطلاع مخاطبانی برسانند که در مناطق مختلف زندگی می‌کردند. با این حال، صنعت چاپ به صورت تناقض آمیز به تضعیف اقتدار مرکزی پرداخت، زیرا دریافت‌کنندگان پیام مکتوب را وامی‌داشت تا با اندیشه و تأمل دربارهٔ جریانات مورد منازعه، فکری هم به حال خود بکنند و امکانات و ابزارهایی، به ویژه «انجیل‌های چاپی»، را، در اختیار خوانندگان گذاشت و به این ترتیب، هر کس می‌توانست خود به دین‌شناس و فقیه خود تبدیل شود.»

وقتی استدلال تولمن (۱۹۹۰) به این مجموعه افزوده می‌شود، می‌توان تأثیر چاپ را به عنوان عاملی فرهنگی تصدیق کرد. او معتقد است که عقلانیت غربی در قرن هفدهم، اقدامی ضروری برای یافتن مبنای غیرفرقه‌ای برای ثبات اجتماعی و نیز واکنشی به جنگ‌های مذهبی بود که متعاقب اصلاحگری دینی به وقوع پیوسته بود.

هنوز هم تحولات فرهنگی ناشی از گسترش رسانه‌های الکترونیکی به همان شدت و قوت ادامه دارد. چالش‌ها و مشکلاتی که برای نهادهای مذهبی موجود (هم بین نهادهای مختلف دینی و هم بین نهادهای دینی و مواضع فرهنگی‌شان) ایجاد می‌شود، ژرف و عمیق است. من به ذکر اندکی از این چالش‌ها پرداختم تا توضیح دهم که بدون فهم جدی تحولاتی که در عرصه رسانه‌ها و ارتباطات اجتماعی در حال وقوع است، نمی‌توان به فهمی مناسب از جریانات دینی مورد نظر رسید.

گسترش و تجاری شدن ارتباطات رسانه‌ای

در چهارچوب گسترده سرمایه‌داری مصرفی و فن‌آوری‌هایی که انتشار فوری اطلاعات و تولیدات سرگرم‌کننده را در سطح جهانی ممکن ساخته است، توانایی اطلاعات و سرگرمی‌ها برای تلفیق، تولید، حفظ و نگهداری و توزیع، به قصد کسب سود تجاری درک ما را از ماهیت و کارکرد ارتباطات اجتماعی تغییر داده است.

این سخن بدان معنا نیست که ارتباطات اجتماعی و گسترش تفکر و اندیشهٔ اجتماعی و دینی در اعصار پیشین از تأثیر تجارت مصون بود. ادواردز (۱۹۹۴) در این باره که ناشران تجاری، تفکرات و عقاید مذهبی لو تر را برخلاف اغلب رقبای کاتولیک او به صورت گسترده و با شدت و حدت در سراسر اروپا تبلیغ کردند، نکات آگاهی‌بخش و آموزنده‌ای را یادآوری می‌کند. او معتقد است که این عقاید برای صنعت نشر بسیار سودآور بود.

گسترش رسانه‌های الکترونیکی که ملازم با فراوانی در سطح جهانی و گشوده شدن مرزهای ملی به روی فرایندهای تجاری و اشاعهٔ تولیدات فرهنگی بود، موجب آن شد که ارتباطات اجتماعی از مفهوم مطلق و همه‌جانبهٔ اجتماع خوب دور شود و به مفهوم نسبی اجتماع خوب که به واسطهٔ مطلوبیت فراگیر ابزارانگاری تجاری ایجاد شده است، سوق یابد. به علاوه، امور تجاری که به واسطهٔ تحول در ویژگی و نیز کاربرد فن‌آوری‌های ارتباطی هم آسان‌تر و هم ضروری‌تر شده است، موجب افزایش تقسیم و طبقه‌بندی افراد در چهارچوب بازارهای قابل شناسایی شده که در آن افراد، بار می‌آیند، پذیرفته و تأیید می‌شوند و با ظرافت فریب می‌خورند. این بازارها از طریق فرایند بازاریابی، شناسایی و یا حتی ایجاد می‌شوند و در نتیجه به واسطهٔ بسط یافتن از طریق رسانه‌ها مشروعیت و اعتبار می‌یابند و چنان که ذکر شد، در فرایند تولید و توزیع تولیدات تقویت می‌شوند و تأثیر فرهنگی گستردهٔ آنها این است که مردم، از لحاظ جامعه‌شناختی، به غیر از داشتن عضویت و هویت در این اجتماع تکامل یافته، با شیوهٔ تربیتی عمومی به سوی هویت یابی و عضویت در مجموعهٔ بازارهای گوناگون سوق می‌یابند.

این تحول، ساختار جامعه‌ای را تحت تأثیر قرار داده است که نهادهای دینی سازمان خود را بر اساس آن تشکیل داده‌اند. به گونه‌ای که موجب ساختاریندی مجدد سازمان‌های دینی شده است (وانتو، ۱۹۸۸). این تحول به سود انواع خاصی از سازمان‌های دینی تمام شده، در حالی که موجب ضرر و زیان دیگر سازمان‌های دینی گردیده است. براسر^۱ (۱۹۹۴) مدعی است که آن دسته از سازمان‌های مذهبی که خود

را محدود به بخش‌های (یا بازارهای) خاصی از جامعه کرده و در این زمینه مهارت لازم را به دست آورده‌اند (مثل سازمان‌های تخصصی فرا کلیسایی)، کار خود را به خوبی انجام می‌دهند. آن دسته از نهادهایی که در فرایند چند پارگی‌های فرهنگی اهمیت خود را از دست داده‌اند، گروه‌های مذهبی میانه‌روی هستند که:

«صور نهادی و اعمال عادت‌گونه‌ای را ترجیح می‌دهند که موجب ارتباط آنان با بخش‌های مختلفی از مردم می‌شود که دارای نظام ارزشی متفاوتی هستند. در وضعیت انسجام فرهنگی، ارزش‌های مشترک و کارآمدی وجود دارد که این گروه‌ها را با وجود تفاوت‌های مهم با هم پیوند می‌دهد. البته در شکاف مدرن - پسامدرن، محور و کانون ارزش‌های مشترک از بین می‌رود. نهادهای واسط با توجه به روابطشان با حوزه‌های مختلفی که متناسب با الزامات نوگرایانه آنها به یگانگی است، دریافت‌اند که در شکاف‌های فرهنگی کنونی پیوندهای فوق‌العاده ارزشمندی وجود دارد که آنها را در برابر حوزه‌های منازعه‌آمیزی که موجب فروپاشی گروه‌های منفرد می‌شود، حفظ می‌کند.»

این دیدگاه مستظهر به تحقیقاتی است که درباره کلیساهای استرالیا صورت پذیرفته است (هیوز^۱، ۱۹۹۲). بررسی هوور درباره تلویزیون دینی بیانگر آن است که یکی از دستاوردهای پخش برنامه‌های تلویزیونی در دهه ۷۰ و ۸۰، به وجود آمدن اعتراضات شدید اجتماعی و ممانعت از همبستگی جامعه با این گروه‌های بازاری پراکنده مذهبی است (هوور، ۱۹۸۸). می‌توان چنین تصور کرد که ویژگی‌های فرهنگ نشر و چاپ، یعنی انسجام و جهان‌گرایی، موجب شیوع اندیشه‌های کلامی شده و تلاش گروه‌های دینی عمده، موجب تحلیل رفتن توانایی آنان برای نظم‌بخشی به تحولی شده که اینک در حال وقوع است و نیز موجب کاهش توانایی آنها برای صورت دادن به واکنشی گردیده که نیازمند رویکردی رقابتی در بازار دوباره تعریف شده ارتباطات است.

ماهیت متغیر رسانه‌ها، در مقام نهاد

تاکنون نظریه غالب، نظریه‌ای بوده است که در آن رسانه، در وهله اول، نهادی اجتماعی در میان دیگر نهادها به شمار آمده است. در این دیدگاه، چنین فرض شده است که واقعیت یا هنجار اجتماعی مجزا و منسجمی وجود دارد که رسانه در بدو امر به عنوان ابزار توضیح و اشاعه این واقعیت عمل می‌کند. رویکرد غالب نیز بررسی تأثیری بوده که رسانه‌ها بر مردم دارند. در این دیدگاه، نهادهایی چون کلیسا به رسانه از

منظر ابزارانگاری توجه نشان می‌دهند. یعنی به این موضوع توجه می‌کنند که چگونه می‌توان از رسانه برای تبلیغ خود به بهترین وجه استفاده کرد. همان طور که قبلاً نیز گفته شد، در سال‌های اخیر تحولات عمده‌ای در نوع بینش و تفکر دربارهٔ رسانه‌ها به وقوع پیوسته است.

یکی از این تحولات، عدول از نظریه‌ای است که رسانه را صرفاً یکی از ابعاد فرهنگ به شمار می‌آورد. اینک چنین است که رسانه، تشکیل‌دهنده و ایجادکنندهٔ شبکهٔ فرهنگ به شمار می‌آید. یعنی مبدأ و سرچشمه‌ای است که اینک اغلب افراد از طریق آن بیشترین آگاهی‌ها، تأثیرات، ارزش‌ها و نیز معنای زندگی خود را اخذ می‌کنند. در تحول قدرتی که رخ داده است، سایر نهادهای اجتماعی، رغبتی به استفاده از رسانه برای تبلیغ واقعیت خود ندارند، بلکه از طریق رسانه در جایگاه‌های مختلف فرهنگی قرار گرفته‌اند و اهداف متفاوتی را پیگیری می‌کنند.

دومین تحول عمده، تغییر کانون توجه از خود رسانه و تأثیرات آن به نقش مخاطبان در انتخاب و استفاده از رسانه‌های مورد نظر خود برای رسیدن به معنا و اهداف رضایت‌بخش مورد نظر خویش است. در چشم‌اندازی وسیع، مردم مایل نیستند به رسانه از چشم‌انداز و منظری نگاه کنند که به واسطهٔ فرهنگ‌پذیری آنها در سایر زمینه‌های اجتماعی توسعه یافته است و می‌یابد. رسانه‌ها به خودی خود، و نیز در مقام نهاد، بسیار گسترده‌اند و تبدیل به جزء اجتناب‌ناپذیر زندگی و فرهنگ مردم شده‌اند و ما اینک به تمام گروه‌های اجتماعی (از جمله مذهبی‌ها) از منظر فرهنگ‌پذیری از رسانه‌ها توجه نشان می‌دهیم. تحول در تفکر دربارهٔ ارتباط مردم و فرهنگ با رسانه‌ها از این منظر بسیار مهم، همان چیزی است که هورر (۱۹۹۳) خاطر نشان می‌سازد:

«رابطهٔ بین مردم و رسانه، رابطه‌ای است آزادی و اختیاری... مردم بر اساس طرح و نقشهٔ رسانه‌ها زندگی می‌کنند، زیرا این گونه می‌خواهند و علت مهم‌تر این است که طرح و نقشهٔ رسانه را موثق و قابل اعتماد می‌دانند.»

یعنی مردم دریافت‌کنندگان منفعل پیام‌هایی نیستند که در سازمان‌های رسانه‌ای - تجاری تولید می‌شوند. مردم اینک در شبکهٔ رسانه‌ای فرهنگ حضور پیدا می‌کنند، نه به آن دلیل که مجبور یا فریفته شده‌اند، بلکه به سبب اینکه خود چنین خواسته‌اند. آنها از چنین کاری احساس مسرت می‌کنند و این برای آنان هم معنادار و هم اعتماد برانگیز است.

همین مسائل در خصوص نهادهای دینی نیز صدق می‌کند. رسانه‌ها در مقام عوامل ایجاد تحول، به عرصهٔ منبعی جایگزین برای اطلاعات و احساسات دینی، ارشاد اخلاقی، آیین‌ها و گردهمایی‌ها، نه تنها

برای جمعیتی عظیم که حتی برای اعضای نهادهای دینی خود می‌پردازند. سازمان‌های مذهبی شاید دیگر حتی برای اعضای خود تنها منبع اطلاعات، حقیقت و رفتار دینی نباشند.

تحول در دیدگاه کلیسا در مورد حوزه عمومی

در نتیجه وجود رقابت در قلمرو ارتباطات که در عصر رسانه‌های الکترونیکی شدت و سرعت بیشتری یافت، کلیسا جای خود را به حوزه عمومی داده است. قبلاً کلیسا در کنار دولت، نهادی بود که به طور مستقیم و عمدتاً در مسائل عمومی مداخله می‌کرد و نفوذ و تأثیر زیادی هم داشت و به کنترل موضوع نشر و نحوه ارائه این مسائل می‌پرداخت. امروزه نهادی مستقل در زمینه آگاهی و نشر (یعنی رسانه) بر اوضاع تسلط یافته است و کلیسا و دولت باید به شرایط این «حوزه رسانه‌ای» گردن نهند (هوور، ۱۹۳۳).

میل به نقش‌آفرینی در حوزه عمومی از یک سو و از دست دادن قدرت اعمال کنترل بر چگونگی استفاده از نمادهای آنها و نیز چگونگی انعکاس و تبلور عمومی این نمادها، بر اثر گسترش رسانه‌ها، موجب بروز اختلال و آشفتگی ذهنی در اغلب کلیساها شده است. امروزه بحث این است که کلیساها چگونه بدون آنکه امتیاز ویژه‌ای بطلبند، در جامعه حضور پیدا کنند. نزاع بر سر نقش اجتماعی نهادهای کلیسایی، به کاهش حضور و ضعف فکری آنها در جریانات و مباحث عمومی منجر شده است. از آنجا که هم افراد جامعه و هم اعضای کلیسا، در حوزه عمومی زندگی می‌کنند و از آنجا که حضور در حوزه عمومی و اجتماعی بر اعتبار و اقتدار کلیسا می‌افزاید، عدم حضور آن در حوزه عمومی رسانه‌ها، موجب عدم آگاهی مردم از رابطه ایمان خود با زندگی معمولی و روزمره‌شان خواهد شد.

دشواری‌ای که فراروی کلیساها قرار دارد، همانا بازنگری درباره حضور در اجتماع و قابل اجرا کردن ایدئولوژی خود در شرایطی است که تقریباً همه کارهای ویژه‌ای که کلیسا قبلاً انجام می‌داد، اینک به عنوان کالای مصرفی جذابی در دسترس مردم قرار گرفته است و در چنین شرایطی کلیسا نمی‌تواند بر چگونگی انعکاس نمادهای خود یا چگونگی استفاده دیگران از آنها کنترل داشته باشد. خلاصه، سؤال این است که کلیسا چگونه می‌تواند در مقام اقلیتی ضعیف در درون فرهنگی سوداگر اعمال نفوذ کند؟

تأثیر کالایی کردن

ماهیت رقابت‌آمیز بازار، به ویژه در سازوکار کالایی کردن مصرف‌گرایانه، ایجاب می‌کند که فرایند تجاری و از طریق آن، خدمات و فعالیت‌های غیرتجاری انسان با هم تناسب داشته باشند و به عنوان خدمات یا

کالاهاي تجاری، بسته‌بندی و به شکل جديد فروخته شوند. نهادهاي مذهبي که ايدئولوژی‌شان قبلاً در قالب ديگر کارکردها و خدمات تثبيت و دربرخي موارد به دليل موقعيت اجتماعي ممتازشان يا حتي از طريق قانون‌گذاري حفظ شده بود و در اين زمينه يک‌ه تازی می‌کردند، اينک درمی‌يابند که بسياری از اين خدمات و کارکردها از انحصار آنها خارج شده و به صورت بسته‌بندی شده و برای منافع تجاری به فروش رفته است، آن هم به شیوه‌ای که از شیوهٔ کلیسا جذاب‌تر است. برای مثال، قرن گذشته شاهد آن بود که کارکردهاي موعظه‌گرایانهٔ نهادهاي دينی در قرون پیشتر، به عنوان راهی مهم برای درمان بی‌دينی، کارکردی تجاری يافته است. در دهه‌هاي اخير، انگیزهٔ فردی و ابعاد پرحرمت ايمان مسیحي که قبلاً بسياری از مردم را به کلیسا می‌کشاند، مجدداً (بدون طرح ايدئولوژی مسیحي) به صورت سمینارهاي جالب و جذاب، بسته‌بندی و به مبلغ ۵۰ تا ۱۰۰۰ دلار به مردم فروخته شده است. ویژگی رقابتي بازار حتي در بازار ارتباطات اجتماعي، به معنای آن است که نهادهاي ارتباطات برای زنده ماندن بايد به سازمان‌هايی متجاوز و سلطه‌طلب تبديل شوند. يادآوری اين نکته آموزنده است که چگونه مصرف‌گرایی به عنوان يک فلسفه و حتي به عنوان منطری تفسيري که از طريق آن ايمان مسیحي درک و تفسير می‌شود، اهميت پيدا کرده است. مثلاً هرکسی ممکن است به موارد زیر برخورد کند: تأثير کالايی شدن بر تبليغ و پيشبرد «توليدات» ايمان و «خدمات» دينی، علاقه معنادار جنبش احیای دين به رويکرد بازاریابی و بحث و مناظرهٔ گسترده دربارهٔ ارائه تعريف جديدي از ايمان برای برانگیختن توجه مردم به فوايد دين. سازگار شدن با اين موقعيت جديد برای آن دسته از سازمان‌هاي قدیمی که ايدئولوژی‌شان آنها را به رقابت وادار می‌کند، در مقایسه با نهادهاي قدیمی که ايدئولوژی‌شان در جستجوی همکاري و اجماع نظر و تفاهم بیشتر است، آسان‌تر به نظر می‌آید.

اصلاح ساختارهاي اخلاقی

يکی از نتايج عمدهٔ شبکهٔ جديد ارتباطات الکترونيکی، اصلاح ساختارهاي اخلاقی بوده است. اينکه آیا اين فرايند نوعی فروپاشی ساختارهاي اخلاقی در جهت شرايط غير اخلاقی شدن جامعه يا نسبی‌گرایی و اصلاح در شبکه مراکز به هم پيوستهٔ گفتمان‌هاي اخلاقی است يا فرايند اصلاح ارزش‌هاي منسجم و مشترک، جای بحث دارد.

دلایل مختلفی در اثبات و تأييد اين اصلاح اقامه شده است:

- ۱- بسط منطقی انفکاک جنبش روشنگری از اخلاق و دستورهای غیرمشروط
- ۲- تأکید بر گرایش به مصرف اطلاعات برای اطلاعات
- ۳- نبود تفاوت‌گذاری عملی میان انواع مختلف اطلاعات و ارزش آنها
- ۴- نبود فرصت و امکان عملی برای سپردن تعهد و التزام به مجموعه‌ای از اطلاعات اخلاقی به جای دیگری

۵- ورود، جذب و نوسازی پیوسته اطلاعاتی که تحول دیرپا و معنادار در ساختار اخلاقی را با مشکل مواجه می‌کند

عزیزم مهارت در استفاده از فضا و نیز سکوت^۱ که تشخیص نظم اخلاقی و ارزش‌ها را دشوار می‌سازد باین^۲ (۱۹۹۱) تحول در ساختار اخلاقی را مستقیماً به تحول در رسانه‌ها ربط می‌دهد:

«فرایند تخریب به صورت اجتناب‌ناپذیر به وقوع می‌پیوندد، درست مثل آبی که در سنگ نفوذ می‌کند. ما چیزهای بی‌شماری را می‌شنویم، می‌خوانیم و می‌بینیم که از لحاظ معنوی واجد و حاوی هیچ معنایی برای ما نیستند. نکته مهم و ارزشمند، ساختار عقلانی تربیت و آموزش خوب و اساسی نیست، بلکه قرار گرفتن در جریان اطلاعات است.»

نهادهای دینی به دلیل عضویت مشترک بنیان‌گذارانشان هم در نهادهای دینی و هم در سایر نهادهای اجتماعی، الزاماً باید چهارچوب اخلاقی خود را طبق چهارچوب گسترده‌تر اخلاق اجتماعی تعریف و تعیین کنند، خواه این تعریف، تعریفی همگون یا ناهمگون باشد، خواه حالتی بینابین این دو تحول در ساختارهای اخلاقی فرهنگ اصلی و فراگیر جامعه، موجب تشمت و تزلزل در موقعیت‌های قطعی و ثابت نهادهای دینی مستقر در آن فرهنگ می‌شود.

ساختارهای اجتماعی اخلاق غالب در بیشتر فرهنگ‌های غربی، از لحاظ سنتی، و در بسیاری از موارد قویاً، با ایمان دینی گره خورده و از آن کسب حمایت کرده است، تا جایی که کلیسا معلم و هادی اخلاقی جامعه به شمار می‌آمد. تحول در ساختار اخلاقی که جزو آثار تحول اجتماعی ناشی از رسانه‌های الکترونیکی است، هم در زمینه چگونگی درک و تصور نهادهای دینی از روابط خود با فرهنگ‌های میزبان کاربرد دارد و هم در زمینه چگونگی پرورش و اشاعه رفتار اخلاقی در میان طرفداران خود که به عنوان اعضای فرهنگ در این نهادها به طور کامل حضور پیدا می‌کنند، مفید است.

يادداشت

۱- دو استثناء قابل ذکر است. مارتین مارتی (۱۹۸۹) در مقاله خود با عنوان «تحول الگو در علم کلام، به ربط وثيق متکلمين، کلام و کتب و تحولاتی که به واسطهٔ ماهيت تحول پذير کتب در خود کلام به وقوع می‌پيوند اشاره می‌کند. جوهولاند برای ارائهٔ چهارچوبی تحلیلی از تقریرات پسامدرنی در «انواع کلام پست مدرن»، به طرح نظریهٔ تحول فرهنگ بشر در چهار مرحله می‌پردازد. به اعتقاد هولاند، نقش رسانه‌ها در این تحولات نقش قابلیگی پیامدهای تحولات فرهنگی است. این موارد به خاطر تمایزشان قابل ذکر هستند.

- Babin, P. (1991). *The new era in religious communication*. Minneapolis, MN: Fortress.
- Bedell, K. (1993). *Seminary study conducted for the National Council of Churches Media Education Committee-Summary of findings*. Unpublished document.
- Bellah, R. N., & Burnharm, F. M. (1989). *Postmodern theology*. San Francisco: Harper and Row.
- Bevans, S. B. (1992). *Models of contextual theology*. Maryknoll, NY: Orbis.
- Boomershine, T. E. (1987). Biblical megatrends: Toward a paradigm for the interpretation of the Bible in electronic media. In K. H. Richards (Ed.), *Society of biblical literature seminar papers* (pp. 144-157). Atlanta, GA: Scholars Press.
- Boomershine, T. E. (1991). Doing theology in the electronic age: The meeting of orality and electricity. *Journal of Theology*, 95,4-14.
- Bosch, D. (1991). *Transforming mission: Paradigm shifts in theology of mission*. Maryknoll, NY: Orbis.
- Brasher, B. (1994). *Life in multiple worlds: An archaeology of a UCC congregation alive and well in the modern/postmodern rupture*. Paper presented to the annual meeting of the Society for the Scientific Study of Religion, Albuquerque, NM.
- Browning, D. (1983). *Religious ethics and pastoral care*. Philadelphia: Fortress.
- Browning, D. (1987). *Religious thought and the modern psychologies: A critical conversation in the theology of culture*. Philadelphia: Fortress.
- Bumham, F. B. (Ed.). (1989). *Postmodern theology: Christian faith in a pluralist*

- world*, San Francisco: Harper and Row.
- Davaney, S. (Ed.). (1991). *Theology at the end of modernity*. Philadelphia: Trinity.
- Edwards, M. (1994). *Printing, propaganda, and Martin Luther*. Berkeley: University of California Press.
- Eisenstein, E. (1979). *The printing press as an agent of change: Communications and cultural transformations in early modern Europe* (Vols. 1 & 2). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Gerhardsson, B. (1977). *The origins of the gospel traditions*. London: SCM Press.
- Griffin, D., Beardslee, W., & Holland, J. (1989). *Varieties of postmodern theology*. Albany: State University of New York Press.
- Hauerwas, S. (1991). *After Christendom?* Sydney: Lancer.
- Holland, J. (1989). The postmodern paradigm and contemporary Catholicism, In D. Griffin, W. Beardslee, & J. Holland (Eds.), *Varieties of postmodern theology* (pp. 9-27). Albany: State University of New York Press.
- Hoover, S. (1993a). Mass media and religious pluralism. In P. Lee (Ed.), *The democratisation of communication*. Cardiff: University of Wales Press.
- Hoover, S. (1993b, spring). What do we do about the media? *Conrad Grebel Review*, pp.97-107.
- Hoover, S. (1988). *Mass media religion: The social sources of the electronic church*. Newbury Park, CA: Sage.
- Horsfield, P. (1989, October). Teaching theology in a new cultural environment. *Media Development*, pp. 6-9.
- Hughes, P. (1993). *Faith alive: An Australian picture*. Melbourne: Christian Research Association.
- Kress, G. (Ed.). (1988). *Communication and culture*. Kensington: University of New South Wales Press.

- Küng, H., & Tracy, D. (Eds.). (1989). *Paradigm change in theology: A symposium for the future*. New York: Crossroad.
- Lindbeck, G. A. (1984). *The nature of doctrine: Religion and theology in a postliberal age*, London: SPCK.
- Martin-Barbero, J. (1993). *Communication, culture and hegemony: From the media to mediations*. London: Sage.
- Marty, M. (1989). The social context of the modern paradigm in theology: A church historian's view. In H. Küng & D. Tracy (Eds.), *Paradigm change in theology: A symposium for the future* (pp. 174-201). New York: Crossroad.
- Newbigin, L. (1989). *The gospel in a pluralist society*. London: SPCK.
- Oden, T. (1984). *Care of souls in the classic tradition*. Philadelphia: Fortress.
- Oden, T. (1990). *Agenda for theology: After modernity ...what?* Grand Rapids, MI: Academie.
- Ong, W. (1967). *The presence of the word: Some prolegomena for cultural and religious history*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Ong, W. (1982). *Orality and literacy: The technologising of the word*. London: Methuen.
- Osborn, E. (1959). Teaching and writing in the first chapter of the stromateis of Clement of Alexandria. *Journal of Theological Studies*, 10,335-343.
- Pattinson, s. (1993). *A critique of pastoral care* (2nd ed.), London: SCM Press.
- Regan, H., & Torrance, A. (Eds.). (1993). *Christ and context: The confrontation between gospel and culture*. Edinburgh: T & T Clark.
- Toulmin, S. (1990). *Cosmopolis: The hidden agenda of modernity*. New York: Free Press.
- Tracy, D. (1987). *Plurality and ambiguity*. San Francisco:Harper and Row.
- Watson, N. (1994). "The philosopher should bathe and brush his teeth"-Congruence

between word and deed in Graeco-Roman philosophy and Paul's letter to the Corinthians. *Australian Biblical Review*, 42,1-16.

Wuthnow, R (1988). *The restructuring of American religion: Society and faith since World War II*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Wuthnow, R. (1993). *Christianity in the 21st century: Reflections on the challenges ahead*, New York: Oxford University Press.

فصل دوم

رسانه، معنا و روش در مطالعات دینی

گریس آرتور

کالین تارنبال^۱ (۱۹۶۱) در تحقیق خود دربارهٔ کوتوله‌های آفریقای مرکزی، به توصیف نقش مهم مولیمو^۲ یا شیپور مقدس در زندگی دینی آنان می‌پردازد. شیوخ قبیله این شیپور را برای بیدار کردن جنگل‌ها، که رشتهٔ زندگی کوتوله‌ها شدیداً بدان وابسته است، به کار می‌برند. تارنبال با جلب اعتماد آنها، مولیمو را که تقدس و حرمت فراوانی دارد، معرفی می‌کند. برای او شگفت‌انگیز و جالب است که مقدس‌ترین موضوع در نزد این قبیله، به شکل لوله‌ای فلزی است. مثال دیگر گزارش‌هایی بود که اخیراً از سان فرانسیسکو دریافت شد در خصوص اینکه چگونه یک موضوع بی‌ربط، معنایی دینی به خود می‌گیرد. یک تابلوی راهنمایی و رانندگی که سال‌ها قبل در جلوی درب طلایی پارک شهر نصب شده بود، از نظر بسیاری مقدس تلقی می‌شد. صدها زایر، که برخی از آنها از نقاط دوردستی چون هندوستان آمده بودند، برای نیایش و دعا، تأمل و خلسه و تقدیم گل و دود دادن بخور در پیشگاه لینگام^۳ جدید به سان فرانسیسکو سفر کردند (ریوز، ۱۹۹۳). این مصادیق و نمونه‌ها قویاً مؤید نظریهٔ میرچا الیاده (۱۹۵۸) است که می‌گوید: «منی توان با اطمینان گفت که چیزی وجود داشته است که در برخی مقاطع تاریخ بشری به موضوعی رازمند تبدیل نشده باشد». الیاده این نام عام را به شیوه‌های مختلف تجلی دین (یعنی به مناسک، اسطوره‌ها، کیهان‌شناسی، نمادها، مکان‌های مقدس، کتاب مقدس، لباس‌های مخصوص مراسم مذهبی، رقص‌های شمنی) اطلاق می‌کند. با توجه به این نکته که خصلت دین‌گرایی انسان در حوزهٔ مبهم و گیج‌کننده‌ای، از

1. Colin Turnbull

2. Molímo

3. Lingame نماد ذکرگونه در پرستش شیوا، خدای هندوان

تابلوی راهنمایی گرفته تا کتاب *الهیات عالی*^۱ تبلور می‌یابد، رازها موادخام مطالعات دینی تلقی می‌شوند. برای رشتهٔ دین‌پژوهی مهم این است که به تنوع رسانه‌هایی که به واسطهٔ آنها طرح موضوعات دینی ممکن می‌شود، توجه و حساسیت بیشتری بورزند. در غیر این صورت، شاید در خصوص این فرض دچار تردید شویم که دین تعریف پیراسته‌تر و مرزبندی روشن‌تر و قاطع‌تری نسبت به آنچه که در واقع مورد نظر است، ارائه می‌دهد. هنوز در حوزهٔ دین‌پژوهی شاهد نوعی گرایش به غفلت از رسانه‌ها هستیم و این غفلت یا سردرگمی موجب نادیده انگاشتن آن چیزی می‌شود که لن ماسترمن^۲ (۱۹۸۵) نخستین اصل تحقیقات رسانه‌ای تلقی می‌کند. او معتقد است که رسانه، نظام نمادینی است که باید به صورت جدی‌تر خواننده یا تماشا شود و مشکل بتوان آن را انعکاس خود تبیین‌کنندهٔ واقعیت به شمار آورد. ماسترمن خیلی صریح و ساده چگونگی مغفول واقع شدن این اصل را توضیح می‌دهد. معلم نقاشی شکل اسبی را برای بچه‌های کلاس می‌کشد. سپس می‌پرسد این چیست؟ پاسخ قطعی این است که آن تصویر اسب است. معلم با تکان دادن سر خود چند بار سؤال را تکرار می‌کند و عملاً تفاوت میان یک اسب واقعی و تصویر آن بر روی بوم نقاشی را مطرح می‌کند. مشابه این مثال در نقاشی معروف رنه ماگریته^۳ از یک چپق مطرح می‌شود که در حاشیه آن نوشته شده است: «این یک چپق نیست». شاید کتب موجود دربارهٔ دین باید بر روی جلد خود چنین موضوعی را ذکر کنند تا نحوهٔ شکل‌گیری جهان معانی‌مان را تحت تأثیر نهادها و تصاویر رسانه‌ای، به ما خاطر نشان سازند.

پیشرفت‌های مهم

به عقیده ارسولا کینگ^۴، ویراستار کتاب *نقاط عطف در دین‌پژوهی*^۵ (۱۹۹۰)، نقطهٔ عطف بیانگر پیشرفتی مهم است. اینکه نویسندگان مقالات مختلف این کتاب در تشخیص این پیشرفت‌ها موفق بوده‌اند یا نه، قابل بحث است. به نظر می‌رسد که فصل آخر، به اضافهٔ مقالات جان هینلز^۶، کینگ و کیم نات به سه جریان بسیار مهم (در حوزهٔ هنر، جنسیت و فن‌آوری اطلاعات) اشارهٔ دقیق می‌کنند که برای ایجاد تحول بنیادی در روند یا نتایج این حوزه مطالعاتی مستعد است. دو تا از این نقاط عطف جدید (یا تحولات الگویی)، اساساً مربوط به حوزهٔ رسانه‌هاست و بیانگر این معناست که روابط میان دین و رسانه مستعد آن است که به عنوان حوزه‌ای مهم در مطالعات مدنظر قرار گیرد [۱].

1. Summa Theologia

2. Len Masterman

3. Rene Magritte

4. Orsula King

5. Turning Points Religious Studies

6. John Hinnels

جان هینلز (۱۹۹۰) در مقاله خود دربارهٔ دین و هنر، با یادآوری این نکته سخن خود را آغاز می‌کند که سوادآموزی همگانی پدیده‌ای نسبتاً جدید و اساساً غربی است و این ادعایی است که به واسطهٔ تحقیقات مقایسه‌ای دربارهٔ میزان باسوادی بزرگسالان در سطح کشور مطرح شده است. به علاوه، این تحقیقات به این نتیجه رسیده‌اند که «در این هزاره، اکثریت دینداران جهان بی‌سواد بوده‌اند. همچنین، زمانی که مطالعات دینی بر منابع مکتوب تأکید می‌ورزند، دچار این مخاطره می‌شوند که در چنبرهٔ سطحی از دینداری گرفتار شوند که اغلب مؤمنان یا دغدغه آن را ندارند یا اصلاً دل‌مشغول آن نبوده‌اند. هینلز معتقد است که برای بی‌اثر کردن خطرات این دیدگاه ناقص و ناتمام، همراه با توجه به منابع مکتوب، باید نوع دیگری از بیان دینی را در حوزهٔ هنر شناسایی کرد. او می‌گوید، هنر لزوماً ابتدایی‌ترین ابزارهای ارتباطات دینی را هم فراهم نمی‌کند، اما در دوران جدید، بهترین و گسترده‌ترین شکل بیان دین است. بی‌اهمیت شمردن هنر (که هینلز آن را اشتباه عمده و معمول دین‌پژوهی می‌داند)، به معنای نفی و انکار تحسین آن چیزی است که دین را به صورت تجربه‌ای زنده برای معتقدان درمی‌آورد. با فرض تنوع وسیع رازها، که مواد خام دین‌پژوهی‌اند، نمونه‌برداری از آن دسته از رازهایی که در نوشتن آشکار می‌شوند، طبیعتاً مهم است، اما باید تنها بخشی از تحقیقی وسیع به شمار آید.

مقالهٔ مهم روش‌شناختی گرگوری اسکوپن^۱، با عنوان «باستان‌شناسی و پیش‌فرض‌های پروتستان در مطالعهٔ بودیسم هندوستان» (۱۹۹۱)، با خاطر نشان ساختن نمونه‌ها و مصادیق خاصی که در آن، جهت‌گیری رسانه‌ای به معرفی نادرست دین می‌انجامد، هشدار هینلز را مستنداً اثبات می‌کند. اسکوپن در این بررسی، به افشای ویژگی دوگانه‌ای می‌پردازد. به گفتهٔ اسکوپن، شیوهٔ محققان جدید برای بررسی تاریخ بودیسم هندوستان منحصر به فرد است، اما عجیب‌تر این است که این روش نامعمول تلقی نشده است. ماسترمن (۱۹۸۵) معتقد است که ریشهٔ این غرابت مضاعف، نوعی غفلت‌ورزی از رسانه است و آموزه‌های اسکوپن مشابه تلاش همان معلم نقاشی است که می‌کوشید تا به شاگردان خود تفاوت میان اسب و تصویر آن را بیاموزد. مقالهٔ اسکوپن به ما یادآوری می‌کند که روش‌های گوناگونی برای انعکاس دین وجود دارد که باید مورد توجه قرار گیرند و همچنین به ما یادآوری می‌کند که تصویرهای گوناگونی از بودیسم را می‌توان در منابع مختلف رسانه‌ای به وجود آورد.

چرا بررسی بودیسم هندوستان منحصر به فرد غیرمعمولی است؟ اسکوپن (۱۹۹۱) می‌گوید: به این دلیل که این بررسی برای نوع معینی از موضوعات و منابع، به صورت غیرمنطقی اولویت قائل است. در

1. Gregory Schopen

اینجا، دو جریان اساسی در رسانه‌ها وجود دارد که این حوزه را برجسته می‌کند: از یک سو موضوع باستان‌شناختی^۱ قرار دارد و از طرف دیگر منابع مکتوب مطرح است. اسکوپن به تبیین برتری آشکار و علمی منابع مکتوب بر موضوعات مورد نظر باستان‌شناسی می‌پردازد. مسلماً این نقطهٔ قوت اولویت مورد نظر است که «مکتوب بودن را بر فعالیت‌ها و امور جاری، ترجیح می‌دهد. به این ترتیب، بودیسم واقعی و عملی و بودیسم مکتوب برابر می‌شوند. موضوعات مکتوب شامل متون کاملاً ویرایش شده‌ای است که معطوف به «طرح یک تفکر» است. این متون شامل تفکراتی است که گروهی بسیار اندک از جماعت بزرگ بوداییان، خواهان ایمان آوردن و عمل کردن همه جماعت به آن هستند. در حالی که رویکرد باستان‌شناختی، بیانگر مناسک عملی و اعتقادات بودایی‌هاست.

اسکوپن با یادآوری روش نامتداولی که به راحتی منابع مکتوب را ترجیح می‌دهد، یعنی اولویت را به نوعی رسانه‌گرایی می‌دهد که در خلال بررسی مسیحیت اولیه آن را مطرح ساخته است، درصدد توضیح و تبیین آن برمی‌آید. او می‌گوید این عقیده که دین در منابع مکتوب به چشم می‌خورد، عقیده‌ای کاملاً جهت‌دار و در شمار پیش‌فرض‌های محدود و تنگ‌نظرانهٔ مذهب پروتستان است. به عبارت دیگر، تصور ما از بودیسم هندی به همان میزان که بیانگر و حاوی تاریخ و ارزش‌های بودیسم هندی است، متضمن ارزش‌های دینی غرب نیز هست. تأکید مفرط بر منابع مکتوب ما را با تصویری از بودیسم مواجه می‌سازد که پدیده‌های گوناگون تشکیل‌دهندهٔ این سنت پیچیده و متنوع را به اندازهٔ کافی منعکس نمی‌سازد.

دبلیو. برد کریستنسن^۲ (۱۹۶۰) در کتاب معنای دین^۳ می‌نویسد که اگر ما درصدد برآیم که داده‌های دینی را از چشم‌اندازهای مختلف دینداران بفهمیم و بشناسیم، «واقعیت دین را نفی خواهیم کرد» هم اسکوپن و هم هینلز نگران آن هستند که این نفی ممکن است به علت غفلت از اهمیت رسانه‌ها به وقوع بپیوندد و این نیز به نوبه خود، موجب ترجیح بلامرجح منابع مکتوب می‌شود.

نوعی پیش‌فرض دربارهٔ پیستی دین - خواه به صورت صریح و در قالب تعریفی مشخص، خواه به طور ضمنی و به صورت رویکردی به رسانه‌ها که ما را به توجه به دسته‌ای خاص از موضوعات سوق می‌دهد - می‌تواند در دور افتادن تحقیقات ما از دین‌ورزی عملی کسانی که واقعیت زندهٔ ایمان را پایه‌گذاری می‌کنند، مؤثر واقع شود و این تحقیقات را به قواعد و صورت‌بندی‌هایی انتزاعی منحرف کند که در صحت آنها تردید است. نمونه‌ای از این مورد، ایرادات کنترول اسمیت^۴ (۱۹۷۸) به مفاهیم «دین» و

1. archaeological

2. W. Berd Kristensen

3. The Meaning of Religion

4. Cantwell Smith

«ادیان» است. همان‌گونه که مارگارت مایلز^۱ (۱۹۸۵) نشان داده است، آنچه که تاکنون به عنوان تاریخ جامع بشر تلقی شده، در واقع تا حدود زیادی تاریخی اقلیتی نامعمول^۲ و مسلط بوده است، یعنی کسانی که می‌توانسته‌اند بخوانند و بنویسند. اگر ما خواهان دموکراتیزه کردن دین‌پژوهی و نیز تضمین این نکته‌ایم که فهم ما از دین، تبلور واقعی آن پدیده عینی باشد که موجب تکوین اعتقادات گوناگون می‌شود، نباید خود را به روش یگانه‌ای محدود کنیم. برای مثال، بسیاری از افراد احساس خود را در مورد خود و روابطشان با تصاویر نشان می‌دادند نه با کلمات.

رسانه و شناخت بیان دینی

کار اندیشمندان و محققانی چون هینلز و اسکوپین، ما را به وجود رسانه‌های مختلفی که نمادهای دینی را منعکس می‌سازند، آنگاه ساخته و نشان می‌دهد که فهم ما از دین (اگر صرفاً بر روش‌شناختی واحد تأکید مفرط بورژیم) چگونه دچار انحراف می‌شود. والتر اونگ و جک گوودی^۳ با حوزه‌های سر و کار دارند که رسانه‌های مختلف می‌توانند در آن حوزه، دیانت ما را شکل دهند. تلاش برای تلخیص کار این محققان زبردست تلاش بی‌فرجامی است. می‌خواهم به صورت خیلی ساده به طرح برخی از تفکرات آنها بپردازم که زمینه طرح این سخن را آماده می‌سازند که حوزه مطالعات دینی به روشی رسانه‌شناسانه^۴ نیاز دارد. تصور این نکته که «بعد از طرح یک دیدگاه کلامی یا تلفیق چند دیدگاه کلامی و دینی، رسانه به راحتی و سادگی آن را منتشر و تبلیغ می‌کند» (اونگ ۱۹۶۹)، آسان است. کار والتر اونگ این نوع ساده‌انگاری (هنوز فراگیر) را با برجسته‌سازی نتایج و پیامدهای شناختی تعیین واسطه‌ای جدید به چالش می‌گیرد. به گفته اونگ (۱۹۸۲)، «نوشتن بیش از هر نوآوری دیگری آگاهی انسان را متحول کرده است». بدون نوشتن، ذهن انسان باسواد نمی‌توانست آن‌گونه که امروز می‌اندیشد، فعالیت کند. واسطه‌ای چون نوشتن، نه تنها فرد که جامعه را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد. ارتباط گفتاری (شفاهی) موجب همبستگی افراد در گروه‌های اجتماعی می‌شود. خواندن و نوشتن موجب می‌شود روان به خویش توجه کند. اونگ ضمن تأمل در تفاوت‌های موجود میان فرهنگ‌های گفتاری و نوشتاری، این ایده را مطرح می‌سازد که، «رسانه» به جای اینکه صرفاً حاوی تفکراتی باشد، تفکر را امکان‌پذیر و آسان کرده و بدان شکل می‌دهد. به عنوان مثال، جوامعی که دارای فرهنگ شفاهی‌اند، باید زمان و انرژی بیشتری را

1. Margaret Miles

2. atypical

3. Jack Goody

4. media-conscious

صرف تکرار مطالب کنند تا موضوعات مورد نظرشان فراموش نشود و این وضعیت، نیازمند ایجاد ذهنی محافظه کار و سنت‌گراست که از کسب تجارب روشنفکرانه جلوگیری به عمل می‌آورد.

در مقابل، متن نوشتاری، ما را از مسئولیت چنین ذهن محافظه کارانه‌ای آزاد و به تأمل در خود و طرح فرض‌ها و گمان‌های تازه وادار می‌سازد. مسلماً از نظر اوانگ، نوشتن، عالم^۱ را از معلوم^۲ متمایز می‌سازد. بنابراین، شرایط طرح «عینیت» که ملازم با انزوا و عزلت‌گزینی فرد است را فراهم می‌آورد. این سخن از دلالت‌های دینی بسیاری برخوردار است. برخی از این دلالت‌ها را جک گودی مطرح کرده است. او معتقد است که در فرهنگ‌های شفاهی، کلمه خدا، مثلاً فارغ از محل قرارگیری آن در جمله و یا زمینه اجتماعی آن، به سختی به عنوان هستی مستقل و مجزا به تصور در می‌آید، اما هنگامی که در واقعیت عینی و فیزیکی یک نوشته تبلور پیدا می‌کند، می‌تواند برای خود واجد حیات تلقی شود (گودی و وات، ۱۹۶۸). زبان نوشتاری با عینیت بخشیدن به کلمات «با در دسترس قرار دادن بلندمدت‌تر معانی و دقتی بیشتر از زبان شفاهی» می‌تواند اندیشهٔ شخصی را برانگیزد. گودی اعتقاد دارد که دین، با استفاده از زبان نوشتاری، تأثیر عمیقی از خود برجای می‌گذارد. سواد بیش از ادیان بومی و محلی، به گسترش جهان‌بینی آدمی کمک می‌کند و موجب قوت گرفتن برخی ویژگی‌های مذاهب جهانی می‌شود (مثل جهان‌شمولی، مدارای اندک در مقابل تحولات و غیره). در صورتی که بی‌سوادی موجب شکل‌گیری سنت‌هایی می‌شود که شمول و فراگیری کمتری دارند (گودی ۱۹۸۶).

ابعاد رسانه‌های دین

هانس کپین برگ^۳ (۱۹۹۲) در مقاله‌ای انتقادی در نشریهٔ نیومن^۴ که نشریهٔ انجمن بین‌المللی تاریخ دین است، به شناسایی و طرح چیزی پرداخت که خود آن را «حوزه‌های جدید برای بسط دین پژوهی» می‌نامد و در آن انواع ادبی که ادیان بزرگ مورد استفاده قرار داده‌اند ارزیابی می‌شود. اگرچه مشاهدهٔ مقاله‌ای که در آن اهمیت کار جک گودی شناخته و مطرح شده است، امر مبارکی است، اما محدود کردن این حوزهٔ جدید صرفاً به «انواع ادبی» مایه تأسف است. ما بیشتر نیازمند توجه به انواع سبک‌هایی هستیم که رسانه‌ها برای معرفی و ترویج به کار می‌برند. در حقیقت، به همان شیوه و روشی که دندان پزشکان برای مشخص کردن میزان جرم دندان از مایع شفافی استفاده می‌کنند، دین‌پژوهی نیز به ابزاری روش‌شناختی نیاز دارد تا از

1. knower

2. known

3. Hans Kippenberg

4. Numen

اهمیت ابعاد رسانه‌ای مطرح در این زمینه غفلت نشود. چنین صراحت و شفافیتی مهم است، نه به دلیل آنکه می‌توانیم بدین‌وسیله به حذف موارد ناخواسته بپردازیم - مثل آنچه که در مثال دندان‌پزشک مشاهده می‌شود - بلکه بدان علت که می‌خواهیم از عمل و تأثیر این روش، هم بر کل حوزه دین‌پژوهی و هم بر موضوع مورد بحث آگاه شویم. به خصوص نیازمند تضمین این نکته‌ایم که رویکردی چندرسانه‌ای به جای رویکرد تک رسانه‌ای اتخاذ شود، تا گستره‌ای از رسانه‌ها، متناسب با گستره رازها^۱ مدنظر قرار گیرد. حداقل پنج دلیل در حمایت از این رویکرد می‌توان ارائه کرد:

۱- همان‌گونه که اسکوپن و هینلز و دیگران مطرح ساخته‌اند، رویکرد رسانه‌گرایی هم سو و توأم با «نوشتن» می‌تواند در تغییر اصرار ما از دیانت عملاً تجربی به گزاره‌های تجربیدی درباره آرمان‌ها مؤثر واقع شود. اما همان‌گونه که نینیان اسمارت^۲ (۱۹۸۸) متذکر شده است، مهم‌ترین نماد ارتباطی در ماهیت دین، مؤمنانی هستند که به آن تعلق خاطر دارند. اگر ما در توضیح تمام راه‌هایی که طی آنها مردم دین‌ورزی خود را آشکار می‌سازند (شیپور مقدس، علامت ترافیک، بوم نقاشی، رقص، معماری و آثار مکتوب) شکست بخوریم، با خطر نفهمیدن دیدگاه و اعتقاد مردم به عنوان مهم‌ترین واسطه مواجه می‌شویم.

۲- اگر همان‌گونه که اونگ و گودی و دیگران یادآوری کرده‌اند، رسانه‌ها جزئی از تفکر دینی‌اند و نه ابزار صرف نشر و پخش آن و اگر ما خواهان اثبات و تأیید کلیت این تفکر هستیم، پس نباید توجه خود را تنها به یک رسانه محدود کنیم. اگر بسط مطالعات دینی منوط به تطور و در دسترس قرار گرفتن رسانه‌های مختلف است، پس برای شناختن تاریخ دین نیازمند اتخاذ رهیافتی هستیم که به رسانه حساس باشد.

۳- اگر همان‌گونه که اغلب اظهار شده، تجربه دینی طبق برخی برداشت‌ها، فراتر و برتر از عبارات و کلمات است، تکیه مفرط بر منابع گفتاری غیرمنطقی خواهد بود. همچنین اگر بپذیریم که بیان‌ناپذیری در مجموع ویژگی اصلی همه تجارب و تجلی‌های دینی است پس بر اثر شکست ارتباط فاحشی که متوجه همه رازهاست، به نظر می‌رسد به جای محدود کردن خود به یک سبک، بهتر است که به حوزه تلاش‌های معنادار و برجسته توجه کنیم. آی. تی. رمزی^۳ (۱۹۶۴)، بر اساس پیامدهای رسانه‌ای شدن کانون رازمند و غیرقابل توصیف دین، به طرح نظریه‌ای ظریف می‌پردازد که ما را در تبیین تنوع ظاهراً بی‌بایان تجلیاتی که در این حوزه از تجارب انسانی یافت می‌شود، یاری می‌دهد. رمزی می‌گوید که زبان دینی مشحون از

1. hierophanies

2. Ninian Smart

3. I.T. Ramsey

واژگان کیفی و تعابیر توصیفی مثل «ابدی»، «نامتناهی»، «کامل» و «قادر مطلق»، است که کارکرد دوگانه‌ای دارند: یکی اینکه بُعد رازمند و غیرقابل توصیف خالق و صاحب دین را به ما یادآوری می‌کنند و دیگر اینکه نشان می‌دهند که هیچ بیانی نمی‌تواند به طور کامل بر آن بُعد احاطه یابد و به توصیف آن بپردازد و یا آن را تضعیف کند. تعابیر توصیفی در خدمت «تکثیر الگوهای پایان‌ناپذیر» قرار می‌گیرند. لذا برای دین‌پژوهی، قطعی و مطلق انگاشتن هر مدلی نادرست است.

۴. بسیاری از نکات آموزنده‌ای که اونگ و گودی مطرح کردند به واسطهٔ تجربه‌گذار از فرهنگ مکتوب به فرهنگ تلویزیونی مورد تشویق قرار گرفته‌اند. چنین تحولی در رسانه مسلط اجتماعی، موجب برانگیختن حساسیت ما نسبت به تأثیر رسانه در زندگی‌مان می‌شود. توماس بومرشین (۱۹۸۷) اظهار می‌دارد که از دیدگاه دینی، از آنجاکه این تحولات می‌توانند ویژگی تجربه اجتماع از امر قدسی را متحول سازند، تحولاتی انقلابی‌اند. طریقه‌ای که طی آن تلویزیون بر چنین تحولی اثر می‌گذارد، یعنی پخش دوبارهٔ برنامه‌های دینی که مقتضای حال آن است، موضوعی است که باید مورد توجه فوری و اساسی متخصصان دین‌پژوهی قرار گیرد.

۵. با فرض این واقعیت که برخی مفسران و گزارشگران، تلویزیون را پدیده‌ای دینی یا شبه‌دینی به شمار می‌آورند (بابین، ۱۹۹۱؛ فور، ۱۹۸۷؛ گوتالس، ۱۹۹۰؛ وارن، ۱۹۹۲)، ابعاد مختلف رسانه‌های گروهی مدرن ممکن است مورد توجه خاص دین‌پژوهی قرار گیرد. اگر ما دین را صرفاً در قالب رسانه‌ای خاص قرار دهیم، امکان دارد اقبال خود را برای ملاحظهٔ تجلیات بکر و جدیدی از دین‌ورزی از دست بدهیم. باید از غفلت‌هایی که ناشی از تعاریف رسانه‌گرای نسنجیده است اجتناب ورزیم.

به این ترتیب، شیوه‌های تأثیرگذاری رسانه‌ها بر معنای دین به طور مختصر و فشرده معرفی شد و با شیوه‌هایی آشنا شدیم که دین‌پژوهی برای توضیح این واقعیت مهم به آنها نیاز دارد. برای تفصیل بیشتر این استدلال، می‌خواهیم به کار هینلز و اسکوپن، نمونهٔ سومی بیفزاییم که رویکردی رسانه‌گرا است. این رویکرد در پژوهش برجستهٔ ویلیام گراهام دربارهٔ ابعاد گفتاری انجیل با عنوان *فراسوی کلام مکتوب*^۱ (۱۹۸۷) به کار گرفته شده است. همچنین می‌خواهیم به روشی که رودلف اتو (۱۹۲۳) با استفاده از آن از دین تصویر شبکه‌ای مرکب از تاروپود عناصر عقلانی و غیرعقلانی را ارائه می‌دهد، توجه نشان دهیم و این کار به طرح و تقویت رویکردی می‌انجامد که تنها بر یک منبع گفتاری متکی نیست [۲] و تا حدودی نیز به روشی توجه نشان می‌دهد [۳] که طی آن، رشتهٔ دین‌پژوهی از صور جدید رسانه‌ها برای انعکاس

یافته‌های خود استفاده می‌کند. اما فصلی کوتاه از یک کتاب برای توضیح این موارد بسیار کم است و باید توضیحات بیشتر درباره این موضوعات را در جای دیگری مطرح ساخت.

یادداشت‌ها

۱- کتاب حاضر البته خود بیانگر چنین گرایشی است. در این خصوص که گستره‌ای از موضوعات مرتبط با رسانه‌ها، اموری بسیار مهم برای دین تلقی می‌شوند، همکاران آرتور (۱۹۹۳) نشانه‌ها و شاخصه‌های بیشتری را مطرح کرده‌اند (و نیز رجوع کنید به بررسی‌هایی که بر روی کتاب‌های منتشر شده در نشریه *مرور مطالعات دینی*^۱ در سال ۱۹۹۵ انجام داده‌ام). همان‌گونه که شورای سردبیری نشریه کانسیلیم^۲ (۱۹۹۳/۶) در شماره‌ای که به بررسی رسانه‌های گروهی اختصاص یافته بود، اظهار داشتند، رسانه به سادگی به تصور ما از واقعیت شکل می‌دهد و اهمیت آن باید بر این مبنای بررسی شود (کلمن^۳ و تومکا^۴، ۱۹۹۳).

۲- برای آشنایی با برخی از نظرات جالب درباره اینکه توضیح مشهور رادلف اتو، درباره روابط عناصر عقلانی و غیرعقلانی در دین، چگونه می‌تواند با رسانه‌های مختلف که به انعکاس دین می‌پردازند، ارتباط یابد، رجوع کنید به بابین (۱۹۹۱) (این بُعد از کار بابین در نقدی برجسته می‌شود که من درباره کتاب وی در مجله *توسعه رسانه*^۵ عرضه کرده‌ام).

۳- برای آشنایی بیشتر با برخی دیدگاه‌ها درباره ممکن بودن استفاده از انواع جدید رسانه‌ها در ارتباطات علمی و آکادمیک، به بخش فراخوان مقاله در نشریه دانش مشترک^۶ رجوع کنید. دیدگاه‌هایی که گریل مارکوس^۷ و پل فایرابند^۸ عرضه می‌کنند جذابیت خاصی دارند.

1. Religious Studies Review

2. Concilium

3. Coleman

4. Tomka

5. Media Development

6. Common Knowledge

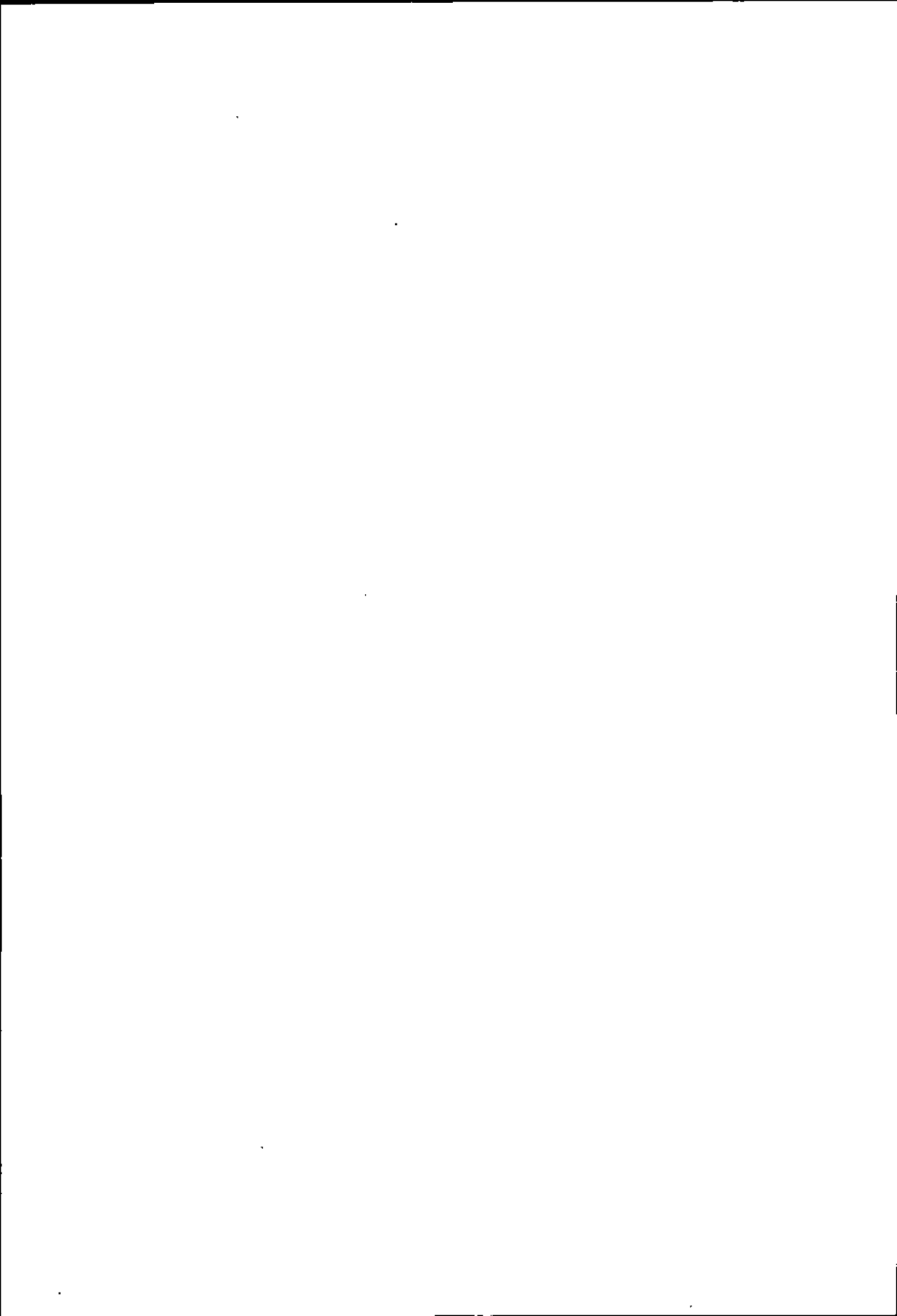
7. Greil Marcus

8. Paul Feyerabend

مراجع

- Arthur, C. (Ed.). (1993). *Religion and the media, an introductory reader*. Cardiff: University of Wales Press.
- Babin, P. (1991). *The new era in religious communication* (D. Smith, Trans.). Minneapolis, MN: Augsburg.
- Boomershine, T. (1987). Religious education and media change. *Religious Education*, 82(2), 269-278.
- Coleman, J., & Tomka, M. (Eds.). (1993). Mass media. *Concilium*, 6.
- Eliade, M. (1958). *Patterns in comparative religion*. London: sheed and Ward.
- Fore, W. (1987). *Television and religion: The shaping of faith, values, and culture*. Minneapolis, MN: Augsburg.
- Goethals, G. (1990). *The electronic golden calf: Images, religion, and the making of meaning*. Cambridge, MA: Cowley.
- Goody, J. (1986). *The logic of writing and the organization of society*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Goody, J., & Watt, I. (1968). The consequences of literacy. In J. Goody (Ed.), *Literacy in traditional societies* (pp. 27-68). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Graham, W. A. (1987). *Beyond the written word: Oral aspects of scripture in the history of religion*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Hinnells, J. (1990). Religion and the arts. In U. King (Ed.), *Turning points in religious studies* (pp. 257-274). Edinburgh: T. and T. Clark.
- King, U. (Ed.). (1990), *Turning points in religious studies*, Edinburgh: T. and T. Clark.
- Kippenberg, H. G. (1992). The problem of literacy in the history of religions. [Review Article] *Numen*, 39(1), 102-107.

- Kristensen, W. B. (1960). *The meaning of religion: Lectures in the phenomenology of religion*. (J. B. Carman, Trans.). The Hague, The Netherlands: Mouton.
- Masterman, L. (1985). *Teaching the media*. London: Comedia.
- Miles, M. (1985). *Image as insight: Visual understanding in western Christianity and secular culture*. Boston: Beacon.
- Ong, W. (1969). Communications media and the state of theology. *Cross Currents*, 19,462-480.
- Ong, W. (1982). *Orality and literacy: The technologizing of the word*. London: Methuen.
- Otto, R (1923). *The idea of the holy: An inquiry into the non-rational factor in the idea of the divine and its relation to the rational* (J. W. Harvey, Trans.). Oxford, UK: Oxford University Press.
- Ramsey, I. T. (1964). *Models and mystery*. London: Oxford University Press.
- Reeves, P. (1993, October 31). Lo and behold, a bollard. *Independent on Sunday*, p. 1.
- Schopen, G. (1991). Archaeology and Protestant presuppositions in the study of Indian Buddhism. *History of Religions*, 31(1),1-23.
- Smart, N. (1988). Communication. In E. Barnouw (Ed.) *International encyclopedia of communication* (vol. 3, pp. 443-446). New York: Oxford University Press.
- Smith, W. C. (1978). *The meaning and end of religion*. London: SPCK.
- Turnbull, C. (1961). *The forest people*. London: Jonathan Cape.
- Warren, M. (1992). *Communication and cultural analysis: A religious view*. Westport, CT: Bergin and Garvey.



فصل سوم

تلویزیون دینی

مناسک جبران‌گر در نمایش بزرگ‌تر اجتماعی

بابی سی. الکساندر

این فصل درصدد جلب توجه خوانندگان به نقش تلویزیون دینی به عنوان مناسک جبران‌گر در نمایش یا منازعه‌ای اجتماعی است که بینندگان مسیحی و سنتی‌اش، بازیگران آن به شمار می‌آیند. چنان که خواهیم دید، تلویزیون دینی مثل مناسک دینی قابلیت آن را دارد که به تلاش بینندگان برای فائق آمدن بر جایگاه بی‌اهمیت خود در جامعه آمریکا مدرسانی کند. تحلیل تلویزیون دینی به مثابه مناسک دینی که در این فصل مطرح شده است، به منزله تاملی دوباره در جذابیتی است که این تلویزیون برای بینندگان خود دارد.

آیین در تعریف وسیع آن فعالیت است که موجب گذار و انتقال آدمی از جهان فانی به جهان دیگری می‌شود که در آن هر روز زندگی متحول می‌گردد. اغلب تحولاتی که مناسک ایجاد می‌کنند، فوق امور نمادین است. مناسک به زندگی روزمره آدمی نیز تسری پیدا می‌کنند و مردم را بر آن می‌دارند تا جهان را با نگاهی نو بنگرند و با مشی تازه‌ای در آن به فعالیت بپردازند. مناسک، میانی تجربه شده‌ای را متحول می‌کنند که مردم زندگی روزمره خود را بر آن بنا می‌نهند (گیرتز، ۱۹۷۳؛ ترنر، ۱۹۷۴، ۱۹۸۵).

آیین اساساً نمایش یک فعل^۱ است (اسکچنر^۲، ۱۹۸۷، ۱۹۷۷) و به عنوان عملی نمایشی، این واقعیت را آشکار می‌سازد که شرکت‌کنندگان در آیین درگیر فعالیتی هستند که از طریق آن خویشتن خود

1. showing of a doing

2. Schechner

زا شکل می‌دهند. در طول اجرای مناسک، فاعل و فعل یکی می‌شوند و اجراکنندگان و آیین‌گذاران از طریق اعمال آیینی، متحول می‌شوند و این چرخه بی‌وقفه ادامه می‌یابد (دراپور، ۱۹۹۱).

ملاحظه خواهیم کرد که بینندگان با تکیه بر ظرفیت و قابلیت تلویزیون دینی برای ارائه کارکردی همانند کارکرد مناسک مشروع و مقبول، با کشف توانایی ایجاد تحول در منزلت خود (به عنوان یک گروه اجتماعی در جامعهٔ آمریکا) از گروهی به حاشیه رانده شده به گروهی مهم (حداقل از نظر خویش) تبدیل می‌شوند. همچنین، خواهیم دید که بینندگان با اتکا بر قابلیت این تلویزیون به منزلهٔ مناسکی برای سازگار کردن خود با برخی دیدگاه‌ها و سبک‌های زندگی در متن اصلی جامعه آمریکا، توانایی ایجاد تغییر در منزلت اجتماعی خود را خواهند یافت. هماهنگی با متن اصلی جامعه موجب می‌شود که جامعه از این بینندگان پذیرش بیشتری به عمل آورد و لذا در جامعه برای آنها مقام و منزلت بالاتری فراهم شود. اینکه رسانهٔ تلویزیون و ماهیت کلی و عمومی پیام آن در سطحی عام‌تر، چگونه به بینندگان خود، تلاش برای تشکیل و تکوین هویتی عمده را القا می‌کند، در فصلی دیگر در همین کتاب که نوشتهٔ وایت است، توضیح داده می‌شود.

جنگ مقدسی که بینندگان برنامه‌های دینی به عنوان سنت‌گرایان مذهبی علیه جامعهٔ کنونی آمریکا آغاز کرده‌اند همانند مبارزهٔ آنان برای کسب قدرت و نفوذ بیشتر در جامعهٔ گسترده‌تر، امری مشهود است. این بینندگان درگیر مبارزه‌ای نیز هستند که چندان مشهود نیست و آن مبارزه برای کسب وجهه و جذب در متن جامعهٔ آمریکاست. آنان گروه اجتماعی به حاشیه رانده‌شده‌ای هستند (بروس، ۱۹۹۰؛ واتنو، ۱۹۸۹). تقید آنها به نظام ارزشی و اعتقادی سنتی‌شان، جهت‌گیری و رویکرد کاملاً محافظه‌کارانه آنها در مسائل سیاسی و اجتماعی، بخش عمدهٔ جامعهٔ آمریکا را وادار می‌کند که تماشاچیان این نوع تلویزیون را به حاشیه براند. متن جامعه کاملاً دین‌گریز است و از لحاظ ترکیب متکثر و مقید به مسلک زندگی مردم‌سالار به معنای وسیع کلمه است.

طبق تحقیقی که در مرکز فارغ‌التحصیلان دانشگاه نیویورک (در سال ۱۹۹۱ انجام شده است) متن جامعهٔ آمریکا اساساً دینی است. دین در شکل‌گیری جامعهٔ آمریکا نقش به‌سزایی ایفا کرده و امریکایی‌ها برای شکل دادن به ارزش‌های اجتماعی خود از دین انتظار یاری دارند. اما عموم مردم جامعه و متن اصلی اجتماع اجازه نمی‌دهند که هیچ دین واحدی به یگانه‌ناظر و مشروعیت‌دهنده و تنها داور در زمینهٔ ارزش‌ها و زندگی عمومی تبدیل شود (بروس، ۱۹۸۸). اگرچه در جامعهٔ آمریکا یهودیت و مسیحیت به هم

آمیخته‌اند، اما به هیچ‌وجه یکی نیستند.

جامعه آمریکا دین انحصارگرا و آخرت‌گرای بینندگان مسیحی سنتی برنامه‌های تلویزیونی دینی را مغایر با شیوه مردم‌سالارانه (دموکراتیک) زندگی به شمار می‌آورد. اگر چه بینندگان مسیحی خود از دموکراسی تأثیر می‌پذیرند (آزادی در ارائه برنامه‌های دینی، پخش این برنامه را ممکن می‌سازد)، در حق سایر دیدگاه‌ها مدارای لازم را ندارند و خواهان اعمال محدودیت در خصوص کسانی هستند که به نظام اخلاقی مسیحیت سنتی عمل نمی‌کنند. جامعه، برنامه‌های سیاسی جناح راست مذهبی را که تلویزیون دینی نقش بلندگوی تبلیغاتی آن را ایفا می‌کند، دشمن تمام عیار خود به شمار می‌آورد. سیاست مسیحیت سنت‌گرا، تلاش برای تحمیل اخلاق دینی به سایر مردم از طریق تسخیر مجدد قوه مقننه و قضاییه تلقی می‌شود. جامعه آمریکا با جدیت و از طرق مختلف، از محکوم کردن این سیاست در رسانه‌های خبری گرفته تا وضع مقررات کیفری و مصوبات محدودکننده و تلاش‌هایی که در سطح حوزه‌های خبری و مانند آن صورت می‌پذیرد، با این تلاش‌ها و سیاست‌ها مقابله می‌کند.

یقیناً بینندگان مسیحی سنتی تلویزیون دینی در جامعه سکیولار حضور پیدا می‌کنند، رای می‌دهند و در سرگرمی‌ها و تفریحات شرکت می‌کنند (بروس، ۱۹۹۰، ۱۹۸۸؛ هانتز، ۱۹۸۷، ۱۹۸۳)، ولی فقط تا حدودی غربی و دین‌گریزند (بروس، ۱۹۹۰). باورهای دینی و اخلاقی آنها در مقایسه با اعتقادات دینی اولین بینندگان برنامه‌های دینی در دهه ۵۰ تغییر نیافته است (گربرنر^۱، ۱۹۸۴). این بینندگان اعتقاد دارند که کلمه کلمه انجیل حقیقت دارد، زیرا اعتقاد دارند که خداوند آن را نازل کرده است. آنها طبق دستور انجیل روزه می‌گیرند و بر دیدگاه‌های موعودگرایانه^۲ و دینی آن صحنه می‌نهند. ویژگی‌های مذهبی بینندگان، که غالباً بنیادگرا و جزو فرقه معتقد به عید پنجاهه هستند (گربرنر، ۱۹۸۴)، آنها را از افراد جامعه متمایز می‌کند. اگرچه جامعه، خود در کل مذهبی است، اما دین آنها با سبک زندگی و جهان‌بینی دین‌گریزانه همساز و هماهنگ شده است. اعتقادات بینندگان تلویزیون دینی، آنها را به مقابله با جامعه سکیولار سوق می‌دهد.

بینندگان تلویزیون دینی بر این باورند که جامعه بی‌دین در تلاش برای شکست دادن خداوند و الغای لغو برنامه او برای کل هستی، هم‌پیمان شیطان است. مبارزه‌جویی بینندگان برای بسط اخلاق انجیلی، مستظهر به این دیدگاه است که بازسازی اخلاق جهان بی‌دین برای شکست شیطان و رستگاری مخلوقات خداوند، جنبه حیاتی و فوری دارد. آنها اعتقاد دارند که کارگزاران خداوند بر روی زمین هستند و

1. Gerbner

2. Millenarian (هزاره‌گرا)

مجاهدتهای آنان برای درهم شکستن جبهه شیطان ضروری است. مبارزه طلبی اینان همچنین مسبوق به این اعتقاد است که نبرد و جدال کیهانی میان خداوند و شیطان برای سلطنت ابدی بر زمین در حال رسیدن به نقطه اوج خود است، زیرا شیطان به نبرد خود علیه خداوند در آخرالزمان شدت بیشتری بخشیده است. آنها بر این باورند که به عنوان پاداش مؤمن ماندن به خداوند و اراده وی، در حکومت ابدی خداوند نقش و سهم خواهند داشت.

نظام اعتقادی مسیحیت سنتی، یگانه و یکپارچه نیست. در میان بینندگان برنامه‌های مختلف، تفاوت‌های اعتقادی و فرقه‌های مهم و معناداری وجود دارد. برای مثال، سنت‌گرایان نیایش کلامی و زبانی را که نماد فرقه پنجاهه است و نیز اعتقاد به این موضوع را که آمادگی و لیاقت روحی و معنوی شرط رستگاری کامل است، رد می‌کنند. فرقه پنجاهه (پنته کوستال) نیز اصرار سنت‌گرایان بر نظم و سلسله مراتب کلیسا را نفی می‌کند، هر چند اغلب بینندگان آن فرقه در داشتن اعتقادات بنیادگرایانه مشترک هستند (گرینر، ۱۹۸۴).

اندک بودن تعداد بینندگان تلویزیون دینی، نمایانگر منزلت پایین و جایگاه ضعیف آنان در جامعه امریکاست. تنها ۱۳/۳ میلیون نفر یعنی ۵ درصد از جمعیت امریکا به صورت منظم به تماشای برخی برنامه‌های تلویزیون دینی، از جمله برنامه‌های سنتی، می‌پردازند. از بین اینها تنها ۵۵ درصد اظهار داشته‌اند که «تولد دوباره» که نشانه و مشخصه اصلی مسیحیت بنیادگراست را تجربه کرده‌اند. و آن گروهی که به تماشای برنامه‌های دینی می‌پردازند، کسانی هستند که تا حدود زیادی در وهله اول مقید به دین و کلیسای خود هستند (گرینر، ۱۹۸۴). تعداد اندک بینندگان به واسطه اندک بودن تعداد مسیحیان سنتی، به چشم می‌آیند. آنها بالغ بر ۱۶ درصد از جمعیت کل امریکا هستند (مک‌کینی^۱ و روف ۱۹۸۷). تعداد مسیحیان سنتی‌ای که به تماشای برنامه‌های دینی می‌پردازند، از این رقم هم کمتر است. تعداد افراد جناح راست مذهبی نسبتاً اندک است این امر در شکست این گروه برای ممانعت از تحولات سیاسی امیدوارکننده در سطوح ملی و کشوری در دهه ۸۰ کاملاً آشکار شد. نشانه‌های دیگر ضعف جریان راست مذهبی، شکست و ناکامی پات رابرتسون^۲ برای رسیدن به ریاست حزب جمهوری خواه و توقف و تعطیل شدن برنامه اکثریت اخلاقی^۳ جری فالول^۴ به دلیل حمایت‌های نادرست مالی از آن است (بروس، ۱۹۹۰، ۱۹۸۸) [۲]. اندک بودن تعداد بینندگان، توجه ما را به سوی نظام اعتقادی و ارزشی

1. McKinney

2. Pat Robertson

3. Moral Majority

4. Jerry Falwell

ضعیف و بی‌اهمیت آنان جلب می‌کند.

بینندگان یاد شده تحت شرایط ترس و تهدیدی که از طرف جامعه آمریکا متوجه آنان است، در اصول و وجوه مناسک تلویزیون دینی، فرصت و امکان مشروعیت بخشیدن یا ایجاد اعتبار برای دین و نظام اخلاقی خود و نیز گروه و جماعت مذهبی خود را باز می‌یابند. مشروعیت بخشیدن به خود، برای کوشش و تلاش بینندگان تلویزیون دینی ضروری است و موجب گسترش بسیج سیاسی و برنامه‌های اجتماعی آنهاست. در همان حال، بسیج شدن موجب کمک به آنان در دفاع از دین و جماعت دینی خود و نیز ارتقا دادن خود به عنوان گروهی مهم در اجتماع و نیز مورد توجه قرار گرفتن در جامعه می‌شود.

بینندگان در اصول و وجوه آیینی تلویزیون دینی، ابزار هماهنگ شدن با سبک زندگی و پیامدهای بی‌دین شدن جامعه‌ای را می‌یابند که ترکیب دین‌گریز و کثرت‌گرای آنها با مخالفت دینشان روبروست. تلویزیون دینی به بینندگان خود کمک می‌کند تا دربارهٔ جریان‌های سیاسی اجتماعی دین‌گریز بیشتر بیاموزند و به آنها فرصت تجربه کردن برخی حساسیت‌های جامعه بی‌دین و سبک زندگی آنها را می‌دهد. همانند شدن با «غیرخودی»های جهان دین‌گریز، بینندگان را کمتر مشکوک و مظنون می‌کند. انگیزهٔ همسازی، با وعدهٔ جامعه مبنی بر استقبال از کسانی که دین‌گریزتر شوند، رشد و افزایش می‌یابد. یعنی از کسانی که سبک زندگی‌ای را برمی‌گزینند که ملازم و آمیخته با دیدگاه‌ها و چشم‌اندازهای گستردهٔ مردم‌سالار و تکثرگرای جامعه است استقبال می‌شود. البته این بینندگان به روش زندگی دین‌گريزانه سرسری نمی‌نگرند، بلکه آن را جذاب و فریبنده می‌یابند. تجربه کردن حساسیت‌های دین‌گريزانه راهبرد همسازی و انطباقی است که برای به دست آوردن توافق جامعه اتخاذ می‌شود. خود مشروعیت بخشی دین بینندگان و همسازی و هماهنگی با نیازها و الزامات جامعه بی‌دین، نقش‌های آیینی متضادی هستند. این تضاد بیانگر فشار همه‌جانبهٔ علایق دینی و اجتماعی رقیبی است که بینندگان را به مسیرهای متضاد می‌کشاند. مناقشه بر سر نقش آیینی تلویزیون دینی موجب ابهام و سردرگمی بینندگان در مورد جامعه بی‌دین می‌شود و اعتقادات دینی آنها را به چالش می‌گیرد و با توجه به مذهبشان آنها را از به دست آوردن توافق و رضایت جامعه باز می‌دارد.

مشارکت آیینی بینندگان در برنامه‌های تلویزیونی

کارآمدی و تأثیر بخشی تلویزیون دینی به مثابه مناسک در مشروعیت‌بخشی و همساز کردن بینندگان از طریق شرکت فعال آنان در فعالیت‌ها و برنامه‌های تلویزیون افزایش می‌یابد (من درصدد تغییر فهم

مرسوم از مناسک به عنوان تعامل رو در روی افراد و تبدیل آن به برداشتی هشتم که می‌توان بینندگان در خانه را نیز حاضران در برنامه‌های تلویزیونی به شمار آورد (۳).

بینندگان، در آیینی شدن عمل تماشا، در وهلهٔ اول خود را در وضعیت حضور در برنامه تلویزیونی قرار می‌دهند. آنها به طور منظم به تماشای برنامه‌های دینی می‌پردازند و همچنین آن مراسم آیینی را به جا می‌آورند که آنها را برای حضور فعالانه در برنامه‌ها آماده می‌سازد ۴۳ درصد از بیندگانی که برنامه‌های رابرتسون، فالول و سواگارت^۱ و بکرز^۲ را تماشا می‌کنند، قبل از دیدن برنامه دعا می‌خوانند و ۷۷ درصد بعد از دیدن برنامه این کار را می‌کنند. ۴۰ درصد قبل از اینکه برنامه را ببینند، انجیل می‌خوانند و ۲۹ درصد بعد از اتمام برنامه دست به این کار می‌زنند (از بین آنها ۲۳ درصد بعد از توصیهٔ کشیش برنامهٔ دینی، کتاب انجیل خریدند. در واقع ۶۳ درصد، موضوعات مطالعاتی را تحت تأثیر کشیش و روحانی برنامه‌ها خریداری می‌کنند). تمرین و آماده شدن بینندگان از لحاظ آیینی به منزلهٔ مرحله‌ای است که در آن بینندگان برای حضور فعال در برنامه‌های تلویزیون دینی آماده می‌شوند. از مجموع بیندگانی که در تحقیقات مورد سنجش قرار گرفتند، ۸۲ درصد اظهار داشتند که با نیایشی که از تلویزیون پخش می‌شود همراهی می‌کنند (۵۱ درصد این را مکرراً انجام داده‌اند). ۸۲ درصد همراه با برنامه دعا می‌کنند و ۳۷ درصد همراه با برنامه به قرائت انجیل می‌پردازند.

سروکار داشتن با برنامه‌ها، از لحاظ آیینی بینندگان را قادر می‌سازد تا بر قدرت تحول‌آفرین آیین افزوده و در بازسازی جهان روزمره و هویت و منزلتی که تحت تأثیر برنامه‌های دینی به دست آورده‌اند، مشارکت ورزند. این تحول در صورتی ممکن می‌شود که برنامه‌های تلویزیونی بینندگان را در تحول و انتقال از جهان روزمره به شرایط و فضایی بدیل و جایگزین یاری دهند. این همان زمینه‌ای است که در آن جهان دین‌گرایز مطابق با دیدگاه‌های موعودگرایانه بینندگان بازسازی و یا در بستر آن، دیدگاه‌ها و سبک زندگی جاری و متداول را تجربه کنند.

تحول و گذار، زمانی آغاز می‌شود که بینندگان از لحاظ آیینی آمادگی حضور و مشارکت در برنامه را پیدا کنند و با شروع برنامه‌ها نیز تداوم می‌یابد. برنامه‌های تلویزیونی با سلام و تعارفات معمولی مجری یا میزبانان شروع می‌شود که بعضاً همراه با موسیقی یا آواز گروهی است. برنامهٔ فالول یعنی «در محضر انجیل»^۳ با سلام آغاز و با نیایش خاتمه می‌یابد. منطقی که در برنامه‌های مختلف و دیگر نمادهای

1. Swaggart

2. Bakkers

3. "The Old-Time Gospel Hour"

تصویری حکم‌فرماست. بینندگان را یاری می‌دهد تا به برنامه‌های تلویزیونی انتقال پیدا کنند و در آن حضور یابند. تذکر مکرر مسائل شرعی یا اخلاقی در برنامه‌ای خاص به بینندگان کمک می‌کند تا توجه خود را از جهان دین‌گریز روزمره برگرفته، به جهانی که برنامه‌های تلویزیونی می‌سازند، معطوف کنند. علاوه بر علایق دینی‌ای که بینندگان با خود به برنامه‌های تلویزیونی می‌آورند، آنها در تکوین اعتقادات و اخلاقیاتی که در برنامه‌های مختلف تبلور می‌یابد نیز سهیمند و همچنین همپا و همراه با برنامه‌های یاد شده درگیر و دل‌مشغول تولید و خلق معانی دینی‌اند. این دسته از بینندگان توجه خود را به برطرف ساختن منزلت اجتماعی فرودست و پایین نیز معطوف می‌کنند، اگر چه ممکن است به عملکرد خود وقوف کامل نداشته باشند. بینندگان تلویزیون دینی در آغاز خود را شهروندانی بهشتی تلقی می‌کنند و البته به عنوان موجوداتی زمینی به دیدگاه خود، نیازها و علایق اجتماعی‌شان نیز می‌پردازند. بینندگان در منزلت و شأن الهی ویژه‌ای که برنامه‌های تلویزیونی در نقش خود به عنوان عامل مشروعیت بخشی برای آنها به تصویر می‌کشد (یعنی مردمی که از سوی خداوند افرادی خاص تلقی می‌شوند) منزلت مضاعف عضویت در یک گروه اجتماعی مهم را نیز درمی‌یابند، زیرا برای خداوند و در نزد او اهمیت پیدا می‌کنند. و این افراد برای خویش هویت خلق می‌کنند، و چنین تصور می‌کنند که در خانه خویش نیز گویی در جهانی وسیع‌تر حضور دارند و به میزانی که سبک زندگی و هویت دین‌گرایانه تری را تجربه می‌کنند، از سوی این جهان وسیع‌تر نیز پذیرفته می‌شوند [۴].

مشروعیت آیینی

تلویزیون دینی فراهم ساز روش مهمی است که در آن، پیام مسیحیت سنتی و استدلال عقلانی و منطقی که آن را تقویت می‌کند، منعکس می‌شود. این تلویزیون زمینه‌ساز طرح این نکته است که مسیحیت سنتی و اخلاقی و نگرش آن به جهان دارای حقیقت است. زیرا متکی بر حقیقت خود خداوند است و در انجیلی که بینندگان بر اساس آن زندگی می‌کنند، قابل دریافت است. لذا مسیحیت سنتی با نظم کیهانی یا الهی هماهنگی پیدا می‌کند. تلویزیون دینی به عنوان مجری مراسم آیینی، موضوع مهم دیگری را نیز در ذهن بینندگان تقویت می‌کند و آن برانگیختن تجربه احساسی و عاطفی خاصی است که زمینه‌ساز شهود تجربی بی‌واسطه و دست اول از اعتبار مسیحیت سنتی در جهان و سبک زندگی این دین به عنوان ابزار مؤثر فائق آمدن بر تهدیدات جهان (موجود) است (گیرتز، ۱۹۷۳).

تلویزیون دینی در «اشاعه و تفهیم» پیام‌های موعودگرایانه مسیحیت سنتی نقش آشکار و برجسته‌ای

ایفا کرده است. البته نقشی که در «مشروعیت بخشیدن» به پیام‌ها ایفا می‌کند، به روشنی این نقش نیست. بینندگان در دین موعودگرایی که در کانون توجه و اهتمام تلویزیون دینی قرار دارد، منبع حمایت و پشتوانه‌ای برای تلاش و تکاپو در جهت اعتبار بخشیدن به خود می‌یابند. البته این منطقی و مقبول کردن اعتقادات بینندگان از طریق تجارب احساسی صورت می‌پذیرد که برای جهان‌بینی دینی آنان هاله‌ای از صدق و حقیقت فراهم می‌کند و لذا دین آنها را منطقی‌تر و نافذتر می‌سازد. برنامه‌های تلویزیون با تصویری کردن حضور شیطان در جهان، به ویژه در قالب آزار و اذیتی که دادگاه‌های بی‌دین نشریات، نهادهای قانون‌گذار و گروه‌های مدنی در حق مؤمنان سنت‌گرا روا می‌دارند، به ترس، اضطراب و تشویش خاطر آنان دامن می‌زنند. احساسات نیز باعث تقویت این دیدگاه می‌شوند که جهان بی‌دین در جبههٔ شیطان قرار دارد و آزار به مؤمنان اقدامی است که خود شیطان، به عنوان بخشی از تلاش برای برهم‌زدن برنامهٔ خداوند از طریق شکست دادن مؤمنان، طراحی کرده است. اضطراب و ترس به درون منازل نیز راه می‌یابد. در آنجا نیز مؤمنان نباید از مراقبت خویش غفلت ورزند، گو اینکه فراتر از این باید مبارزهٔ اخلاقی علیه جامعهٔ بی‌دین را در دورهٔ آخرالزمان شدت بخشند.

این تهاجم علیه جامعهٔ غیردینی در نمآهنگی نشان داده شد که در یکی از برنامه‌های رابرتسون با عنوان کلوب ۷۰۰ پخش شد. در این نمآهنگ نشان داده می‌شد که پلیس آتلانتا، اعضای عملیات نجات^۲ را که راه ورود به یک درمانگاه سقط جنین را مسدود ساخته بودند، به زور به سوی کامیون پلیس می‌کشید. این نمآهنگ تظاهرات طرفداران زندگی را نشان می‌داد که پشت حصاری کاملاً مستحکم زندانی و محبوس می‌شدند. این نمآهنگ هم‌زمان با پخش گزارشی دربارهٔ تظاهرات حمایت از سقط جنین که اجلاس دموکراتیک ملی^۳ در سال ۱۹۸۸ در آتلانتا برگزار کرد، پخش شد. تأثیر این نمآهنگ، برجسته شدن تهدیدی بود که علیه اخلاق انجیلی پشتیبان نهاد خانواده و حامیان مسیحی سنتی آن وجود داشت و اینک یکی از احزاب سیاسی ملی آن را انعکاس می‌داد.

هنگامی که برنامه‌های تلویزیونی به پخش وعده‌های خداوند مبنی بر حفظ مؤمنان و رستگاری و نجات آنان و شکست قطعی و ابدی شیطان و کیفر هم‌پیمانان بی‌دین او و حقانیت مسیحیان سنت‌گرا که خداوند آنها را فارغ از این جهان تغییر شکل یافته در شمار شهروندان سلطنت خود به شمار می‌آورد، می‌پردازد، آرامش و شادمانی را به دنبال می‌آورد. این شادمانی به واسطهٔ تذکر این نکته نیز حادث

1. 700 Club

2. Operation Rescue

3. Democratic National Convention

می‌شود که مسیحیان سنتی در امتداد خط مؤسسان کلیسای کشور قرار دارند و نیز شرط خوشبختی آنها نگاه داشتن مردم بر صراط و «میراث دین مسیح» و ایفای نقشی است که خداوند برای پیشبرد برنامه خود در جهان به آنها داده است. نقطهٔ اوج حالات معنوی و روحی، اغلب با لحنی پیروزمندانه و توأم با شادی نشان داده می‌شود. این احساسات حضور خداوند را بسیار واقعی جلوه می‌دهند و این عقیده را تقویت می‌کنند که «خداوند همان کسی است که خود می‌گوید هست»^۱ و خداوند، مسیحیان سنت‌گرا را به دلیل ایمان و تقیدشان به جنگ اخلاقی علیه شیطان و جهان بی‌دین حفظ و رستگار خواهد کرد.

در فرایند منطقی ساختن اعتقادات دینی، سبک زندگی و نظام اخلاقی - دینی سنت‌گرایان نیز تأیید می‌شود. برنامه‌های دینی، سبک زندگی مسیحیت سنتی را به عنوان روشی قابل دفاع از لحاظ منطقی، به تصویر می‌کشند، زیرا این سخن که «تمام اجزای جهان را باید توأمان و هم‌زمان مورد توجه قرار داد» با اعتقاد دینی آنها انطباق دارد. سبک زندگی سنتی به عنوان راهبردی منطقی و عقلانی برای تبیین جهان (آن گونه که در جهان‌بینی دین وجود دارد) مطرح و معرفی می‌شود. این جهان‌بینی، به نوبهٔ خود، وقتی نشان داده می‌شود که جهان به شیوه‌ای سامان داده شود که با سبک خاصی از زندگی همساز و هماهنگ شود. جهان‌بینی و سبک زندگی ساخته می‌شوند تا در کنار هم قرار گیرند یا با هم ترکیب شوند (گیرتز، ۱۹۷۳).

هنگامی که جهان‌بینی و سبک زندگی به عنوان الگوهای ایده‌آل تأیید و تصدیق می‌شوند، به الگوهای زندگی و بینش در جهان تبدیل می‌شوند. بدین ترتیب، عملکرد آیینی به بینندگان کمک می‌کند تا جهان روزمره خود را شکل دهند و آنها به واسطهٔ تقید به دین و اخلاقیات مسیحیت سنتی که اعتبار آن اثبات و تقویت شده، جهان روزمره را با دیدگاه دینی‌شان همساز و منطبق می‌سازند (گیرتز، ۱۹۷۳) و اگر چه پیام دینی برنامه‌های تلویزیونی نقش مهمی در توانایی و قدرت تلویزیون دینی برای برانگیختن بینندگان ایفا می‌کند، اما تجارب آیینی که بر اثر برنامه‌های دینی ایجاد می‌شود، قدرت پیام‌های دینی را تقویت می‌کند. تجربه دینی بینندگان به عنوان یک دیدگاه یا تبیین دقیق جهان و یا راهبردی کارآمد برای زیستن در آن، برای بسیج مسیحیان سنت‌گرا جهت مبارزه با جهان بی‌دین در جبههٔ سیاسی و در نتیجه افزایش قدرت خویش و افزایش امکان بقا در جامعهٔ امریکا حیاتی است.

1. "God is who he says he is"

همسازی آیینی

ماهیت آیینی تلویزیون دینی، ظرفیت و توانایی گسترده کردن افق دید بینندگان را به آنها می‌دهد. در راستای گذار و انتقال آیینی به زمینه و بستری جایگزین، برنامه‌های تلویزیون برای بینندگان، مجال و امکان ایجاد انعطاف در اعتقادات و سبک زندگی سنتی‌شان را فراهم می‌آورد و به آنها امکان تجربهٔ گرایش‌های مذهبی وسیع را همزمان با تجربهٔ سبک زندگی و نگرش غیردینی می‌دهد.

به گفتهٔ استوارت هور (۱۹۸۸)، برنامه‌های تلویزیونی، مانند کلوب ۷۰۰ رابرتسون، موجب تحول در آگاهی بینندگان شده است. این برنامه‌ها بینندگان را از تنگ‌نظری و تحجر موجود در ریشه‌ها و مبانی سنتی یا بخشی‌نگر مسیحیت سنت‌گرا دور ساخته است. برنامه‌های تلویزیونی دینی با خارج شدن از چهارچوب‌های محدود و محلی خود به پیشرفت و ارتقای نوعی فرامنطقه‌گرایی^۱ کمک کرده و موجب توسعه و تعالی فرهنگ، تجربه و اعتقادات محلی بینندگان خود شده‌اند. این برنامه‌ها به ارائهٔ حوزه‌ای از چشم‌اندازها دربارهٔ آموزه‌های مسیحیت پرداخته‌اند که در اغلب موارد، مهمانان و مجریان آن را منعکس می‌سازند و بینندگان را به سوی مذهبی سوق می‌دهند که نسبت به جهان دینت مسیح بازتر است و آگاهی و استقبال آن از گوناگونی و تنوع آرا و اعتقادات دینی در درون مسیحیت بیشتر است. به علاوه، این مذهب از خصلت منطقه‌ای و محلی نظریه‌های سنتی و نگرش محدود آنان به جهان آگاه‌تر است. پخش برنامه‌های دینی در مرکز توجه دوبارهٔ جهان‌بینی بینادگرا قرار گرفته است (هور، ۱۹۸۸).

کار هور، نخستین پژوهش دربارهٔ شناخت ماهیت آیینی تلویزیون دینی و قابلیت آن برای ارشاد بینندگان بر اساس مبانی آیینی آن است. هور، متأثر از ویکتور ترنر، معتقد است که تلویزیون دینی به عنوان آیین، بینندگان را قادر می‌سازد تا گذار از اعتقادات و تقیدات معیار و آشنا شدن با اعتقادات و تعهدات جایگزین و رقیب را تجربه کنند. با این حال، هور علائق دیگری داشته و بحث آیینی بودن تلویزیون دینی و چگونگی عملکرد آن برای ایجاد همسازی آیینی را پیگیری نکرده است.

برداشت مرسوم و متداول از آیین این است که آیین امور را در جایگاه خود قرار می‌دهد. نظر و سخن درست این است که آیین، حاوی نقش‌ها و منزلت‌های سنتی‌ای است که وضع اجتماعی - ساختاری موجود منکی بر آن است. ترنر (۱۹۷۴، ۱۹۸۷، ۱۹۶۹، ۱۹۹۳، ۱۹۸۲) بر این اعتقاد است که نقش اصلی آیین، اجتماعی است و ظرفیت و توانایی آن در پیشبرد تحولات، ناشی از ماهیت برانگیزانندهٔ آن است. انتقال آیین به زمینه و بستری جایگزین، ساختار اجتماعی موجود را، همزمان با تقید و تعهد به آن، به

حالت تعلیق درمی آورد. کنار نهادن جهان ساختاری - اجتماعی موجود، طرح و ابداع نقش‌ها و هویت‌های جدید را ممکن می‌سازد. اگر نگوییم آیین نفی‌کننده هویت‌ها، منزلت‌ها و مسئولیت‌های ظاهراً ثابتی است که امور عادی و روزمره را سامان می‌دهد، می‌توان گفت حداقل آنها را سست و ضعیف می‌کند. آیین به هنگام اجرا، شرکت‌کنندگان را فرا می‌خواند و به آنان اجازه می‌دهد تا از هویت و روابط خود با دیگران به شیوه‌های جدید تجربه کسب کنند.

تلویزیون دینی، به عنوان آیین، زمینه‌ای تهی از ترسی را فراهم می‌آورد که در آن، بینندگان ذهن و ضمیر خود را بر روی جهان وسیع‌تر و بسط‌شده نگاه به جهان و زندگی در آن، که ملازم با نگرش و سبک زندگی غیردینی شده جامعه متحول امریکاست، آماده و باز نگاه می‌دارند. این تلویزیون، به عنوان آیین، برای بینندگان امکان بازکردن گره تعلق به دین سنتی را فراهم می‌آورد. حتی زمانی که بینندگان برای منطقی کردن دین سنتی خود، به تلویزیون دینی روی می‌آورند، در وجوه تحریکی آن امکان فرارفتن و تجربه کردن (هر چند موقت) برخی وجوه خاص دیدگاه و سبک زندگی غیردینی را می‌یابند. تلویزیون دینی، بینندگان را با سیاست سکیولار آشنا و آنها را تشویق و ترغیب می‌کند تا از لحاظ سیاسی فعال‌تر شوند. این تلویزیون به معرفی آن دسته از دیدگاه‌های سیاسی - اجتماعی می‌پردازد که هم‌سنگ و رقیب دیدگاه‌های خودشان است. برنامه‌های دینی، بینندگان را با طرز تلقی‌ها، پوشاک، زبان، موسیقی و دیگر حساسیت‌های جهان و زندگی غیردینی که سنت‌گراها و فرقه پنجاهه با آن به مخالفت برخاسته‌اند، آشنا تر ساخته است.

تلویزیون دینی معمولاً به ارائه گزارش و بحث درباره حوادث و جریان‌های اجتماعی جدید در جهان وسیع‌تر پیرامون می‌پردازد. اگر چه تحلیل‌های این تلویزیون از منظر مسیحیت سنتی ارائه می‌شود، اما بخش گزارش و تفسیر، بینندگان را با جهانی وسیع‌تر آشنا می‌سازد یا بردامنه آگاهی و آشنایی بینندگانی می‌افزاید که با زندگی و جهان غیردینی آشنایند. این تلویزیون، بینندگان را با دیدگاه‌های مختلف درباره مسائل سیاسی - اجتماعی آشنا می‌سازد که هم‌تراز دیدگاه‌های کلیسای سنتی است. تلویزیون دینی بینندگان را با استدلال‌های آشنا می‌سازد که پشت دیدگاه‌های مخالف و فعالیت احزاب سیاسی قرار دارد.

آشنایی با جهان بزرگ‌تر و در معرض آن قرار گرفتن، تحت تأثیر گزارش‌ها و نیز بحث درباره چالش‌هایی صورت می‌پذیرد که جهان غیردینی برای سبک زندگی و نظام اعتقادی مسیحیت سنتی ایجاد می‌کند. در این برنامه‌ها از ایرادات موجود در مورد ازدواج و تربیت فرزندان بحث می‌شود که مجبور به استفاده از مواد مخدر و الکل می‌شوند. برنامه رابرتسون با در دست گرفتن ابتکار عمل و ارائه روش‌های

سرمایه‌گذاری و ادارهٔ امور بازرگانی، امکان بهتری برای آموختن درباره جهان بزرگ‌تر فراهم ساخت. برنامه‌های تلویزیون با بخش تصاویر و موسیقی، بینندگان را با برخی حساسیت‌های زیبایی‌شناختی جهان غیردینی آشنا می‌سازد، به ویژه برنامهٔ کلوب ۷۰۰ و کلوب پی‌تی‌ال^۱ بکرز که تقلیدی از برنامه‌های تجاری است. این ابعاد زیبایی‌شناختی نگره‌های تثبیت شدهٔ بیشتر بینندگان سنتی را سست می‌کند. به علاوه، این برنامه‌ها نحوه نگرش بیشتر بینندگان سنتی را به سرگرمی، لذت، تفریح، اوقات فراغت و آرامش خیال آدمیان تغییر می‌دهد. برنامه‌های تلویزیون دینی، بینندگان را با پوشاک، سبک آرایش موی سر و زبان رایج و طرز تلقی‌های جهان و زندگی غیردینی آشنا می‌کند و مجریان و مهمانان، که بسیاری از آنها چهره‌هایی شاخص در زمینهٔ برنامه‌های سرگرمی و تفریحی‌اند یا از قهرمانان ورزشی و یا مدیران موفق و کارآفرین و بعضاً سیاست‌مدار، نویسندهٔ مذهبی، موسیقی‌دان، رقص و خواننده و غیره هستند، موارد مذکور را مطرح می‌کنند. نمایش این سیاست‌های غیردینی با استفاده از این مهمانان و میزبانان، این احساس را به بینندگان القا می‌کند که آنها نیز می‌توانند این کارها را انجام دهند و تشویق می‌شوند تا با چهره‌های تلویزیونی وارد رقابت شوند، هر چند هویت جدید شهروندان جهان وسیع‌تر، با هویت شهروندان مسیحی سنتی تنش و تعارض دارد.

نتیجه‌گیری

تلویزیون دینی برای بینندگان جذاب است. زیرا مثل مناسک این توانایی را دارد که آنها را به جماعتی که در جستجوی آن هستند، اما در روابط خود با متن جامعه آمریکا آن را نمی‌یابند، تبدیل کند. ترنر استدلال می‌کند که نقش اصلی آیین، ایجاد جامعهٔ هوادار زندگی اشتراکی است. او معتقد است که متزلزل شدن نقش‌ها و منزلت‌های هنجاری اجتماعی و تبعیت از آنها در سطح آستانه‌ای یا تحریک‌بخشی آیین به شرکت‌کنندگان در مراسم این فرصت را می‌دهد تا به شیوه‌های مستقیم‌تری با هم مواجه شوند. مناسک موجب تکوین و تشکیل جماعت‌های انسانی می‌شود. بعد تحریک‌بخشی مناسک، شرکت‌کنندگان را فرامی‌خواند تا با روابط جماعت‌گرایانه^۲ به عنوان جایگزینِ مراودات روزمرهٔ خود مواجه شوند. مراوداتی که اساساً به واسطهٔ منزلت‌ها و نقش‌های معدودی که فعلاً در جامعه برعهده دارند، تحقق و صورت می‌پذیرد. تجربه جماعت شرکت‌کنندگان را دعوت می‌کند تا به ایجاد سامان اجتماعی جایگزین یا به اشاعهٔ تفکرات سنتی‌ای که متضمن طرح‌ها و اهداف جماعت است، بپردازند. نقش اساسی آیین، قراردادن

ساختار اجتماعی در خدمت جماعت است.

ترنر می‌گوید، اگر چه ساختار اجتماعی برای شناخت جامعه به قصد پاسخگویی مؤثر به نیازهای جاری، ضروری است، اما علیه اجتماع آدمیان نیز عمل می‌کند. ساختار اجتماعی از نظر ماهوی تفرقه‌افکن و بهره‌کشانه است و لذا نمی‌تواند آن گونه که به نیازهای جامعه پاسخ می‌گوید، به رفع نیازهای جماعت بپردازد. نظریهٔ ترنر مبنی بر «ضدساختار بودن آیین» درست در نقطهٔ مقابل دیدگاهی قرار می‌گیرد که کلیفور دگیرتز عرضه کرده است. او معتقد است که نقش اصلی آیین، مشروعیت بخشیدن به نظم اجتماعی موجود است. در مقابل، ترنر می‌گوید (۱۹۹۳) زمانی که آیین در خدمت نظم موجود قرار گیرد، عنصر ضدساختاری بودن آن ملزم به قرار گرفتن در خدمت نظم موجود می‌شود.

توانایی تلویزیون دینی برای پیشبرد ایده و آرمان «جماعت» در میان بینندگان، در فصلی که کیان توماسلی^۱ و آرنولد شپرسون^۲ تهیه کرده‌اند، توضیح داده می‌شود. آنها نشان می‌دهند که چگونه اشاعهٔ جهان‌بینی دینی بینندگان، به ویژه با توجه به بحران‌ها و تحولات سریع اجتماعی که فراروی آنها قرار دارد، موجب تشویق اجتماع یا جماعت می‌شود. تلاش و مساعی بینندگان برنامه‌های دینی برای ایجاد جماعتی در میان خودشان با استفاده از تلویزیون دچار گسست و انقطاع می‌شود، زیرا تلویزیون از تعامل مستقیم میان آنها جلوگیری می‌کند. لذا این جماعت همانند مناسک که اجتماع را تجسم می‌بخشد و صورتی از تماس رو در رو و معمولی است، مستقیم، بی‌واسطه و خودجوش نیست.

منافع و ساختار اقتدارگرا و برون‌گرا و منافع کشیشان تلویزیونی و اغوای مخاطبان برای اجابت این علائق و منافع (که به پیشبرد منافع اقتصادی و سیاسی می‌انجامد) نیز موجب کاهش احتمال تشکیل جماعت می‌شود. توماسلی و شپرسون به بررسی تعارض میان اجتماع (جماعت) و نظم و اقتدار سلسله‌مراتبی تلویزیون دینی، که مورد توجه متولیان آن است، پرداخته‌اند. آنها محدودیت‌هایی را نیز که به واسطهٔ فقدان ویژگی مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی کشیشان و متصدیان تلویزیون به بینندگان و بر اجتماع تحمیل می‌شود ذکر می‌کنند. این نکته، به واسطهٔ نیازها و اقتضانات جدید فرستنده‌های دینی ملی، تا حدودی اصلاح شده است. به علاوه، آنها دریافته‌اند که پیام‌های یک جانبهٔ تلویزیون دینی در تعارض با اجتماع قرار می‌گیرد.

تأکید بر نقش آیینی تلویزیون دینی، از ایجاد مشروعیت و همسازی به تشویق جماعت‌گرایی در میان بینندگان تحول یافته است. اگر چه تلویزیون دینی همچنان به مشروعیت بخشی و همسازکردن ادامه

1. Keyan Tomaselli

2. Arnold Shepperson

می‌دهد، اما برنامه‌های آن به دنبال شکست و سرافکنندگی و استهزایی که تلویزیون دینی تحمل کرد، به صورت روزافزون بر ضرورت ایجاد جماعتی فرهیخته از مجموع بینندگان تأکید کرده است. شکست رابرتسون در جریان کانديداتوری برای ریاست حزب جمهوری خواه، شکست برنامهٔ «اکثریت اخلاقی» فالول، برملا شدن لابی‌گری جنسی بکر و سواگارت و افشای عملکرد و مدیریت سؤال برانگیز بکر از جمله این فضاحت‌ها و سرافکنندگی‌ها بود. رابرتسون از آزمون رقابت و مبارزه و فالول از جریان رهبری گروه فشار سیاسی خود صرف‌نظر کردند تا پیروان مؤمن خویش را هدایت و راهنمایی کنند. این مسئولیتی است که هر دوی آنها معتقدند مهم‌ترین اولویت تازهٔ آنهاست. مردم بکر و سواگارت را بخشیدند و برای حفظ هماهنگی و جلب حمایت مؤمنان از آنها اعادهٔ حیثیت شد و لذا دوباره به کار فراخوانده شدند.

مشروعیت بخشی و ایجاد انطباق آیینی، هر دو راهبردهایی برای کسب نقش و جایگاهی مهم‌تر در جامعه هستند که راهبرد اول با تکیه بر زور و فشار و دومی از طریق سازگارشدن تحقق می‌پذیرد. این در واقع تلاشی است که برای جلب رضایت جامعه و حضور و استقرار در آن صورت می‌پذیرد. مشروعیت بخشی و انطباق‌یابی دو روی یک سکه‌اند.

نقش‌های مشروعیت‌بخشی و همسازی تلویزیون دینی از لحاظ هدف متعارض است. این تعارض موجب پخش اخبار مغایر از تلویزیون مذهبی شده و تلاش مسیحیان سنتی را برای به دست آوردن توافق و پذیرش اکثریت جامعهٔ امریکا خنثی و بلااثر ساخته است. این تلویزیون در نقش خود در ایجاد انطباق، نیرویی غیردینی و علیه مسیحیان سنتی است. همسازی آیینی، تلاش بینندگان برای ارائهٔ تصویری معقول و منطقی از دین سنتی خود و بسیج مسیحیان سنتی برای پیگیری منافع و علایق دینی‌شان را با مانع مواجه می‌سازد. تلاش‌های کنونی برای معقول‌سازی دین سنتی بینندگان، نیرو و فشار متعارضی است که علیه همسازی کامل با جامعه و هضم شدن بیشتر در آن صورت می‌پذیرد. مشروعیت و معقولیت برای بینندگان و شاهدان دینی که جامعه آن را مظنون و محکوم تلقی می‌کند و مشروعیت از نظر بینندگان جماعت مسیحی سنتی، در مقام جماعتی رستگار، موجب مرزبندی میان «ما» علیه آنها می‌شود و این عمل بینندگان را به جای تشویق به استقبال از جامعه و ورود به آن، از جامعه دور می‌کند. تقویت مسیحیت سنتی صرفاً جامعه را بر آن می‌دارد که با بینندگان برنامه‌های دینی بی‌اعتنایی و حتی مخالفت برخورد کنند. مضافاً اینکه تأکید تازه بر جماعتی که از میان بینندگان انتخاب می‌شوند، توجه آنها را به جای اینکه معطوف به ایجاد جامعه‌ای بزرگ‌تر و در پیوند با متن اصلی جامعه کند، آنها را از این کار منصرف می‌کند. با این حال، تلویزیون دینی، در مقام آیین، برای بینندگان فرصت و

امکان پاسخ دادن به علل حاشیه‌نشینی اجتماعی خود را می‌دهد و از اینکه آنها را تابع نیروها و فشارهای دین‌ستیزانه و تحولات اجتماعی کند یا کاملاً تحت تأثیر و در معرض متن جامعه قرار دهد حذر می‌کند. تلویزیون همانند آیین، بینندگان را در موقعیتی قرار می‌دهد که به عامل فعالی تبدیل می‌شوند تا به جای تسلیم کامل در برابر شرایط اجتماعی، با آن همساز شوند. این گونه نیست که این تلویزیون به بینندگان ابزاری دهد که با آن برای تمرین تلاش‌ها و مجاهدت‌های بزرگ‌تر اجتماعی که در آن درگیرند، تدبیری بیندیشند. نقش و ظرفیت آیینی تلویزیون دینی به بینندگان کمک می‌کند تا تلاش‌های خود را عینی و ملموس کنند. این تلویزیون به بینندگان برنامه‌کاری می‌دهد تا با آن به حذف خود از جامعه اعتراض کنند.

آیین به بینندگان، به عنوان یک گروه اجتماعی و دینی مهم، این حق را می‌دهد که اعتراض خود را علنی کنند. ویژگی مشروعیت بخشی آیین، بینندگان را به اتخاذ رویکردی تهاجمی تشویق می‌کند. همسازی آیینی، شکل معکوس اعتراض است و علاقه و خواسته بینندگان را به کسب جایگاه در جامعه، با سوق دادن عملی آنها به سوی افزایش پذیرش و توافق، عینی و برجسته می‌کند. همسازی آیینی، بینندگان را به شهروندان جهانی بزرگ‌تری تبدیل می‌کند، اگر چه این همسازی اندک باشد و شهروندان آن دچار تردید شده باشند. جذابیت تلویزیون دینی فرصت و امکانی برای بینندگان مسیحی سنتی ایجاد می‌کند تا با پیگیری و اصرار بر عینی کردن تلاش‌های خود در جامعه آمریکا، به جماعتی قوی‌تر و بزرگ‌تر تبدیل و در زندگی خود فعال‌تر شوند.

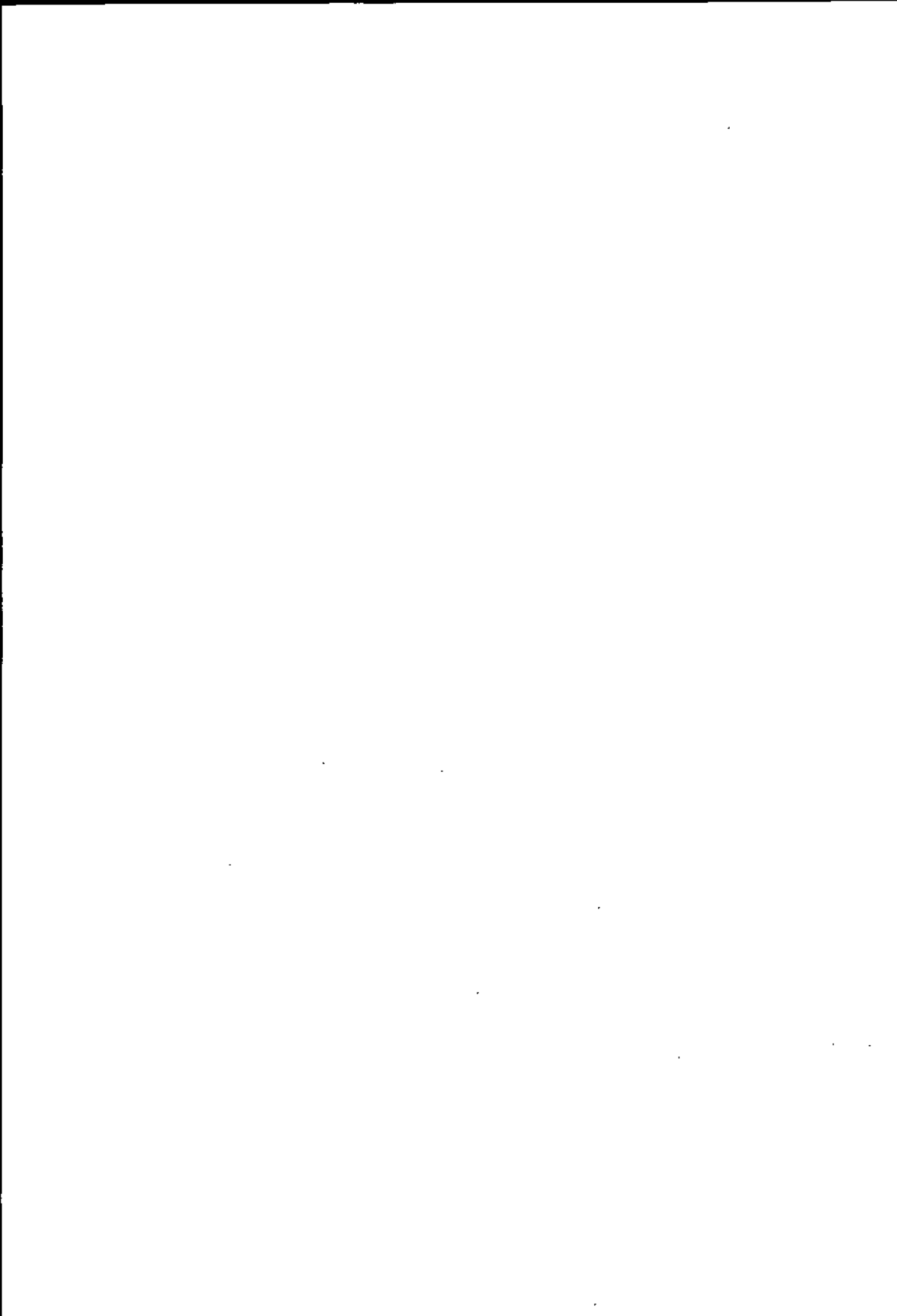
یادداشت

۱. برای اطلاع بیشتر از تفاوت و تشابه بنیادگرایان معتقدان به پنجاهه به بروس (۱۹۹۰) و واتانو (۱۹۸۹) مراجعه کنید.
۲. درباره نقش تلویزیون دینی در پیشبرد منافع و دیدگاه‌های راست مذهبی به بروس (۱۹۸۸-۱۹۹۰) و هاون و سوان (۱۹۸۱) مراجعه کنید.
۳. برای اطلاع بیشتر از تحقیقات ملی آیین ناظران و کاربرد تحلیل تلویزیون دینی به عنوان آیینی که در اینجا مطرح شده به الکساندر (۱۹۹۴) مراجعه کنید.
۴. برای اطلاع بیشتر درباره موضوع تولید معنایی مطابق با زمینه‌های اجتماعی در تلویزیون به فیسکه (۱۹۸۷) و درباره معنا مطابق با زمینه اجتماعی گسترده‌تر، در میان شرکت‌کنندگان در آیین به گیرتز (۱۹۷۳) و ترنر (۱۹۷۴) مراجعه کنید.

مراجع

- Alexander, B. C. (1994). *Televangelism reconsidered: Ritual in the search for human community*. Atlanta, GA: Scholars Press.
- Bruce, S. (1988). *The rise and fall of the new Christian right: Conservative Protestant politics in America. 1978-1988*. New York: Clarendon/Oxford University Press.
- Bruce, S. (1990). *Pray TV: Televangelism in America*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Driver, F. R. (1991). *The magic of ritual: Our need for liberating rites that transform ourselves and our communities*. San Francisco: Harper San Francisco.
- Fiske, J. (1987). *Television culture*. London: Methuen.
- Geertz, C. (1973), *The interpretation of cultures*. New York: Basic Books.
- Gerbner, G., Gross, L., Hoover, S., Morgan, M., Signorielli, N., Cotugno, H., & Wuthnow, R. (1984), *Religion and television*. Philadelphia: Annenberg School of Communications, University of Pennsylvania, and the Gallup Organization, Inc.
- Graduate Center, City University of New York. (1991). *Survey of religion in America 1990*. New York: Author.
- Hadden, J., & Swann, C. E. (1981). *Prime-time preachers: The rising power of televangelism*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Hoover, S.M. (1988). *Mass media religion: The social sources of the electronic church*. Newbury Park, CA: Sage.
- Hunter, J. D. (1983). *American evangelicalism: Conservative religion and the quandary of modernity*. New Brunswick, NJ : Rutgers University Press.

- Hunter, J. D. (1987). *Evangelicalism: The coming generation*. Chicago: University of Chicago Press.
- McKinney, W., & Roof, W. C. (1987). *American mainline religion: Its changing shape and future*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press.
- Schechner, R. (1987). *Essays in performance theory: 1970-1976*. New York: Drama Book Specialists. (Originally published 1977).
- Turner, V. (1974). *Dramas, fields, and metaphors: Symbolic action in human society*. Ithaca, NY: Cornell University Press.
- Turner, V. (1985). *On the edge of the bush: Anthropology as experience* (E. L. B. Turner, Ed.). Tucson: University of Arizona Press.
- Turner, V. (1987). *The ritual process: Structure and antistructure*. Ithaca, NY: Cornell University Press. (Originally published 1969).
- Turner, V. (1993). *From ritual to theater: The human seriousness of play*. New York: Performance Art Journal Publications. (Originally published 1982)
- Wuthnow, R. (1989). *The struggle for America's soul: Evangelicals, liberals, and secularism*. Grand Rapids, MI: Eerdmans.



فصل چهارم

مقاومت از طریق فرهنگ شفاهی رسانه‌ای

کیان‌جی، توماسلی

آرنولد شپرسون

در این مقاله، تلویزیون دینی به عنوان عامل پخش و اشاعه نوعی الهیات کالونی^۱ تعریف می‌شود. متصدیان و مسئولان این تلویزیون، جزو جنبش مسیحیت بنیادگرایی هستند که کلیساهای محلی سازمان‌دهی آن را به عهده دارند و از ارتباط کاملاً شخصی در چهارچوب تجمعات همگون (از لحاظ منطقه‌ای) برای کمک‌رسانی به شبکه‌های چندرسانه‌ای^۲، از طریق تقاضا از بینندگان خود، استفاده می‌کنند. مفهوم کشیش یا واعظ تلویزیونی^۳ ناظر به عملکرد نهاد و ساختار اداری است که مسئولان تلویزیون دینی آن را اداره می‌کنند. از این دو واژه، یعنی تلویزیون دینی و واعظ تلویزیونی غالباً در ادبیات تحقیقی با عنوان کلیسای الکترونیکی^۴ یاد می‌شود. کلیسای الکترونیکی نقطه تلاقی و ترکیب فرایندهای مختلفی است که هر یک از آنها بر عملکرد آن تأثیر گذاشته، به صورت کاملاً همگونی آشکار می‌شوند.

این فصل به ارزیابی موارد زیر می‌پردازد:

- ۱- اقتصاد سیاسی کلیسای الکترونیکی در عصر سرمایه‌داری اطلاعات
- ۲- پیش‌فرض‌های کلیسای الکترونیکی درباره عناصر، مقولات و اصول ارتباطات
- ۳- استفاده اولیه کلیسای الکترونیکی به عنوان واسطه‌ای دیداری از رمزهای شفاهی ناظر به احیای آیین‌ها و ساختار زبانی گویش‌های مختلف قبل از پیدایش خط و کتابت

1. calvinism
3. teleministry

2. multimedia
4. electronic church

ما به تحلیل رابطهٔ خطابه و وعظ تلویزیونی (که از منطق شفاهی ابتدایی استفاده می‌کند) و گفتار الکترونیکی (نشانه‌های رادیو و تلویزیونی) از منظر فهم وعظ تلویزیونی در جوامع صنعتی و مابعد صنعتی خواهیم پرداخت. این نکته با موضوعاتی چون جماعت، کیهان‌شناسی و کشف دوبارهٔ خلاقیت‌های دینی در جهان مدرن و غیردینی ارتباط دارد.

اقتصاد سیاسی فن‌آوری‌های رسانه‌ای: انسان ماشینی^۱

از لحاظ تاریخی، بحث از چگونگی تأثیر رسانه بر مخاطب، ریشه در دو اقتصاد سیاسی متضاد دارد: یکی اقتصاد سیاسی قانون محور^۲ (انسان ماشینی) و دیگری اقتصاد سیاسی غایت‌گرا (انسان عاقل مختار^۳) استعارهٔ ماشین‌انگاری بر استعداد و توانایی انسان به دخل و تصرف در طبیعت تأکید دارد و مفهوم غایت‌مندی، انسان را بر سیاق دموکراسی عقلانی در عصر اطلاعات شکل می‌دهد. در این فصل، به فرض رویکردی جدید، یعنی رویکرد انسان عاقل و ارتباط‌گرا^۴ می‌پردازیم. این رویکرد مردم را عوامل فعال در حوزه‌های مختلف و جامعه در نظر می‌گیرد و عاملیت فرد را در حوزهٔ ساختارهای موروثی (اما سریعاً متحول) تاریخی، اجتماعی و اقتصادی مورد توجه قرار می‌دهد.

یکی از نتایج نظری معرفت‌شناسی دکارت، انسان‌شناسی فلسفی‌ای بوده است که از فرض ماشین‌انگاری انسانی پیروی می‌کند. به طور خلاصه، این الگو ارگانیسمی ماشینی را در کانون بحث از موجودات انسانی قرار می‌دهد. طبق نظریه‌های اولیهٔ دانش کلاسیک، این ارگانیسم اساساً متفعل است و در واقع یک معلول را به نمایش می‌گذارد (مثلاً به صورت حرکت) اگر و فقط اگر حرکت او متأثر از انگیزه‌های بیرونی باشد. به طور اجمالی، این مبنای همان چیزی است که ما الگوی «انگیزه - ارگانیسم - نتیجه (معلول)»^۵ می‌نامیم. این الگو بیانگر این نکته است که دسته‌ای از نظریه‌ها وجود دارند که با این مدل شناخته می‌شوند. در پیروی از منطق «محرک - پاسخ»، الگوی انسان ماشینی، بیانگر نوعی عقلانیت ابزاری^۶ است و این انگاره انسان را در نظر سنت محافظه‌کاری به یک هیولا و دیو تبدیل کرده است.

به اعتقاد آنان، استعارهٔ «علت مستقیم» توجیه‌گر این تفکر است که وقتی مخاطبان با خطا (یا شر) و یا پیام‌هایی مواجه می‌شوند که از لحاظ اجتماعی ناکارکرد^۷ هستند، مثل ماشین از کار می‌افتند یا بد کار

1. homo mechanicus

2. nomothetic

3. Homo sapiens - volens

4. homo sapiens communicare

5. stimulus-organism-effect

6. instrumental rationality

7. dysfunctional

می‌کنند. طبقات یا اقشار اجتماعی که طالب حفظ وضع موجودند، در شکل دادن به پیام‌هایی که موجب انحراف توجه انسان از علل یا دلایل تحول شرایط می‌شود، از این الگو پیروی می‌کنند.

انجیل‌گرایان گروهی ثروتمند و مرفه را تشکیل می‌دهند و به همین دلیل توان آن را دارند که تعداد قابل توجهی از رأی‌دهندگان را بسیج کنند. همان‌طور که جفری هادن^۱ (۱۹۸۰) تأکید می‌کند، آنها نباید به تقلید از جنبش‌هایی که در دراز مدت نیروی زیادی صرف کرده‌اند تا مورد توجه رسانه‌ها قرار گیرند، برای جلب توجه رسانه‌ها نیروی زیادی صرف کنند. تنها کاری که باید انجام دهند، این است که دوربین‌ها و فرستنده‌های خود را به کار اندازند و به مخاطبان هم‌دل و حقیقی دسترسی پیدا کنند. ما اینک می‌کوشیم تا مفهوم «مخاطب هم‌دل و حقیقی» را توضیح بدهیم.

فرهنگ شفاهی و انسان ماشینی: دلالت‌گر تلویزیون دین محور

اختراع فن نوشتن و چاپ موجب موضوعیت یافتن تفکر درباره کلمات به عنوان عینیات - عینیت یافتن سخن - شد و صرفاً یک رخداد و یا جزئی از یک فرایند نبود (اونگ و بارتز، ۱۹۸۸؛ گودی، ۱۹۶۸). این تحول اساساً بر چگونگی درک جوامع صنعتی از جهان پیرامون، درمقایسه با جوامعی که هنوز تحت سیطره منطق گفتاری هستند، تأثیر گذاشته است و روشن می‌سازد که چرا میان روش‌های فهم نوشتاری و گفتاری تعارض ایجاد شده است. بخشی از تصویری که جهان صنعتی از «غیره»^۲ ارائه می‌دهد، محصول تفاوت محیط زبان‌های نوشتاری و گفتاری است (اونگ، ۱۹۸۲) که هر کدام جهان‌بینی کاملاً متفاوتی را ایجاد می‌کنند، یعنی تفکرات و پرسش‌هایی نظیر اینکه جهان و هستی چیست؟ چگونه کار می‌کند؟ رابطه افراد و گروه‌ها با آن چگونه است؟ مردم در چهارچوب قواعد و معانی پوزیتیویسم صنعتی و انسان‌گرایی غیردینی عمل می‌کنند و اخلاف آنها قربانیان سواد آنان شده‌اند. شناخت و آگاهی ابژه - محور دکارتی آنها از فهم واقعی و عمیق غیرعقلانی بودن و خرافه‌گرایی آشکار فرهنگ شفاهی عاجز است.

از آنجا که سواد افراد را از متون و زمینه‌های کیهان‌شناختی‌شان جدا می‌کند، مسیحیت و تلویزیون دینی به عنوان نشانه‌های اولیه و ثانویه گفتار قادرند بر شناخت و آگاهی دکارتی افراد در جوامع صنعتی تأثیر بگذارند و تا زمانی که مواریت گفتاری رسوخ یافته در حافظه و خاطره جمعی آنان مجدداً شناخته و کشف نشود، کلمه (خدا) برای این خوانندگان و شنوندگان عینیت و تجسم نمی‌یابد. مواجهه آنان با «کلمه» بر اساس پیوندی احساسی با حوزه نیروهای معنوی است که آمیخته با مادیت زندگی روزمره است.

مجريان برنامه‌های دينی از فنون مؤثر سخنوری برای جبران و التيام احساسات سرکوب شدهٔ دينی دربارهٔ معنا و زندگی، با طرح جهان‌بینی فراگیری که ذهن و عين را حتی در قالب و چهارچوب شناخت دکارتی دوباره پیوند دهد، استفاده می‌کنند. انسانی که از لحاظ اجتماعی دچار تفرد^۱ شده، به عنوان شرکت‌کننده در کلیسای الکترونیکی، از لحاظ ارگانیکی به کانون معنوی مقتدری متصل می‌شود که در برابر از خودبیگانگی ناشی از زندگی روزمره (و نه الزاماً زندگی مادی) ایستادگی می‌کند.

این «پیوند مجدد»^۲ در وهلهٔ اول در سطوح محلی صورت می‌پذیرد. فرهنگ شفاهی تنها در چهارچوب و زبان محلی، قابلیت درک و به تصور درآمدن را دارد. در جهان جاافتادهٔ مدرنیته انتظار نمی‌رود که آدمیان همه زندگی خود را در یک ناحیه سپری کنند. در امریکا و اروپا، نهادها و وسایل ارتباطی به طور مشخص برای ایجاد انگیزه و تحرک در افراد سامان می‌یابند.

هر چند در بخش‌های جاافتاده‌تر جامعه مدرن، گروه‌های متشکل مذهبی بیش از یک نسل است که توسعه و بهبود وضعیت یافته‌اند، اما هجوم حوادث یا شرایطی که ثبات و پایداری نسل‌های موجود این اجتماع را تهدید می‌کند، جهان مقبول و مطلوب محلی را که افراد در آن به زندگی با یکدیگر خو گرفته‌اند، به چالش می‌گیرد. نمی‌توان این بحران را به راحتی بخشی از برخی فرایندهای اجتماعی که از لحاظ منطقی به هم پیوسته است - یعنی فرایندهایی چون اقتصاد، تولید مابعد صنعتی، نیروی عرضه و تقاضا و... - به شمار آورد. اینها نیروها و عواملی هستند که فراتر از تجارب محلی قرار می‌گیرند و اجتماع یا بحران‌های تجربهٔ فردی (بیکاری، بی‌ثباتی قیمت‌ها و غیره) در مقایسه با این نیروها و فرایندها، امور بی‌اهمیتی به شمار می‌آیند.

برنامه‌های مذهبی با حضور گفتاری خود بر صفحهٔ تلویزیون، به دغدغه‌ها و پرسش‌های بینندگان که این بحران‌ها را حس می‌کنند، با سبک و بیانی آشنا پاسخ می‌دهند. ادبیات یا نمادها و نشانه‌های گفتاری واعظان در استودیو، همانند سخنرانی سخنوران در روستاهاست و پیام‌های آنها نیز با علت بحران در تجربه و راه حل‌های آن ارتباط دارد. هم مضمون و هم چگونگی ابلاغ پیام بر اساس یک منبع قابل فهم، یعنی کلام خدا، رقم می‌خورد تا برای احساسات و درماندگی‌های مردم توضیحی ارائه دهد.

به عقیدهٔ مجریان و مسئولان تلویزیون دينی، حکومت و شیوهٔ زمامداری صرفاً به واسطهٔ تفسیر آنان از ارادهٔ خداوند و اشاعهٔ آن با استفاده از فن‌آوری‌های ارتباطی تعریف می‌شود (فور، ۱۹۸۷؛ فرانکل، ۱۹۸۷). آنها آتش را (رسانه‌های گروهی) با آتش (واعظان تلویزیونی) پاسخ می‌دهند و می‌کوشند تا از

فضای دینی و فرهنگی خود (جهان‌بینی) مراقبت کنند. علاوه بر این، جذابیت تلویزیون دینی، ناشی از ربط دوباره تجربه و عقلانیت^۱ برای آن کسانی است که جهان‌هایشان به دلیل نیاز به سواد روشنفکرانه و تخصص، ساختگی و قلبی نشده است. همسازی این گسیختگی و انقطاع واقعیت از درک عمومی و رفع تعارضات و تناقضات تلویزیون دینی، نیازمند شناخت شیوه‌ای است که مردم هر ناحیه، متأثر از زمینه گفتاری در جهان خود، با استفاده از آن به معنا دست می‌یابند.

علم موضوعی، گفتار و دلالت

فرد انسانی در محیط و فضای گفتاری شروع به مواجهه با جهان می‌کند و خودآگاهی آدمی بقایای این گفتار اولیه را در خود نگاه می‌دارد و ماهیت مواجهه میان دو نظام فکری که یکی دارای ویژگی گفتاری است و دیگری نوشتاری، نیازمند تبیین و زمان‌بندی انسانی‌ای است که با مراحل و موضوعات مطرح شده در قسمت‌های قبل تفاوت می‌کند.

نقطه شروع این تبیین، در جهان‌بینی غیرثنوی^۲ چارلز ساندرز پیرس^۳ قرار دارد. هر چند گستره کار وی چنان وسیع و متنوع است که نمی‌توان آن را در اینجا خلاصه کرد، اما در نظریه او درباره دلالت (معنابخشی)^۴ نکته‌ای وجود دارد که با اتکا بر تجارب افراد عادی و عامی به جذابیت تلویزیون دینی عینیت می‌بخشد.

فلسفه پیرس در تضاد آگاهانه با جهان‌بینی ثنوی ذهنی - عینی^۵ دکارت قرار دارد.

جهان‌بینی پیرس سه بعدی است و دربرگیرنده شرایط معناداری موجودات است. مقولات سه گانه جهان‌بینی او عبارتند از:

۱- آن چیزی که مواجهه^۶ می‌نامیم: وجود واقعی یک ارگانیسم معنادار در جهان

۲- آن چیزی که تجربه می‌نامیم: فعالیت و کنش موجود معنادار یا آگاهی بی‌واسطه او از جهان یا امری

خاص

۳- عقل و منطق‌پذیری: حوزه‌ای که در آن موجود و جهان به سایر مقولات ارجاع داده می‌شود، به

گونه‌ای که تجربه و مواجهه جدید و معنادار ممکن می‌شود.

1. intelligibility

2. nondualistic

3. Charhes Sanders Peirce

4. Signification

5. Mental-Material

6. encounter

پیرس این مقولات سه گانه را در نظریه نشانه‌شناسی^۱ خود گنجانید. توضیح او درباره رابطه نشانه‌ها و ارگانسیم معنا بخش، موضوع تأمل برانگیزی است. نشانه‌ها در ذهن معنا بخش به عنوان معنادهنده^۲ عمل می‌کنند. انواع زیادی از این معنادهنده‌ها وجود دارد (فیتز جرالده^۳، ۱۹۶۶) اما معنادهنده‌های فعال سه گانه زیر در اینجا مهمند:

۱- **معنادهنده احساسی**^۴: تأثیر این معنادهنده، احساس شناختی است که توأم با نشانه است. از آنجا که این معنا دهنده‌ها خیلی کلی‌اند، می‌توانند از احساس اولیه فهم علائم و نشانه‌های زبانی تا احساسی را دربر بگیرند که از شنیدن یک قطعه موسیقی به وجود می‌آید (فیتزجرالد، ۱۹۶۶).

۲- **معنادهنده فعال (جذبی و مؤثر)**^۵: این معنادهنده زمانی ارائه می‌شود که معنای پیچیده تری مدنظر است. معنادهنده انرژی‌زا، خارج و مستقل از معنا بخش احساسی بسط می‌یابد و دربرگیرنده برخی صور کار ذهنی است. همیشه برخی انواع کار وجود دارد که در این سطح از معنادهنده‌گی انجام شود (پیرس، ۱۹۶۵). در نتیجه، این معنادهنده‌ها دربرگیرنده فعالیت زمان‌مند شناخت این نشانه در تقابل با دیگر نشانه‌هاست.

۳- **معنادهنده منطقی**^۶ یا **ناهایی**^۷: پیرس دریافت که هر نشانه‌ای در موقعیت‌های مختلف قابل کاربرد است، زیرا عمل معنا بخشی به تعبیر و ترجمان منطقی‌ای منجر می‌شود که به خودی خود یک نشانه است. این معنادهنده به علائم و نشانه‌هایی چون قانون، فهم پذیری، یا توانایی مربوط و متضمن ممکن بودن تفاسیر بعدی از نشانه است (پیرس، ۱۹۹۶). در سطوح محلی، نشانه به مجرد اینکه به صورت عادت و تغییر عادت تحقق و تبلور می‌یابد، معنا پیدا می‌کند (پیرس، ۱۹۶۵).

تلویزیون دینی با استفاده از دو روش اصلی از مجرای معنادهنده‌های یاد شده عمل می‌کند تا گروه‌ها به شناخت شرایط خویش نایل شوند:

۱- گزارنده‌های احساسی و فعال تحت شرایطی به تجربه درمی‌آیند که بر اثر زوال و فرسایش جسم در جهان مادی بوجود آمده باشند. احساسات و عادات که ماهیتشان اساساً جسمانی است، تابع فرایند تبیین در علوم طبیعی یا زیست‌شناسی هستند.

۲- جنبه‌های اختیاری کنش و دیگر حوزه‌های ذهنی یا استدلالی - منطقی که انسان آرمانی شده‌اند.

1. semiotic

2. Interpretant (گزارنده)

3. Fitzgerald

4. emotional

5. energetic

6. logical

7. ultimate

بنابراین، به طرق دیگر (روان‌شناختی) تبیین می‌شوند.

این شرایط برای کسانی که با تحلیل‌های خاص و زبان پیچیده و نامفهوم روشنفکران حرفه‌ای آشنا نیستند، روشن نیست. عوام همان‌گونه که با زندگی سر و کار پیدا می‌کنند، درباره‌ی آن نیز می‌اندیشند و به تجربه‌ی خود به عنوان اساس و مبنای شناخت تکیه می‌کنند و با توجه به این واقعیت که آن چیزی که انجام می‌دهند، برای آنها سودمند است، جهان را شناختنی و فهمیدنی می‌کنند (شپرسون، ۱۹۹۵).

در موقعیت‌ها و حالاتی که به واسطه‌ی تأثیرات خارج از کنترل مردم به وجود می‌آید، امور مأنوس و آشنا می‌توانند به طور متفاوت حادث شوند. با استفاده از واژگان پیرس می‌توان گفت که شرایط، نوع متفاوتی از معنادهنده‌های احساسی را برای معنادهنده‌های منطقی و انرژی‌زا تصریح می‌کند. امور، نامأنوس می‌شوند و نتایج به شیوه‌ای متفاوت از قبل حاصل می‌آیند. اگر به زبان فرهنگی بخواهیم بگوییم، واکنش‌ها و فعالیت‌های سنتی با شکست مواجه می‌شوند. بنابراین، جذابیت تلویزیون دینی را می‌توان ناشی از روشی دانست که تهیه‌کنندگان و مجریان آن برای احیا و ایجاد دوباره‌ی جماعتی مذهبی ارائه کرده‌اند.

ارتباطات و واعظان تلویزیونی

مجریان تلویزیون دینی با ارائه‌ی نوعی درک‌پذیری برای مردمی که به اعتقاد آنها راه‌های مأنوس و جاری مورد نظرشان در حال از بین رفتن است، با مخاطبان خود ارتباط برقرار می‌کنند. همان‌گونه که توضیح خواهیم داد، شکل و محتوای ارائه این تفاهم‌ها متفاوت است، اما شیوه‌ی بیان شفاهی کلیساهای الکترونیکی به تکوین فعالیت‌های عادی مردم و همراه با تجربه بیشتر کمک می‌کند. این ترمیم و بازسازی که مجریان و مسئولان تلویزیونی دینی به آن می‌پردازند، متضمن تصرف ایستگاه‌های فرستنده در سطح کشور و استفاده از ارتباطات محلی (تلفن، نمابر) است که هم به قصد برانگیختن واکنش بینندگان به برنامه‌های پخش شده و هم به نیت شناخت و بررسی این واکنش‌ها صورت می‌پذیرد.

در سطح ملی، چهره‌های شناخته‌شده‌ی جنبش‌های بنیادگرای مسیحی، یعنی کسانی چون پات رابرتسون، جیمی سواگرت، اورال رابرتز^۱ و جری فالول موجب افزایش آگاهی‌ها می‌شوند. این اشخاص در بخش‌هایی از جامعه که از نتایج مدرنیزه شدن، غیردینی شدن و فرهنگ عقلانی‌واهمه دارند و احساس تهدید می‌کنند، ایجاد امید و آرامش می‌کنند. پیام آنها متمرکز بر روش‌هایی است که طی آن دولت

غیردینی و اقتصاد چندملیتی هم موجب انفصال و جدایی مردم از زندگی روزمرهٔ موروثی‌شان می‌شود و هم موجب جدایی از قدرتمندترین و معتبرترین مرجع و منبعی که قبلاً مبنا و اساس این زندگی بود. یعنی قانون خداوند. آنها اثبات می‌کنند و تأکید می‌ورزند که خصایل محلی مردم (ارزش‌های خانواده) همیشه زیبا و عادلانه بوده است. مشکل مردم ناشی از منش و خوی کسانی است که از قانون خداوند غافلند (مثل همسر رئیس‌جمهور که داوطلب ریاست کل بهداری دولت فدرال است و غیره). با این همه، موضوع مورد مناقشه این است که گرچه مخالفت با عقلانیت ابزاری یکی از اصول جذابیت تلویزیون دینی است، اما روش‌های ارتباطی آنها اغلب از الگوی انسان ماشینی سرچشمه می‌گیرد.

مسئولان و مجریان تلویزیون دینی با استفاده از منطق «انگیزه - ارگانسیم - نتیجه»، وعده کلی و مردم‌پسند اعادهٔ کانون اقتداری را می‌دهند که متکی بر خداست. آنها این موضوع را مطرح می‌کنند که موضوعات کلی و دامنه‌داری (چون حقوق زنان) از لحاظ اجتماعی فاقد کارکردند و از این رو، مایل به تبعیت از الگوی انسان ماشینی هستند.

در حالی که واژهٔ عوامانه^۱ وصف‌کنندهٔ روابط از بالا به پایین است، واژهٔ مردم‌گرا^۲ وصف‌کنندهٔ رهبری فرا دست بر فرو دست است. واعظان تلویزیونی توده‌گرا از گفتمان «انگیزه - ارگانسیم - نتیجه» در رسانه‌های الکترونیکی برای شناسایی گروه‌ها و افراد ناهمگون (که دیگر از کلیساهای مرسوم تأثیر نمی‌پذیرند) و ایجاد ارتباطی دو سویه، معنادار و رسانه‌ای میان این افراد و گروه‌ها با متولیان و مجریان تلویزیون دینی، که دارای قدرت کاریزماتیک هستند، استفاده می‌کند (هورر، ۱۹۸۸). بدین ترتیب، شبکه‌های گفتمانی کلیسای الکترونیکی تا حدودی جایگاه فرد در جماعت تلویزیونی را بهبود و ارتقا می‌بخشند.

برخلاف دین‌شناسی واتیکان دوم و رویکرد مشابهی که شیوهٔ ارتباط گفتمانی را تسهیل می‌کند، متولیان تلویزیوهای دینی سراسری به علائق و محیط محلی مخاطبان خود بی‌اعتنایند. مجریان برنامه‌های دینی در زمینهٔ بحث و مناقشه دربارهٔ مفاهیم دینی با جماعت دینی معتقد به گونه‌ای سخن می‌گویند که گویی مردم کاملاً^۳ و بدون چون و چرا به آنها و برنامه‌هایشان اعتقاد دارند. تأکید مقتدرانه‌ای که آنان بر سازوکارها و فنی بودن رسانه و نشانه‌های گفتاری آن می‌ورزند، برای آن است که واکنش‌هایی حاکی از موافقت و رضایت از طرف پیام‌گیران - شرکت‌کنندگان ابراز شود. به همین علت، متولیان این برنامه‌ها در مورد سایر دیدگاه‌ها مدارا و تساهل نمی‌ورزند. هر جا که گفت‌وگو مورد تشویق قرار می‌گیرد، این تشویق در مورد سخنان پیام‌سازان است و پیام‌گیران از طرح پرسش دربارهٔ دیدگاه و چشم‌انداز پیام

1. Popular

2. Populist

منع می‌شوند.

ساختار وعظ تلویزیونی و مسئولیت‌پذیری واعظان آن موضوع بحث نیست (فور، ۱۹۸۷؛ فرانکل، ۱۹۸۷؛ هور، ۱۹۸۸). پیام‌های تلویزیونی بر موارد زیر تأکید می‌ورزند:

۱- **دین‌شناسی احساسی - تجربی.** زوال شناخت معنادهنده‌های احساسی و انرژی‌زا در حیات جماعت‌ها تکرار و تقویت می‌شود.

۲- **شخصیت‌کاریزماتیک پخش‌کنندگان.** معنادهنده‌های احساسی و عقلانی به تصویری خیالی رسانه‌ای از جماعت تبدیل می‌شود و تنزل می‌یابد و این امر به احیاء روابط غیرقابل پرسش اقتدار می‌انجامد.

۳- **ارزش‌های اقتصادی - تجاری در کنترل برنامه.** معنادهدگی انرژی‌زای عملکرد مجریان تلویزیون دینی، موجب ایجاد شرایطی می‌شود که قبلاً دال بر دستاوردهای موفقیت‌آمیز فعالیت‌های سنتی بود.

۴- **ایمان به رسانه‌های گروهی طبق مشیت الهی.** تفسیر نهایی به عنوان شکلی از یک تغییر عادت، در مقابل اقتدار نهایی یعنی قدرتی که بدون چون و چرا برتر از کسانی است که شرایط بحران‌آفرین را در تجارب ایجاد کرده‌اند - سر تسلیم فرود می‌آورد.

۵- **طراحی و برنامه‌ریزی رسانه‌ای برهزینه سنتی.** مواجهه جماعت با تلویزیون دینی و تجربه‌اندوزی از آن در چهارچوب مأنوس و مطمئنی از حضور مقتدرانه به وقوع می‌پیوندد.

۶- **رسودمندی واعظان و افزایش سرمایه در خلال پخش برنامه‌ها** (فرانکل، ۱۹۸۷؛ شولتز، ۱۹۹۰). تماس‌های شخصی با استفاده از رایانه و تلفن صورت می‌گیرد (فور، ۱۹۸۷). گردهمایی‌هایی که در ابتدا به کمک تلفن‌های تصویری زمان‌بندی شده تشکیل می‌شود، به واسطه تماس و ارتباط شخصی خارج از رسانه‌ها گسترش پیدا می‌کند و با فهم‌پذیر کردن وضعیت عینی و ملموس جماعت، به تقویت معنادهنده‌های انرژی‌زای احساسی می‌پردازد.

ارتباط کلامی از پایین به بالا: انسان عاقل ارتباط‌گر

بخش‌های مختلف کلیساهای موجود به طور موفقیت‌آمیز به مهار رسانه‌های جدید با هدف پوشش دادن به اجتماع انسان‌ها پرداخته است. حوزه متنوعی از مجاری ارتباطی، از رسانه‌های گروهی گرفته تا رسانه‌های چاپی مربوط به اجتماعاتی خاص به وجود آمده است. دریافت برنامه‌های دینی شورای واتیکان دوم موجب پیشرفت فوق‌العاده نظریه و عملکرد ارتباط جمعی در آفریقا و امریکای لاتین شد

(لاو^۱، ۱۹۸۳؛ همچنین به آثاری که در نشریهٔ توسعه رسانه‌ها و نشریهٔ رسانه‌های گروهی چاپ شده است رجوع کنید).

فرقه‌های مسیحی سنتی دریافتند که چاپ و توزیع فهرست برنامه‌ها و اسناد، موجب پیدایش جماعتی بزرگ‌تر و ارتباط مبتنی بر گفت‌وگویی شده است که قبلاً رویکرد گروهی پرجار و جنجال کلیسای الکترونیکی انجام می‌داد (لاو، ۱۹۸۳). بینندگان برنامه‌های مربوط به جماعت و فرقه خود را تماشا می‌کنند، به ویژه اگر خودشان در تولید آن مشارکت ورزیده باشند. این تجربه جمعی قدرت‌بخشی است که توان و قدرت ارتباطی را افزایش می‌دهد. ارتباط، مشارکت، دسترسی و جماعت، اجزای مختلف فرایند واحد و یگانهٔ توسعه‌اند که مسائل عمومی محلی را به مسائل و امور ربط می‌دهند (ناثیر و وایت، ۱۹۸۷). نهادینه شدن رسانه و ارتباط پایین به بالا زمینه‌ساز طرح تفکر انسان عاقل ارتباط‌گراست. در این الگو، انسان در محیط رسانهٔ الکترونیکی که عاملی حکومتی تلقی نمی‌شود و تحت کنترل قرار نمی‌گیرد، از لحاظ کارکردی باسواد و تعلیم یافته می‌شود. چنانکه نشان داده شد، این نوع سواد به بهترین نحو در چهارچوب گفتار شناخته می‌شود. در اینجا فرایند دانش از دیدگاهی متفاوت دربارهٔ ساختار رسانه و نیز تحول در نظریه‌های مربوط به دلالت و معنا آغاز می‌شود.

سیاست‌های رسانه‌ای که با احساسات توده‌ها تلفیق می‌شود، موجب پیدایش سؤالاتی راجع به اهمیت و دلالت دین‌شناسی می‌گردد (ترابر^۲، ۱۹۸۴؛ واک^۳، ۱۹۸۴). معادل انگلیسی کلمه ارتباط (communication) از ریشهٔ communis به معنای مشترک و communicare به معنای تأسیس اجتماع و به وجود آمدن جو تفاهم و اشتراک، ساخته شده است. از لحاظ دین‌شناسی، ارتباط از گفت‌وگو آغاز می‌شود و بدان پایان می‌پذیرد. تاریخ (۱۹۸۹) معتقد است که نقطهٔ مقابل ارتباط سکوت نیست، بلکه احساس گناه است که حکم به نفی رابطه و حضور در جماعت می‌کند. نتیجه‌گیری ترابر می‌تواند از ریشه‌ای عمیق‌تر از الگوی انسان ارتباط‌گرا اخذ شود، یعنی کلمهٔ قدیمی munus در لاتین که به معنای وظیفه و رسالت جمعی است، ریشهٔ کلمه «ارتباط‌گرا» و واژه‌های هم خانواده با آن است و این کلمه، ریشه‌ها و خاستگاه‌های معنای ارتباط را در حوزه وظیفه جمعی قرار می‌دهد و بنابراین، احساس گناهی که ترابر از آن سخن به میان می‌آورد، می‌تواند مربوط به ارتباطی باشد که میان عمل «ارتباط» و قواعد و هنجارهایی برقرار است که اجتماع بر طبق آن شکل می‌گیرد.

1. Lowe
3. Wacc

2. Traber

تا آنجا که ارتباطات شامل گروه‌ها و افراد می‌شود، ما از چشم‌انداز دو تفسیر دربارهٔ چگونگی ممکن بودن وجود چنین انسانی، به نظریهٔ انسان عاقل ارتباط‌گر رسیدیم. از یک طرف، افراد محصول تصادف و شانسند و این برآمده از مبنای تاریخی جهان مدرن، به عنوان نتیجه و محصول نهادهای مدرن است. افراد در مکان و زمانی با جهان مواجه می‌شوند که خود انتخاب نمی‌کنند و در چهارچوب شیوه‌هایی که اینجا و آنجا با آن آشنا شده‌اند، از جهان شناخت پیدا کرده، در آن به فعالیت می‌پردازند. فعالیت و شناخت طبق شیوه‌های سنتی‌ای که انسان از بدو تولد با آنها مواجه می‌شود، لزوماً نادرست نیست. موضوع تعیین کننده، چگونگی کاربست این فعالیت‌ها و توجیهات در هنگام ایجاد ارتباط با دیگران است. در این جهان مدرن، تلاش برای احیای سنت در قالب حمایت از فعالیت‌هایی که به دیگران (چه به صورت فردی و چه جمعی) تحمیل می‌شود، منعکس‌کننده طرز فکری ابرازی است نه دینی.

از سوی دیگر، مردم لزوماً مقید به قواعد و هنجارهایند، ما قبلاً نیز خاطرنشان ساخته‌ایم که این شرایط به طور ذاتی در نظریات مربوط به اجتماع و ارتباط وجود دارد. به عبارت دیگر، فعالیت و کنش ارتباطی انسان از یک نوع اصول و اخلاق برخوردار است. این بُعد قانونمند ارتباط، طبق دیدگاه پیرس، بُعدی سه لایه است:

۱- برای کنش اخلاقی قواعد یا اصولی وجود دارد که در حوزهٔ تولید و تربیت به کار گرفته می‌شود (ویلیامز، ۱۹۶۳) و با تفسیرها و تعبیرهای احساسی مردم در مورد پدیده‌هایی چون خیر و حسن مرتبط است. معانی اخلاقی در پرتو تجربهٔ زندگی به چالش گرفته می‌شوند (شپرسون، ۱۹۹۵).

۲- قواعد و ارزش‌های اخلاقی بر روابط سیاسی و اجتماعی میان اجتماعات حکم فرماست و بنابراین، به نوعی با عدالت ارتباط دارد (هلر^۱، ۱۹۸۷). آنها پاره‌ای از تجربهٔ آدمی‌اند و از این رو، با زمینه و چهارچوبی که تفسیرهای مختلف از نظرات سیاسی و اجتماعی باید در درون آن به گفت‌وگو و بحث گذاشته شوند، تناسب دارند.

۳- نظریات ارزشی فلسفی موضوعی است که از تجربه انعکاس یافتهٔ مردم در کثرت مواجهاتشان با جهان نشئت گرفته است (هلر، ۱۹۸۵؛ شپرسون، ۱۹۹۵).

به اعتقاد ما، محیط انسان عاقل ارتباط‌گر، محیط کنش و فعالیت دموکراتیک است. اخلاق مواجههٔ میان مردم و گروه‌های اجتماعی، بر مبنای زندگی اجتماعی دموکراتیک انتخاب می‌شود. در جهان سیاسی-اجتماعی متکثر، زندگی اجتماعی مردم سالارانه می‌تواند بر مبنای دو تلقی ساده از عدالت

متحقق شود: یکی آزادی و دیگری زندگی و حیات. آزادی وضعیت یا حالتی ماوراء طبیعی نیست، بلکه تقاضایی است عینی از طرف مردمی که در اینجا و اکنون زندگی می‌کنند. حیات، یعنی حق مردم برای بسط و توسعه استعدادها و برخورداری از توانمندی‌های خویش که این امر آزادی را تبلور می‌بخشد، اما به دیگران تعدی روا نمی‌دارد. ما برای تعیین شرط برای تحقق حداکثر آزادی از اصل آگنس هلر^۱ (۱۹۸۷) تبعیت می‌کنیم که معتقد است: «انسان باید غایت فی نفسه^۲ تلقی شود، نه ابزار».

ملاحظات فرهنگی در بیشتر موارد از فعالیت انسان برای فعلیت بخشیدن به استعدادهای خویش نشئت می‌گیرد. ریشه لاتین کلمه فرهنگ (culture, colere) است که یکی از معانی آن تمایل داشتن، پرورش دادن و منزل گزیدن است. مردم پس از گذراندن تجربه‌ای کمابیش فرهنگی در حضور نسل‌های دیگری که به ادارهٔ نسل بالندهٔ جایگزین خود پرداخته‌اند، تنها قادر به انتخاب این گزینه می‌شوند که ارتباط گرانی دموکراتیک باشند. (شپرسون، ۱۹۹۵).

اکنون به بررسی موضوع جایگزینی برای تلویزیون دینی می‌پردازیم که مبتنی بر ماهیت گفتمانی ارتباط دموکراتیک است. مجریان برنامه‌های تلویزیون دینی از وضعیتی تبعیت می‌کنند که در آن افراد تسلیم الزامات منطق‌های خاص مجازات (معادشناسی^۳ یا نجات و رستگاری منجی‌گروانه^۴) می‌شوند. خود این الزامات در سازوکار و اعتراف و اقرار تحقق و فعلیت می‌یابد. در این دیدگاه، مردم از طریق قواعد و هنجارهایی که شاید محصول انتخاب خود آنها باشد، به رستگاری و یا مجازات ابدی خواهند رسید. ولی البته خود قواعد بحث و تفسیر را به وجود نمی‌آورند، بلکه این قواعد و هنجارها را یک منبع اقتدار صادر می‌کند. تسلیم در برابر این اقتدار غیرقابل تمییز از تسلیم در برابر قوانین طبیعت است. الگوی انسان ماشینی نیز بر این مبنا عمل می‌کند، و این مشابه کارکرد آن در زمینهٔ روابط تجاری است.

در همساز کردن رسانه‌ها و فن‌آوری‌های اطلاعاتی با نظریهٔ مربوط به انسان عاقل ارتباط‌گر به اصولی که میشل ترابرد دربارهٔ پخش عمومی برنامه‌های دینی مطرح کرده است رجوع می‌کنیم (۱۹۸۴) و بر این باوریم که راهبرد ترابرد در کنار راهبرد رسانه‌ای جایگزین و الگوی انسان ارتباط‌گر می‌تواند ارتباطات دینی را هم در سطوح محلی و هم ملی دموکراتیک کند.

۱. سرمایه‌گذاری در امر ارتباطات: هر نوع قصوری در زمینهٔ سرمایه‌گذاری به طور کلی به معنای پیدایش نوعی محدودیت برای زندگی مردم به شمار می‌آید. جلوگیری از دسترسی به ارتباط و وسایل

1. Agnes Heller

2. ends-in-themselves

3. eschatology

4. soteriology

ارتباطی به تحدید امکان فعلیت بخشیدن به استعدادهای مردم انجامیده، توانایی نهایی آنان را برای مشارکت در مباحث ارزشی محدود می‌کند.

۲- **تأکید بر مساوات و برابری:** تعامل میان افراد فرادست و فرودست، مستلزم آن است که هیچ یک از مشارکت‌کنندگان (افراد یا گروه‌ها) به مثابه ابزاری در خدمت اهداف دیگران قرار نگیرند. بنابراین، سیاست و خط مشی ارتباطی باید به صورت برابر تدوین شود و به بهبود وضعیت زندگی مردم فرودست و فقیر و رساندن سطح زندگی آنها به حداقل سطح رفاه پردازد و در عین حال از دیگران به عنوان ابزار کار خود استفاده نکند (هلر، ۱۹۸۷؛ هاندریچ^۱، ۱۹۸۹).

۳- **تعویض سلسله مراتب ارتباطاتی با روابط مشروط و مقید:** این راهبرد بدیهی است، زیرا در محیطی مردم‌سالار این روابط، به حق به رسمیت شناخته شدن به دلیل انسان بودن افراد در اینجا و اکنون، تعبیر می‌شود. روابطی را که به صورت سلسله مراتبی سامان یافته باشد، تحت این شرایط می‌توان درک کرد، اما قاعده و اصل ابزار - هدف امکان تغییر میان روابط و وابستگی صرف از یک سو و روابط مبتنی بر قیومیت را از سوی دیگر فراهم می‌سازد.

۴- **فراهم ساختن امکان دسترسی مثبت:** افراد نمی‌توانند در زمینه ارتباطات دموکراتیک، در غیاب رسانه‌های دموکراتیک و آزاد مهارت پیدا کنند. نفی دسترسی مثبت و عادلانه به رسانه‌ها در این حالت در نقطه مقابل ارزش‌ها و عدالت قرار می‌گیرد.

۵- **آخرین نکته پیشنهاد تاربر مبنی بر این است که زبان رسانه بسط پیدا کند:** تا هم با رویکرد ما در زمینه ماهیت معناشناختی ارتباطات و هم با تأکیدمان بر انسان عاقل ارتباط‌گر به عنوان کسی که بهترین جهان سیاسی و اجتماعی دموکراتیک را به منزله بهترین وسیله تبدیل مردم به غایت و هدف خویش انتخاب کرده است، در تطابق باشد.

ایده و اصل انسان عاقل ارتباط‌گر تفکری است هنجارین، اما تنها یک راه در میان بسیاری از راه‌هاست که طی آن مردم می‌توانند بسیاری از گزینه‌هایی را که به عنوان محصول تعلق و وابستگی خود با آنها مواجه می‌شوند، برگزینند و تحقق بخشند. تحت هر شرایطی از جهان اکنون و اینجا در می‌یابیم که برخی افراد (اگر نگوئیم بسیاری) ممکن است درصدد ایجاد نوعی طبقه و محفل برآیند تا به کمک آن کنترل زیر ساخت‌های ارتباطی را به دست گیرند و دیگران را کاملاً تحت روابط قیم‌آبانه قرار دهند. نکته مهم این است که اگر ارزش‌های مردم‌سالاری و عدالت که ما آنها را هم‌سنگ ارزش‌های دینداری فرض می‌کنیم،

بايد به بخشی از رویهٔ عملی ارتباط جهانی تبدیل شود، پس آنانی که درصدد استفاده از رسانه‌ها برای ایجاد رابطهٔ قيم‌مآبانه با ديگران هستند، بايد این کار را چنان آشکارا و بدون پرده‌پوشی انجام دهند که بتوانند دوام آورند.

نتیجه‌گیری

ارتباط، محور اصلی تجارب دینی و دموکراتیک است، هر چند نهادهای ارتباطی به سازمان و نظم ارتباطی فرادست - فرودست گرایش دارند و از این رو، نه تنها درصدد کنترل مجاری رسانه‌ها که درصدد اعمال کنترل بر فرایند انتقال پیام و غالب رفتارهای برانگیخته شده نیز هستند و این خیانتی اساسی در حق روابط اجتماع و وسایل ارتباط جمعی است. این امر موجب می‌شود که با کنترل و تسلط نخبگان بر فن‌آوری‌های ارتباطی، این وسایل با نیازها و خواسته‌های حقیقی بینندگان خود بیگانه شوند. نتیجهٔ روابط قدرت، تثبیت موقعیت نخبگان و تضعیف موقعیت مردم عادی است، اگرچه مقاومت این گروه نتیجه‌بخش خواهد بود. رسانه‌های جهانی وحدت‌گرا نیاز دارند تا به عنوان بخشی از راه‌حل‌های آینده در آیند، نه اینکه در گذشته بمانند و فراموش شوند. ارتباط‌گفتمانی یا جمعی، وجود اجتماعی مبتنی بر اعمال قدرت فرادست و فرودست را تسهیل می‌کند. در خلال دهه‌های ۷۰ و ۸۰ میلادی، به علت نیازهای مدیریتی و نیز نیاز به تولید برای ارتباطات سریع و متقابل جهانی، سرمایه‌داری چند ملیتی به تولید نوعی فن‌آوری ارتباطاتی الکترونیکی پرداخت که قادر به تسهیل تعامل جهانی بود (مانند ماهواره، شبکه‌های رایانه‌ای، پست الکترونیکی، رسانه‌های پیشرفته، ارتباط تلویزیونی دو طرفه مثل متن‌نما^۱، تله کنفرانس‌ها و...).

خدمات عمومی سیستم پخش برنامه و تفکر حوزه عمومی در عصر اطلاعات متناقضند. از یک طرف شاهد پیشرفت‌های فوق‌العاده در زمینهٔ فن‌آوری‌های الکترونیکی هستیم که نه تنها تعامل میان اجتماعات (از اجتماعات محلی گرفته تا بین‌المللی) ذی نفع را ممکن ساخته است بلکه آن را مورد تشویق قرار می‌دهد (این نوع ارتباط از طرح زمان، مکان، فرهنگ و موقعیت طفره می‌رود) و از طرفی دیگر، این وسایل ارتباطی با ایجاد اتحادی نامقدس میان حکومت‌ها و شرکت‌های فراملیتی هم‌کنترل و هم‌تأمین و تغذیه می‌شوند. (گارنهام^۲، ۱۹۸۶). این وضعیت هم‌زمان به واسطهٔ مسئله بهای اشتراک، سازوکارهای تنظیمی و صدور مجوز و غیره موجب محروم شدن مردم از دسترسی بدان‌ها می‌شود. استدلال ما این

1. Teletext

2. Garnham

است که از طریق اشاعه فن آوری که انسان عاقل ارتباط گر به وسیله آن می تواند ابعاد دینی معنا و دلالت را با مبارزه برای عدالت اجتماعی پیوند دهد، می توان در برابر این وضعیت ایستادگی کرد.

به علاوه چنین استدلال کردیم که برای مجریان برنامه های دینی، جهت بهبود شناخت مجدد ابعاد الزام آور آگاهی گفتاری (غیرمکتوب) راهی وجود دارد و بنابراین، قدرت روابط فعال میان نیروهای جهانی و عناوین و برجسب هایی که در چهارچوب معرفت شناسی مکتوب دکارتی از بین رفته اند، از طریق عینیت بخشیدن به معانی نهفته در واژگان باید دوباره احیا شود. مجریان برنامه های دینی به طریقی خاص، با تلفیق و ترکیب گفتنی های شفاهی، مکتوب و مصور که برای مردم جهت گیری و رویکرد دیگری را در چهارچوب ذهنیت گرایی دکارتی فراهم می آورد، می توانند میان ذهن و عین دوباره ارتباط برقرار کنند.

این قدرت شگرف، همان گونه که قبلاً استدلال کردیم، بر اساس نیاز اقتصادی سیاسی کلیسای الکترونیکی مهار شده است. استنتاج ما از این مباحث این است که بهبود ادراک گفتاری در الگوی انسان عاقل ارتباط گر می تواند طرز تلقی های دینی و دموکراتیک را در حوزه عمومی، که به واسطه اطلاعاتی تعاملی و فن آوری رسانه ممکن شده است، دوباره با هم پیوند دهد.

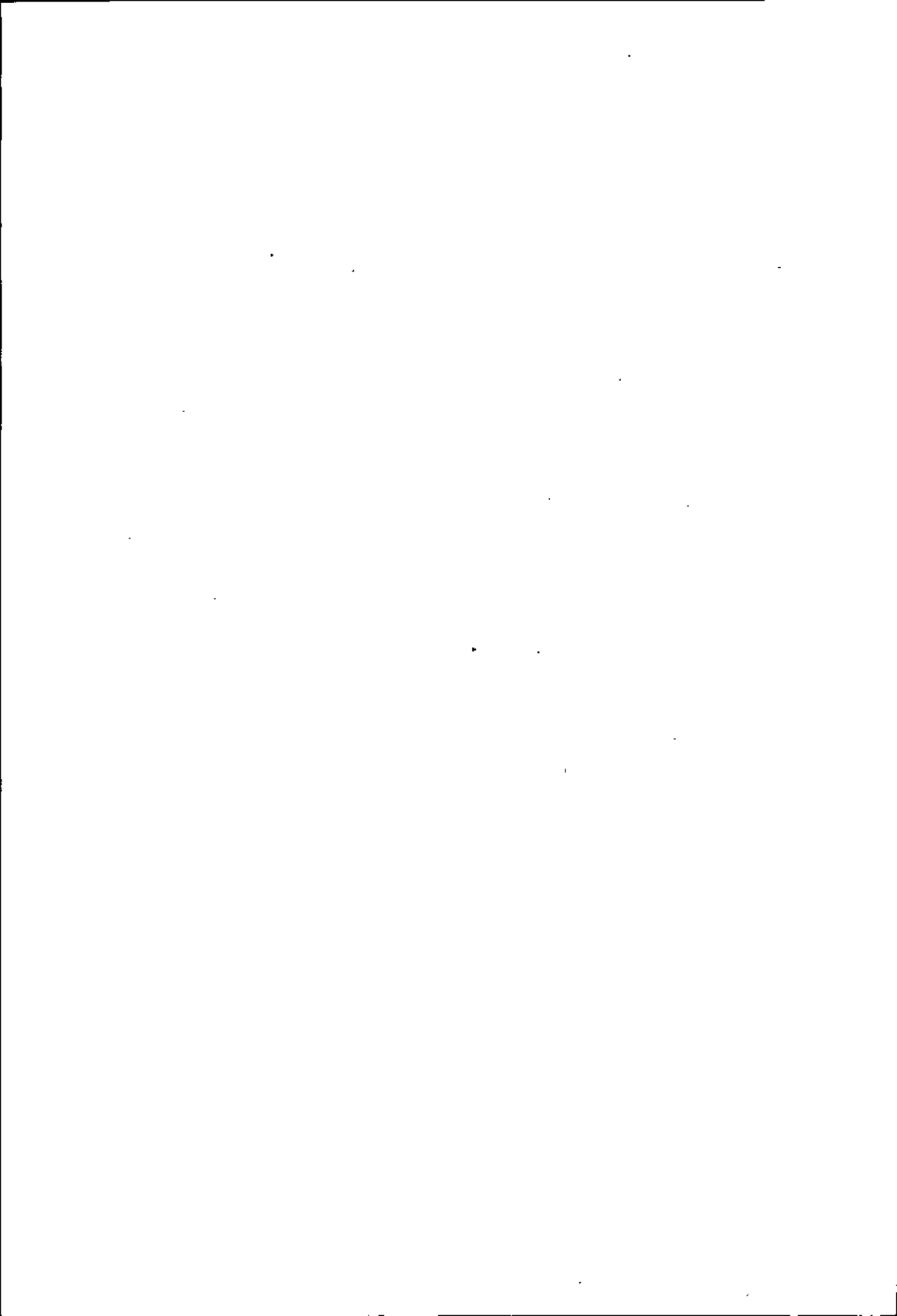
یادداشت

- این فصل برگرفته از مقاله «اقتصاد سیاسی تلویزیون دینی: صدا و سیمای اقتصادی در مقابل کشیش های دینی» در نشریه ارتباط گر مورخ ۱۹۹۵، نوشته کی. جی. توماسلی اف. ان. کورسی است. ما همچنین خود را مدیون نقدها و نظرات فنی و مفید رابرت وایت، کوسی، هوور، راث تیر- توماسلی و اریک لائو درباره ابعاد مختلف این مقاله می دانیم. تسهیلات مسافرتی این پژوهش را گروه الهیات دانشگاه اپسالا و انجمن جهانی ارتباط مسیحی در لندن و بنیاد پژوهشی دانشگاه فانال فراهم کردند.

مراجع

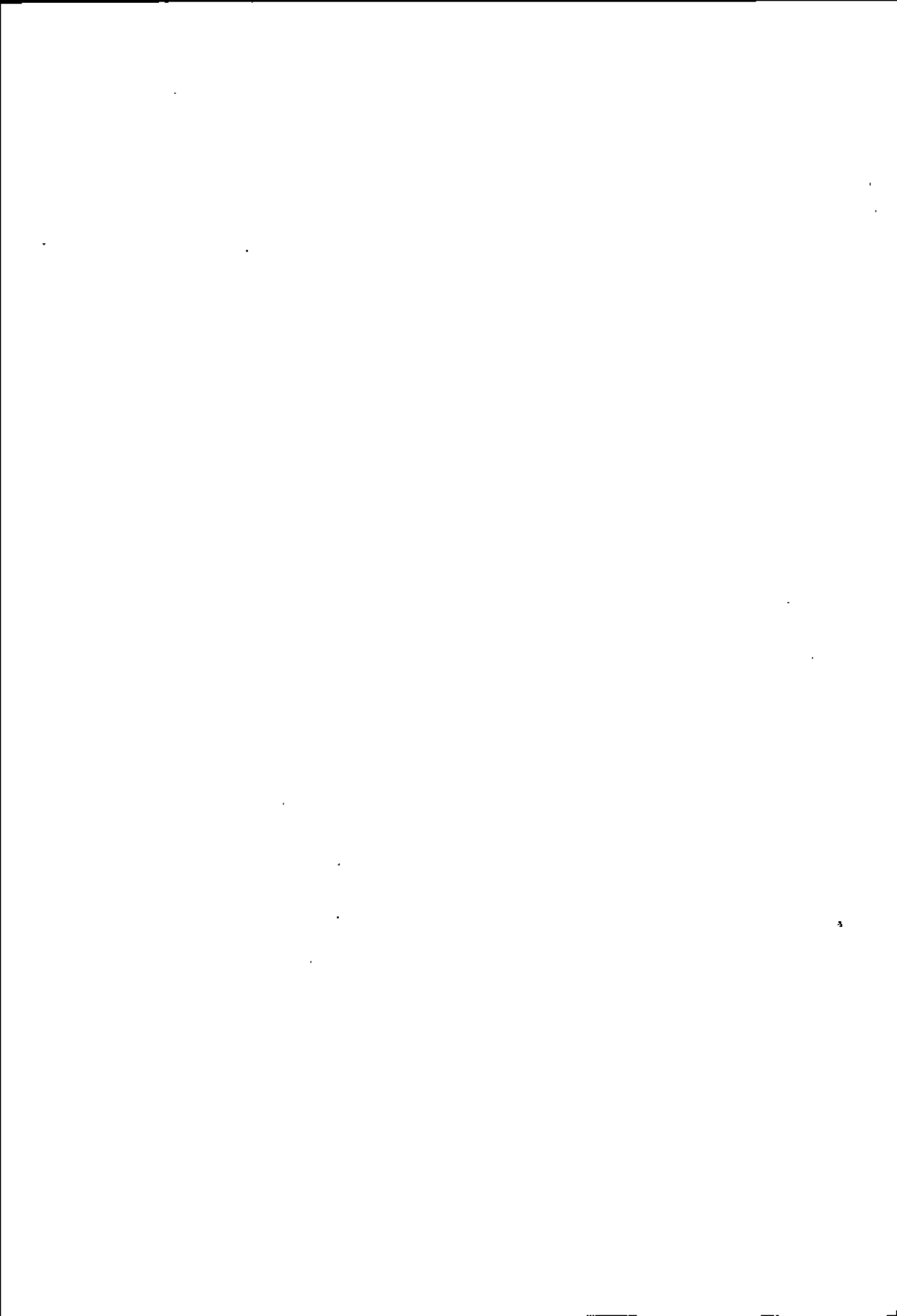
- Bartz, J. (1988). *The many words of Walter Ong*. St. Louis MO: Universitas: The Alumni Magazine of St. Louis University.
- Fitzgerald, J. (1966). *Peirce's theory of signs as foundation of pragmatism*. The Hague: Mouton.
- Fore, W.F. (1987). *Television and religion: The shaping of faith, values, and culture*. Minneapolis, MN: Augsburg.
- Frankl, R. (1987). *Televangelism: The marketing of popular religion*. Carbondale, IL: Southern Illinois University.
- Garnham, P. (1986). The media and the public sphere. In P. Golding, (Ed.), *Communicating politics: Mass communication and political process*. Bath: Leicester University Press.
- Goody, J. (1968). *Literacy in traditional societies*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Hadden, J. K. (1980, October). *Evangelical influences on America's future*. Presbyterian Outlook, p.16.
- Heller, A. (1985). *A radical philosophy*. Oxford, UK: Basil Blackwell.
- Heller, A. (1987). *Beyond justice*, Oxford, UK: Basil Blackwell.
- Honderich, T. (1989). *Violence for equality: Inquiries in Political Philosophy*. London: RKP.
- Hoover, S. (1988). *Mass media religion: The social sources of the electronic church*. Newbury Park, CA: Sage.
- Lowe, K. (1983). *Opening eyes and ears: New connections for Christian communication*. London: World Association for Christian Communication / World Council of Churches/Lutheran World Federation.

- Nair, K.S., & White, A. (1987). Participation is the key to development of communication. *Media Development*, 3, 15-18.
- Ong, W. (1982). *Orality and literacy: The technologizing of the word*. London: Methuen.
- Peirce, C.S. (1965). *The collected Papers of Charles Sanders Peirce*. Vols. 1-6. (C. Hartshorne & P. Weiss, Eds.). Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Peirce, C.S. (1966). *The collected papers of Charles Sanders Peirce*. Vols. 7-8. (A.W. Burks, Ed.). Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Schultze, Q.J. (1990). Defining the electronic church. In R. Abelman & S.M. Hoover (Eds.), *Religious television: Controversies and conclusions* (pp.41-52). Norwood, NJ: Ablex.
- Shepperson, A. (1995). *On the social interpretation of cultural experience: Reflections on Raymond Williams's early cultural writing (1958-63)*. Unpublished master's thesis, University of Natal, Durban.
- Traber, M. (1984). Communication for peace and justice. In J. Bluck (Ed.), *Beyond technology*. Geneva: World Council of Churches.
- Traber, M. (1989, June). Theological reflections on communication, participation and transformation. *Group Media Journal*, pp.12-14.
- WACC (World Association for Christian Communication). (1984). Communication versus alienation: Latin American challenge of WACC. *Media Development*, 31(1), 18-19.
- Williams, R. (1963). *Culture and society*. Harmondsworth, UK: Pelican.



بخش چهارم

رسانه، دین و فرهنگ: اعمال فردی



فصل یکم

تحلیل روان‌شناسانه از دین در جهان رسانه‌ای شده

جانیس پک

گفت‌وگوهای تلویزیونی که اینک به عالی‌ترین سبک در برنامه‌سازی تلویزیونی در آمریکا تبدیل شده، به دلیل تحریک اساسی‌ترین حساسیت‌های بینندگان با انتقادات شدیدی مواجه شده است. آپراوین فری^۱، مجری یکی از پربیننده‌ترین این برنامه‌ها، کوشیده است تا با طرح موضوعات متفاوت خود را از تیررس این انتقادات دور کند [۱]. تعهد و التزام او به برنامه‌های «مثبت‌تر» در اوایل سال ۱۹۹۴ در یکی از قسمت‌های اصلی برنامهٔ ماریان ویلیامسون^۲ آشکار و ابراز شد. ویلیامسون خود را یک روان‌درمانگر معنوی می‌خواند که حتی بر روحیه وین فری نیز تأثیر فراوانی گذاشته بود. [۲]

ویلیامسون درس آموختهٔ کتاب سیری در معجزات^۳ (۱۹۹۲) است که برای نخستین بار در سال ۱۹۷۵ منتشر شد و کتابی است سه جلدی که اینک در آستانه چاپ سوم آن برخی ادعا می‌کنند که به دست عیسی (ع) نوشته شده و در دههٔ ۱۹۶۰ به دست دو روانکاو نیویورکی سپرده شده است. این کتاب بیانگر وجود نوعی همگونی میان روان‌شناسی و معنویت است (واپ نیک^۴، ۱۹۸۹). کتاب ویلیامسون به نام بازگشت به عشق: تأمل در اصول سیری در معجزات^۵ (۱۹۹۲) بیش از یک میلیون نسخه فروش داشت و در فهرست نه ماهه مجله نیویورک تایمز جزو پرفروش‌ترین کتاب‌ها قرار گرفت. ویلیامسون در نیویورک و کالیفرنیا به طور منظم به ایراد سخنرانی می‌پردازد. به ایالت‌های مختلف آمریکا و نیز کشورهای اروپا و استرالیا مسافرت و در برنامه‌های تلویزیونی‌های کابلی حضور پیدا می‌کند. او چهرهٔ شناخته شدهٔ

1. Oprah Winfrey

2. Marianne Williamson

3. *A Course in Miracles*

4. Wapnick

5. *Return to Love: Reflections on the Principles of a Course in Miracles*

برنامه‌های گاه به گاه وین‌فری نیز بود و همچنین در سال ۱۹۹۳ با هیلاری کلینتون^۱ دیدار و درباره دیدگاهش در خصوص برنامهٔ «درمان آمریکا»^۲ به تبادل نظر پرداخت.

عنوان برنامه‌ای که در اینجا تحلیل می‌شود «در دنیا چه خبر است؟» بود^۳ که با پخش خبر میزان وقوع جرم از تلویزیون آغاز شد. وین‌فری خطاب به بینندگان خود در استودیو و منازل گفت که موضوع روز «چگونگی پایان بخشیدن به خشونت‌های موجود در محیط» است. در طول برنامه او و ویلیامسون از معضلات مختلف اجتماعی «جرم، اعتیاد، خشونت تلویزیونی، جنگ، سوءاستفاده از کودکان، تعصب» به عنوان «بهایی که همه ما به دلیل غفلت از روح خود» می‌پردازیم، سخن گفتند. به گفته آنها، این بی‌توجهی و غفلت از روح موجب پیدایش نوعی جامعهٔ بیمار و بی‌خاصیت می‌شود. ویلیامسون برای مقابله با این محرومیت از روح، به طرح «تحول الگوی موجود در این سیاره» پرداخت تا نیروهای حیرت‌آور شفابخش یا «نفخهٔ رحمانی موجود در روح انسان» را فعال کند. او به ذکر مراحل مختلف نیل به این شفابخشی آسمانی، از دعاکردن و حضور در کلیسا گرفته تا ملحق شدن به گروه‌های حمایتگر و نیز ملاقات با روان‌درمانگران - پرداخت که همه این مراحل معطوف به تفکر جایگزین کردن اندیشه‌های مثبت به جای اندیشه‌های منفی است و حول آن تفکر وحدت و انسجام می‌یابد، زیرا افکار ما تعیین‌کنندهٔ تجربه‌های ما در زندگی هستند. از آن مهم‌تر، ویلیامسون، رسانه‌های گروهی را به دلیل تحمیل صور و گونه‌های مختلف اندیشه‌های اجتماعی بر اندیشهٔ فردی به تشدید و اشاعه منفی بافی متهم ساخته و متذکر شد که علاج این واقعه برخوردار شدن از روحیه‌ای قدرتمند است که وین‌فری به عنوان فردی که از طریق برنامه‌های تلویزیونی با میلیون‌ها نفر در ارتباط است از آن بهره‌مند بود.

وین‌فری برنامهٔ خود را با ادای سوگند برای ترتیب دادن مراسم دعایی برای ملت در تعطیلات پایان هفته و دعوت از مخاطبان برنامه در استودیو و نیز در اقصی نقاط جهان برای اتحاد و همدلی باهم، به پایان برد و در این حال، ویلیامسون از خداوند خواست که آنها را به سرچشمه‌های نور و شفا و محبت خود متصل گرداند. این دومین نمونه از نیایش در تاریخ ده سالهٔ نمایش تلویزیونی بود که اولین آن در سال ۱۹۹۲ و در هنگام حضور ویلیامسون در برنامه اجرا شده بود [۳]. نیایش وین‌فری دو ویژگی داشت: یکی اینکه خطاب به خدایی خاص^۴ و مشخص نبود، بلکه خطاب به هرکس بود که مخاطب دعای نیایشگر قرار می‌گرفت و دیگر اینکه نیایش و دعایی جامع و جهانی بود، نه دعایی صرفاً دینی. این کلمات بیانگر آگاهی

1. Hillary Rodham Clinton

2. Healing America

3. What is Going With the World?

4. Specific God

وین فری از این نکته بود که مخاطبان بین‌المللی برنامه‌ها و سخنان او از لحاظ گرایش‌ها و علایق دینی متنوع هستند (همچنان که ممکن است غیر مذهبی یا ضد‌مذهبی باشند). همچنین، نکات مذکور بیانگر روابط دشوار میان دین و فرهنگ رسانه‌ای شده امریکاست.

چگونه باید به فهم پیوند میان دین و روان‌شناسی نائل آییم و دیدگاه و روابط آن با رسانه‌های جمعی را دریابیم و از همسازی و انطباق آن با پرریننده‌ترین برنامه‌گفت‌وگویی تلویزیونی در امریکا آگاه شویم؟ کدام شرایط تاریخی و معاصر است که نه تنها متضمن ایجاد چنین دین روان‌شناختی و رسانه‌ای شدن است (تامپسون، ۱۹۹۰)، بلکه به این پرسش که «در دنیا چه خبر است؟» پاسخی جذاب می‌دهد. پاسخ به این پرسش‌ها مستلزم اتخاذ رویکردی از تحلیل فرهنگی است که از نظر جهت‌گیری، تاریخی و در عمل، دیالکتیکی است. این رویکرد دین را هم علت می‌داند و هم معلول، یعنی هم معلول شرایط مادی و تاریخی و هم شیوه‌ای معنابخش که به این شرایط واکنش نشان می‌دهد و بر اساس آنها عمل می‌کند. این روش را سه دهه قبل، ژان پل سارتر (۱۹۶۸-۱۹۶۳) در کتاب *در جستجوی روش*^۱ مطرح کرد. او در این کتاب به نقد مارکسیسم یخ‌زده‌ای می‌پردازد که مفاهیم خود را بنا به دستور تغییر می‌دهد و دیگر نمی‌تواند فرایندی را درک کند که انسان و محصول او را در درون طبقه و جامعه‌ای فرضی و در مقطع تاریخی خاصی به وجود آورده است [۴]. سارتر از طریق تلفیق نظریه‌های مارکس درباره تاریخ و سرمایه‌داری با دیدگاه اگزیستانسیالیسم در زمینه عملکرد فاعل انسانی، درصدد فائق آمدن بر این تقلیل‌گرایی برآمد. او افراد را به اتخاذ روشی دعوت کرد که ایمان به اصول مارکس را حفظ می‌کرد، اما به «میانجی‌گری میان انسان واقعی و شرایط مادی زندگی او، میان روابط انسانی و روابط تولید او و میان انسان‌ها و طبقاتشان» حساس بود.

در بررسی پیشین درباره تلویزیون دینی، استدلال کردم که صور فرهنگی که شامل اعمال و اعتقادات دینی هستند، مسائلی را که تاریخ فراروی آنها قرار داده است، ظاهر می‌سازند و به آنها پاسخ می‌دهند (پک، ۱۹۹۳). در اینجا آن استدلال را پی می‌گیرم و نظریه دلالت سارتر و نیز از رویکرد «رفت و برگشت» در تحلیل فرهنگی را استفاده می‌کنم که در کتاب *در جستجوی روش* خلاصه شده است. نقاط قوت رویکرد سارتر در پافشاری آن بر روابط دیالکتیکی ابعاد تاریخی و هستی‌شناختی، دلالت (معطوف به وساطت‌های عملی) و تأکید آن بر مسائل وجود و معناست که دل‌مشغولی اصلی دانشجویان رشته‌های الهیات، فرهنگ و رسانه‌هاست [۵]. استدلال من با توجه به حضور ویلیامسون در برنامه اپرا وین فری و

همچنین یکی از سخنرانی‌های عمومی او [۶]، دربارهٔ ارزش و اهمیت روش سارتر است. این فصل به معرفی دیدگاه سارتر دربارهٔ دلالت، تاریخ و روش می‌پردازد و جنبه‌های تاریخی و هستی‌شناختی دین را مورد توجه قرار می‌دهد و روان‌شناسی معنوی ویلیامسون را در ارتباط با بستر تاریخی و فرایندهای مدرنیزه شدن، رسانه‌ای شدن و جهانی شدن ارزیابی می‌کند.

ابعاد هستی‌شناسانه و تاریخی دلالت

لایپ سیتز^۱ (۱۹۸۸) معتقد است که ما موجوداتی تاریخی هستیم که با گفت‌وگو دربارهٔ گذشته و پیش‌بینی آینده، برای زمان حال معناسازی می‌کنیم؛ سارتر (۱۹۶۸-۱۹۶۳) مبنای این گفت‌وگو را هستی‌شناسانه می‌داند. وی بر این اعتقاد است که ما موجودات دلالت‌گرای هستیم، زیرا در وضعیت عدم تعادل مستمر به سر می‌بریم. آفرینش بی‌وقفه خویشتن از طریق کار و عمل (همان چیزی که سارتر آن را انگیزه^۲ عینیت‌بخشیدن می‌نامد) ساختار هستی‌شناسانه وجود ماست. ما در عینیت‌بخشیدن به خویشتن با استفاده از عمل، در محدودهٔ زمانی کنونی و با توجه به آینده و با هدف آشکار ساختن و نیز تعیین موقعیت خود از طریق تعالی بخشیدن بدان، فعالیت و عمل می‌کنیم. بدین ترتیب معنا ساز بودن، به معنی تفوق دیالکتیکی بر تمام خبرهای موجود است. هر نوع عمل خاصی در زمینهٔ دلالت، باید هم با توجه به عوامل واقعی و کنونی‌ای که موجب پیدایش آن می‌شود، شناخته و فهمیده شود و هم با توجه به موضوعی مشخص که در حال وقوع و تلاش برای به وجود آمدن است.

دلالت از لحاظ مادی، ریشه در تاریخ و ساختارهای اجتماعی دارد که به واسطهٔ عمل حال و گذشته آدمی به وجود آمده است و برای هر یک از ما موقعیتی عینی را به عنوان نقطهٔ آغاز فراهم می‌سازد. این ساختارهای به وجود آمده، در طول تاریخ، تعیین کنندهٔ حوزهٔ امکانات قابل دسترسی برای افراد و گروه‌های اجتماعی است که از موقعیت‌های مختلفی در جامعه برخوردارند و نیز به زمینه و جایگاه عمل تبدیل می‌شوند. حوزهٔ امکانات، قلمرو بسیار ساختارمند و پر قدرتی است که شرایط و عوامل مادی به آن شکل داده‌اند و هدفی است که با توجه بدان، کنشگر از موقعیت عینی خود برتر و فراتر می‌آید تا در تکوین تاریخ شرکت کند. بنابراین، در زمان کنونی، جامعه همیشه به عنوان «چشم‌اندازی از آینده» ترسیم می‌شود که ما را برای ساختن و خلق جهان و نیز خودمان فرامی‌خواند. بدین ترتیب آدمی هم کارگزار

1. Lipsitz

2. signifying beings

3. impulse

تاریخ و هم محصول تاریخ است (ذهنیت‌های معنادار^۱ و عینیت‌های معنابخش^۲).

سارتر (۱۹۶۸-۱۹۶۳) معتقد است که برای فهم روابط پویای ساختارهای عینی و عملی ذهن باید به واسطه‌هایی که این دو را به هم مرتبط می‌سازد، توجه کنیم و این به معنای آن است که: **محیط زندگی ما با نهادهایش، جنبش‌هایش، ابزارهایش، وسعت و عظمت فرهنگی‌اش، یادگارهایش، ناپایداری اجتماعی‌اش و فضای تعیین مسیر شده‌اش باید به موضوع مطالعه و بررسی ما تبدیل شود.**

بدین ترتیب، سارتر به حفظ مفهوم بازتولید اجتماعی (که در کانون نظریهٔ مارکس قرار داد) می‌پردازد تا خصلت دیالکتیکی خلاق آن را بهبود بخشد. از آنجا که معنابخشی فرایندی پویا است، می‌تواند تنها با شیوه‌ای همراه و تلفیق شود که عملاً آن سازوکار را تشخیص می‌دهد و آن را بهبود می‌بخشد. «رفت و برگشت» سارتر، کنش را به واسطهٔ دلالت نهایی‌اش و در چهارچوب شرایط آغازین آن توضیح می‌دهد. این روش متضمن ارجاع متقابل و پیوسته یا تلاش و تقلایی است برای فهمیدن که در جهت مدلول و آینده‌ای که به وجود آورده و تجسم می‌بخشد، پیش می‌رود و به شرایط اولیه‌ای که موجب آن دلالت خاص شده، رجوع می‌کند و به واسطه‌های پیچیده‌ای که این مسیر را ممکن می‌سازد، توجه نشان می‌دهد.

به واسطهٔ این حرکت دیالکتیکی - که درصدد یافتن معنای دوره‌ای تاریخی در کنش‌های عینی دلالت و معنای آن دلالت‌ها در شرایط تاریخی‌ای است که در واکنش بدان مطرح می‌شوند و برای فرا رفتن از آن تلاش می‌کنند - به آن چیزی می‌رسیم که سارتر «ژرفای زیست شده»^۳ می‌خواند. این برداشت از دلالت، خاص بودن کنش انسان را اثبات می‌کند، کنشی که محیط اجتماعی را که هنوز تعیین‌کنندگی‌اش را حفظ کرده، درهم می‌شکند و جهان را بر اساس یک سلسله شرایط مفروض دگرگون می‌کند.

برای نزدیک شدن به تحلیل روان‌شناسانه و پلیماسون از دین از منظر و دیدگاه سارتری، نه تنها باید این سؤال را مطرح کنیم که از کجا آمده، بلکه باید بپرسیم که به کجا می‌رود. دیگر اینکه، باید پرسید آینده‌ای که این روش به تصویر می‌کشد، چگونه از طریق گذشته‌اش معنا پیدا می‌کند و شکوفا می‌شود، اما از بازتولید گذشته فراتر است، زیرا با معنادادن به آینده بر اساس یافته‌هایش عمل می‌کند.

دین در مقام پدیده‌ای تاریخی و هستی‌شناسانه

بیر (۱۹۹۴) بر این اعتقاد است که دین حول محور ذات برین - حضور مطلق خدا - سامان یافته است.

1. signified objects

2. signifying subjects

3. Profundity of the lived

جهان و عالم اندرون، حوزهٔ مشکلات اصلی و درونی زندگی آدمی است؛ شکست، ناامنی و ناامیدی که همواره ذهن ما را از تعیین‌ناپذیری جهان در تجربه بشری آگاه می‌کند. متعالی و برین آن چیزی است که بیرون و فراتر از تعیین‌ناپذیری قرار می‌گیرد و به تبیین مشکلات اصلی و درونی می‌پردازد. دین، موجود متعال را مطرح می‌سازد تا به جهان درونی معنا دهد و این همسو با دیدگاه گیرتز (۱۹۷۹) است که می‌گوید: «دین توضیح دهندهٔ مسئلهٔ معناست که از محدودیت‌ها و تنگناهای آدمی (اخلاقی، جسمی، روحی) نشئت گرفته و انسان آن را به صورت پریشانی، رنج، پایان‌پذیری، مرگ، بی‌عدالتی و شر تجربه می‌کند.»

نظام‌های اعتقادی در بستر اجتماعی - تاریخی مشخصی عمل می‌کنند و باید به تحولات محیط فرهنگی حساس باشند تا رابطهٔ خود را با پیروان و حجیت را برای مؤمنان حفظ کنند. امین (۱۹۸۹) معتقد است که ادیان بزرگ جهان، از لحاظ تاریخی، به دلیل وجود دو ویژگی در آنها انعطاف‌پذیر هستند: آنها هم واکنشی هستند به دلبستگی‌های دائمی و پایدار ماوراءالطبیعی (مسئلهٔ وجود و معنا) و هم ابزار مشروعیت بخشیدن به صور مختلف نظم اجتماعی که از طریق شرایط تاریخی شکل گرفته‌اند. بنابراین، نظام اعتقادی خاص، نظامی است که دارای بنیادی تاریخی، ساختاری عینی و مجموعه‌ای از امکانات برای عمل معنادار است.

برای فهم معنای تحلیل روان‌شناسانهٔ ویلیامسون از دین، باید با رسالت هستی‌شناسانهٔ آنکه رابطهٔ تعالی - ابدیت را تعریف می‌کند و به مشکل معنا پاسخ می‌دهد همسو شویم. این رسالت با واسطه‌ها و پیام‌های تاریخی خاص (یعنی بستر عینی و محسوس امکانات، ابزارهای فنی موجود - از جمله رسانه‌ها - روابط اجتماعی ساختارمند و غیره) تکوین یافته است و پیام‌ها و واسطه‌هایی به پیشبرد این وظیفه کمک می‌کنند و بر اساس چشم‌اندازی آینده‌نگرانه به ایفای نقش می‌پردازند.

نوگرایی به مثابه مسئله‌ای تاریخی برای دین

شرایط اولیه‌ای که راه را برای دین روان‌شناختی مطرح شده در این گفت‌وگوی تلویزیونی هموار می‌سازد، با فرایند تجدد سرمایه‌داری آغاز شد، آن چنان که مذهب سنتی را دستخوش بی‌ثباتی و تزلزل کرد و موجب تولد و تکوین دانش جدید روان‌شناسی گردید. جامعه‌شناسان دینی عموماً بر این باورند که دین اساساً در فرایند نوگرایی سیاسی - اقتصادی بازسازی می‌شود. هانتز (۱۹۸۳) سه گرایش محوری را در

نوگرایی شناسایی کرده است که هر کدام پیامدهای خاصی برای دین داشته‌اند. این گرایش‌ها یا روندها عبارتند از: عقلانی‌سازی^۱، تکثرگرایی^۲، افتراق ساختاری^۳ حوزه‌های عمومی و خصوصی. این روندهای ساختاری در فرایند نوگرایی، به صورت متقابل همدیگر را تقویت می‌کنند، و منجر به نهادینه نشدن (و قوام نیافتن) واقعیت دین در جهان‌بینی مردمان متجدد می‌شوند.

بنابراین، نهال دین در نتیجه رشد و تشدید نوگرایی خشکیده نشد. در واقع، دین از لحاظ تاریخی به صورت انعطاف‌پذیری عمل کرد تا با محیط فرهنگی وسیع‌تر و تازه‌تر همگن و متجانس شود و نیز پاسخی برای مسئله هستی‌شناسانه معنا و وجود باشد (بوشمن^۴، ۱۹۶۷؛ هانتز، ۱۹۸۳؛ توماس، ۱۹۸۹؛ ویلنتز^۵، ۱۹۸۴) و هانتز (۱۹۸۳) صور مختلف واکنش دین در تقابل با اثرات بی‌ثبات‌کننده نوگرایی را نشان داده است. نظام اعتقادی دینی ممکن است از طریق کاستن یا کم رنگ کردن عناصر ماوراءالطبیعی خود یا تمهید تبیین عقلانی برای اعتقادات خود یا اتخاذ رویکرد سودانگاران^۶ و باز تفسیر جهان‌بینی دینی خود بر طبق «اصول طبیعت‌گرایی» (مثلاً با تأویل و تفسیر دین به روان‌شناسی، اخلاق و سیاست)، با عقلانیت کارکردی همسازی پیدا کند. همچنین، امکان دارد با تأکید بر عناصر مشترک ادیان مختلف یا پذیرفتن دعاوی انحصاری دیگر ادیان، در مقابل کثرت‌گرایی فرهنگی واکنش نشان دهد و یا ممکن است با کم اهمیت جلوه دادن معانی و یا دلالت‌های عمومی اعتقادات و آیین‌های خود و گسترش پیوندش با حوزه خصوصی با کثرت‌گرایی ساختاری همسازی پیدا کند و سرانجام، نظام اعتقادی دینی امکان دارد از طریق بازگویی و اثبات دوباره رابطه فراگیر خود با ادعاهای حقیقی خاص خود و اتخاذ راهبرد تقدس‌بخشی دوباره^۷ (طریقه‌ای رایج برای صور مختلف بنیادگرایی)، در برابر نهادزدایی از دین مقاومت کند.

رویکرد روان‌شناختی ویلیامسون و وین فری به دین، آمیزه‌ای از همسازی و باز تقدیس است. این رویکرد با به عاریت گرفتن اصول علمی روان‌شناختی و پذیرفتن نقاط اشتراک همه نظام‌های اعتقادی دینی، در جستجوی مشروعیت است. رویکرد مذکور خود را محصول مجموعه تحولات خصوصی افراد می‌داند و می‌کوشد تا حوزه تجارب فردی و جمعی را باز تقدیس کند. این راهبردها به دلیل فرایند نوگرایی دچار دگردیسی مضاعف می‌شوند. ادعای ویلیامسون مبنی بر اینکه جامعه مدرن، بی‌روح است و انسان‌های مدرن فراموش کرده‌اند که چه کسی هستند، واکنشی به نهادینه نشدن جهان‌بینی دینی است.

1. rationalization

2. pluralism

3. structural differentiation

4. Bushman

5. Wilentz

6. utilitarian

7. recharismatization

در عین حال الگوی جدید او، به واسطهٔ آنکا به علم جدید روان‌شناسی اعتبار می‌یابد. این رشتهٔ علمی، خود در عقلانی شدن و تکثر و افتراق ساختاری حوزه‌های عمومی و خصوصی ریشه دارد.

در قرن نوزدهم روان‌شناسی به عنوان ابزار عقلانی کردن (در تلفیق و تألیف با الگوی علمی پوزیتیویستی) قلمرو تجربه عملکرد و روابط اجتماعی انسان تکوین پیدا کرد. روان‌شناسی، در مراحل مختلف تاریخی برای تبیین رفتار و انگیزه‌های انسان با هدف پیش‌بینی و کنترل آن، موجودات بشری را محصول غرایز طبیعی، قوانین رفتاری، روندهای ادراکی، ساختار ژنتیکی یا فعل و انفعالات شیمیایی تصور کرده است. این برداشت همسو و همگون با جهان «افسون‌زدایی» شده‌ای است که در آن هیچ بُعدی از وجود از تیغ نگاه صرف عقلانیت علمی مصون نمانده است. پلورالیزم فرهنگی روان‌شناسی را تهدید نمی‌کند، زیرا تبیین آن از تجربهٔ آدمی به علم سنجاق شده است و چنین پنداشته می‌شود که فراسوی ویژگی زمینه‌ها و چهارچوب‌های فرهنگی قرار می‌گیرد (سامپسون، ۱۹۸۱) و بدین ترتیب از طریق رجوع به طبیعت، به جای فرهنگ، به جهان‌بینی خود مشروعیت می‌بخشد. همچنین روان‌شناسی از فواید فراوان معقولیت موجود در حوزهٔ عمومی مدرن برخوردار است، زیرا عقلانیت کارکردی، هدایت آن را به عهده دارد.

تقارن نهادینه نشدن جهان‌بینی دینی و نهادینه شدن جهان‌بینی روان‌شناسی، به تکوین و ظهور اخلاق درمان‌گرایانه‌ای مرتبط است که بسیاری از منتقدان معتقدند به ویژگی فرهنگ کنونی آمریکا تبدیل شده است. (بلا، مادسن، سالیوان، سویدلر و تاپیتون، ۱۹۸۵؛ فیرکلوف^۱ ۱۹۸۹؛ ایلوز^۲ ۱۹۹۱؛ لیرز^۳، ۱۹۸۱؛ پک، ۱۹۹۵؛ وایت، ۱۹۹۲) [۷]. اینکه موضوع ویلیامسون شفا و فدیة را درهم می‌آمیزد بیانگر آن اخلاق است (برابرسازی و یکی شمردنی که نه با روان‌درمانی معنوی وی یکی است و نه با دین عصر جدید، بلکه غالباً در نظام‌های اعتقادی سنتی یافت می‌شود) (آکن، ۱۹۹۴؛ هانتر، ۱۹۸۳). [۸]

طبق اندیشهٔ سارتر، دین روان‌شناسانه ویلیامسون از شرایطی عینی نوگرایی نشئت می‌گیرد که در آن، دین سنتی جای خود را به علم تجربی به عنوان عنصری غالب در حوزهٔ معنا دلالت می‌دهد. به واسطهٔ افسون‌زدایی، نسبی کردن و خصوصی کردن دین و نیز نهادینه شدن چهارچوب روان‌شناختی روح مابعدالطبیعی و ماقبل مدرن، بر اثر سیطرهٔ روح مدرن و عقلانیت، منشأ و منبع معنا و وجود تلقی می‌شود. بنابراین، امر متعال به امری درونی فرو کاسته و در چهارچوب پدیده‌های طبیعی تبیین می‌شود و توانایی

1. Fairclough
3. Lears

2. Illoze

آن برای معنابخشیدن به جهان درونی تضعیف می‌گردد. همان‌طور که ویلیامسون معتقد است، جامعه مدرن به تجربه قدسی اهمیتی نمی‌دهد. روان‌شناسی معنوی او، هم محصول این شرایط و جبر تاریخی است و هم تلاشی برای حل مشکلات ناشی از فقدان امر متعال و اعاده معنای وجودی و هستی‌شناسانه است. این روان‌شناسی معنوی با درهم آمیختن روح و روان و رازآمیز کردن دوباره هردو و احیای روابط ذات برین و حضور مطلق خدا، به بازسازی افسون‌زدایی از روح می‌پردازد. جهان بینی ویلیامسون، با آمیختن شفا و بخشایش گناه، تلاش می‌کند تا عطش هستی‌شناسانه برای یافتن وجود و معنا را به گونه مقتضی و متناسب با محیطی اجتماعی که به واسطه اخلاق روان - درمان‌گروانه مدرن تحول یافته است، فرو نشانند.

دین و رسانه‌های شدن فرهنگ مدرن

توانایی ویلیامسون و وین‌فری برای تماس با میلیون‌ها انسان، معلول رسانه‌های شدن فرهنگ مدرن است. تامسون (۱۹۹۰) این فرایند را این گونه تعریف کرده است: «تکثیر سریع نهادهای ارتباط جمعی و رشد شبکه‌های نقل و انتقال (پیام) که از طریق آنها صور نمادین سودمند در دسترس تعداد زیاد و در حال افزایش پیام‌گیران قرار می‌گیرد» [۹]. رسانه‌های شدن محور فرایند تاریخی نوسازی است. رسانه‌های شدن، در ترکیب و تلفیق با پیشرفت و گسترش سرمایه داری صنعتی و رشد نظام کشور - ملت مدرن، بخشی از همان چیزی است که جوامع پیشرفته را مدرن می‌کند.

رسانه‌های شدن موجب تحول در شیوه تولید، انتقال و دریافت کالاهای نمادین شده است. این شیوه‌ای است که ما از طریق آن به واسطه رسانه‌ها و نیز تعامل با دیگران و از مجرای روابطمان به عنوان دریافت کننده، در مواجهه با صور نمادین پخش شده و از فاصله دور، هنرمندان و رویدادها را درک و تجربه می‌کنیم. رسانه‌های گروهی اطلاع از حوادثی را که از لحاظ زمانی و مکانی از ما دورند، ممکن می‌سازند و دقت در فعالیت‌ها و کنش‌های دور را افزایش می‌دهند و ضمناً اطلاعاتی را فراهم می‌آورند که ما به صورت فردی و جمعی بر مبنای آن عمل می‌کنیم. البته به علت آنکه رسانه‌های شدن از ظرفیت ما برای مشارکت در روند و محتوای فرایند ارتباطی و کمک به آن می‌کاهد، ما را تحت سلطه کسانی قرار می‌دهد که تولید نمادها را به عهده دارند.

از آنجا که رسانه‌ها به اولین پایگاه و وسیله مبادلات جهانی صور نمادین در جهان مدرن تبدیل شده‌اند، شکل و محتوای دانش ما به صورت فزاینده متکی به نهادها و سازوکارهای ارتباطات جمعی شده

است. زماني که ويليامسون به قدرت رسانه‌ها در همسان‌سازي شکل‌هاي مختلف انديشه فردي با شکل‌هاي مختلف تفکر جمعی اشاره می‌کند (زیرا ما روزنامه‌هاي مشابهی را مطالعه و برنامه‌هاي تلویزیونی یکسانی را تماشا می‌کنیم)، به توانایی شنوندگان خود برای فهم و درک این سخن به عنوان یکی از تأثیرات واقعی رسانه‌اي شدن و نیز آگاهی این شنوندگان به قدرت معنابخشی رسانه‌هاي گروهی در جامعه مدرن، اتکا می‌کند. او همچنین به ترس این شنوندگان از نداشتن قدرت کافی برای تأثیرگذاری بر روند، محتوا و پیامد و نتایج معانی عمومی توجه نشان می‌دهد. در اینجا ویلیامسون به کانون و مرکز تضاد رسانه‌اي شدن نزدیک می‌شود، یعنی اینکه رسانه‌ها، فراتر از تجارب بی‌واسطه‌مان اطلاعات و دانش بسیار گسترده‌اي درباره جهان به ما عرضه می‌کنند. اما در عین حال این دانش می‌تواند عامل رکود و سکون ما نیز شود، زیرا میدان عمل ما را گسترش می‌دهد. ما خود را از عمل کردن و رفتار بر طبق دانسته‌هايمان ناتوان می‌بینیم، زیرا عمومی بودن^۱ (یا مشهود بودن^۲) رویدادها با افراد در حوزه‌هاي خصوصی و عمومی ربطی به حضور در یک جایگاه عمومی ندارد (تامپسون، ۱۹۹۰).

به اعتقاد سارتر (۱۹۸۲-۱۹۷۹)، از جمله تأثیرات اولیه رسانه‌هاي گروهی، تبدیل مخاطب به «زنجیره‌اي از روابط غیرمستقیم» است که با موضوع بیرونی خاصی (مثلاً با روزنامه یا تلویزیون) وحدت یافته و همگون شده است. این زنجیره روابط، میان خود مخاطبان در واقع متصف به ویژگی «غیبت» یا عدم حضور است، زیرا بیرون از حلقه محدود رفاقت‌ها و آشنایی‌ها، گفتمان عمل متقابل با دیگر مخاطبان و نیز با تهیه کنندگان پیام‌ها (برنامه‌ها) از لحاظ ساختاری با مانع روبه‌رو می‌شود. ما به عنوان اعضای مجموعه‌ها می‌توانیم با خاموش کردن تلویزیون یا لغو قرارداد اشتراک خود، عضویت و شرکت در گردهمایی‌هاي غیر مستقیم را رد کنیم و نیز می‌توانیم شخصاً علیه پیامی خاص اقامه دلیل کنیم، اما از نظر سارتر هیچ عملی نمی‌تواند کار و تأثیر واقعی رسانه‌هاي گروهی (یعنی جدا پنداشتن مخاطبان از یکدیگر و تضمین تداوم ارتباط با آنها از طریق طرح اصلاح رسانه‌ها) را تغییر دهد. هر دو واکنش، غیبت^۳ را مبنا و روش ارتباط با دیگران، در مقام مخاطب، می‌دانند. اثر عینی و واقعی رسانه‌اي شدن، القای آوارگی و سرگردانی اجتماعی - فنی‌اي است که تسلسل را حفظ و امکان عمل جمعی را تضعیف می‌کند. رساندای شدن موجب نوعی احساس ناتوانی نیز می‌شود که:

«نه تنها ناشی از غیرممکن بودن قطع صدا (و تصویر) فرستنده است، ناشی از ناممکن بودن اقناع

1. Publicness

2. Visibility

3. absence

یکایک شنوندگان و بینندگان است که رسانه، آنها را به انزوای عامی که به عنوان نوعی پیوند و ارتباط بی‌روح برایشان تدارک دیده می‌راند.

این احساس ناتوانی، تنها تأثیر فرایند رسانه‌ای شدن نیست، بلکه کلیت عمل از آن پیروی می‌کند و به واسطه کنش حال و گذشته دیگران محدود می‌شود (برای مثال، ما خود حوزه امکانات خود را ایجاد نمی‌کنیم). اگرچه در ساختن تاریخ شرکت می‌جوییم اما در این ساختن تنها نیستیم و لذا نه عمل خود را و نه نتایج نهایی آن را نمی‌توانیم کنترل کنیم. همان‌گونه که سارتر (۱۹۶۳-۱۹۶۸) استدلال می‌کند «اگر تاریخ مرا به فراموشی می‌سپارد به دلیل آن نیست که من آن را نمی‌سازم، بلکه سبب آن است که دیگران نیز در ساختن آن سهیمند». یکی از نتایج اصلی رسانه‌ای شدن فرهنگ مدرن، آگاه شدن ما از عمل دیگران است و این امر از لحاظ تاریخی بی‌سابقه است. طبق استدلال ویلیامسون، رسانه‌های گروهی، جهان را به مکانی کوچک تبدیل کرده‌اند.

با حضور در جهانی که از برنامه‌های رسانه‌ای اشباع شده و به نظر می‌آید ساخته خود ما هم نیست، با نیروی‌های بی‌شماری مواجه می‌شویم که عمل فردی ما را تحت تأثیر قرار می‌دهند [۱۰] شناختن همین تأثیرات و فشارها و احساس ناتوانی فردی ناشی از آن، مسئله‌ای است که جهان بینی ویلیامسون درصدد تبیین و حل آن است. ویلیامسون تأکید رسانه‌ها بر اشاعه اخبار بد و تفکرات منفی و افکار خشونت‌زا را نکوهش می‌کند. در مقابل جهانی که در آن منفی‌انگاری رایج و رسانه‌ها تعیین‌کننده محتوای تفکر ما هستند، او به ترسیم تصویری از آینده می‌پردازد که نیروهای تفکر مثبت جمیع مؤمنان، تعیین‌کننده محتوای پیام رسانه‌ها خواهند بود.

«اگر در پایان روز، تعداد زیادی از مردم با هم همفکری کنند و برای رویدادهای همان روز دست به دعا بردارند، هم اخبار ساعتی را که خفته‌ایم و هم اخبار فردا را تحت تأثیر قرار خواهند داد. این اوج بُعد مسئولیت‌آور (کاربرد توان فردی در مسائل مختلف) دعا و نیایش است.»

در اینجا روح - روان^۱ که دوباره رازآمیز شده است، با فرایند رسانه‌ای شدن وارد تعامل می‌شود و مؤمنان با تأملات معنوی، تفکر مثبت و دعا و نیایش می‌توانند بر محتوای صور نمادین ارائه شده در رسانه‌ها تأثیر بگذارند و در این صورت است که می‌توانند در جهان صور مختلف تفکر اجتماعی، که انواع مختلف تفکر فردی را به وجود می‌آورد، دخالت کنند. بنابراین، تصمیم‌وین فری مبنی بر استفاده از تأثیر و نفوذ رسانه‌ای خود برای ترتیب دادن دعای آخر هفته برای مردم و نیز تأکید بر برنامه‌ای با عنوان

و گفت‌وگو دربارهٔ چگونگی به وجود آمدن اعمال زشت، با این هدف صورت می‌پذیرد که با اجرای آن، صلح و آرامش بیشتری برای جهانیان به ارمغان آورد [۱۱] و در عین حال این تلاش و تکاپو برای حل کانون تضاد و تناقض رسانه‌ای شدن، به حفظ آن نیز می‌انجامد: «آینده‌ای که وین فری و ویلیامسون مطرح می‌کنند، بر اساس بقای ساختارهای موجود رسانه‌ای که به آنها قدرت انتقال پیام خود به میلیون‌ها انسان را می‌دهد، قابل پیش‌بینی است. الگوی جدید آنها نه سریالی شدن^۱ مخاطب را و نه تأثیر واقعی رسانه‌ای شدن را به چالش نمی‌گیرد».

دین و جهانی شدن

طبق دیدگاه بیر (۱۹۹۴)، نوآوری در زمینهٔ فن‌آوری ارتباطات و ظهور مجموعه‌هایی متشکل از رسانه‌های جمعی فراملی، نقشی حیاتی در فرایند جهانی شدن ایفا کرده است که با عنوان گسترش نهادهای اصلی نوگرایی غربی به سایر مناطق جهانی، به ویژه اشاعهٔ اقتصاد مدرن سرمایه‌داری، نظام دولت - ملت و عقلانیت ابزاری در قالب فن‌آوری جدید شناخته شده است. تأسیس شبکه‌های جهانی ارتباطات و مبادلات با تکیه بر ساختارهای قدرت سیاسی - اقتصادی و وابستگی متقابل آنها، محیط جهانی‌ای پدید آورده که در آن مردم، فرهنگ‌ها، جوامع و تمدن‌هایی که قبلاً کم و بیش از یکدیگر جدا بودند، اینک روابط منظم و تماس‌های غیرقابل اجتنابی با یکدیگر دارند. این پیشرفت‌ها به دلیل کشاندن دین به حوزه تفاوت‌های صرف فرهنگی، موجب تشدید نسبیّت در دین و به حاشیه رانده شدن آن شده است.

دین مدرن برای حفظ اعتبار و مشروعیت خود در جهان وحدت یافتهٔ کنونی، باید در خصوص نسبی شدن نظام اعتقادی واکنش نشان دهد. ممکن است یکی از این واکنش‌ها، تأکید بر اولویت نظام اعتقادی خاصی باشد. اشکال گوناگون بنیادگرایی دیدگاه محافظه‌کارانه را پذیرفته‌اند و این دیدگاه در سراسر جهان احیا شده است. اما دیدگاه لیبرالی با پذیرش تکثرگرایی دینی، با فرایند جهانی شدن انطباق پیدا می‌کند. دین لیبرال با رد هر نوع اولویت برای هر نظام اعتقادی خاص و در عین حال تأیید جهان بینی دینی، تفاوت‌ها را به رسمیت می‌شناسد اما تأثیرات و توانایی‌های گسترده این تفاوت‌ها را بی‌اهمیت جلوه می‌دهد و به عرضهٔ مجدد تعاریف دین سنتی از مسئله شرم‌میزد. شرم در دیدگاه و تصور دین لیبرال، هستی قائم به ذاتی ندارد و نمی‌تواند در مکان یا شخص خاصی تعین و تجسم پیدا کند، بلکه برعکس، به

صورت منفی و به عنوان امر عدمی^۱ فردی یا اجتماعی تعریف می‌شود. این تصور از شر، از لحاظ فرهنگی انعطاف بیشتری دارد و به دکرترین و نظریه دینی خاصی گره نخورده است. این تلقی، با اخلاق درمان‌گرایی که معتقد به تقدم انگیزه‌های ذهنی و روانی بر مسائل عینی و نیز تقدم کمال‌بخشی فردی^۲ بر اخلاق‌گرایی جمعی است، هم آوا و هم سخن است. بنابراین، همان‌گونه که بیر (۱۹۹۴) یادآوری می‌کند، دین لیبرال فعالیت عمومی خود را به طور فزاینده به امدادسانی معطوف می‌کند که خدماتی است مشتمل بر بزرگداشت یاد از دنیا رفتگان و درمان روحی کسانی که نیازمند هستند. این جهت‌گیری و اهتمام به امدادسانی و شفابخشی، دین لیبرال را (مثل دیدگاه ویلیامسون) به سیستم فرهنگی درمانگری تبدیل می‌کند. اهتمام به تکثرگرایی فرهنگی و دینی، دین لیبرال را با نظم سیاسی - اقتصادی جهان همگون و همسو می‌کند که مشروعیت آن مبتنی بر قبول نمایزات فرهنگی و فواید جهانی سرمایه‌داری فراملی است. یقیناً تحولات الگویی که ویلیامسون در زمینه شناخت جهان مطرح کرده است، تنها به این علت قابل تصور است که ما در جهانی به هم پیوسته زندگی می‌کنیم.

این همسازی با فرایند جهانی شدن، متضمن نوعی تعارض برای دیدگاه لیبرالی است، یعنی وانهادن و ترک دعاوی مشخص و جزء به جزء در باب حقیقت و پیوستن به سنتی فرهنگی و قلمرو جغرافیایی خاصی که دین لیبرال را مشخصاً مستعد نسبی شدن می‌کند. معنویت‌گرایی روان‌شناختی ویلیامسون می‌کوشد این تعارض را با باز تقدیس کردن امور حل کند. این تلاش معطوف به ادغام و تلفیق پلورالیسم دینی با الگویی جهانی است که در برگیرنده همه نظام‌های اعتقادی خاص باشد، که البته ویژگی‌های یهودی - مسیحی دارد ولی بر نقطه اشتراک آن با سایر ادیان بزرگ جهانی نیز تأکید می‌شود و زبان مقدس و معنوی را (خدا، روح، وجدان و فطرت الهی، بازخرید گناه) با واژگان علمی غیر دینی (عدم‌کارکرد، رد شدن، بیماری، بهبودی، درمان) درهم می‌آمیزد و شیوه‌های درمانی غیر دینی را با شیوه‌های مقدس بازخرید گناه یکی می‌کند.

سرمایه داری جهانی، حوزه امکانات و عمل دینی

زوال امر قدسی‌ای که به پیچیدگی‌های جهان مدرن معنا می‌داد، مواجهه مستمر با رسانه‌های شدن این پیچیدگی بدون داشتن روزنه‌های روشن برای مداخله در روند و مضمون آن و نیز مواجهه با نظم سیاسی - اقتصادی جهانی که ظاهراً کارکرد آن به طور فزاینده ژرف و غیرقابل درک و البته غیرقابل

1- lack

2. self-realization

اجتناب است، موجب پیدایش احساس فراگیری از ناتوانی فردی می‌شود. جهان‌بینی ویلیامسون جالب است، زیرا هم احساس ناتوانی مخاطبان در مواجهه با شرایط تاریخی معاصر را آشکار می‌سازد و هم درصد حل آن برمی‌آید. برای فهم این جهان‌بینی در تیلور و عینیت تاریخی‌اش، باید به ارزیابی واقعیت یا داده‌هایی که این جهان‌بینی در نظر دارد از آن فراتر رود و امکانات دیگری که از پذیرفتن آنها ابا دارد، پیردازیم (سارتر، ۶۸-۱۹۶۳). معنای توجه به فرایند جهانی شدن، رشد کیفی در زمینهٔ کارکرد سرمایه‌داری در سطح جهانی است، نه رشد کمی یا نوگرایی.

از پایان جنگ جهانی دوم، سرمایه‌داری دستخوش تحول و گذار از شکل انحصاری به شکل فراملیتی شده است (امین، ۱۹۹۰؛ هاروی، ۱۹۸۹؛ لایپ‌تیز، ۱۹۹۲). این تحول که در دههٔ ۷۰ به شکل فراگیر رخ داد، موجب تحولات ژرف ساختاری در وظایف و کارکردهای دولت - ملت، در روابط میان کشورهای جهان اول و نیز ارتباط جهان اول و سوم، در فن‌آوری، فرایند تولید و الگوهای مصرف، تقسیم کار جهانی، روابط تجاری بین‌المللی و امور مالی جهانی شده است.

در اقتصاد سرمایه‌داری جهانی، دولت‌ها با کاهش کنترل خود بر عملیات سرمایه در درون مرزهای خود مواجه می‌شوند. شرکت‌های فراملیتی که دیگر به کشور واحدی تعلق ندارند اینک خود را بی‌دولت یا بی‌سرزمین می‌خوانند و حتی به تبلیغ و اشاعه این موضوع هم می‌پردازند (بارنت، ۱۹۹۴). در مقابل، کشورها نیز، با هدف ایجاد و استقرار «شرایط تجاری و بازرگانی مناسب» برای جذب سرمایه‌گذاران جهانی و فراملی و جلوگیری از فرار سرمایه، به بیرون و اقتصاد جهانی چشم دوخته‌اند (هاروی، ۱۹۸۹). بدین ترتیب، سرمایهٔ فراملیتی تأثیر مهمی بر هدایت خط مشی‌ها و سیاست‌های اقتصادی سیاسی - ملی می‌گذارد. در امریکا، بنا به گفتهٔ بارنت (۱۹۹۴)، شرکت‌های فراملیتی از دهه‌های آغازین این قرن بیش از هر زمان دیگری بر نظام سیاسی اعمال قدرت می‌کنند [۱۲]. تحول سیاسی - اقتصادی با کاهش حمایت از دولت رفاهی توأم بوده و موجب کاهش مالیات، تشدید بیکاری، کاهش سطح واقعی دستمزدها، برنامهٔ صرفه‌جویی مالی و ریاضت اقتصادی، حذف نظارت دولت به نفع سرمایه‌داری بازار آزاد، زوال همبستگی و وفاق اجتماعی بین نیروهای کار و دولت، تلاش برای محدود کردن و کنترل قدرت نیروی کار سازمان یافته و دیگر جنبش‌های اجتماعی شده است که ممکن است سرمایه‌گذاری‌های فراملیتی را تهدید کنند. نوآوری در زمینهٔ فن‌آوری ارتباطات، اطلاعات و سرمایه را قادر می‌سازد تا بدون برخورد با مانع در کل جهان جریان پیدا کنند و به شرکت‌های فراملیتی در زمینهٔ تصمیم‌گیری دربارهٔ امور مالی، بازار، منابع و نیروی کار، انعطاف لازم را می‌بخشد. به علاوه، رسانه‌ای شدن جهانی، بازاریابی در سطح جهان، سبک‌های

مختلف زندگی و صور نمادین را آسان تر می‌سازد. سرمایه داری فراملیتی مبتنی بر جریان گردش آزاد سرمایه، اطلاعات و کالا و بازار یکپارچه و بین‌المللی کار است که البته از روانی یکسانی برخوردار نیست. پیشرفت در زمینه فن‌آوری‌های جایگزین نیروی کار و ثبات نسبی نیروی کار، به شرکتهای یاد شده این امکان را می‌دهد که تولید را از اتکا به نیروی کار جهان اول آزاد کند و به جهان سوم و نیروی کار ارزان و غیر متشکل آن منتقل سازند و بر امتیاز خواهی کارگران جوامع صنعتی فائق آید و سیاست‌های اقتصاد ملی را در برابر اولویتهای و ترجیحات خویش به تسلیم وادارد. در امریکا، این تحول در تغییر اقتصاد صنعتی به اقتصاد خدماتی و کم حجم شدن شرکتهای و کاهش و تضعیف نیروی کار سازمان یافته، افزایش ناامنی در محیط کار، ناامیدی و سرخوردگی شدید از حکومت، شکاف وسیع میان فقرا و اغنیا، رشد احساسات ضد مهاجران و واژه و اضطراب عمیق از تغییرات و نیل به «رؤیای امریکایی» تبلور یافته است [۱۳].

به قول امین (۱۹۹۰)، ظهور سرمایه داری فراملیتی موجب وقوع بحران در دولت و سیاست در دو دهه گذشته شده است. زمانی که شرکت‌های فراملیتی التزام خود را به ملت‌های خاصی ابراز می‌دارند، دولت - ملت‌ها توان خود را برای کنترل توسعه سرمایه‌داری یا تنظیم و تعدیل آن از دست می‌دهند. در نتیجه، سیاست‌های ملی موجب محدود شدن رقابت در سطح جهان می‌شود و این موضوع به عنوان واقعیتی اجتناب‌ناپذیر مطرح می‌گردد. در امریکا که احزاب دموکرات و جمهوری خواه، هر دو شعار رقابت جهانی را سر داده‌اند، بحث‌های مطرح شده سیاسی - اقتصادی آشکارا شبیه به هم است. سیاست ملی ناظر به تبلیغ تصویر کاندیداها از طریق رسانه‌ها، میان پرده‌های تلویزیونی و شعارهای اخلاقی است، در حالی که احزاب سیاسی به عنوان محل و ابزار انتخاب شفاف سیاست‌ها و چهارچوب مشارکت شهروندان رو به ضعف نهاده‌اند و به همین ترتیب، سایر رویکردها و سازمانهای اولیه فعالیت‌های سیاسی لیبرالی (مثل اتحادیه‌های کارگری و حرکت‌ها و جنبش‌های اجتماعی مترقی)، که به علت گسترش سرمایه داری فراملیتی تأثیرگذاری و کارآمدی شان شدیداً محدود شده است، ضعیف شده‌اند. افول و کم رنگ شدن این نوع فعالیت سیاسی، با فعالیت رو به رشد جناح راست سیاسی - مذهبی (دیدگاهی بدون جاذبه برای لیبرال مذهبی ای چون ویلیامسون) مقارن شده است. مسلماً ویلیامسون برآمدن و رشد راست مذهبی را نیروی تباہی آفرینی قلمداد می‌کند که از سرکوب گفتمان ناب معنوی در جامعه امریکا نشئت گرفته است.

این همان حوزه امکاناتی است که ویلیامسون در چهارچوب آن به طرح دیدگاه‌های خود درباره آینده می‌پردازد. او در مواجهه با شرایط عینی‌ای که به نظر می‌رسد نفی‌کننده امکان عمل سیاسی عمومی و

جمعی است، به طرح دیدگاه خود دربارهٔ آینده‌ای می‌پردازد که این دیدگاه مبتنی بر تحولات معنوی - روحی فردی است. تحلیل روان‌شناسانه ویلیامسون از دین، با مشکل تاریخی وجود موقعیتی عینی، که به نظر می‌رسد عمل را مختل و تعطیل می‌کند، و نیز با مشکل هستی‌شناسانه فقدان چهارچوبی برای جهت‌گیری و دینداری متعالی (فروم، ۱۹۴۲)، که به تبیین این اختلال و تعطیلی بپردازد، رو به روست. جهان‌بینی ویلیامسون به هر دو مشکل، با یکی دانستن فقدان قدرت (یا ناتوانی) با جبر مادی و عینی و ایجاد احساس توانایی از طریق تعالی بخشیدن یا در واقع خلاصی یافتن از آن محدودیت‌ها، پاسخ می‌دهد. او با این کار به دیالکتیک جبر مادی و تجربه معنوی خدمت می‌کند. در ابتدای امر، وین فری در برنامه خود اظهار می‌دارد که «افکار ما قوی‌ترین نیرو بر روی زمین است». با توجه به این سخن ویلیامسون که «اندیشه و طرز فکر، تعیین‌کننده نوع و سبک زندگی ماست»، می‌توان گفت که تحول در جهان، نشان دهنده وقوع تحول در اندیشه افراد است. تحول اجتماعی از بهبود در درون ما، افراد، تبعیت می‌کند و پس از آن به بهبود جمعی می‌انجامد. تقسیمات اجتماعی، مانند نژاد، طبقه، تعلقات سیاسی و غیره، با دست کشیدن افراد از افکار تجاوزکارانه (و افراطی) از بین خواهد رفت. به اعتقاد ویلیامسون بدین ترتیب، حرکت در جهت رشد شخصی و کمال فردی (یا خودسازی اخلاقی) مهم‌ترین کار خواهد بود.

این راه حل ذهن‌گرایانه و آرمان‌گرایانه موجبات مادی عمل را نفی می‌کند، زیرا آنها را محصول ذهن (به دلیل شناخت‌گرایی^۱) یا تصویری غیردینی (به واسطه ثنویت معنویت - مادیت) به شمار می‌آورد. آینده‌ای که ویلیامسون نشان می‌دهد، زمان حال را با وجود تلاش در جهت فراتر رفتن از آن، حفظ می‌کند. نفی جبر مادی که موجد این شکل از دینداری است، آن نوع موجبات ساختاری را که ارزیابی نشده‌اند، و می‌نهد و به شکلی از ذهنیت ارج می‌نهد که واقعیت آن، عوامل ساختاری را انکار و نفی می‌کند (ذهنیتی که ابا دارد خود را مدلول ببیند). این دینداری روان‌شناختی صرفاً به منزله باز تولید قطعیت‌ها و جزم‌های تاریخی آن نیست [۱۴]. این دین روان‌شناختی با بهره‌گیری از تغییرات کلی در زمینه تجارب ذهنی افراد، نسبت به تحول در وضعیت عینی‌شان، در فرایند ساختن تاریخ از طریق تصور آینده‌ای که فرجام آن خلق یا مشروعیت بخشیدن به سامان اجتماعی - اقتصادی خاصی است، شرکت می‌کند [۱۵].

روان‌شناسی معنویت‌گرایی ویلیامسون، بیانگر نوعی نارضایتی عمیق از وضع کنونی جهان و آرزوی شدید برای دستیابی به «آنچه که باید باشد» است. راه حل او جالب است، زیرا از نیاز و ضرورت مشارکت در ساختن جهان و درک نتیجه عمل خود، سخن به میان می‌آورد. گفته ویلیامسون، مبنی بر توانایی انسان

برای ایجاد تحول در جهان از راه ایجاد تحول در خویشتن، سخن جذابی است، زیرا احساس ناتوانی کنونی انسان و آرزوی تحول در آینده واقعاً وجود دارد. اما در عین حال، آرمان‌گرایی و ذهنیت‌گرایی او امکان شناخت و تبیین علل عینی و تاریخی آن نارضایتی و نیز امکان ایجاد روشهای عمل مؤثر گروهی را که برای ایجاد تحول در خویشتن لازم است، از بین می‌برد. روندهای ساختاری نوگرایی نهادها و کارکرد رسانه‌های شدن و تأثیرات سیاسی - اقتصادی سرمایه‌داری فراملیتی نمی‌تواند به واسطه تحول در ذهن یا ضمیر، دارای روح شود، بلکه برای ایجاد تغییر در این وضعیت عینی که نقطه آغازین ماست، باید بفهمیم که این موقعیت چگونه به ما معنا می‌دهد و چگونه دلالت‌های ما را معنادار می‌سازد. همان گونه که سارتر (۱۹۶۳-۱۹۶۸) خاطر نشان می‌سازد، موجودات معنادار نمی‌توانند تصمیمات خود را نفی کنند، زیرا در چهارچوب و بر شالوده همین تعینات است که عمل صورت می‌پذیرد. ارزش رویکرد سارتر در بررسی «دین، فرهنگ و رسانه» این است که تنش و تعارض دیالکتیکی میان تصمیمات عینی و عمل ذهنی را حفظ و ما را چه از لحاظ نظری و چه عملی تشویق می‌کند تا به شناخت این نکته برسیم که عمل چگونه از عوامل تعیین کننده خود، آگاه می‌شود و جهان را بر اساس شرایط فرضی متحول می‌سازد.

یادداشت‌ها

- ۱- برنامه تلویزیونی اپرا وین فری، که از سال ۱۹۸۶ پخش می‌شود، پربیننده‌ترین و گران‌ترین برنامه گفت‌وگوی تلویزیونی در امریکاست و در بیشتر کشورها هم پخش می‌شود (فریمن، ۱۹۹۲).
 - ۲- فروش کتاب‌های ویلیامسون بدون شک به دلیل حضور او در برنامه‌های وین فری افزایش یافته است.
 - ۳- حضور مجدد ویلیامسون در برنامه تلویزیونی دیگری در دسامبر ۱۹۹۴، به اجرای مراسم دعایی همگانی انجامید.
 - ۴- در جستجوی روش مقدمه‌ای است بر نقد خرد دیالکتیکی^۱ (۱۹۸۲-۱۹۷۶) که مبانی نقد را با توجه به اهداف روش سارتر ارائه می‌دهد. هر دو کتاب این دیدگاه را که تاریخ محصول قوانین جبری طبیعت یا شرایط اقتصادی است، رد می‌کنند.
- ۵- این فصل به وحدت هستی‌شناسانه وجود و معنا می‌پردازد. به پیروی از دیدگاه گیرتز (۱۹۵۷) که موجود انسانی را «حیوانی سمبل‌ساز و معناساز» می‌داند و دیدگاه برک (۱۹۶۶)، مبنی بر اینکه ویژگی

خاص انسان، توانایی او در نمادسازی نظری از تعامل موجود میان رسانه، دين و فرهنگ است و نیز دیدگاه سارتر که انسان را «موجودی دلالت‌گر یا معنا‌ساز» می‌داند، تصور می‌کنم دانشجویان و پژوهشگران رشتهٔ رسانه‌ها و فرهنگ، انسان را موجودی «معنا‌ساز» بدانند، درحالی که دانشجویان و پژوهشگران رشتهٔ دين‌پژوهی، انسان را موجودی «معناجو» به شمار می‌آورند. البته هر دو رشته با موضوع معنا و دلالت سروکار دارند. اولین گروه به این موضوع توجه دارند که مردم چگونه با دلالت کردن بر اعمال و محصولات، از تجارب خود معنا می‌سازند و دومین گروه این موضوع را مد نظر قرار می‌دهند که افراد چگونه بر اساس چهارچوب‌های متفاوتیکی دلالت، وجود خود را معنادار می‌کنند. بنابراین، ارتباط بین دين، رسانه و فرهنگ باید به عنوان فصل مشترک معنا‌سازی و معناجویی در زمینه‌ها و فرایندهای اجتماعی - تاریخی مفهوم‌سازی شود.

۶. سخنرانی عمومی در مینیاپولیس در اول دسامبر ۱۹۹۴. تمام سخنان ارائه شده از ویلیامسون در این فصل از یکی از برنامه‌های وین فری نقل شده است، هر چند بسیاری از این سخنان در این سخنرانی نیز تکرار شدند.

۷. لیرز (۱۹۸۱) معتقد است که ظهور و برآمدن این اخلاق و تفکر با ظهور «فرهنگ مصرف» سرمایه‌داری در اواخر قرن نوزدهم مرتبط است و مدعی است که اخلاق یا دیدگاه سنتی پروتستانیزم در خصوص رستگاری که همسو و هماهنگ با سرمایه‌داری تجاری، بر فضیلت تولید تکیه و تأکید می‌کرد، جای خود را به اخلاق و دیدگاه درمان‌شناسانهٔ خودشکوفایی داد که بیشتر هماهنگ و همسو با هدف سرمایه‌داری صنعتی، یعنی گسترش فرهنگ مصرف عمومی و همگانی، است.

۸. این ترکیب و آمیزهٔ مفهومی و نظری به هر دو طریق صورت می‌پذیرد: یکی آمیختن واژگان دینی و روان‌شناختی در برنامه‌های درمان ۱۲ مرحله‌ای و دیگری افزایش نفوذ دغدغه‌های معنوی در الگوهای روان - درمانی سنتی‌تر.

۹. فورناز^۱ (۱۹۹۵) از واژهٔ دیگری استفاده می‌کند، یعنی از «رسانه‌های کردن» اما از آن معنای مشابهی ارائه می‌کند: فرایندی که در آن، رسانه به صورت فزاینده با جامعه، فرهنگ، هویت و زندگی روزمره مردم می‌آمیزد و گره می‌خورد.

۱۰. امتزاج واقعی و درست میان شهود و نتایج در عمل غیرممکن است، زیرا کنش‌های ما در جامعه عینیت می‌یابند. نتایج فعالیت‌های ما همواره فراتر و از کنترل ما خارج است، زیرا هر اقدام مهمی به محض

تحقق، با همه جهان ارتباط می‌یابد و این پیچیدگی بی‌انتهای روابط فراتر از بینش یا شهود ما قرار دارد. ۱۱- وین فری به این وعده عمل کرد و مضمون برنامه او به طور قابل توجهی «مثبت‌تر» و از احساسات‌گرایی آن کاسته شد. جالب اینکه این تغییر با کاهش بینندگان برنامه وین فری توأم بود که به اعتقاد برخی منتقدین، این دو موضوع به هم ارتباط دارند. علیرغم این کاهش، وین فری بر تعهد خود به ساخت برنامه‌های مثبت تأکید کرده است. او همچنین در دیدار پایان سال در دسامبر ۱۹۹۴ از ویلیامسون نیز دعوت کرد.

۱۲- به گفته بارت (۱۹۹۴)، بیش از $\frac{1}{4}$ فعالیت‌های اقتصادی جهان را ۲۰۰ شرکت بزرگ صورت می‌دهند. به موازات افزایش قدرت شرکت‌های فراملیتی، از مسئولیت‌پذیری و پاسخ‌گویی عمومی این شرکت‌ها کاسته می‌شود و به آنها این امکان را می‌دهد که فارغ از مشکلات و دردهای بزرگ اجتماعی برای جامعه آمریکا تصمیم بگیرند.

۱۳- بارت (۱۹۹۴) یادآوری می‌کند که حقوق متوسط هر کارگر عضو اتحادیه CEO در آمریکا، ۱۴۹ برابر کارگران کارخانه است و همین باعث شده که تقریباً از هر پنج کارگر، یکی با وجود کار تمام وقت، حقوقی در سطح خط فقر دریافت کند. کمتر از ۱۲ درصد از نیروی کار آمریکا در صنایع خصوصی، هم‌اکنون عضو اتحادیه هستند.

۱۴- این، تنها واکنش دینی ممکن به مفروضات سرمایه‌داری فراملیتی نیست. دینداری لیبرالی مثل انواع دینداری‌های بنیادگرایانه می‌تواند به مثابه واکنشی به مسائل و مشکلات جهانی شدن سرمایه‌داری تلقی شود، دینداری‌ای که بی‌عدالتی چنین نظامی را افشا می‌کند و به ارائه راه‌حلی می‌پردازد که بیشتر اجتماعی - ساختاری‌اند تا فردی. چالشی که فراروی دینداری لیبرالی قرار دارد، حفظ ابعاد دینی خود برای اجتناب از اتهاماتی است که آن را صرفاً جنبش سیاسی غیردینی به شمار می‌آورند.

۱۵- سامپسون (۱۹۸۱) در خصوص ویژگی تاریخ شناخت‌گرایی (الگوی غالب در روان‌شناسی) استدلال مشابهی را مطرح می‌سازد که متضمن ارائه چهره‌ای از مردم است که از درگیر شدن در فعالیت و کنش روحی - روانی آزادند و هنوز (از دیدگاه جهانی روان‌شناسی) ناتوان هستند و به متحول ساختن جهان اجتماعی عینی خویش توجهی ندارند. روان‌شناسی شناخت‌گرا، با مبتنی ساختن تحولات بیرونی بر تحولات درونی، به مشروعیت یافتن ترتیبات کنونی قدرت و سلطه کمک می‌کند.

مراجع

- Allen, M. (1994, September 19). Therapists bridge gap between spiritual, mental. *Minneapolis Star- Tribune*, p.4A.
- Amin, S. (1989). *Eurocentrism*. New York: Monthly Review Press.
- Amin, S. (1990). *Delinking: Towards a polycentric world*. London: Zed Books.
- Barnet, R. (1994, December 19). Lords of the global economy. *Nation*, 754-757.
- Bellah, R., Madsen, R., Sullivan, W., Swidler, A. & Tipton, S. (1985). *Habits of the heart: Individualism and commitment in American life*. Berkeley: University of California Press.
- Beyer, P. (1994). *Religion and globalization*. London: Sage.
- Burke, k. (1966). *Language as symbolic action*. Berkeley: University of California Press.
- Bushman, R. (1967). *From Puritan to Yankee: Character and the Social in the twentieth century*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Fairclough, N. (1989). *Language and power*. New York: Longman.
- Fornäs, J. (1995). *Cultural theory and late modernity*. London: Sage.
- Freeman, M. (1992, June). Talk shows flourish during May sweeps. *Broadcasting*, 15,11.
- Fromm, E. (1947). *Man for himself*. Greenwich, CT: Fawcett.
- Geertz, C. (1957, December). Ethos, world-view and the analysis of sacred symbols. *Antioch Review*, 421-437.
- Geertz, C. (1979). Religion as a cultural system. In W. A. Lessa & E.Z. Vogt (Eds.), *Reader in comparative religion*. (pp.78-89). New York: Harper and Row.
- Glen Ellen, (1992). *A course in miracles* CA: Foundation for Inner Peace. (Originally published 1975).

- Harvey, D. (1989). *The condition of postmodernity*. Oxford, UK: Basil Blackwell.
- Hunter, J.D. (1983). *American evangelicalism: Conservative religion and the quandary of modernity*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press.
- Illouz, E. (1991). Reason within passion: Love in women's magazines. *Critical Studies in Mass Communication*, 8, 231-248.
- Lears, T.J.J. (1981). *No place of grace*. New York: Pantheon.
- Lipietz, A. (1992). *Towards a new economic order: Postfordism, ecology and democracy*. London: Oxford University Press.
- Lipsitz, G. (1988, June). "This ain't no sideshow": Historians and media studies. *Critical Studies in Mass Communication*, 5, 147-61.
- Lorando, M. (1994, November 8). Oprah focuses on the light side. *Minneapolis star-Tribune*, pp.1E, 3E.
- More Meaning. (1994, January 4). *Minneapolis star-Tribune*, P.1E.
- Oprah Facts. (1992). Chicago: Harpo Productions.
- Peck, J. (1993). *The gods of televangelism: The crisis of meaning and the appeal of religious television*. Gresskill, NJ: Hampton.
- Peck, J. (1995). TV talk shows as therapeutic discourse: The ideological labor of the televised talking cure. *Communication Theory*, 5(1), 58-81.
- Sampson, E. (1981). Cognitive psychology as ideology. *American Psychologist*, 36, 730-43.
- Sartre, J.-P. (1968). *Search for a method* (H. E. Barnes, Trans.). New York: Vintage. (Originally published 1968)
- Sartre, J.-P. (1982). *Critique of dialectical reason*. London: Verso. (Originally published 1976)
- Thomas, G. (1989). *Revivalism and social change: Christianity, nation-building, and the market in the nineteenth century United States*. Chicago: Chicago

University Press.

- Thompson, J. B. (1990). *Ideology and modern culture: Critical social theory in the era of mass communication*. Stanford, CA: Stanford University press.
- Wapnick, K. (1989). *A Talk Given on a Course in Miracles*. Roscoe, NY: Foundation for A Course in Miracles.
- White, M. (1992). *Tele-advising: Therapeutic discourse in American television*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Wilentz, S. (1984). *Chants democratic*. New York: Oxford University Press.
- Williamson, M. (1992). *A Return to Love: Reflections on the Principles of A Course in Miracles*. New York: HarperCollins.

فصل دوم

یک آرمان‌گرا در مین استریت^۱

کیلر هوور، تزییادارکو

«مقاومت زنان را می‌توان بر اساس تغییراتی که در مجموعه قوانین به وجود می‌آورند تعریف کرد.

قوانینی که برای آنان دستورالعمل ایجاد و فعالیت‌شان را محدود می‌کند.»

فلسفه فمینیستی «کلاسیک» ایستادگی در برابر فرهنگ پدرسالاری در طول قرن بیستم گسترش جهانی یافت. مبنای استدلال‌های این مکتب مقابله با هرگونه انقیاد زنان بر اساس هر نوع فلسفه و اندیشه‌ای است که نافی اصول آرمانی و آزادی‌خواهانهٔ اندیشه و فلسفه فمینیسم باشد. در این فصل اندیشه‌ها و افکار همگون در فلسفه و دین‌شناسی فمینیستی معاصر و برداشت انتقادی زنان از متون قدیمی یا مقدس (برداستی که فمینیسم جدید را به فلسفه‌ای پسامدرنی تبدیل کرده است) توضیح داده می‌شود.

در امریکای شمالی، تلاش زنان در بدو امر، معطوف به کسب حق رأی، اداره زندگی خانوادگی و سپس دسترسی به شغل و دستمزد بیشتر بود (لرنر، ۱۹۹۳-۱۹۷۷). اعتراض همزمان زنان به نقش حاشیه‌ای در امور دینی، کمتر محسوس بوده است. فمینیسمی که رسانه‌ها اشاعه دادند، از لحاظ تاریخی بیشتر به مسائل جسمی زنان توجه داشت تا روح، ذهن و مسائل اقتصادی آنان (بلوم، ۱۹۹۲؛ هوور ۱۹۸۸؛ لیچتر و روتمان، ۱۹۹۴؛ مارسدن، ۱۹۹۰؛ پک، ۱۹۹۳). رسانه‌ها در این باره که فمینیسم کلاسیک پیش و بیش از آنکه مدرن باشد، دموکراتیک بود (یعنی به همان اندازه که به آزادی روح انسان از تعدی گرایش داشت، پی‌گیر اثبات حقوق مدنی بود) آگاهی اندکی در اختیار مخاطبان خود می‌گذراند.

فمینیسم کلاسیک، روح آزادی‌خواهانهٔ موجود در جامعهٔ مدنی را به حوزهٔ دین، فلسفه، حقوق، ادبیات، علوم و اقتصاد و معیشت تعمیم داد. هر یک از امواج فمینیسم مدعی آن بود که ریشه در فرایند تکاملی قرن‌های گذشته دارد که شیرزنان^۱ مطرح شده در کتاب مقدس، داستان‌ها، شعر و هنر و فیلم را مظهر پیشرفت و بسط اختیار زنان می‌داند. اما گرایش به گسترش اعتقاد به الگوهای تاریخی و افسانه‌ای به واسطهٔ شناخت‌ناپذیر بودن زنان واقعی در فرهنگ رسانه‌ای تشدید و تقویت می‌شود.

بخش قابل توجهی از توان انتقادی در سه دههٔ گذشته، صرف بازسازی مؤثر و کارآمد کلیشه‌های تصویری دربارهٔ زنان شده است. همان میزان شور و شوق نیز برای آسیب‌شناسی ساختارهای پدرسالارانهٔ دین‌های سازمان یافته در دو دههٔ گذشته وجود داشته است. بخش اعظم این انتقادات فرهنگی، موجب انحراف توجه افراد از مباحث اصلی شده است و این واقعیتی است که نویسندگان، منتقدان و روزنامه‌نگاران نفومنیست نیز بر آن صحنه گذاشته‌اند. منتقدی چون سوزان والترز^۲ (۱۹۹۵) معتقد است که اقامهٔ دلیل برای کلیشه‌های اجتماعی عادات طرز تلقی‌های عمیق و جا افتاده‌ای را که با تکیه بر تصورات سطحی به خلق نماد می‌پردازند، تغییر نمی‌دهد.

زنان اخیراً در راستای یافتن قاعده و مبنایی برای هویت زنانهٔ خود از طریق زبان انجیل به جستجو بر آمده‌اند. علاوه بر این، آنها در صدد ابطال کلیشه‌هایی هستند که مبتنی بر تصورات فرهنگ مادی یا رسانه‌ای هستند و این کار را از طریق بازسازی هویت زنانهٔ خود و با استفاده از زبان مقدس متون دینی مرد سالارانه انجام می‌دهند. این فصل به طرح تفاوت‌های چندگانهٔ جنبش نفومنیسم و پست‌فمینیسم می‌پردازد و به شرح و توصیف آثاری از نویسندگان مبادرت می‌ورزد که در صدد احیای انجیل بر آمده‌اند (با یادآوری این نکته که نویسندگان زیادی وجود دارند که به شیوه‌ای مشابه کار می‌کنند، اما از آنها یاد نشده است).

در میان بی‌توجهی و سکوتی که در مباحث عمومی راجع به مظلومیت زنان وجود دارد، بی‌توجهی رسانه‌ها به معنویتی که در فلسفه فمینیسم نهفته است، واگیر شده است، رسانه‌ها از زنان، تصویری کالاکونه ارائه می‌دهند و فمینیسم را جنبشی بدون سازمان (و بی‌نظم و نسق) می‌دانند که ساخته فردگرایانی است که دشمن ارزش‌های سنتی هستند. خشم فمینیست‌ها موجب واکنش شدید مردان

سفیدپوست در قالب «سیاست رنجش خاطر»^۱ شده است (فالودی^۲، ۱۹۹۱). به اعتقاد جامعه آمریکا، تصور ملازمت و پیوستگی حقوق زنان و آزادی جنسی را رسانه‌ها به جامعه القا کرده‌اند. کلیشه‌های جاذبه جنسی و شعارهای تبلیغاتی، تجلی بخش مباحث رسانه‌ای درباره جنسیت شده است (شادسن^۳، ۱۹۸۶). به همین ترتیب، شعار «جنگ فرهنگ‌ها» که هانتز (۱۹۹۱) و کارتر (۱۹۹۳) مطرح کرده‌اند، در مسائل جسمانی، به ویژه با توجه به مسئله سقط جنین، تکوین پیدا می‌کند. فمنیست‌های دانشگاهی نیز استدالات حقوقی و زیبایی‌شناختی خود را به جسم معطوف می‌سازند. کامیل پاگلیا^۴ (۱۹۹۲) مدعی است که با ممنوعیت نمایش صور قبیحه، زنان محروم از عرصه هنر دور افکنده می‌شوند. تأکیدات کاترین مک کینون^۵ (۱۹۹۳ و ۱۹۸۹ و ۱۹۸۷) مبنی بر اینکه قانون اساسی آمریکا باید در جهت نمایش صور قبیحه یکی از موارد مورد حمایت اصل آزادی بیان اصلاح شود، توجه چندانی به خود جلب نکرده است. جامعه چنان به قربانی شدن زنان عادت کرده که فریاد اعتراض مخالفان مادی‌گرا را هم در آورده است. مباحث رسانه‌ای درباره زنان و تجربه زنان، آن چنان که گویی این جنبش تنها پاسخ منسجم به زندگی است، به واسطه واقعیت نژاد و طبقه برجسته‌تر می‌شود. فیلسوفان و نظریه‌پردازان انتقادی معاصر که برای ضرورت و تمامیت تفسیرهای مختلف از متون احترام قائلند، خواهان «تغییر موضوع» هستند (بن حبیب^۶، باتلر^۷، کرنل^۸ و فریزر^۹، ۱۹۹۵). فرایند تحلیل معاصر، مایل به عدول از کلی‌نگری و حرکت به سوی جزئی‌نگری شناخت فلسفی و درک این نکته است که هر زنی باید به نقل داستان یا روایت خویش بپردازد، به گونه‌ای که کلمات با تصاویر هم‌سنگ و هم‌ارز شوند.

نقطه عطف نسلی که یک موج از فمینیسم را از موج دیگر متمایز می‌سازد، در برگیرنده ادبیات کهنه در کنار شیوه و سبک‌های نو در کلیشه‌های رسانه‌ای است و هر دو در شکل‌گیری افکار عمومی نقش دارند. نوشته‌هایی که از اواخر عصر ویکتوریا به دست ما رسیده، مثلاً کتاب *انجیل زنان*^{۱۰} نوشته الیزابت کادی استنتون^{۱۱} (۱۸۹۵) یا *بیداری*^{۱۲} نوشته کیت چوپین^{۱۳} (۱۸۹۹) دارای اهمیت تاریخی‌اند و با سنت

1. Resentment

2. Faludi

3. Schodson

4. Camille Paglia

5. Cathrine Mack Kinon

6. Ben Habib

7. Butler

8. Cornell

9. Fraser

10. Women's Bible

11. Elizabeth Cady Stanton

12. Awakening

13. Kate Chopin

مقالات و رساله‌های اجتماعی مدرن مرتبطند. این آثار مدرن شامل آثاری چون *راز و رمز زنان*^۱ نوشتهٔ بتی فریدن^۲ (۱۹۶۳)، *سیاست جنسی*^۳ نوشتهٔ کیت میل^۴ (۱۹۷۰) و *حرمسرای زنان*^۵ اثر جرمان گریر^۶ (۱۹۷۱) است که مبارزهٔ موج دوم زنان طبقه متوسط سفید را برای کسب هویت جنسی متجلی می‌ساخت. در میان داستان نویسان همان زمان، آثار دوریس لسینگ^۷ با داستان‌های شهر چهاردروازه^۸ و *دفترجهٔ طلایی*^۹، مارگارت آتوود^{۱۰} با داستان *رخساره*^{۱۱}، آلیس واکر^{۱۲} با *رنگ ارغوانی*^{۱۳}، توذاک شانگ^{۱۴} با داستان *برای دختران رنگین پوست*^{۱۵} و در میان شاعران، آدرین ریچ^{۱۶} با کتاب *رؤیای زبان مشترک*^{۱۷}، بیانگر تلاش برای مبارزه با سنت ادبی‌ای است که فمینیسم را کاملاً در درون مدرنیسم قرار می‌داد.

به گفتهٔ کارول کریست^{۱۸} (۱۹۸۰) این نوشته‌ها موضوع مشترکی دارند: «تجربهٔ پوچی و خلأ و بیداری عرفانی در برهوت بطلالت، به زن تصویری از قدرت می‌دهد که منجر به انتخاب نام جدیدی برای خود و جهان خود می‌شود و مثلاً سبک یا ژورنالیسم معنوی^{۱۹} را به وجود می‌آورد که طبیعت را به مثابهٔ آیینۀ تجلی دهندهٔ روح الهی و هویت انسانی به کار می‌برد». آثار پاتریشیا همپل^{۲۰}، کاتلین نوریس^{۲۱}، آنی دیلارد^{۲۲}، و گرتل اریک^{۲۳} بیانگر مباحث و گفت‌وگوهای مفصل‌تری است که در فرهنگ امریکا از زمان هنری دیوید توریو^{۲۴} و تعالی‌گرایان تاکنون رواج و رونق دارد. در این نوع ادبیات، شاهد تأکید بر بازیافت فرهنگ مذهبی زنان به عنوان ادبیات بیگانه‌ایم. آنچه که موجب تازگی این جریان می‌شود شیوه‌ای است که در آن فمینیست‌ها اختلاطی از دیدگاهی جایگزین، یعنی دیدگاه بدیلی دربارهٔ

1. The Feminine Mystique

3. Sexual Politics

5. The Female Eunuch

7. Doris Lessing

9. Golden Notebook

11. Surfacing

13. The color purple

15. For colored Girls

17. Dream of a Common Language

19. Spiritual Journalism

21. Kathleen Norris

23. Grerel Ehrlich

2. Betty Frieden

4. Kate Millet

6. Gormain Greer

8. Four Gated City

10. Margaret Atwood

12. Alice Walker

14. Ntozake Shauge

16. Adrienne Rich

18. Carol Christ

20. Patricia Hample

22. Anne Dillard

24. Henry David Thoreau

جزمیت‌اندیشی دینی و ماده‌گرایی غیر دینی ارائه می‌دهند (باداراکو، ۱۹۹۶). به گونه‌ای تناقض آمیز، چیزهایی که نسل‌های قبلی فمنیست‌ها ضعف می‌شمردند، اینک قدرت نامیده می‌شود. ضدفرهنگی بودن و بیگانگی در حوزه عمومی یا بیگانگی با فرهنگ انجیلی جزم‌گرا، زنان را با بصیرتی تازه قادر به تفسیر دوباره رسوم و زبان می‌کند. رویکرد انتقادی، زنان را قادر می‌سازد تا تجربه تسلیم بودن را که انجیل تعیین و تعریف کرده است (یا هدف جنسی بودن در فرهنگ مادی را) دچار تحول کند و هویت متعالی و برتری را برای خود به وجود بیاورد.

نظریه انتقادی نئوفمنیسم در مقابل پست فمنیسم

اصطلاح نئوفمنیسم، حکایت از دوری‌گزیدن آگاهانه از بسیاری از ساختارهای اولیه‌ای دارد که در آنها زنان صرفاً مصرف‌کننده تلقی می‌شدند و این دوری‌گزیدن آگاهانه شامل دیدگاه‌های مدرنیسم و نظریه فمنیستی پست مدرن نیز می‌شود. نئوفمنیسم به نظریه‌پردازی فارغ از ادبیات جمعی، زبان رایج، نمایش رسانه‌ای و چگونگی تأثیرگذاری اعتقادات فرهنگی بر عملکرد کنونی دین توجه دارد (فیورنزا^۱، ۱۹۹۳، هوویت^۲، ۱۹۹۵). فمنیسم پست مدرن، اقتدار انجیل را برای کسب اعتبار بیشتر اصول علمی که نظریه‌اش را شکل می‌دهد، زیر سؤال می‌برد. نئوفمنیسم از اقتدار موقت زبان و ادبیات بر فرهنگ استفاده می‌کند تا، خواه به صورت عقلانی و خواه غیرعقلانی، به جستجوی معنای اولیه متون به ارث رسیده و جنبه‌های تفسیری قدرت تحول‌آفرین زبان در تعریف خود فرهنگ بپردازد. چنان‌که از انجیل و فرهنگ جمعی برمی‌آید، تحقیقات انتقادی فمنیستی پست مدرنی بیشتر علاقه‌مند به تأثیر ایدئولوژیکی متون انجیلی است تا جنبه‌های نجات‌بخشی آن (کاستلی^۳، مور^۴، فیلیپس^۵ و شوارتز، ۱۹۹۵؛ فیورنزا، ۱۹۹۳؛ هوویت، ۱۹۹۵؛ کیلینگ، ۱۹۹۵). مدرنیسم و فمنیسم از نظر روشنفکران با هم در کشمکش و برخورد قرار دارند، در حالی که فرهنگ جمعی به همگون‌سازی این دو «ایسم» در تصویری واحد از زنان که سیطره اقتصاد مصرف‌گرا را تقویت می‌کند، می‌پردازد. طبق گفته فیلسوفی چون نانسو فریز (۱۹۹۵)، فرضیه‌های محوری در تعریف‌هایی که از پست مدرنیسم ارائه شده و معطوف به حذف فرا روایت‌ها^۶ از تاریخ و فلسفه، از جمله از مارکس، فروید و خداوند (و حتی خود فمنیسم) است، در واقع نوعی رجعت و

1. Fiorenza

3. Castelli

5. Phillips

2. Hewit

4. Moore

6. metanarratives

دست شستن از مدينه فاضله‌ای است که بيانگر سلب صلاحيت از زنان است. همان‌گونه که همکارش مورنی جوی^۱ (۱۹۹۴) خاطر نشان می‌سازد، «اصلاح» در مفهوم فمینیستی آن، تمرکز به «خود» به عنوان امری محوری است و نه رویدادی حاشیه‌ای که در متن مدرنیسم به وقوع پیوسته باشد و اختیار فردی را مورد تردید قرار می‌دهد.

سه اصل در تعاریفی که از هویت نئوفمینیسم ارائه می‌شود، محوریت دارند. این اصول سه‌گانه عبارتند از: فردیت^۲، عاملیت^۳، و تحول و دگرگونی^۴ (بن حبیب، ۱۹۹۵). ایدهٔ «خود»، برتری و تقدم انسان بر نظام‌ها و اشیا، تفاوت میان نقش اجتماعی انسان و واقعیت معنوی افراد، همه مبتنی بر مفهوم فردیت دو جانبه و متقابل است؛ خداوند در درون هر شخصی است و هر شخصی در درون خدا. تعریف دوبارهٔ خود، مبنا و زمینهٔ «آگاهی و شناخت مشارکتی» را فراهم می‌آورد (ادواردز، ۱۹۹۵). دمیده شدن روح در خود، شالوده و مبنایی نظری است که نویسندگان فیلسوفان و متفکران نئوفمینیست، عقاید خود دربارهٔ تغییر جامعهٔ مبتنی بر سلطه را به جامعه‌ای فراگیر، جماعت‌گونه و یکپارچه بر آن بنا می‌نهند.

بخش اعظمی از تفاسیر، تاریخ انجیل و فلسفهٔ سیاسی-الهی که بین سال ۱۹۷۵ و ۱۹۹۵ منتشر شد، زنان را در فرهنگی مزد محور مورد بررسی قرار می‌داد. آن چیزی که فیورنزا (۱۹۸۳) «تأویل شک»^۵ می‌خواند به گفتمان مقاومتی تعلق دارد که فالكرسون (۱۹۹۴) و دیگران امروزه آن را جزو هویت مسیحی نئوفمینیست می‌دانند. کتاب‌های شاخصی که به هویت پرداخته‌اند، عبارتند از: به یاد او^۶ اثر فیورنزا (۱۹۸۳)، جنسی‌گرایی و سخن با خداوند^۷ (۱۹۸۳) اثر رزماری رادفورد روثر^۸ انجیل‌های عرفانی^۹ (۱۹۸۹) و آدم، حوا و شیطان^{۱۰} (۱۹۸۸)، اثر الین پاگلز^{۱۱} او چه کسی است^{۱۲} (۱۹۹۲) اثر الیزابت جانسون^{۱۳} و بیش از ده‌ها متن دیگر که معرف مکتب فکری هستند که فمینیسم را، از طریق متون پایه‌ای که برای تفسیر انجیل ضروری‌اند، به ساختار دینی تاریخ اولیهٔ انجیل پیوند می‌دهد.

بنا به گفتهٔ ادواردز (۱۹۹۵)، مثال‌هایی چون ماری دالی^{۱۴} از تلاش خود برای دسترسی به عموم مردم از خداوند به مثابه سلاح استفاده کرده‌اند. کار اصحاب جدلی چون دالی، هموار کنندهٔ راه برای چهره‌های

1. Morny Joy

2. selfhood

3. agency

4. alterity

5. hermeneutics suspicion

6. In Memmory of her

7. Sexism and God-Talk

8. Rosemary Redford Ruether

9. The Gnostic Gospel

10. Adam, Eva and The Serpent

11. Elaine Pagels

12. She Who is

13. Elizabeth Johnson

14. Mary Daly

جدیدی بود که فلسفه آزادی، نقد عواطف اجتماعی و تصورات دینی را با هم می‌آمیزند تا رابطه قدرت در هنر، ادبیات و جامعه را تبیین کنند و به قول کارول کرایست (۱۹۸۰)، افسانه‌های ملی‌ای که درباره زنان وجود دارد، ماهیت و طبیعت فمینیسم در فرهنگ مقدس و نیز فرهنگ غیردینی توصیف می‌کند و متعلق به «حساسیتی در حال تکوین» می‌باشد. آگاهی از این نکته که فرهنگ زنان به عنوان یک کلیت در مسیر تحولی عظیم است و اینکه این تحول به نحوه شکل‌گیری و ساختاربنندی جامعه نیز تعمیم پیدامی‌کند، افزایش پیدا کرده است. این ادبیات در برابر فقدان پایگاهی که ناشی از هویت حاشیه‌ای ساخته شده کلیسا و جامعه برای زنان است، مقاومت می‌کند.

به علاوه، این مقاومت پدیده‌ای صرفاً جهان اولی نیست و به قول فیلسوفی چون اورسالاکینگ (۱۹۹۴) برداشت فمینیستی از انجیل را می‌توان بخشی از فرایند «دموکراتیک شدن» جهانی به شمار آورد (نیز ر.ک. اک^۱، ۱۹۹۳). ران جینی ریبیرا^۲ (۱۹۹۴) که مهاجری هندی و ساکن استرالیا است، بر این عقیده است که زنان از طریق دین می‌توانند جامعه را تغییر دهند. او می‌گوید: «می‌توان با بررسی وضعیت سیاسی - اجتماعی زنان هر کشور درباره سطح و میزان تمدن آن کشور قضاوت کرد.» در گواتمالا، ریگوبرتامنچو^۳ (۱۹۹۴) برداشت خود را از انجیل مثل کاربرد اسلحه در جنگی عادلانه می‌داند. در مکزیک الساتامز^۴ (۱۹۹۴) تحول در جوامع رو به پیشرفت پروتستان‌ها را توضیح می‌دهد که انجیل را از دیدگاه فقرا تفسیر می‌کنند. گریس آنم^۵ در کامرون از کلیسای پروتستان آفریقا در میان مردم قبایل باکوسی^۶ یاد می‌کند که سنگ‌ها و صخره‌ها را زنده (مثل سنگ آسیاب یا سنگ‌های به کار رفته در ساختمان‌ها) و یا مرده (تخته سنگ‌ها و صخره‌ها) به شمار می‌آورند. آنم نتیجه می‌گیرد که کلیسای رسمی حدود ۸۵ درصد از جمعیت زنان را مورد بی‌اعتنایی قرار داده است، اما آنها بر موضع خود پافشاری کرده و معتقدند که «مسیح به ما اطمینان می‌دهد که ما زیر دست کسی نیستیم و نباید مورد بی‌اعتنایی قرار گیریم.» جین زارو^۷ (۱۹۹۴) که یک مسیحی فلسطینی است و در اسرائیل زندگی می‌کند، درباره طلب صلح از طریق تحریک و ایجاد کشمکش می‌نویسد: «هر جا که بی‌عدالتی و خطا وجود دارد، باید در آنجا حاضر شد و گفت که این خواست خدا نیست. این وضع باید عوض شود.» چانگ هیون یانگ^۸ (۱۹۹۴)، اهل کشور کره معتقد است که کلید اصلی الهیات زنان آسیا، انسان‌شناسی و کلید فرهنگ‌های مذهبی

1. Eck

3. Rigoberta Menchu

5. Grace Eneme

7. Jean Zaru

2. Ran Jini Ribera

4. Elsa Tamez

6. Bakossi

8. Chung Hyun Kyung

آسیا، آمیزه‌ای از متون مسیحی و اسطورهٔ خدایان مذکر و مؤنث است می‌گوید: «زنان آسیایی خدا را به صورت اجتماع در نظر می‌گیرند، نه یک فرد». در نزد زنان مسیحی، خودشناسی مساوی با خداشناسی است.

گزارش دریافتی از همایش «بررسی شخصیت حضرت مریم^۱» که در سال ۱۹۸۷ در سنگاپور برگزار شد، حکایت از باز شناخت شخصیت آن حضرت و رهایی از تأثیر مخرب دو هزارسال تفسیر مردانه از حضرت مریم می‌کند. در کلیسای کاتولیک، با ستایش از مریم، افزایش مظلومیت و ستم‌پذیری زنان نشان داده شد. در حالی که در کلیسای پروتستان با رد^۲ حضرت مریم ظلم به زنان به تصویر کشیده شد و این نتیجه‌ای بود که کمیسیون بین‌المللی کلیسای جهانی بدان رسید (کینگ، ۱۹۹۴). در نزد زنان کوبایی - امریکایی، الهیات به تیزر و موضوعیت یافتن مجدد هویت قومی شان انجامیده است. بنا به گفته آداماربا ایساسی - دیاز^۳ (۱۹۹۵) زن‌گرایی^۴ ناشی از رشد و گسترش ارادی اعتراضات سیاسی دههٔ ۶۰ و الهیات رهایی‌بخش زنان است که در امریکای مرکزی و لاتین دارای نفوذ است (کاستیلو، ۱۹۹۴؛ کینگ، ۱۹۹۵). به گفتهٔ دولورز ویلیامز (۱۹۹۴)، الهیات زنان سیاهپوست امریکا به معنای اعاده و احیای سنت فعالیت‌های برانگیزانندهٔ زنان است، سنتی که تاکنون مخفی یا ضعیف نگاه داشته است. این حرکت مسئولیت مهمی را متوجه متألّهان و اخلاقیون زن‌گرا^۵ می‌کند. زن‌گرایی مفهومی است که در تاریخ، دین و فرهنگ سیاهپوستان ریشه داشته است و مورد توجه کسانی است که منتقد تمرکز و تأکید جنبش فمینیستی بر زنان سفیدپوست طبقه متوسط هستند (کینگ، ۱۹۹۵).

احیای انجیل

مخالفت با برداشت مردسالارانه^۶ از متون مذهبی، معنا را در چهارچوب و زمینهٔ تاریخ، سیاست و جامعه به مثابه بخشی از فرایند طرد کلی‌گویی‌های متغیر و غیر ثابت دربارهٔ جنسیت - که رسانه‌ها، نظام پدرسالاری و نسل‌های قبلی فمینیست‌ها موجب طرح آن شده‌اند - مورد تأیید قرار می‌دهد. به اعتقاد نفوفمینیست‌ها، بازسازی متون انجیلی (نه صرفاً به اهتمام متألّهان یا مدرسان حوزوی، بلکه با تلاش نویسندگان مردمی که بازار مورد نظر آنها خیابان‌های شهر است) نوعی جستجو برای یافتن الگوهای اصلی زنانه است که به صورت فعال در مقابل کلیشه‌های فرهنگی رایج شده است و نظام‌های سیاسی و

1. Mariology
3. Ade Maria Isasi-Díaz
5. Womanist

2. Rejection
4. Mujeristas
6. Androcentric

فرهنگ‌های دینی پدسالارانه در برابر آن مقاومت می‌کنند. بر خلاف ژورنالیست‌های معنویت‌گرا (نوریس، دیلارد، اریک)، نئوفمنیست‌ها الگوهای اجتماعی فعلی را طبق برداشت خاص خود به عهد عتیق و جدید و قرآن ربط می‌دهند. در واقع، این نوعی ریشه‌یابی و نیز مقاومت در برابر شیوه‌های پرهیزگاری مدرن عصر حاضر و به ویژه مقاومت در برابر پاسخ تلویزیون به ژرف‌ترین پرسش‌ها و مسائل مربوط به هویت دینی زنان است (هورر، ۱۹۸۸؛ پک، ۱۹۹۳؛ رینو، ۱۹۹۴).

معنویت و روحانیت نویسندگان زن با راهایی یافتن از جزمیت‌ها تقویت می‌شود نه تضعیف، و نیل به آزادی روحی مستلزم حضور زنان در کانون این نمایش مقدس است نه در حاشیه آن و همه اینها با تفسیر سنتی از نصوص و آموزه‌های اخلاقی مندرج در آنها همگرا و قابل ادغام است. استریکر^۱ (۱۹۹۳) معتقد است که فلسفه قرائت کنشی سیاسی است که از انگیزه ایجاد هماهنگی و همگرایی ناشی می‌شود:

«ما به جای تصویر، کلمه را در اختیار داریم. زیبایی بدلی ناگهان از طریق زبان الکن موسی (ع) به منمّه ظهور می‌رسد: این نوعی پیروزی برای زبان است... آیا خود متن ما را وادار به پرسش و شرکت در گفت‌وگو با همدیگر، با متن و با خدا نمی‌کند؟»

مقاومت شاعران در برابر تفسیر متن، همان طور که از لحاظ فرهنگی معلوم شده است، در واقع نوعی محاوره همزمان و سه وجهی با خواننده، خداوند و ویژگی‌های مقدس خود متن است.

تمام خوانندگان، متون مقدس را از صافی تحلیلی، تاریخی - سیاسی، و فرهنگی می‌گذرانند تا به معنای آن دست یابند. بد قول نویسنده‌ای چون الگراگودمن^۲ (۱۹۹۴) پیامبران در خلأ سخن نمی‌گویند، بلکه در فرهنگی خاص دعوت خود را ابلاغ می‌کنند و همانند تمام بیانات هنری، زبان آنها برآمده از شرایط اجتماعی خاص است. متألهی چون والتربروگمن^۳ این نقد را بیشتر «دیدگاه گراه»^۴ می‌داند تا «بنیادگراه». مسئولیت سنگین اخلاقی که نویسندگان بر عهده می‌گیرند، با رویکرد دیدگاه‌گرایی آنان به انجیل تناسب دارد. پاتریشیا همپل^۵ (۱۹۹۴) می‌نویسد: «ما همه با یک قرائت (تفسیر) زندگی می‌کنیم، نه با یک داستان» و حتی در مورد خاطره‌ای که بخشی از آن فراموش شده و یا از بین رفته، به همان میزان که در یک نمایش بازیگر وجود دارد، می‌توان قرائت‌های متعدد داشت. الیزابت روزن^۶ سخن مشابهی دارد. وی معتقد است که قرائت (تفسیر) به او آموخته است که عصری که فرد در آن زندگی می‌کند، تعیین‌کننده برداشت او از متن کتاب مقدس است و چگونگی جرح و تعدیل کتاب مقدس به مفسر آن بستگی دارد.

1. Ostriker

2. Allegra Goodman

3. Walter Breuggemann

4. Perspectivalist

5. Patricia Hampl

6. Elizabeth Rosen

این پیش فرض که مخاطبان پذیرندگانی منفعل هستند ریشه در کهن الگو^۱، اسطوره، استعاره و تصور دارد. هم اصول ادبی و هم تاریخی نشئت گرفته از تصورات مردسالارانه، مؤید این نکته است که انجیل به همان ترتیب که نقادانه به اخبار روزمره می‌نگرد، به مخاطب نگاه می‌کند. منتقد نفومنیست خواهد گفت که تمام متون در تمام فرهنگ‌ها و در طول زمان تغییراتی کرده‌اند و از حیات خاص خود، که به تحول و تعالی خوانندگان می‌انجامد، برخوردارند. هنگامی که خوانندگان به فعال کردن معنای نهفته در متون می‌پردازند، شاید در صدد ایجاد تحول در کلیسا و جامعه برآیند تا با معنای متون تطابق پیدا کنند. خواننده نفومنیست مثل یک قوم‌نگار^۲ عمل می‌کند و چنین می‌انگارد که هیچ متنی کامل نیست و هر متنی محصولی فرهنگی محسوب می‌شود، یا مثل سفال شکسته‌ای است که باید برای شناخت قسمت‌های مفقود، محذوف و یا منسوخ آن در طول زمان، مورد ارزیابی قرار گیرد. بنا به گفتهٔ قوم‌نگاری چون جان فان مانن^۳ (۱۹۸۸)، «قوم‌نگاری راه‌هایی را نشان می‌دهد که طی آن افراد یا گروه‌های متفاوت، سبک‌های جدید را بنیان می‌نهند؛ بنا به عقیدهٔ تایسن^۴ (۱۹۹۱)، اجتماعات هویت خود را از طریق مبادلهٔ محصولات و تولیدات تفسیری، که به شکل متون دینی است، می‌سازند. ماهیت عمومی متون دینی یا شیوهٔ عرضهٔ این متون آنها را به سادگی آوازهای مردمی در دسترس عموم قرار می‌دهد. متون، روایت‌های ادبی‌ای هستند که قابلیت تبدیل شدن به تاریخ را هم دارند. این متون که موضوع ایمان مشترک افرادند محصول معانی مبادله شده بین فرهنگ‌ها یا خرده‌فرهنگ‌های موجود در میان اجتماع هستند و می‌توان به جای کنترل یا تضعیف یا غلبه بر هر فرهنگ، از آنها برای ایجاد نوعی موازنه استفاده کرد (تایسن، ۱۹۹۱). همهٔ متونی که به جامعه عرضه می‌شود (داستان، ژورنالیسم معنوی، اخبار، داستان کوتاه)، در صدد توضیح و تبیین معنای متونی است که بر رفتار جمعی و عقاید فردی حاکم است (یا تصور می‌شود که حاکم است).

تبادل فرهنگی متون عمومی به این معناست که آزادی‌خواهان، فرهنگ مردسالاری را از طریق بحث گروهی دربارهٔ مفاهیم موروثی اجتماعی نقد و یا هویت تاریخی را با طرح این مسئله که نظریهٔ انتقادی چگونه به تفسیرهای تاریخی تعین می‌بخشد، به چالش می‌گیرند. دیدگاه اینان، سنت‌هایی را که مبنای مفروضات تاریخی دربارهٔ هویت زنان است به مبارزه می‌خوانند. دیدگاه‌های انتقادی که با استفاده از اصل «تغییر» بیان شدند، مبنای الگوی تفاسیر نفومنیستی‌ای است که در آن، ناظر بیرونی برای تفسیر

1. Archetype

2. ethnographer

3. John Van Manen

4. Theissen

ارزشهای فرهنگی، از متن برداشت می‌کند. زبان عنصری دو بُعدی است، که هم از لحاظ محذوفاتش و هم مفاد و مضمونش می‌توان آن را دست ساخته قلمداد کرد عناصر این الگو عبارتند از:

- ۱- موضوع مشهود: مثلاً *یهوه یالله*.
- ۲- مشاهده‌گر: مسیحی ای که با متن، اشتراک تاریخی دارد.
- ۳- راوی: شخصیتی که از مشاهده‌گر یا نویسنده فاصله دارد.
- ۴- مخاطب: خوانندگان کنونی که درباره اینکه آیا متن یک پیام است یا یک واقعه نگاری، نظر می‌دهند.

ش.راز: ابهامی که به شکل یک نمونه یا نماد اصلی نشان داده می‌شود (فان مانن، ۱۹۸۸).

سیاست‌های دینی^۱ قرائت

اصول انتقادی فمینیسم می‌تواند در خدمت طرح فلسفه جهانی مقاومت قرار گیرد. برای مثال، ربکا گلدشتاین^۲ داستان زن لوط، ایریپ^۳ را نماد و تمثیلی از اطاعت از مشیت الهی، کمال‌جویی و نیز سقوطی که در نتیجه کشش عشق به وجود می‌آید و مآلاً بیانگر نوعی اتصال و لقاء غیرمترقبه به شمار می‌آورد. چه چیزی باعث شد که زن لوط به پشت سرش نگاه کند؟ گلدشتاین می‌پرسد: آیا چشم چرانی و نظربازی موجب این حادثه شد یا شک و تردید، دل‌تنگی یا لاف شجاعت و نترسی؟ روش تفسیری او، برگرفته از الگوهای قهرمانی معنا و رفتار در عهد عتیق است که می‌تواند امروزه هم به زنان در مورد هویتشان درس‌هایی بدهد. به قول گلدشتاین، آموزه‌های سنتی یهودی این داستان را مصداقی از جزای ناقهرمانی تلقی می‌کند. ایریپ به مقتضای سرشت زنانه‌اش می‌خواست نزد فرزندانش بماند و ضرر و زیان این ماندن را هم محاسبه نکرد و به پشت سر خود نگاه کرد تا ببیند دخترانش به دنبال او می‌آیند یا نه. او آن قدر از حادثه‌ای که برای دخترانش اتفاق افتاده بود ناراحت بود که قصد کرد به آنها ملحق شود. خداوند خواسته او را اجابت و او را به ستونی از نمک تبدیل کرد.

چهره حتا^۴ در عهد عتیق برای نویسندگانی چون سین تیا اوزیک^۵، مارشیا فالك^۶ و مارگارت آن دودی^۷ فمینیسمی را تجسم می‌بخشد که ریشه در تورات دارد برداشت سنتی از این داستان چنین است

1. theopolitics

2. Rebecca Goldstein

3. Irit

4. Hannah

5. Cynthia Ozick

6. Marcia Falk

7. Margaret Ann Doody

که حتا مادر سموئیل در مذهب یهود زنی قهرمان معرفی می‌شود. او زن نازائی بود که برای بچه دار شدن دست به دعا برداشت و خداوند نیز با اعطای فرزند، دعایش را مستجاب کرد. حتا نذر کرده بود که فرزندش را وقف خدمت در معبد کند. اوزیک (۱۹۹۴) این داستان را پیش و بیش از آنکه داستانی مربوط به مادر سالاری بداند، معطوف به همسازی و خودسازی و تکامل شخصیتی به شمار می‌آورد. زمانی که کنیسه مکانی برای مراسم نماز جماعت بود، حتا با ابداع مناجات درونی، به تمدن کمال و ارتقا بخشید. البته این کنش و فعالیت جمعی در معبد موجب تفسیر نادرست الی^۱ از هویت او می‌شود. الی تکان خوردن آرام لب‌های حتا را می‌بیند و می‌پندارد که مست است؛ گرچه دعای حتا ذیل قوانین و قواعد مردسالاری قرار می‌گیرد (او برای پسر دار شدن دعا می‌کند)، اما این شوهر او انکانا^۲ است که با سؤال از علت ناراحتی‌اش از شخصیت و هویت زنانه او حمایت می‌کند: چرا این قدر گریه می‌کنی؟ اوزیک این گفت‌وگو میان زن و شوهر را لحظه‌ای متعالی و مابعدالطبیعی می‌داند. اولین تفسیر از اصل نخست فمینیسم: هر زن و مردی را غایتی فی نفسه بدانیم اوزیک حتا را نمونه و الگوی فمینیسم کلاسیک می‌داند، یعنی ارتقای زیست‌شناسی و ابطال این تصور که جسم هدف است و نیز زن و مرد متمایزند.

برداشت مارشیا فالک (۱۹۹۴) از داستان حتا با برداشت اوزیک یکی است؛ گرچه او این چهرهٔ عهد عتیق را داستانی از نگون‌بختی‌های هویتی که اشتباه گرفته شده و درسی علیه داوری در باب رفتار دیگران می‌داند. فالک با احیای آنچه که خاخام‌ها نادیده‌اش انگاشتند، داستان حتا را نمونهٔ شاخصی از تحولات آرام و نماز نهانی در جماعتی می‌داند که همه در آن حضور دارند - جماعتی معنوی، حقیقی، فراگیر و متشکل از افراد برابر و همانند. به قول فالک، توفیق حتا زاییدن پسری نیست که از دیرباز در آرزوی او بود، بلکه درونی‌کردن و به اصطلاح اقامهٔ نماز خویش است. حتای زودرنج به حتایی نیکوکار و باگذشت و فداکار تبدیل می‌شود، حتایی که به واسطهٔ توجه و اهتمام به حرمت و عزت خود و فرض رابطهٔ دو سویه با خداوند، به او قرب بیشتری پیدا می‌کند.

برداشت مارگارت آن دودی (۱۹۹۴) از داستان حتا، به کاوش ماهیت کلاسیک متن و رابطهٔ آن با داستان «فرزند گم‌شده‌ای که دوباره پیدا شده» تعمیم پیدا می‌کند که در نمایشنامه‌های اورپید^۳ نیز مطرح شده است. طبق نظر دودی، از آنجا که حتا به نذر خود در پس دادن سموئیل به خداوند از طریق خدمت در معبد عمل می‌کند، بنابراین، سموئیل مردی است که از «عوامل زنانه جدا شده» است و باید همه زنان

1. Eli

2. Elkanah

3. Euripeds

دیگر را مادر خود به شمار آورد. او به عنوان فرزند معبد، این مسئولیت را به عهده دارد که آخرین فرد محرمی باشد که قدوسیت را موضوعی بسیار مهم تلقی نمی‌کند او چنین بار آمده تا قدوسیت را امری عادی و جزء حق خود قلمداد کند. دودی اعتقاد دارد که او در «حالت کمون و نهفتگی با شکوهی» زندگی می‌کند و مثل پتربان بدون وجود پدر و مادر رشد می‌کند و بزرگ می‌شود. سمونیل در کانون و قلب آرامگاه مقدس قرار می‌گیرد، اما بدون هیچ احساس خوف، اضطراب یا شور و شوق به دلیل برتری و رجحان خود، به زندگی ادامه می‌دهد او هرگز تغییر و دگرگونی، قرار گرفتن در محیطی دیگر، جلای وطن یا اخراج را تجربه نکرده است.

مارینا وارنر^۱ (۱۹۹۴) در شرح خود دربارهٔ ملکه سبا، این داستان توراتی را الگوی تحول می‌داند. او ملکه‌ای است غیر عادی، بیگانه، اتوپیایی و سیاه چرده که نه مرتکب گناهی شده و نه به درک و تجربه معجزه‌های نازل آمده است و همین وضعیت او را از همگنانش در چشم‌انداز انجیلی متمایز می‌سازد. به گفتهٔ وارنر، او صرفاً به طرح پرسش‌های دشوار می‌پرداخت. این برتری در عهد عتیق ویژگی شمار اندکی از افراد است، از جمله سامسون، دانیال^۲، نبوکد نصر^۳ و نیز حضرت سلیمان. در تفاسیر مسیحی، ملکه سبا فردی مذهبی یا به معنای دیگر، مسیحی و نشانه‌ای از وجود همه پیامبران مؤنث (ادیان اسلام و یهود روایت متفاوتی را مطرح می‌سازند) است. او تجربهٔ تغییر و دگرگونی را امری ارزشمند متجلی می‌سازد، نه امری عبث یا نقطه ضعف.

شاعری چون کاتلین نوریس^۴ (۱۹۹۴) مزامیر^۵ را حاوی بزرگداشت تغییر و دگرگونی و زندگی در سرزمین بیگانه می‌داند، زیرا آدمی را به ژرفای زندگی معنوی هدایت می‌کند. الیزابت سوادوس^۶ نمایش‌نامه‌نویس در نمایش‌نامه‌ای، ایوب^۷ را به صورت دلچسبی و بیگانه و نمونهٔ کاملی از انسان بازنده معرفی می‌کند که چیزهای زیادی دارد تا دربارهٔ معنای انسان بودن بیاموزد (باکمن^۸ و اسپیگل^۹، ۱۹۹۴؛ کیتیستر^{۱۰}، ۱۹۹۰). پاتریشیا همپل (۱۹۹۴) داستان یونس را حاوی درس‌هایی دربارهٔ پیامدهای جدانشدن انسان از دیگران و خداوند می‌داند. به گفتهٔ همپل، یونس به ملوانان همسفر خود گفت که بیهوه را می‌پرستد، اما با خداوند آن گونه صحبت می‌کند که گویی یک رقیب یا متن کتابی است که در برابر او قرار

1. Marina Warner

2. Daniel

3. Nebuchad Nezzar

4. Kathleen Norris

5. Psalms

6. Elizabeth Swados

7. Job

8. Buchmann

9. Speigel

10. Chittister

گرفته است.

منتقد نئوفمینیست همانند حوّا که نمونه و مصداق هبوط (و علت هبوط دیگران) تلقی می‌شود، تغییر و دگرگونی را بخشی از روش انتقادی خود می‌داند و تأکید می‌ورزد که فاعل و سوژه بودن یا به واسطهٔ غلبهٔ مردسالاری، منزوی شدن، زنان را مستحق همدردی و وحدت و دریافت پادزهری برای رسوم، انجیل و فرهنگ کرده است:

«همدردی به نوعی تصدیق و تأیید ارتباط و پیوند و امتناع از تصور جهان به عنوان پدیده‌ای است که به واحدهای متفاوت تقسیم شده است - واحدهایی که می‌توانند مستقل از یکدیگر فعالیت کنند ... زیرا حقیقت آن است که تمام مخلوقات به هم پیوسته و مرتبط، وابسته به هم، همراه و همزاد و همدرد و شفیق همدیگرند (همپل ۱۹۹۴)».

چهارچوب منصوص هویت کلاسیک

برای نئوفمینیست‌ها نفوذ در ذهن جمعی موجود در «مین استریت» از طریق ویرایش و آماده‌سازی متون مذهبی از چشم‌اندازی پست‌مدرنیستی، به گونه‌ای که آرمان‌هایشان دستخوش آشفتگی نگردد، همچنان به صورت یک مشکل باقی است. نویسندگان نئوفمینیست باید دنبال یافتن زبانی باشند که از کینه‌توزی و عداوت موجود در امواج اولیه فمینیسم عاری و از مضامین جنسی تصاویر رسانه‌ای آزاد باشد. تلاش برای سخن گفتن با زبانی که هم رایج است و هم آرمانی، هم جهانی است و هم خاص، مرتبط با جامعهٔ غیر دینی است ولی از کتاب مقدس نیز به عنوان متن و مجموعه‌ای قابل قبول استفاده می‌کند موجب می‌شود که مفاد آن به سطوح متنی، روایی، انتقادی و همگانی تقسیم شود. این سنت تحقیقی به ویژه بر تبیین قدرت موجود در روابطی تأکید دارد که در حیات سیاسی متن وجود دارد.

هستی‌شناسی فمینیسم، «مرگ» فروید و مارکس را تأیید می‌کند «خود» بیشتر موجودی است معنوی تا روان‌شناختی یا انقلابی. نئوفمینیسم استدلال دربارهٔ هویت زنان را به سطح بالاتری از آگاهی، یعنی به سطح جهانی و همگانی، ارتقا می‌دهد و می‌داند که شبکهٔ وابستگی‌های پیچیدهٔ درونی در همه رشته‌ها قابل کشف است (فالکرسون، ۱۹۹۴، وینتر، لومیس^۱ و استاکس^۲، ۱۹۹۴). نئوفمینیسم در به کارگیری زبان بومی کل‌گراست و فرض را بر این می‌گذارد که زن و مرد مکمل یکدیگرند و با وجود قطب‌بندی و یا سیاسی شدن با یکدیگر همزیستی می‌کنند.

1. Lummis

2. Stokes

حیات سیاسی متن خود موجد عاملیت خود است. نظریه انتقادی پسا ساختارگرایی در صدد آن است که جایگاهی برای قدرت سیاسی زبان در نظر بگیرد. نظریهٔ نئوفمینیستی بر آن است که متن را منبعی از قدرت معنوی به شمار آورد که برای تحول جامعه از طریق کسانی که آن را می‌خوانند به کار می‌رود. متالهی چون فالکرسون (۱۹۹۴) به این نتیجه می‌رسد که «تجاوزگر» یا «رهایی‌بخش» بودن متن، ویژگی‌ای نیست که ذاتی و ماهوی آن باشد، بلکه ویژگی‌ای است که در بادی امر در قرائت و برداشت ما از آن نهفته است. به همین‌سان، مارتین باربرو (۱۹۹۳) استاد ارتباطات معتقد است که هنوز هم باید به شرح و توصیف مقاومت زنان در مقابل پیام‌ها، داستان‌ها و تصورات تحمیلی فرهنگ مذهبی و استقبالشان از پیام‌ها، داستان‌ها و تصوراتی که از حرکت‌ها جنبش‌های عمومی زنان نشئت می‌گیرد پرداخت (نیز ر. ک ریانو^۱، ۱۹۹۴). تمام متون عمومی، خواه متون کهن انجیل، کتاب‌های مقدس چاپی یا متون مربوط به رسانه‌های غیردینی، متونی هستند که از لحاظ اجتماعی فعال شده‌اند (ولف، ۱۹۹۵). این متون به میزانی که طرفدارانشان را درگیر و مشغول می‌کنند، قادرند سکوت، فساد، آزادی و تحول ایجاد کنند.

اصل تغییر و دگرگونی برای فیلسوف نئوفمینیست زبانی برای طرح و ترسیم متن و عملکرد فراهم می‌آورد. به گفته فالکرسون، ارزش دست‌نوشته‌های مذهبی، که در نمایش، نیایش، قرائت یا موعظه تبلور می‌یابد، موجب افزایش ارزش‌هایی فرعی چون شهادت، نجوا و ذکرگفتن، وعظ و خطابه و سیاحت می‌شود (ولف، ۱۹۹۵). من به این گونه‌های فرعی، آن دسته از سبک‌های روزنامه‌نگاری را نیز می‌افزایم که در آن فرد در چشم‌اندازی متعالی با زبان مقدس خویش در غیبت اشیا (وارستگی و فراغت) و تقرب به خلاء، عینیت می‌یابد (بادارا کو، ۱۹۹۶). مقاومت نئوفمینیسم در مقابل سبک‌های ادبی مرتبط است با ادبیاتی قانونی که منجر به چیزی می‌شود که فیلسوفی چون بن‌حیب (۱۹۹۵) آن را کثرت زیبایی‌شناختی سبک‌ها^۲ می‌نامد. این کثرت موجب از میان رفتن تناوب میان تاریخ و ادبیات، روایت‌های واقعی و خیالی می‌شود. نتیجهٔ این گونه‌های ادبی مبهم و آشفته، ایجاد زبان بومی مقاومت به شکل «راهبردهای روایت‌گونه» است. این عمل بین سکوت‌ها و خاموشی‌ها به وقوع می‌پیوندد و تلاش برای توضیح آن چیزی است که در گفتمان رسانه‌ای، در دست‌نویس‌ها و تاریخ انجیلی غایب است. خواننده فعال به عنوان موجودی غیرخودی تلاش می‌کند تا برای تعریف و تبیین خویشتن جمعی بر اساس جنسیت، در تفسیری که از لحاظ فرهنگی به گونه‌های ادبی خاص از دست‌نوشته‌های مذهبی تعلق دارد، به بُعد اتوپایی یا نمادین دست پیدا کند. در بررسی فالکرسون (۱۹۹۴) از فرقه پنتاکوستال، داستان‌های مربوط

1. Riano

2. alestheic proliferation of styles

به زنان، بیانگر مظلومیت آنان در اقتصاد سرمایه‌داری و آزادی آنها در مناسبات دینی است. فالکرسون رابطه درونی متن و عملکرد را «رژیم مقاومت» می‌نامد - رژیمی که شامل بازنویسی سکوت زنان و نیز تحقیر جهان به دلیل وجود کسانی است که هم فقیرند و هم مذهبی. وی معتقد است که مقاومت و ایستادگی نه تنها در فعل و اعتقاد به وقوع می‌پیوندد که به ویژه در خود قرائت هم رخ می‌دهد. متون قابل خواندن و قابل تفسیری که منعکس‌کننده واقعیت، هویت یا تاریخ هستند و یا صورت تحریف شده‌ای از آنند، به متون هم‌کنشی تغییر یافته‌اند که هنگامی که مخاطب درصدد تجربه یا قرائت فعال متن بر می‌آید، با معنا می‌شوند. یکی از شرایط اصلی مقاومت در برابر پیش فرض‌های موجود در زمینه بی‌اهمیت بودن زنان، آن است که زنان الگوهای رایج رفتار و روابط انقیادی و سلطه‌پذیر خود را منسوخ کنند (کاستلی و دیگران، ۱۹۹۵، ادواردز، ۱۹۹۵). برداشت مردسالارانه از انجیل که البته یکی از ابزار و وسایل به حاشیه راندن و تحقیر زنان است، عامل عدم حضور زنان در عرصه تاریخ کتاب مقدس و نیز سکوت آنان در گردهم‌آیی‌ها است.

ایستادگی در برابر برداشت‌های پدرسالارانه از انجیل زنان را به موضع‌گیری ایدئولوژیکی واداشته است که در آن موضع، نه یک شکل به شمار می‌آیند و نه یک جریان، بلکه به عامل تحول «غیر» یعنی فرهنگ مذهبی مردسالار، تبدیل می‌شوند. در این جریان، آنها احتمالاً انتظار دارند که جامعه مدنی غیر دینی حالت انقلابی پیدا کند (بن حبیب، ۱۹۹۵). نویسندگان زن با طرح تفکرات آزادی‌خواهانه خود درباره نظم اجتماعی عادلانه و غیر خشونت‌آمیز، یا مبارزه با تعاریف و تصورات موروثی و نیز پیش فرض‌های فرهنگی درباره هویت زنان و آرزوی آنان مبنی بر تعیین هویت و شخصیت خود به دست خود، وارد حوزه عمومی می‌شوند. در این فرایند، آنها به تغییر موضوع می‌پردازند. به قول فلاسفه و الهیون، «فمنیست‌ها هم به تخریب کردن نیاز دارند و هم به ساختن، هم به انعطاف‌پذیری معنا و هم به طرح و اظهار امیدی آرمانی» (فریزر، ۱۹۹۵) و همان‌گونه که دروسیلا کرنل^۱ (۱۹۹۵) خاطر نشان کرده، فمینیسم حرکتی است معطوف به طرح مجدد فلسفه، حقوق و تاریخ که در این فرایند «آرزوی» اتوپایی با همسازی و انطباق و نیز بواسطه واژگان و عبارات از پیش تعریف شده جنس، نژاد و طبقه و یا نظام حاکم از بین نمی‌رود.

زمانی که تفسیر یا برداشت عملی سیاسی تلقی شود واژگان کامل می‌شوند. خلق مجدد هویت، نه در سطح فردی، بلکه در سطح کلان به تخریب لفاظی‌های رسانه‌ها می‌پردازند که تجربه زنان را تعمیم

می‌دهند و همگانی می‌کنند. با برجسته کردن خصوصیات روایت‌های فردی زنان، که مربوط به یک سنت تاریخی یا روایی است، خواندن و نوشتن نه تنها به عمل و کنش منحصر به فرد مقاومت در مقابل هویت نادرست زنان تبدیل می‌شود. بلکه به پاره‌ای از چهارچوب اجتماعی مقاومت بدل می‌گردد که جنسیت، خاطره و ایمان را در هنگام ایجاد ساختار هویت اجتماعی به مبارزه می‌طلبید. (فالکرسون ۱۹۹۴). تعاریف سیاسی - دینی نئوفمینیستی از انجیل به احیای «حافظهٔ جمعی» صور شکست‌خورده‌ای، می‌پردازند که بروگمن (۱۹۹۳) معتقد است علت به وجود آمدن انواع ادبی جدیدی که برای اصلاح آن چیزی که به زنان هویت داده است، به کار می‌رود.

وقتی که قرائت قادر به ارائهٔ معنایی نیست که مرتبط با هویت و فرهنگ باشد، شایسته است که به ایجاد گفتمان هم‌ترازی بپردازیم که جهان دیگری از معنا و ارزش‌های تفسیری را به وجود آورد. در این بستر برداشت به فرایند مبادله میان فرد (که با متن درگیر است) و فرهنگ جمعی تبدیل می‌شود. در فلسفهٔ نئوفمینیسم، تکامل از مرد محوری به متون به کار بسته شده، متضمن تحول الگویی است که در بر گیرندهٔ تصورات فرهنگ مشترک و جمعی است. همین که از دریافت منفعلانه به برداشت فعال مقاومت‌جویانه تحولی پارادایمیک به وقوع می‌پیوندد، قدرت اخلاقی نیز از داستان‌سرا به مستمع، از نویسنده به عنوان فردی دقیق و مصون از خطا به خواننده به عنوان بازیگر، مربی، دیندار یا روزنامه‌نگار انتقال می‌یابد. قرائتی که در مقابل پیش‌فرض‌های فرهنگی مقاومت می‌کند، به واسطهٔ مخاطب که به نوعی متن را اجرا می‌کند، دائماً هویت را به بحث مجدد می‌گذارد. از نظر نئوفمینیسم، پذیرفتن فاعل یا منفعل بودن، نوعی شکست فکری در فرایند تصعید و تعالی‌بخشیدن به الگوهای اولیه‌ای است که با قراردادن روح زنان در حاشیهٔ فرهنگ، آنان را تحقیر و به اصطلاح دلیل می‌کند.

مراجع

- Badaracco, C. (1996). Animated outsiders: Echoes of Merton, Hampl, Norris, Dillard, and Ehrlich, *Thomas Merton Annual*, 8 (pp. 150-161). Minneapolis, MN: Liturgical Press.
- Benhabib, S., Butler, J., Cornell, D., & Fraser, N. (1995). *Feminist contentions: A philosophical exchange*. New York: Routledge & Kegan Paul.
- Bloom, H. (1992). *The American religion*. New York: Simon & Schuster.
- Breuggemann, W. (1978). *The prophetic Imagination*. New York: Fortress.
- Breuggemann, W. (1993). *Texts under negotiation: The Bible and postmodern imagination*. Minneapolis, MN: Fortress.
- Briggs, S. (1990). "Buried with Christ": The politics of identity and the poverty of interpretation. In R. Schwartz, (Ed.), *The book and the text: The Bible and literary theory*. New York: Blackwell.
- Buchmann, C., & Spiegel, C. (Eds.) (1994). *Out of the garden: Women writes on the Bible*. New York: Fawcett.
- Carter, S. (1993). *The Culture of Disbelief: How American law and politics trivializes religious devotion*, New York: Basic Books.
- Castelli, E., Moore, S., Phillips, G., & Schwartz, R. (1995). *Postmodern Bible: The Bible and Culture Collective*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Castillo, A. (1994a). *Masscacre of Dreamers: Essays on Xicanisma*. Albuquerque: University of New Mexico Press.
- Castillo, A. (1994b). *So far from God*. New York: Penguin-Plume.
- Chittister, J. (1990). *Job's daughters: Women and power*. New York: Paulist.
- Christ, C., (1980). *Diving deep and surfacing : Women Writers on spiritual*

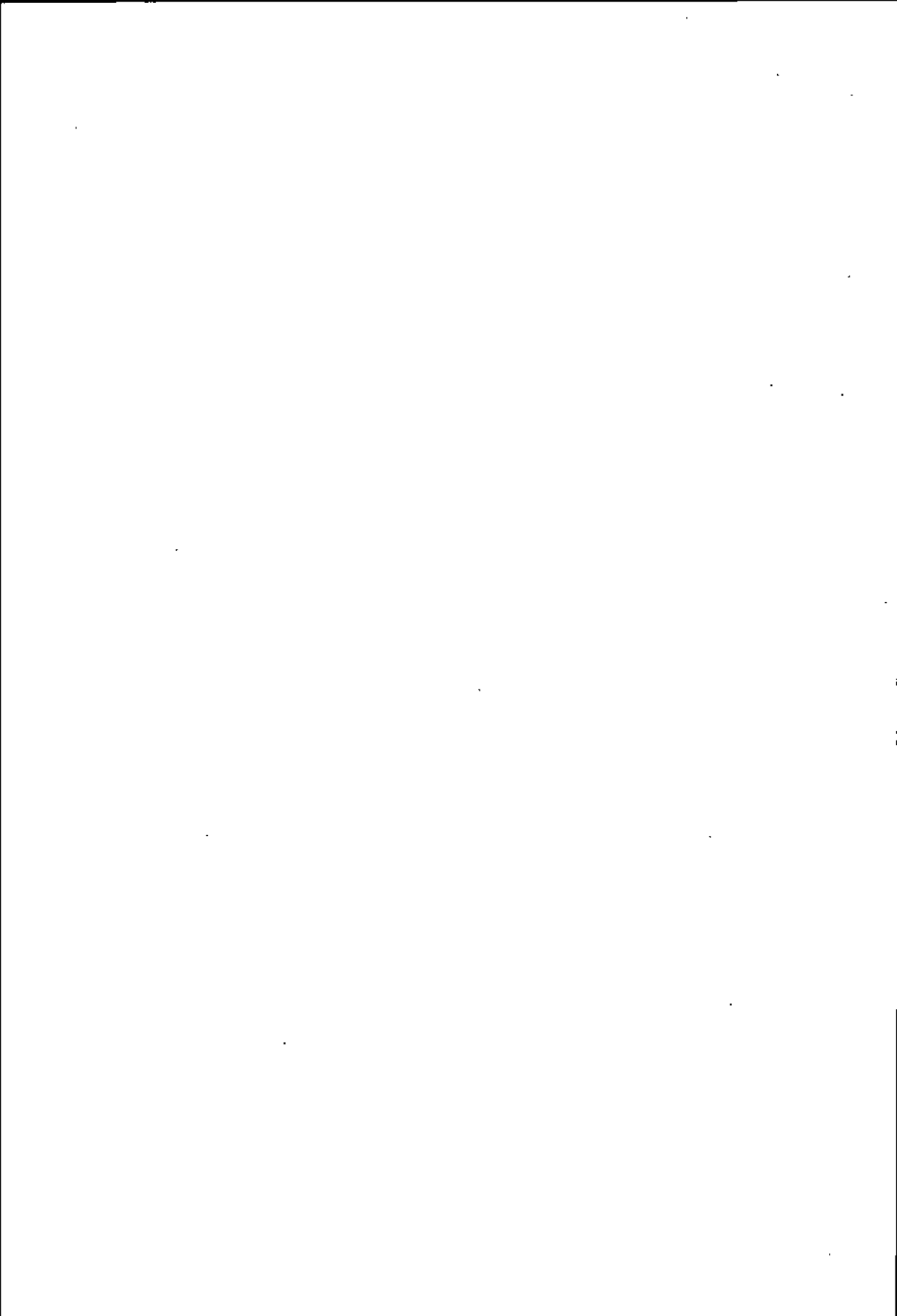
- quest. Boston: Beacon .
- Christ, C., & Plaskow, J. (Eds.). (1992). *Womanspirit rising: A feminist reader in religion*. San Francisco: Harper.
- Cornell, D. (1995a). Rethinking the time of feminism. In S. Behnhabib, J. Butler, D. Cornell, & N. Fraser, *Feminist contentions: A philosophical exchange*, (pp. 145-156). New York: Routledge & Kegan Paul.
- Cornell, D. (1995b). What is ethical feminism? In S. Behnhabib, J. Butler, D. Cornell, & N. Fraser (Eds.) *Feminist contentions: A philosophical exchange* (pp.75-106). New York: Routledge & Kegan Paul.
- Doody, M.A. (1994). Infant piety and the infant Samuel. In C. Buchmann & C. Speigel (Eds.), *Out of the garden: Women writers on the Bible*. (pp. 103-122). New York: Fawcett.
- Eck, D. L. (1993). *Encountering God: A spiritual journey from Bozeman to Banaras*. Boston: Beacon.
- Edwards, F. (1995). Spirituality, consciousness and gender identification: A neo-feminist perspective. In U. King, (Ed.) *Religion and gender*. (pp. 177-194). Oxford, UK: Blackwell.
- Eneme, G. (1994). Women as living stones. In U. King (Ed.), *Feminist theology from the Third World* (pp. 214-219). London. SPCK/Orbis.
- Falk, M. (1994). Reflections on Hannah's prayer. In C. Buchmann & C. Speigel (Eds.), *Out of the garden: Women writers on the Bible*. (pp. 94-102). New York: Fawcett.
- Faludi, S. (1991). *Blacklash: The undeclared war against American women*. New York: Crown .
- Fiorenza, E. (1983). *In memory of her: A feminist theological reconstruction of Christian origins*, New York: Crossroad.

- Fiorenza, E. (1993). *Searching the scriptures*. New York: Crossroad.
- Fraser, N. (1995). False antithesis. In S. Behnhabib, J. Butler, D. Cornell, & N. Fraser (Eds.), *Feminist contentions: A philosophical exchange*, (pp. 59-74). New York: Routledge & Kegan Paul.
- Fulkerson, M. (1994). *Changing the subject : Women's discourses and feminist theology*. Minneapolis, MN: Fortress.
- Goldstein, R. (1994). Looking back at lot's wife, In C. Buchmann & C. Spiegel (Eds.), *out of the garden: Women writers on the Bible*, (pp. 3-12). New York: Fawcett.
- Goodman, A. (1994). Prophecy and poetry. In C. Buchmann & C. Spiegel (Eds.), *out of the garden: Women writers on the Bible*, (pp. 301-309). New York: Fawcett.
- Hampf, P. (1994). In the belly of the whale. In C. Buchmann & C. Spiegel (Eds.), *out of the garden: Women writers on the Bible*, (pp. 289-300). New York: Fawcett.
- Hewitt, M. (1995). *Critical theory of religion: A feminist analysis*. Minneapolis, MN: Fortress.
- Hoover, S. (1988). *Mass media religion: The social sourcess of the electronics church*. London: Sage.
- Hunter, J.D. (1991). *Culture wars: The struggle to define America*. New York: Basic Books.
- Isasi-Diaz, A. M. (1994). The task of hispanic women's liberation theology- *mujeristas* : Who we are and what we are about. In U.King (Ed.), *Feminist theology from the Third World*, (pp. 88-104). London: SPCK/ Orbis.
- Joy, M. (1994). God and gender: Some reflections on women's invocations of the divine. In U. King (Ed.) *Feminist theology from the Third World*.

- (pp.121-144). London: SPCK/Orbis.
- King, U. (1994). *Feminist theology from the Third World*. London: SPCK/Orbis.
- King, U.(1995). *Religion and gender*. Oxford, UK: Blackwell.
- Kyung, C. H. (1990). To be human is to be created in God's image. In U.King, (Ed.) *Feminist theology from the Third world*. New York: Orbis.
- Lapide, P. (1986). *The sermon on the mount: Utopia or program for action?* New York: Maryknoll.
- Lerner, G. (1977). *The female experience: An American documentary*. Indianapolis, IN: BobbsMerrill.
- Lerner, G. (1986). *The creation of patriarchy*. New York: Oxford University Press.
- Lerner, G. (1993). *The creation of feminist consciousness: From the middle ages to eighteen-seventy*. New York: Oxford University Press.
- Lichter, R., Lichter, L., & Rothman, S. (1994). *Prime time: How TV portrays American culture*. Washington, DC: Regenery.
- Mackinnon, C. (1987). *Feminism unmodified: Discourses on life and law*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Mackinnon, C. (1989). *Toward a feminist theory of the state*. Cambridge, MA: Harvard.
- Mackinnon, C. (1993). *Only words*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Marsden, G. (1990). *Religion and the American culture*. New York: Harcourt.
- Martin-Barbero, J.(1993). *Communication, culture and hegemony: From media to mediations*. London: Sage.
- Menchu, R. (1994). The Bible and self-defense: The examples of Judith, Moses, and David. In U. King (Ed.), *Feminist theology from the Third World*. pp. 183-189 . London: SPCK/Orbis.
- Norris, K. (1994). The paradox of the psalms. In C. Buchman & C. Speigel (Eds.), *Out*

- of the garden: Women writers on the Bible* (pp. 221-233). New York: Fawcett.
- Ostriker, A. (1993). *Feminist revision and the Bible*. London: Blackwell.
- Ozick, C. (1994). Hannah and Elkanah: Torah and the matrix for feminism. In C. Buchmann & C. Speigel (Eds.), *Out of the garden: Women writers on the Bible* (pp. 88-93). New York: Fawcett.
- Paglia, C. (1992). *Sex, art and American culture*. New York: Vintage.
- Peck, J. (1993). The gods of televangelism: *The crisis of meaning and the appeal of religious television*. Cresskill, NJ: Hampton.
- Rianño, P., (Ed.) (1994). *Women in grassroots communication : Furthering social change*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Ribera, R. (1994). Challenging patriarchy , In U. King (Ed.), *Feminist theology from the Third World* (pp. 105-113). London: SPCK/Orbis.
- Rosen, N. (1994). Rebekah and Isaac. In C. Buchmann & C. Speigel (Eds.), *Out of the garden: Women writers on the Bible* (pp. 13-26). New York: Fawcett.
- Schudson, M. (1986). *Advertising, the uneasy persuasion: Its dubious impact on American society*. New York: Basic Books.
- Tamez, E. (1994). Women's rereading of the Bible. In U. King (Ed.), *Feminist theology from the Third World* (pp. 190-203). London: SPCK/Orbis.
- Theissen, G. (1991). *The Gospels in context: Social and Political history in the synoptic tradition*. Minneapolis, MN: Fortress.
- United Nations Commission on Women (1992). *The world's women: Trends and statistics 1970--1990*. New York: United Nations.
- Van Maanen, J. (1988). *Tales from the field*. Chicago: University of Chicago Press.
- Walters, S. (1995). *Material girls: Making sense of feminist cultural theory*. Berkeley: University of California Press.

- Warner, M. (1994). In and out of the fold: Wisdom, danger, and glamour in the tale of the Queen of Sheba. In C. Buchmann & C. Speigel (Eds.), *out of the garden: Women writers on the Bible* (pp. 150-165). New York: Fawcett.
- Williams, D. (1994). Womanist theology: Women's black voices. In U. King (Ed.), *Feminist theology from the Third world* (pp. 77-87). London: SPCK/Orbis.
- Winter, M., Lummis, A., & Stokes, A. (1994). *Defecting in place : Women claiming responsibility for their own spiritual lives*. New York: Crossroad.
- Wolff, J. (1995). *Resident alien: Feminist cultural criticism*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Zaru, J. (1994). The Intifada, Nonviolence, and the Bible. In U. King (Ed.), *Feminist theology from the Third World* (pp. 230-235). London: SPCK/Orbis.



فصل سوم

دریافت معنای دین از تلویزیون

آلف لیندرمن

الگویی جدید برای دین پژوهی و تحقیقات رسانه‌ای در حال شکل‌گیری است (ر.ک هوور همین کتاب) [۱]. رویکرد تحقیقات فرهنگ‌گرا با تأکید بر معنا و فرهنگ، هم برای دین پژوهی و هم برای تحقیقات رسانه‌ای واجد اهمیت شده است. بنابراین، دیدگاه‌هایی که طبق آن ساختارهای دینی و رسانه‌ای در وهله اول مورد تأکید قرار گرفته‌اند، روش و چگونگی توجه روزافزون به ساخت و تشکیل معنا را ارائه می‌دهند. این تمرکز زیاد بر معنا، موجب پیوند میان دین پژوهی و تحقیقات رسانه‌ای است.

اولاً، همان‌گونه که ساخت فردی و اجتماعی معنا و همچنین شکل‌گیری نظام‌های ارزشی اساسی در کانون توجه تحقیقات رسانه‌ای قرار می‌گیرد، عینیت تحلیل (از لحاظ کارکردی) جنبه دینی به خود می‌گیرد. بررسی این موضوع که مخاطبان پیام‌های رسانه را چگونه درک می‌کنند و به کار می‌برند، تا حدودی به منزله بررسی چگونگی شکل‌گیری دیدگاه‌های عمومی و ارزش‌های غایی آنان است.

ثانیاً، پیشرفت‌های اخیر در زمینه جریانات و ساختارهای دینی، به میزان زیادی با کاربرد و استفاده از رسانه‌های گروهی برای مقاصد دینی مرتبط است. یکی از مصادیق بارز آن تلویزیون دینی امریکا و توسعه نهادها و شبکه‌های سیاسی - مذهبی مرتبط با آن است. جریان رسانه‌های دینی، ارتباطی درون‌متنی^۱ با مباحث دینی جاری در درون نهادهای دینی دارد و البته به طرح و ارائه زمینه‌ای از ساختار معنایی می‌پردازد که به طرق مختلف، موجب ارتقا و تعالی گسترده و چشم‌انداز اجتماعات مذهبی می‌شود (هوور، ۱۹۸۸). تحلیل ساختار معنا برای تحلیل تفاوت‌هایی که جریان رسانه‌های دینی در اذهان

1. Intertextual

مخاطبان ایجاد می‌کند و برای تحلیل ساختار نهادهای مذهبی ضروری است. بنابراین، با افزایش فهم ما از فرایند شکل‌گیری «معنا» که با متون رسانه‌های گروهی مرتبط است، به مبنا و زمینهٔ بهتری برای تحقیقات کارکردگرای خود دربارهٔ ابعاد دینی رسانه‌های غیر دینی و نیز برای بررسی و مطالعهٔ جریان‌ات و ساختارهای مذهبی جدیدی که ذاتاً رسانه محورند دست می‌یابیم.

هدف این فصل ارائهٔ مدلی مفهومی برای ساختار فردی و اجتماعی معناست، به گونه‌ای که بتوان آن را در مطالعهٔ تجربی مربوط به دریافت برنامه‌های رسانه‌های گروهی به کار بست. تأکید خاص ما بر دریافت برنامه‌های تلویزیون دینی است، اما با توجه به همبستگی یاد شده میان تحقیقات در زمینهٔ رسانه‌های گروهی و رسانه‌های دینی، مدل مفهومی، در کل با دریافت برنامه‌های رسانه‌های گروهی مرتبط است. مطلب را با «معنا» که مفهومی پیچیده است آغاز می‌کنیم (واتنو، ۱۹۸۷). طبق سنت پراگماتیست معنا در اینجا اشاره به آن چیزی دارد که به طور بالقوه تعیین‌کنندهٔ ضابطه برای کنش انسانی است. معنا هم جنبهٔ فردی دارد و هم اجتماعی و هر دو بعد لازم و ملزوم یکدیگر هستند. این موضوع بعداً بیشتر مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

تأکید بر معنا، ریشه در تحولی کلی در دیدگاه‌های موجود دربارهٔ رسانه‌ها و مخاطبان آنها دارد. دیوید مورلی^۱ (۱۹۹۲) مرور جالبی بر روی برگرداندن از دیدگاه «رسانه‌های قدرتمند» و روی آوردن به چند معنا بودن^۲ متون و مفسر بودن مخاطب ارائه کرده است (نیز رک جنسن، ۱۹۹۱ و وایت، ۱۹۹۴) به هر حال، این برگشت و توجه به «دموکراسی نشانه‌شناختی»^۳ خالی از ابهام و دشواری است. برای مثال، استدلال می‌شود که اگر چه جان فیسکه (۱۹۸۷) دربارهٔ فرایند و تعامل میان متن و خوانندگانی که از لحاظ اجتماعی در موقعیت‌های مختلفی قرار گرفته‌اند سخن می‌گوید، اما بر چند معنا بودن متن و استقلال مخاطب مصرانه تأکید می‌ورزد. کلاوس براون جنسن^۴ (۱۹۹۱) همراه با دیگر محققان این حوزه یادآوری می‌کند که ما به چهارچوبی نظری نیاز داریم که به «طرح الگوهای برای مرتبط ساختن سطح تحلیل نهادی - اجتماعی به تحلیل (راهبردها و روش‌های) تفسیری ارتباط‌گران فردی، بپردازد.

نشانه‌شناسی اجتماعی جنسن از ارتباطات جمعی (۱۹۹۵) همراه با بررسی‌های کیان توماسلی و آرنولد شپرسون (۱۹۹۱) بیانگر تلاش‌های امیدوارکننده‌ای در این مسیر جدید است. آنها طرفدار استفاده از معنا بخشی پیرسی به عنوان نویدبخش‌ترین منبع نظری‌اند. اگر چه من با آنها در ارجاع و اتکایشان به

1. David Morley

2. Polysemy

3. Semiotic Democracy

4. Klaus Bruhn Jensen

پیرس و پراگماتیسم، در فرایند جستجوی فهم پویاتر و عمیق‌تری از ساخت اجتماعی و فردی معنا، رویکردی توافق‌داشته‌ام و تحت تأثیر تلقی جنسن از نشانه‌شناسی پیرس قرار گرفته‌ام، اما امیدوار بودم مدلی پویاتر در خصوص ارتباط فرد با نشانه‌های تبلور یافته در نشانه‌شناسی پیرس به عنوان مکمل، نه به کلی مغایر با نشانه‌شناسی سوسور^۱، (با تأکیدی که بر نظام‌های معنایی دارد) مشاهده کنم (مراجعه شود به: مناظره جنسن، ۱۹۹۱؛ فیسکه، ۱۹۹۱ و نیوکام^۲ ۱۹۹۱). من بعد از این در زمینه برخی مفاهیم که برای مرتبط ساختن تفکرات کلیدی دانش نشانه‌شناسی به تفکرات کلیدی در دانش نشانه‌شناسی عمومی^۳ سودمند هستند، به اندیشه‌های جرج هربرت مید^۴ توجه نشان خواهم داد. برای آنکه از مقولاتی که قبلاً تا حدودی ثبوت یافته است، فراتر آییم من عنوان «نشانه‌شناسی اجتماعی» را برای این ابداع برمی‌گزینم.

به اعتقاد من ما نیاز داریم که تفکر نظام‌های معنایی مرسوم را، به عنوان یکی از عوامل اصلی تسهیل‌کننده ارتباطات انسانی حفظ کنیم. هر کنش ارتباطی به یک یا چند نظام معنایی که از لحاظ اجتماعی شکل گرفته، مرتبط است. این نظام‌های معنایی نتیجه و محصول تعامل اجتماعی در جهانی است که به واسطه ساختارها و نهادها سامان یافته است. نهادهایی که در درون آنها قدرت و نفوذ به صورت دموکراتیک توزیع شده است. هر متنی که از کنش ارتباطی منتج و حاصل شود، تعلق خود به نظامی از معانی را نشان می‌دهد که در آن عناصر این نظام، طبق اصول و رسوم موجود در نظام خاص سامان خواهد یافت. این ارتباط با نظام معنایی قیودی را بر شکل‌گیری معنای فردی تحمیل می‌کند. هر چند این نکته بدین معنا نیست که فرایند شکل‌گیری معنا تحت این شرایط تعیین می‌یابد. پیدایش برداشت‌های متباین ممکن است، زیرا هر خواننده‌ای امکانات متنوعی برای مرتبط ساختن متن به نظام‌های معنایی مختلف و ترکیب عناصر برگرفته شده از نظام‌های متنوع معنایی در اختیار دارد. می‌توانیم نمودار شماره ۳-۱ را برای نشان دادن رابطه معنای تحقیق یافته فردی و معنای اجتماعی مورد استفاده قرار دهیم.

طبق نمودار ۳-۱ معنای اجتماعی تابع معنای تحقیق یافته فردی^۵ است که در مجموع این نیز تا

1. Saussurean

2. Newcomb

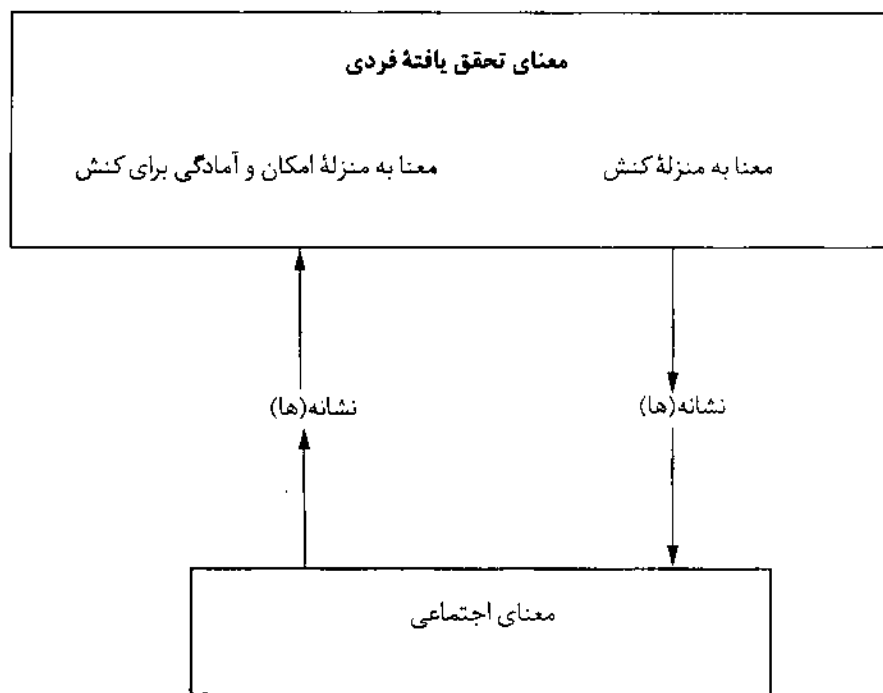
3. Semiology

4. George Herbert Mead

5. Individually actualized meaning

شاید بتوان ابهام موجود در تعبیر فوق را با این توضیح روشن ساخت که طبق نظر روانشناسان زبان معنای در نهایت امر فردی هستند و در اینجا منظور آن معنای است که برای فرد حاصل شده و لزوماً مشترک بین او و دیگران نیست. سخن اصلی در اینجا تأثیرپذیری فهم فردی از عناصر و حوزه‌هایی چون محیط و خلقیات و... است. (م).

حدودی تابع معنای اجتماعی است (ر.ک نظریهٔ ساخت یابی گیدنز ۱۹۸۴) که بر اساس آن عامل انسانی و ساختار اجتماعی شرایط و امکانات تقویت کننده را برای همدیگر فراهم می‌کنند. اولاً فرایند فردی شکل‌گیری معنا مبتنی بر معنای اجتماعی‌ای است که فرد با آن آشناست. فرد به واسطهٔ تجارب اولیه خود از تعامل اجتماعی در حیات روزمره، معرفت لازم دربارهٔ چگونگی کاربرد نشانه‌های مشخص را آموخته است و حدس می‌زند که نشانه‌های مشخص در هر وضعیت خاص، چه معنایی دارد. فرایندی که از آن طریق، فرد این آگاهی را کسب می‌کند، شامل درگیر شدن در فعالیت‌های مشترک با دیگران است (ر.ک توصیف هربرت مید ۱۹۶۲ - ۱۹۳۴ از طرح‌ها و روندهای اجتماعی). در این تعامل، نشانه‌ها به عنوان کنش فردی به کار می‌روند که به شیوه‌های متفاوتی متجلی و متبلور می‌شوند. زمانی که فرد از هر نشانه مشخص، معنای معینی را مد نظر دارد، در درون این معنا تمایل به کنش به طریقی خاص نیز مد نظر قرار می‌گیرد. بنابراین، معنای تحقق یافته فردی می‌تواند منجر به کنش گفتاری یا کرداری همین فرد شود که این خود بیانگر آن است که این فرد چگونه معنا را در نشانه‌های مشخص تعبیه کرده است.



نمودار ۱-۳. معنای اجتماعی و معنای تحقق یافته فردی به عنوان معانی لازم و ملزوم یکدیگر

در این مرحله، هنگامی که معنا تبلور یافته و بیان می‌شود، به طور بالقوه امکان دارد که به چیزی بیش از معنای صرفاً تحقق یافته فردی تبدیل شود. یعنی همین که معنا در قلمرو حوزه اجتماعی بیان شد و تبلور یافت، می‌تواند رسوم اجتماعی را هم تحت تأثیر قرار دهد و نظام معنایی‌ای که از لحاظ اجتماعی ایجاد شده، از طریق همین استفاده مستمر از نشانه‌ها در تعاملات اجتماعی دستخوش تحول و توسعه می‌شود.

در فرهنگ کنونی رسانه‌های غربی، رسانه‌های گروهی به خاستگاه مهم توسعه و بسط معنای اجتماعی تبدیل شده‌اند و در ترکیب با دیگر اشکال تعاملات مستقیم اجتماعی که فرد در آن حضور پیدا می‌کند، به محض بسط و توسعه برداشت فرد از نظام معنایی جهان‌بینی‌ها و ارزش‌های مستقر و موجود در این نظام معنایی، جریان پیوسته «پیام رسانی» رسانه‌ها به نقطه مهم و قابل اتکایی تبدیل می‌شود.

معنای اجتماعی، نتیجه تحول مستمر در فرایندهای جاری ارتباطات و تعاملات انسانی است. همین که نشانه‌های مختلفی مورد استفاده قرار می‌گیرند، هنجارها و رسوم اجتماعی مربوط به کاربرد این نشانه نیز شکل می‌گیرد. به علاوه، هنجارها و رسوم اجتماعی دیگری درباره روابط میان این نشانه‌ها و دیگر نشانه‌های موجود در نظام نیز شکل می‌گیرد. این فرایندهای اجتماعی، به خلق نظام نشانه‌های مرتبط می‌پردازند. در هر صورت این تعامل و کنش - واکنش انسانی در بسیاری از بسترها و زمینه‌های مختلف رخ می‌دهد، مثلاً از طریق ابزارهای مختلف ارتباطی، افراد و گروه‌های مختلف درگیر در مجموعه‌های مختلف در زمان‌های مختلف و غیره. چه زمانی و در چه سطح اجتماعی، سخن گفتن درباره معنای اجتماعی و نظام معنایی مستدل و توجیه‌پذیر است؟

در نقطه آغاز بحث، سخن گفتن درباره حوزه‌های معنای اجتماعی در جایی قابل توجیه است که اجتماعی متعامل و مرتبط با هم وجود داشته باشد. این سخن از تعریف معنای اجتماعی به عنوان چیزی که مرتبط با تعامل اجتماعی است نشئت می‌گیرد، هر چند این پاسخ ابتدایی کافی نیست. در چه سطح اجتماعی می‌توان درباره نظام نسبتاً منسجم معنای اجتماعی قراردادی سخن گفت؟ می‌توانیم به طور موجز و مختصر دو مصداق این سخن را مورد توجه قرار دهیم:

بر اساس کاوشی که درباره شاخص‌های فرهنگی و محیط فرهنگ عمومی سوئد صورت گرفته است (بلوک، ۱۹۸۲)، به نظر می‌رسد سخن گفتن درباره محیط فرهنگ عمومی کشوری خاص با زبانی خاص به عنوان نظامی از نشانه‌ها قابل توجیه باشد، آن هم در جایی که کاربرد و فهم مشترکی از معانی خاص وجود دارد - یعنی جایی که معنای اجتماعی وجود دارد. هر چند نظام‌های معنایی‌ای نیز وجود دارند که در آنها،

چنین مرزبندی‌هایی مناسب به نظر نمی‌رسد. به خصوص رسانه‌های گروهی مدرن زمینه‌های جدیدی از تعامل را به وجود می‌آورند و زمینه‌های جدیدی را نیز برای شکل‌گیری معنا فراهم می‌کنند. یکی از مصادیق آن کلیسای الکترونیک است، یعنی نمونهٔ خاصی از پخش برنامه‌های دینی که مانند مرجعی برای بسط و توسعه و تقویت دین، در بسترها و موقعیت‌های فرهنگی متنوعی عمل می‌کند. اگر چه تفاوت زیادی میان نحوهٔ فهم و درک این پیام‌ها و چگونگی استفاده از آنها در زمینه‌ها و بسترهای مختلف وجود دارد، این جریان پیام‌ها فی‌نفسه برای توسعه و تحول دینی در بسیاری از موفقیت‌های فرهنگی اهمیت خاصی دارد.

به نظر می‌رسد که در نقطهٔ مقابل این نوع نظام معنایی گسترده و عامی، نظام‌های معنایی دیگری وجود داشته باشند که از لحاظ زمانی و مکانی بسیار محدودند هر فرقه و کیش مذهبی کوچک و محلی می‌تواند به بسط حوزه‌ای از معنای اجتماعی خود بپردازد. در این اجتماع، نشانه‌های خاص می‌تواند معنایی خاص خود را داشته باشد که از آنها تعریف دقیقی ارائه شده باشد، البته این معنای اجتماعی در همان حال می‌تواند بسیار متفاوت با معنای اجتماعی‌ای باشد که به نشانه‌های همگون و مشابهی خارج از این اجتماع نسبت داده می‌شود.

پیداست که طرح گزاره‌های عمومی و همگانی دربارهٔ اینکه سخن گفتن از نظام نشانه‌ها و معنای اجتماعی در چه سطحی قابل توجیه است، غیر ممکن است. سطوح گفت‌وگو باید مطابق با ویژگی آن چیزی تعریف شود که مورد بحث قرار گرفته است.

اگر چه سخن گفتن دربارهٔ معنای اجتماعی در بسیاری از سطوح ممکن است، سازوکارهای کلی‌ای وجود دارد که چگونگی تحول معنای اجتماعی را تعیین می‌کند. هر اندازه تعداد افرادی که در حفظ و استفاده از نظام خاصی از نشانه‌ها مشارکت می‌جویند بیشتر باشد، بر ثبات نظام‌های نشانه‌ای و ثبات معنای اجتماعی افزوده می‌شود و هر اندازه اجتماع بزرگتر باشد، اهمیت نسبی هر مصداق معنایی، که فرد بیان کرده و به فعلیت درآمده است، کمتر می‌شود. این مقاومت شدید در مقابل تحولاتی که در عرصهٔ قواعد و عرف اجتماعی در اجتماع بزرگ‌تر صورت می‌پذیرد، نه تنها به اهمیت نسبی هر یک از مصادیق ساخت فردی معنا مرتبط است، بلکه هنگامی که این قواعد در درون اجتماعات بزرگ شکل گرفت، نظام معنایی با جزمیت و استحکام کمتری تعریف و تبیین می‌شود. برای دگرگونی‌های همزمان در حوزهٔ معنا در جامعهٔ بزرگ‌تر، زمینهٔ بازتر و گسترده‌تری وجود دارد.

در گروه‌های کوچک مذهبی هر فرد به تنهایی ممکن است به طور نسبتاً آسانی با کاربرد مبتکرانهٔ

نشانه‌ها، عامل تغییراتی چند در سطح معنای اجتماعی شود؛ در مجموع، این عمل نه تنها ماحصل و نتیجه اهمیت نسبی مصادیق معنای بیان شده و تحقق یافته فردی است، که نتیجه و ماحصل ویژگی نظام معنایی خاص گروه‌های کوچک‌تر نیز هست. با در نظر گرفتن حجم و اندازه گروه، تأیید و حمایت از قواعد سخت برای استفاده از نشانه‌های خاص آسان‌تر است. در میان گروه‌های کوچک‌تر، معنای تحقق یافته‌ای که با این قواعد مغایرت دارند، به طور آشکار معناهای تحریف شده تلقی می‌شوند. این معناهای تحریف شده می‌تواند به تحول یا توسعه و بسط معنای اجتماعی تثبیت شده در گروه بینجامد یا به تصحیح معنای تحقق یافته فردی در گروه منجر شود.

تصحیح معنای فردی تحریف شده می‌تواند دو فرایند متفاوت را متبلور سازد: با تعامل اجتماعی، معنای اجتماعی تثبیت شده را می‌توان مجدداً تقویت کرد، هر چند بدون چنین تعامل اجتماعی مستقیمی، اهمیت معنای اجتماعی تثبیت شده می‌تواند سبب شود که فرد معنای تحقق یافته را به مرور زمان به صورتی متفاوت به خاطر آورد. به هنگام یادآوری، ناسازگاری میان معنای تحقق یافته و معنای قبلاً درونی شده کاهش می‌یابد (ر.ک ضبط و نگهداری تجربه دینی^۱ اثر تورلیف پترسون، ۱۹۷۵).

ساختارهای اجتماعی که نظام‌های معنای در آن شکل می‌گیرد، تمام این نظام‌ها را مشروط و مقید می‌کنند. دسترسی به منابع و فن‌آوری در این ساختار، عناصری کلیدی‌اند. همان‌گونه که قبلاً ذکر شد، کلیسای به اصطلاح الکترونیکی را می‌توان ابزاری برای شکل‌گیری و حفظ پدیده گسترده‌ای به شمار آورد که به تعبیری، تشکیل‌دهنده شبکه جماعت مذهبی است. فرایندهای مشخصی وجود دارند که معنای اجتماعی می‌تواند بر اساس آنها برای جماعت‌ها یا شبکه‌ها که در آنها ارتباطات از طریق رسانه‌های گروهی اهمیت زیادی دارد تغییر پیدا کند. افرادی که در رسانه‌های گروهی نقش خاصی ایفا می‌کنند (نقش‌هایی که در معرض دید مخاطبان وسیعی قرار دارد و مهم به شمار می‌آید)، می‌توانند نفوذ قابل توجهی بر شکل‌گیری معنای اجتماعی برای گروه‌های بزرگی از مردم داشته باشند. برای مثال، پات رابرتسون در مقایسه با کشیشان محلی از تأثیر فراوانی بر مسیحیان سنتی مناطق مختلف برخوردار است. هر چند بر اساس مباحث قبلی درباره معنای اجتماعی، روشن است که معنای اجتماعی مورد توجه کلیسای الکترونیکی برای پذیرش دگرگونی‌هایی متناسب با سطح هر منطقه آماده باشد و در همان حال که شهرت خود را از همین آمادگی برای تغییر می‌گیرد، فرایند اجتماعی شکل‌گیری معنا را محدود و مقید خواهد ساخت (ر.ک مفهوم «معنای افزوده»، جنسن، ۱۹۹۵).

گسترهٔ اجتماع و اهمیت اجتماعی نهادها، نقش‌ها و یا افراد خاص به تنهایی نقش مهمی در تمهید قدرت تحول و توسعهٔ معنای اجتماعی ایفا نمی‌کنند. گابریل بار-هایم (همین کتاب) جامعهٔ پسامدرن را فرهنگی معرفی می‌کند که در آن اجتماعات محلی سنتی که در آنها آیین‌های دینی و کشاورزی روابط و ساختارهای اجتماعی را تقویت می‌کنند، به تدریج از هم گسیخته می‌شوند. فرد دنیوی و غیرمقدس، مقدس می‌شود، در حالی که جامعهٔ مقدس، دنیوی و نامقدس می‌گردد. هر فردی به کانون شبکهٔ خود تبدیل می‌شود. موجودی خود محور و بدون نمادها و شعائر مقدس جمعی.

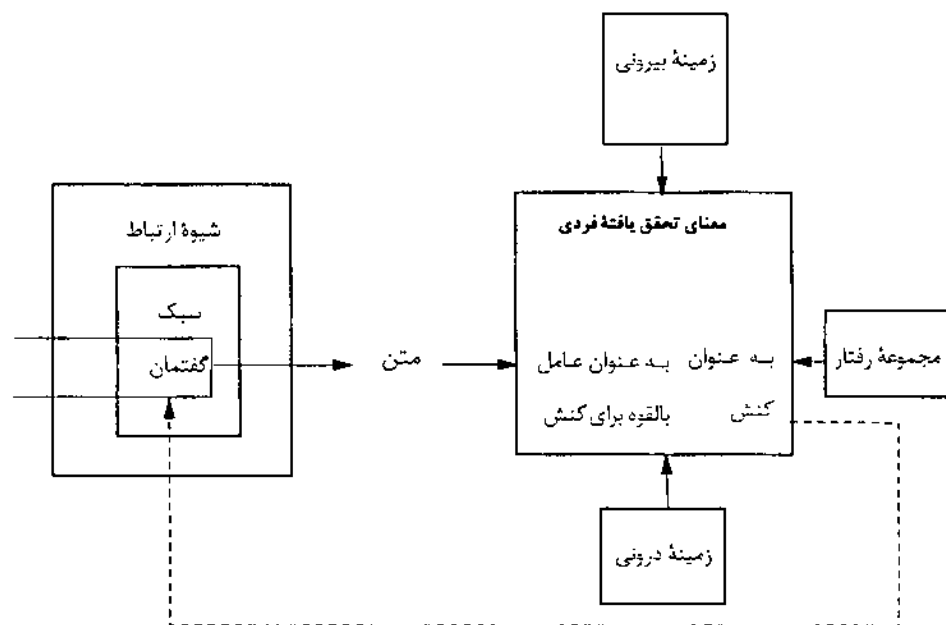
بار-هایم به توصیف جامعه‌ای می‌پردازد که چیزی را از دست داده، اما آن چیزی که این خلاء را پر کرده است، باید بیشتر تشریح شود. طبق نظر بار-هایم، شبکه‌های فردی جامعهٔ پسامدرن که برخوردار از آیین‌هایی نیست که تقدس جامعه را به نمایش گذارد، با جوامع سنتی تفاوت دارد (دورکیم، ۱۹۵۶). به جای آیین، جامعهٔ پست‌مدرن به ارائه نمایش می‌پردازد: حوادث و رویدادهای مربوط به جشن‌های فرهنگی، قومی، منطقه‌ای و کشوری (روزهای یابود ملی، رویدادهای قومی و غیره). در این نمایش‌های پسامدرن، هیچ ارتباط محکمی میان فرد و جمع وجود ندارد. بنابراین، اجتماعات نمی‌توانند هیچ احساس مهمی از قدرت جمعی و با هم بودن را به وجود آورند.

می‌توان با بار-هایم در این نکته همدلی نشان داد که جوامع پسامدرن از داشتن آرگانسیم‌های اجتماعی معطوف به روندهای عمومی و مشترک که برای تولید و خلق نظام معنایی مشترک ضروری است، محرومند. به اعتقاد من، تحول در جامعه‌ای که در آن، برای فرد شبکه‌های اجتماعی مختلفی وجود دارد تا با آنها ارتباط برقرار کند (حداقل نه به واسطهٔ استفاده از رسانه‌ها)، بیشتر تحول در ویژگی قواعد و آداب و رسوم اجتماعی است تا از هم گسیختگی چنین قواعدی. در جامعهٔ پسامدرن، قواعد و آداب و رسوم، بیشتر دارای ویژگی‌های کارکردی‌اند تا ذاتی. برای مثال، عباراتی چون شادی، کامیابی، دین، خدا و ارزش، بیشتر بر اساس کارکردشان برای فرد تعریف می‌شوند تا به طور ذاتی و با ارجاع به ابعاد جمعی، آن‌گونه که بار-هایم با عبارت «روزهای خوب قدیم» از آن یاد می‌کند، تقدس جامعه جای خود را به تقدس فرد داده است، اما نظام‌های معنایی اجتماعی هنوز در فرایند تعامل اجتماعی و به عنوان پیامد استفاده‌های مشترک از رسانه‌ها شکل می‌گیرند و در هر صورت نشان آگاهی فرد، ویژگی‌های متفاوتی با ویژگی‌های جوامع سنتی دارد.

در جامعه‌ای متکثر، هر فردی در خلق چندین نظام معنایی مختلف مشارکت می‌کند. نظام‌های معنایی مختلف در نزد هر یک از افراد (و در سطح فردی تشکیل معنا) وجود دارد. در خلال فرایند

جامعه‌پذیری، فرد به درونی کردن عرف و آداب و رسوم اجتماعی مرتبط با بسیاری از ابعاد مختلف زندگی، شیوه‌های ارتباطات و ساختارهای اجتماعی می‌پردازد. از طریق چنین فرایندهایی، فرد به درونی کردن مجموعه‌ای از نظام‌های معنایی (که بعداً بدان باز می‌گردم) می‌پردازد. به این ترتیب، تفحص در باب چگونگی تحقق یافتن در معنا سطح فردی بسیار جالب می‌شود.

اینک به نمودار ۳-۲ مراجعه می‌کنیم که در بردارنده اجزای مختلف فرایند ساخت فردی معناست. تعامل میان این اجزاست که موجب فرایند شکل‌گیری معنای فردی است - فرایندی که متضمن عناصری از جبر و عاملیت تفسیری است.



نمودار شماره ۳-۲ - مدل علی (تصویری) برای اجزای مختلف موجود در موقعیتی که معنا

به صورت فردی تحقق پیدا می‌کند

هدف مشخص این الگو، تمهید چهارچوبی برای تحلیل تجربی دریافت برنامه‌های تلویزیون دینی است. تلویزیون دینی نمونه‌جالبی از پخش است، زیرا برخی مخاطبان با مباحث و مسائل آن آشنایی

کامل دارند و در عين حال هستند کسانی که با اين مسائل آشنا نيستند. به نظر می‌رسد پخش‌کنندگان برنامه‌های دينی فرض را بر اين می‌گذارند که کلمهٔ خدا به واسطهٔ رسانه‌ها می‌تواند به فراسوی اجتماع دينی راه يابد و زندگی مردم را در هر کجاکه باشند متحول سازد. اما اگر معنای متصور اين برنامه‌ها، کارکرد عوامل فردی و مرتبط با موقعیت‌های خاص تلقی شود، انتظار داریم پيش از آنکه پیام مردم را تغيير دهد، مردم پیام را تغيير دهند. به علاوه، تلویزیون دينی جالب است، زیرا مصداق و نمونه‌ای است که نشان می‌دهد چگونه یک خرده‌فرهنگ سنتی تحت تأثیر ظهور رسانه‌ای گروهی قرار می‌گیرد. چگونگی طرز تلقی ما از تلویزیون دينی، نقشی را که تلویزیون به طور کلی ایفا می‌کند، تحت تأثیر قرار می‌دهد.

نمودار شماره ۲-۳ بيانگر آن است که معنا و پیامد ورودی^۱ حاصل از اجزای مختلف چگونه به صورت فردی تحقق می‌يابد. پیکان‌ها نشان می‌دهد که چگونه اجزا به خلق و آفرینش معنای تحقق یافته فردی می‌پردازند اما اين پیکان‌ها همهٔ روابط موجود میان اجزا را در برنمی‌گیرند. اين الگو که می‌تواند الگوی نظری رسمی برای مناسبات علی نامیده شود، متضمن اين معناست که من میان دیدگاه تحلیلی، فرایندی و پویا و منطق صوری تعارضی نمی‌بینم (ر.ک جنسن، ۱۹۹۵)، هر چند قدرت نسبی اين روابط امری تجربی است و در مدل مذکور امری مسلم به شمار نیامده است. همان‌گونه که هر جزء مختصراً توضیح و نشان داده شده، رابطهٔ میان آن جزء و ديگر بخش‌های مدل و اينکه چگونه هر یک از اين اجزا می‌تواند در تحلیل تجربی دریافت برنامه‌ها مؤثر واقع شود، توضیح داده خواهد شد.

نقطهٔ آغازين اين الگو برای ساخت فردی معنا، گفتمان خاصی است که در آن فرد در معرض انواع نشانه‌ها قرار می‌گیرد. گفتمان را می‌توان بر اساس سطوح فراهليلی بسیار متفاوتی تعريف کرد (ر.ک جنسن، ۱۹۹۵). در اين الگو، گفتمان، معطوف به کاربرد اجتماعی نشانه‌ها در تلویزیون و الگوهای مشخص رهنمودهای اساسی برای کاربرد است. به تعبیر کلی‌تر، گفتمان فرآیند جاری ارتباط و تعامل انسان در درون یک اجتماع مشخص و معين است. لذا گفتمان عنوان ديگری است برای فرایند جاری ارتباطات که همانند ابزاری عمل می‌کند که از طریق آن نظام‌های معانی اجتماعی خلق و حفظ می‌شود. در نتیجه، اين به معنای آن است که گفتمان می‌تواند بر اساس سطوح اجتماعی مختلفی تعريف شود (ر.ک مبحث معنای اجتماعی در بالا) و نیز بدین معناست که گفتمان را می‌توان فرایند جاری ارتباطات و تعاملاتی تعريف کرد که به صورت هماهنگ در بسترها و زمینه‌های مختلفی رخ می‌دهد و از شیوه‌های ارتباطی متفاوتی استفاده می‌کند. برای مثال، گفتمان تلویزیون دينی، رابطه‌ای درون‌متنی با گفتمان در

نهادهای دینی سنتی دارد. برای نشان دادن ظرفیت پذیرش سبک‌ها و شیوه‌های مختلف ارتباطی، سمت چپ میدان گفتمان در شکل شماره ۲-۳ بازگذاشته شده است. وقتی ما در شکل شماره ۲-۳، گفتمان را کاربرد اجتماعی نشانه‌هایی معنی کرده‌ایم که با سبک و الگوی خاصی از برنامه‌های تلویزیونی ارتباط دارد، این تعریف به طور طبیعی برای زمینه بیرونی و مجموعه رفتارهای فردی و نظام‌های معنایی درونی شده اهمیت دارد. عموماً تلویزیون در زمان و مکان خاصی تماشا می‌شود و مخاطبان از الگوها و سبک‌های مختلف برای پیشبرد راهبردهای تفسیری استفاده می‌کنند.

زمینه بیرونی شامل دخالت تمام ابعاد کنش فرد در تکوین معنا در زمان و مکان است. از آنجا که گفتمان در اینجا به عنوان گفتمان تلویزیونی تعریف می‌شود، ما در خصوص زمینه‌های بیرونی‌ای که ساختار معنا می‌تواند در آنها تشکیل شود، با محدودیت‌های طبیعی مواجهیم. در موقعیت دریافت برنامه‌های تلویزیون، زمینه بیرونی شامل محل تماشای تلویزیون و افراد حاضر در آن مکان و بالاخره وجود و مشاهده هر موضوع خاصی است که فرد آن را موضوعی مرتبط با گفتمان تلویزیونی به شمار می‌آورد. به علاوه، می‌توان زمینه وسیع‌تر اجتماع را همراه با توزیع منابع و قدرت آن بر موارد فوق افزود و نیز توضیح داد که چگونه این عمل، کاربرد اجتماعی نشانه‌ها را مشروط و محدود می‌کند.

هم گفتمان مورد بحث و هم موقعیت و محیط بیرونی که در آن ساختار معنا شکل می‌گیرد، برای اجزای مختلف «مجموعه رفتار» درونی شده فرد متأثر از نظام‌های معنایی دارای اهمیت است. هر متن رسانه‌ای خاص، ارتباط درون‌متنی خود با نظام معنایی قراردادی را به واسطه ترکیب و بافتش منعکس می‌کند. این گونه مخابره‌ها یا می‌تواند به برداشت مرجع مذکور منجر شود برداشتی که طی آن متن طبق نظام معنایی‌ای که در آن خلق شده، رمز‌گشایی می‌شود یا به برداشتی مخالف برداشت اول (برداشتی که در آن علائم موجود در متن موجب بروز مخالفت و پیدایش فرایندهای دیگری از ساخت معنا می‌شود)، در هر صورت، در الگوهای نظری حاضر، از این لحاظ که فرد چگونه متن را به نظام‌های معنایی در مجموعه رفتاری‌اش مرتبط می‌سازد، هیچ‌گونه محدودیتی وجود ندارد.

اگرچه فرد می‌تواند از هر متن رسانه‌ای مشخص، برداشت‌های مختلف و معانی گوناگونی ارائه کند، این بدان معنا نیست که ساخت فردی معنا، ساخت مستقلی است. ساخت فردی معنا، همیشه مرتبط با نظام معنایی‌ای است که در اجتماع استفاده‌کنندگان از نشانه‌ها ساخته می‌شود. بر همین اساس، شکل ۲-۳ به «معنای تحقق یافته فردی» اشاره می‌کند. سخن این است که فرد مجبور به استفاده از اغلب نظام‌های معنایی «بدون واسطه» (فرضاً متن، زمینه بیرونی و فرایند جامعه‌پذیری قبلی فرد) نیست. گستره عظیمی

از نتایج احتمالی فرایند فردی ساخت معنا وجود دارد، اما امکان‌پذیری آنها با هم مساوی نیست. هنگامی که فرد از بی‌واسطه‌ترین نظام معنایی استفاده کرد، معنای تحقق یافته را می‌توان همان معنای مورد انتظار به شمار آورد. البته مدل یاد شده میزان معنای خاصی را که از آن مدل انتظار می‌رود، به طور کمی مشخص نمی‌کند. آن مدل، همان‌گونه که انتظار می‌رود، بر اساس رابطه‌اش با رسوم و قراردادهای اجتماعی معین می‌شود، اما تکرار ظهور آن در زندگی واقعی همچنان به صورت امری محسوس و ملموس به قوت خود باقی می‌ماند. بدین ترتیب، با کاربرد مدل نظری فعلی می‌توان نتایج دریافت پیام رسانه‌ها را پیش‌بینی کرد و همزمان عنصر فردی را شناخت.

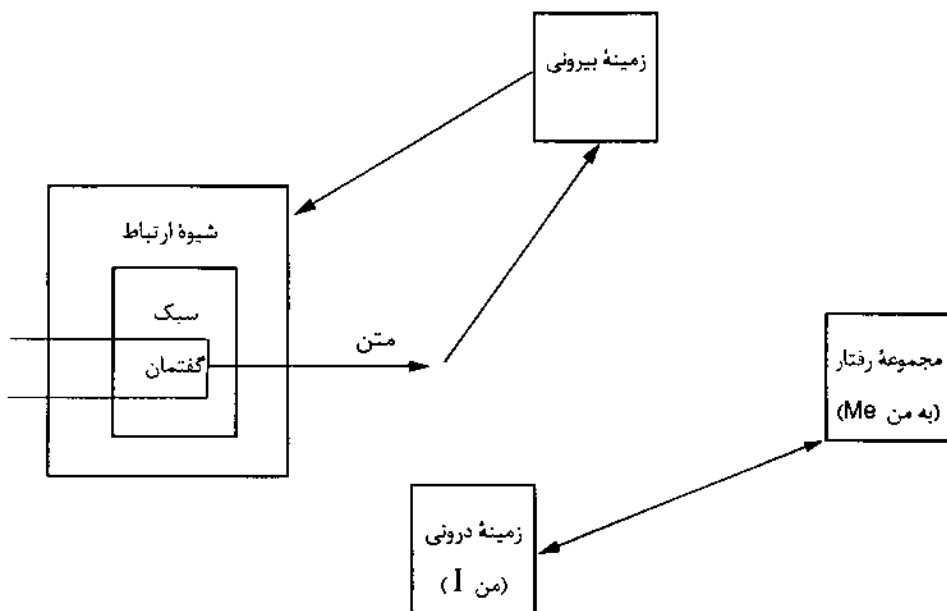
این نکته ما را به آخرین جزء نمودار که با عنوان زمینهٔ درونی مطرح شده است، هدایت می‌کند و این زمینه ناظر به بُعد روان‌شناختی است که شامل احساسات، انگیزه‌ها و توانایی فرد برای نشان دادن واکنش است. به علاوه، لازم به گفتن نیست که این ابعاد روان‌شناختی با تجارب پیشینی که موجد مجموعه رفتارهای منبعث از نظام‌های معنایی درونی شدهٔ افراد می‌شود، مرتبط است. به این ترتیب، ایجاد چنین جزء روان‌شناختی با تجارب پیشین تعامل اجتماعی و به طور کلی با زندگی مرتبط و یا نتیجهٔ آن است. در همان حال، این جنبه یا بُعد بیانگر کارکردی خاص در نمودار ۲-۳ است. وقتی که این بُعد روان‌شناختی وارد مدل می‌شود، فرایند ساخت معنا بر روی خلاقیت و پویایی فرد گشوده می‌شود. زمینهٔ درونی را می‌توان بعد واکنشی و فعال فرد به شمار آورد (ر.ک به تفسیر هربرت مید در خصوص نقش «من» در «خود» انسان). این بُعد واکنشی (یعنی «من» (I)) به چیزی واکنش نشان می‌دهد که برحسب قابلیت و دانش اجتماعی فرد ارائه می‌شود که این قابلیت جزء ضروری نظریهٔ مید دربارهٔ «به من» (Me) است. تعامل میان این بعد واکنشی، یا «من» و صلاحیت و شناخت اجتماعی «خود» یعنی «به من» را می‌توان به شرح زیر توصیف کرد:

«بعد واکنشی» خود» یعنی «من» (I) به چیزی واکنش نشان می‌دهد که نتیجهٔ ارتباط بی‌واسطهٔ متون رسانه‌ای با رمزهای مشخص برای رمزگشایی است. اینها رمزهایی است که از نظام‌های معنایی «به من» (Me) بدون واسطه «من» در موقعیت بیرونی مشخصی که در آن ساخت معنا تکوین می‌یابد، به متن ربط پیدا می‌کند.»

این فرایند، به معنای فعلیت یافته منجر می‌شود. چنین معنایی درست به همان ترتیب که شکل گرفته، می‌تواند موضوع و هدف بُعد واکنشی خود و تابع تأملات مجدد واکنش بعدی قرار گیرد. بدین ترتیب، وقتی که نشانه‌ها عملاً مورد استفاده قرار می‌گیرند، ما با زنجیرهٔ بالقوه پایان‌ناپذیری از

دلالت‌گری‌ها مواجه خواهیم شد. همان‌گونه که جریان مورد نظر در توسعه فرایندی مستمر در حوزه اجتماعی تکوین می‌یابد، همان‌گونه نیز معنا در زمینه اجتماعی به نمایش در می‌آید. هیچ نوع محدودیت خاصی بر سر راه فرایند جاری ساخت معنا وجود ندارد. از این لحاظ، به عقیده جنسن (۱۹۹۱-۹۵)، این مدل مفهومی که ناظر به ساخت و شکل‌گیری معناست، شباهت زیادی به دیدگاه پیرس در خصوص دلالت‌گری‌های بی‌پایان دارد. البته به نظر من این مزیت است که آدمی مجبور نباشد برای رسیدن به مرحله به اصطلاح «تفسیر نهایی» پیرس کلنجار رود (جنسن ۱۹۹۵).

رابطه موصوف میان اجزای متعامل در فرایند معناسازی را می‌توان با نمودار دیگری نیز نشان داد (نمودار ۳-۳) که بر ساختار تعامل تأکید دارد.



نمودار ۳-۳- مدل اجمالی برای تبیین چگونگی تعامل اجزای مختلف در وضعیتی که معنا از لحاظ فردی تحقق می‌یابد

روش آگاهی از این نکته که فرد چگونه این نشانه‌ها را پردازش می‌کند و به تصور درمی‌آورد، توجه به

کنش گفتاری و کرداری فرد است. فرد عمل می‌کند و این عمل به نشانه‌هایی تبدیل می‌شود که می‌توانند موضوع و دستمایهٔ جدید ساخت معنا قرار گیرند. وقتی که ساخت معنا در درون فرد شکل می‌گیرد - یعنی بدون تصریح این معنا (معنا به عنوان عامل بالقوه برای عمل در مقابل معنا به عنوان عمل در نمودار شماره ۳-۳) فرد می‌تواند معنای مذکور را فی‌نفسه و به عنوان عامل بالقوه برای عمل مورد تأمل قرار دهد، ولی این معنا به هیچ‌وجه برای فرد دیگری قابل دسترسی نیست. وقتی که پژوهشگر از چگونگی تصور فرد از نشانه یا متنی خاص پرسش می‌کند، فرایندی از بیرونی کردن و بازتاب دادن را شروع می‌کند که اگر این پرسش مطرح نمی‌شد، این فرایند نیز شکل نمی‌گرفت (اگر چه در خلال تعاملات معمولی فرد، ممکن است فرایندهای مشابهی به طور طبیعی شکل گرفته باشد). آغاز چنین واکنش‌هایی می‌تواند به بسط بیشتر معنای فردی از طریق فرایند پیوسته‌ای منجر شود که در بالا توضیح داده شد. همان‌گونه که این فرایند به سیر خود ادامه می‌دهد، معانی آشکار شده، خواه به صورت گفتاری خواه به صورت کنش‌های مختلف دیگر، موجد «متنی» در محدودهٔ خود می‌شود. از طریق تحلیل ساختاری این متون می‌توان به تصویری از فرایند ساخت معنا دست یافت (رجوع شود به واتنو، ۱۹۸۷). این تصویر را می‌توان در سطح گفتمان و مباحث تحلیلی توصیف کرد (جنسن، ۱۹۹۵).

تحلیل تجربی دریافت برنامه‌ها در واقع بررسی یک فرایند است و این بررسی خود همزمان جزئی از فرایندی دیگر است. نتیجهٔ تحلیل تجربی دریافت، روشن شدن این نکته نیست که فرد چگونه برخی چیزها را فی‌نفسه تصور می‌کند، بلکه توصیف نحوهٔ شکل‌گیری معناست و این درست به همان ترتیبی است که پژوهشگر معنا (یعنی همان توصیفات) را به عنوان فرایند ساخت، انعکاس و بیان معنا تولید می‌کند. در هر صورت این فرایند، تحلیل تجربی دریافت پیام را به واقعیت و به شیوه کاربرد نشانه‌ها در تعاملات و ارتباطات اجتماعی نزدیک‌تر می‌سازد. به علاوه، پیش فرض‌های مربوط به کلیت شیوهٔ تعامل اجزای مختلف در فرایند انسانی ساخت معنا، استنتاج برخی نتایج را بر اساس تحلیل‌های تجربی دریافت ممکن می‌سازد که به نظر می‌رسد با چیزی فراسوی موقعیت خاصی که تحلیل در آن شکل می‌گیرد، مرتبط باشد.

هم اکنون می‌توانیم به روندهای خاص بررسی‌های تجربی دریافت بازگردیم. اولین گام تعریف و تحلیل جریان متن‌هایی است که در جریان ساخت فردی معنا به عنوان مرجع از آن استفاده می‌شود. تحلیل متن‌ها، گفتمان‌ها، سبک‌ها و غیره به خلق پیش‌فهمی^۱ از چگونگی قابل درک شدن این متن‌ها

برای افراد مختلف منجر می‌شود. برای مثال، هنگام بررسی برنامه‌های تلویزیون دینی، از پیش مطالب زیادی را درباره‌ی افرادی می‌دانیم که این برنامه را تماشا می‌کنند و نیز می‌دانیم درک و دریافت کلی افراد از این برنامه‌ها چیست و این برنامه‌ها چه نقشی در زندگی آنها ایفا می‌کند. لذا می‌توانیم از بینندگان برنامه‌های دینی انتظار داشته باشیم که برنامه‌ی تلویزیونی دینی را بر اساس الگوهای مشاهده‌کننده که در تحقیقات پیشین ساخته شده‌اند، بر همین اساس، می‌توانیم توقع داشته باشیم که قشرهای مختلفی از بینندگان غیرمسیحی به تماشای برنامه‌های تلویزیون دینی بر اساس الگوهای دیگر بپردازند. این شناخت و آگاهی می‌تواند، به عنوان شاخص و چهارچوبی راهنما در تحلیل تجربی دریافت به کار رود. این چهارچوب شامل موارد زیر است: انتخاب پاسخگویان، طرح پرسش‌های مهم برای پرسش‌نامه‌ها و مصاحبه‌ها و... البته این پرسش که گستره و جهت‌گیری عنصر فردی در فرایند ساخت معنا چگونه بر معنای تحقق یافته تأثیر می‌گذارد، پرسشی است که با داده‌های تجربی باید بدان پاسخ گفت.

زمینه‌ی بیرونی یا استقرار فیزیکی در زمان و مکان را می‌توان به صورت متغیری مورد استفاده قرار داد که کمابیش برای پاسخگویان مختلف متفاوت است. طبق اغلب تحقیقاتی که درباره‌ی دریافت برنامه‌های تلویزیونی انجام شده است، گردآوری داده‌ها در منازل بینندگان صورت می‌پذیرد این نتیجه‌ی طبیعی شرایط تماشای تلویزیون در منزل است که اغلب همراه با دیگر فعالیت‌های روزمره صورت می‌گیرد. مطابق نتایج تحقیقاتی که از این رویکرد برای مطالعه‌ی فرایند دریافت برنامه‌ها استفاده کرده‌اند، توضیح وجوه و شئون خاص بافت‌ها و زمینه‌های مختلفی که در آن تماشای تلویزیون صورت می‌پذیرد - یعنی اتاقی که تلویزیون در آن قرار دارد، شخص بیننده، برنامه‌ای که تماشا می‌شود، افراد دیگری حضور دارند، فعالیت‌های روزمره‌ای که بینندگان همزمان با تماشای برنامه‌ها انجام می‌دهند و نوع تعاملات انسانی‌ای که هنگام تماشا انجام می‌پذیرد - نکته‌ی پراهمیتی است (جنسن، ۱۹۹۴). اهمیت زمینه‌ی بیرونی را می‌توان به روشنی در تحلیل تجربی دریافت توضیح داد. اگر متغیرهای خاص در زمینه‌ی بیرونی، بخشی از استراتژی روش‌شناسانه به شمار آید، مثلاً اگر پاسخگویان مشابه در موقعیت‌ها و مکان‌های متفاوتی به تماشای برنامه‌ای مشخص بپردازند، بررسی معنای تحقق یافته می‌تواند به ارائه اطلاعات درباره‌ی اهمیت زمینه‌ی بیرونی، به عنوان عاملی مؤثر بر شکل‌گیری معنا، بپردازد.

مجموعه‌ی رفتارهای فردی منبعت از نظام‌های معنایی درونی شده در تحلیل تجربی دریافت می‌تواند به شیوه‌ای مشابه با پس‌زمینه‌ی سنتی متغیرها در تحقیقات جامعه‌شناختی، به صورت عملی درآید. این نکته در جریان بررسی دریافت برنامه‌ها، دل‌بستگی‌های خاص تحقیقات جامعه‌شناختی را در زمینه‌ی

ساختار و توزیع قدرت در جامعه آشکار می‌کند. از آنجا که آدمی تحت شرایط و دریافت‌های اجتماعی خاص زندگی کرده است و می‌کند، با برخی آداب و رسوم جامعه نیز آشنایی می‌یابد. افراد از طریق فرایند جامعه‌پذیری رمزهای خاص و قوانین و قواعد متعارف رمزگشایی را درونی می‌کنند و این قابلیت اکتسابی، ورود فرد در تعامل اجتماعی را در بافت‌های اجتماعی همگون و تحت شرایط اجتماعی مشابه ممکن می‌سازد. به واسطهٔ تجارب پیشین در فرایند تعامل اجتماعی است که افراد به بسط مفهوم «به من» (ME)، که مورد نظر هربرت مید است، می‌پردازند. اگر بخواهیم این موضوع را طبق چهارچوب نظری ارائه شده فعلی تحلیل کنیم، باید بگوییم که متغیرهای پس‌زمینه‌ای جامعه‌شناختی سنتی - مثلاً جنس، سن، آموزش و تربیت، سطح درآمد، عناصر مختلف در دوران کودکی و بزرگسالی، فعالیت‌ها و عملکردهای دینی و سیاسی - اطلاعات مشابهی در خصوص فرایند جامعه‌پذیری فرد ارائه می‌کنند. از آنجا که در فرایند فردی ساخت معنا، مجموعهٔ درونی شده نظام‌های معنایی اکتسابی به عنوان نقطهٔ شروع مورد استفاده قرار می‌گیرد، متغیرهای پس‌زمینه‌ای جامعه‌شناختی سنتی نظرات خوبی دربارهٔ اینکه چگونه و چرا افراد مختلف پاسخ‌های خود را با معانی درونی شده متفاوتی ارائه می‌کنند، در اختیار ما می‌نهند.

این متغیرهای پس‌زمینه‌ای (یعنی آن چیزهایی که این متغیرها بر حسب مجموعهٔ نظام‌های معنایی درونی شده به جای آنها قرار می‌گیرند) ممکن است به تولید فرضیه‌های معتبری دربارهٔ پیوند میان تفاوت در پس‌زمینه‌ها و تفاوت در معانی تحقق یافته فردی منجر شوند، اما نمی‌توانند به طور قطعی پیش‌بینی کنند که هر فرد خاص، در لحظه‌ای خاص چگونه از مجموعهٔ نظام‌های معنایی درونی شدهٔ خود استفاده می‌کند. می‌توان دریافت که فرد چگونه از مجموعهٔ یاد شده استفاده کرده است. بررسی‌های کمی که در آن متغیرهای پس‌زمینه‌ای مربوط به برداشت‌های مختلف از متون رسانه‌ای همبستگی نشان می‌دهد، تنها می‌تواند تصویری خام از اهمیت عوامل پس‌زمینه‌ای خاص برای پردازش این متن خاص عرضه کند. رویکردهای کیفی می‌تواند این نکته را آشکار کند که چرا و چگونه افراد مختلف از مجموعه نظام‌های معنایی خود به شیوه‌های مختلف استفاده کرده‌اند. رویکرد کمی‌گرا دارای این مزیت است که دربارهٔ توزیع کمی برداشت‌های مختلف اطلاعاتی می‌دهد. اطلاعاتی که می‌تواند در سطوح مختلف تولید شود. رویکرد کیفیت‌گرا دارای این مزیت است که می‌تواند فارغ از الگوهای کلی ساخت معنا، درک برداشت‌ها را ممکن سازد.

عملیاتی کردن آخرین جزء نمودار ۲-۳، یعنی زمینهٔ درونی، طبق چهارچوب جامعه‌شناختی تحلیل تجربی متن حاضر پیچیده‌تر از بقیه است. امکان اندازه‌گیری شیوه‌ای که در آن بروز احساسات، انگیزه‌ها و

توانایی فرد برای واکنش نشان دادن به وضعیتی که در آن ساختار معنا شکل می‌گیرد (به غیر از آن چیزی که انحراف فرد را نیز قابل فهم می‌سازد)، خارج از حوزه بررسی این فصل است. با وجود این، زمینه درونی، یعنی بخش اصلی و حیاتی نمودار شماره ۳-۲، بیانگر بعد واکنش و عکس‌العمل فرد است. اگر وجود این بعد «درونی» نبود، شکل‌گیری معنا می‌توانست به فرمولی تقلیل پیدا کند که شامل متن، محیط بیرونی و پس‌زمینه فرد و جنبه و قابلیت اکتسابی معنا باشد. اگر برای بعد واکنشی افراد نبود، «من» فرد یا معنای تحقق یافته فردی برابر با معنای اجتماعی بود، نه بیشتر. با وارد کردن ابعاد واکنشی و انعکاسی «من»، ما مثلاً بین جنبه مفروض اجتماعی و جنبه فعال ذات فردی نوعی گفت‌وگو و ارتباط ایجاد می‌کنیم.

با تحلیل دریافت به روش تجربی، می‌توانیم اهمیت زمینه درونی را بر اساس برداشت‌های مختلف افرادی که از دیگر جهات همگون هستند، اندازه‌گیری کنیم. همچنین می‌توانیم تأملات فرد را در آن چیزی که او بیان می‌کند، کنترل و تنظیم کنیم. این درست شبیه مصاحبه‌ای است که در آن نحوه گفت‌وگوی فرد با خودش و نیز نحوه بسط و گسترش مستمر معنایی را که اظهار می‌شود، دنبال می‌کنیم. یک موضوع مرتبط با فرایند تعامل میان مجموعه معنای فردی و زمینه درونی باقی می‌ماند که باید مورد آزمایش قرار گیرد و آن این است که تحت چه شرایطی، فرد به برداشت یک متن رسانه‌ای که بازتابی از معنای اجتماعی و عرفی است، واکنش نشان نمی‌دهد؟ تحت چه شرایطی تعامل بین «من» و «به من» به واکنش‌ها و معانی اظهار شده‌ای منجر می‌شود که محصول راهبردهای نوآورانه و خلاقانه ساخت معناست؟ ابتدایی‌ترین و نیز بدیهی‌ترین پاسخ این است که این رویدادها زمانی به وقوع می‌پیوندند که چیزی درباره معنا وجود دارد که حداقل به نظر می‌رسد که برای پاسخگویان دیگر، با پس‌زمینه‌های مشابه، نزدیک‌ترین و فوری‌ترین معناست، اما آنان را راضی و اقناع نمی‌کند. (ر. ک. گی‌یر^۱، ۱۹۸۹). نیازی به درک این نارضایتی نیست. یعنی ضرورتی ندارد که این نارضایتی محصول تعامل کامل میان «من» و «به من» باشد. این نارضایتی یک جزء لازم در فرایند تعامل میان «من» (I) و «به من» (Me) است و برای فرایندی که به معنای تحقق یافته غیر منتظره‌ای می‌انجامد حیاتی و ضروری است. بنابراین، اگر معنای قراردادی که بی‌واسطه از طریق «به من» عرضه می‌شود از برخی جهات مشکل‌آفرین به نظر می‌رسد، بُعد واکنشی «من» تفاسیر جدیدی را می‌طلبد. حتی اگر اصولاً بحث کردن راجع به این موضوع که چگونه ابعاد گوناگون درون - روان‌شناختی^۲ در آن شرایط تصمیم‌گیری می‌کند ممکن باشد، تحت چه شرایطی بُعد

1. Geyer

2. intrapsychological

واکنشی فرد، معانی موسوم به قراردادی^۱ را دشوار خواهد یافت؟ البته این بحث خارج از موضوع مقاله حاضر است. در اینجا از شناخت فرایند شکل‌گیری معنا در نزد فرد، به عنوان نقطهٔ تلاقی قواعد و عرفیات اجتماعی و واکنش‌های ذهنی، فراتر نخواهیم رفت.

همان گونه که بیان شد، چهارچوب مطرح شده درخصوص تحلیل دریافت برنامه‌های مذهبی در دو کشور به کار گرفته شده است (لیندرمن، ۱۹۸۷، ۱۹۹۶). اولین مورد، بررسی برنامهٔ پخش موسیقی مذهبی از سوی فرقه پنجاهه در سوئد بود. این بررسی در وهلهٔ اول معطوف به توضیح اهمیت آشنایی قبلی بینندگان با پیام‌های دینی بود (یعنی تجارب قبلی که به درونی شدن نظام‌های معنایی دینی منجر می‌شود). در این بررسی معلوم شد که بینندگان با توجه به داشتن تاریخ و زندگی مذهبی، پیام برنامه‌ها را ناظر به فلاح و رستگاری، زندگی ابدی و غیره به شمار آوردند. به این ترتیب، این بینندگان برنامه‌ها را وهله اول برنامه‌هایی برای هدایت بینندگان غیرمذهبی قلمداد می‌کردند. از سوی دیگر، بینندگان غیرمذهبی بدون داشتن تجارب مذهبی قبلی تصور می‌کردند که برنامه‌های یاد شده برای «سرگرمی و تفریح» عرضه شده است و مورد علاقهٔ کسانی است که معمولاً به کلیسا می‌روند (یعنی کسانی که فکر می‌کنند موسیقی مذهبی و آداب کلیسا، فعالیت‌هایی سرگرم‌کننده در اوقات فراغت است). بنابراین، بینندگان غیرمذهبی فکر می‌کردند که برنامه‌ها در بادی امر برای افراد مذهبی تهیه و تولید شده است. خلاصه هر دو دسته از بینندگان (مذهبی‌ها و غیرمذهبی‌ها) تصور می‌کردند که برنامه‌های مذکور برای گروه مقابل تهیه شده است. می‌توان حدس زد که این نحوه از شکل‌گیری معانی در نزد افراد، برای تهیه‌کنندگان برنامه نتیجهٔ قابل‌انتظاری نبود.

در دومین مورد، توجه تحقیق معطوف به معنایی بود که از لحاظ فردی تحقق پیدا می‌کند و بیرون از الگوهای تفسیری که می‌توان انتظار داشت قرار می‌گیرد. برنامهٔ تلویزیونی دینی محافظه‌کارانه‌ای دربارهٔ وضعیت آفریقای جنوبی و نیز چگونگی فراگیری شدن جنبش احیای دینی در کل آن کشور، برای دانش‌آموزان امریکا و سوئد نمایش داده شد [۲]. تعداد کمی از این دانش‌آموزان معانی‌ای عرضه کردند که با الگوهای کلی ساخت معنا متفاوت بود. اغلب دانش‌آموزان مسیحی امریکایی برنامه را قابل قبول و آگاهی‌بخش دانستند، اما برخی از آنها محتوای این برنامه را نادرست و فریبنده خواندند و آن را رد کردند. این دانش‌آموزان در ارزیابی برنامهٔ دینی مذکور از رویکردی انتقادی استفاده کردند که برای نقد تلویزیون تجاری به کار می‌رود. از سوی دیگر، اگر چه اکثر دانش‌آموزان غیرمذهبی برنامه را باورکردنی و قابل اعتماد

ندانستند، برخی از آنان برنامه را تا حدودی واجد اهمیت و اعتبار قلمداد کردند یکی از علل وجود این دیدگاه مثبت در میان برخی از دانش‌آموزان غیرمذهبی، این است که آنها برای برنامه‌های تلویزیون معنا و اهمیت خاصی قائلند که تا حدودی مرتبط با شکل و طرح برنامه‌های مستند است.

در نتیجه، به نظر می‌آید که تأکید بر شیوه‌ای که مخاطب از طریق آن متأثر از تلویزیون دینی به تشکیل معنا اقدام می‌کند، نه تنها بیانگر تأثیرگذاری این نوع تلویزیون بر اذهان مخاطبان مختلفی است که این برنامه‌ها را معنادار دریافت می‌کنند، بلکه بیانگر ویژگی‌هایی کلی است که مخاطبان گوناگون به این رسانه نسبت می‌دهند. بنابراین، نتیجه چنین تحقیقاتی را نه تنها می‌توان در بحث راجع به تأثیر دین - رسانه در زمینه گفتمان مذهبی سنتی و رفتارهای مذهبی به کار برد، بلکه می‌توان از این مطالعات در زمینه مباحث کلی‌تر مربوط به نقش تلویزیون نیز استفاده کرد. بدین ترتیب، مطالعات معنا محور درباره چگونگی فهم و تصور مردم از دین در تلویزیون، تحقیقی است که درست در نقطه پیوند تحقیقات دینی و رسانهای قرار گرفته است.

یادداشت‌ها

- ۱- این فصل از پایان‌نامه دکترای من با عنوان دریافت برنامه‌های تلویزیون مذهبی: کاربرد نشانه‌شناسی اجتماعی در مطالعه موردی تجربی (۱۹۹۶) برگرفته شده است. تهیه این مقاله با کمک شورای پژوهش‌های علوم انسانی و اجتماعی^۱ سوئدی میسر شد (مرجع شماره ۴۶۳۶/۹۵).
- ۲- برای تحلیل محتوا به گاستافسون^۲ (۱۹۹۴) رجوع کنید. در زمینه مطالعات دریافت برنامه در آفریقای جنوبی به آرنسن و گاستافسون (۱۹۹۶) رجوع کنید.

1. Swedish Council For Research in The Humanities and Social Science

2. Gustafasson

مراجع

- Arntsen, H., & Gustafsson, O. (1996, January). Weathering the shifting currents: Positioning of self vis-a-vis the religio-politico rhetoric of the new religious political right: A case study from Durban, South Africa. Paper presented at the Media, Religion, and Culture Conference, University of Colorado, Boulder.
- Block, E. (1982). *Frihet, jämlikhet och andra värden*, Svensk inrikespolitisk debatt på dagstidningarnas ledarsidor 1945-1975. Lund: Studentlitteratur.
- Durkheim, E. (1965). *The elementary forms of the religious life*. New York: Free Press.
- Fiske, J. (1987). *Television culture*. London: Methuen.
- Fiske, J. (1991). *Semiological struggles*. in J. Anderson (Ed.), *Communication yearbook*, Vol. 14, pp. 33-39. Newbury Park, CA: Sage.
- Geyer, K. (1989), *Att dana människor*. Unpublished doctoral dissertation, Department of Theology, Uppsala University, Sweden.
- Giddens, A. (1984). *The constitution of society*. Berkeley: University of California Press.
- Gustafsson, O. (1994). A progress report on the analysis of the video: The Other South Africa. In A. Linderman (Ed.), *Conference papers: Media, religion and culture*, May 24-26, 1993. Department of Theology, Uppsala University, Sweden.
- Hoover, S.M. (1988). *Mass media religion: The social sources of the electronic church*. London: Sage.
- Jensen, K.B. (1991a). *Reception analysis: Mass communication as the social production of meaning*. In K.B. Jensen & N.W. Jankowski (Eds.), *A handbook of qualitative methodologies for mass communication*

- research*, (pp. 135-148). New York: Routledge.
- Jensen, K.B. (1991b). *When is meaning?* communication theory, pragmatism and mass media reception. In J.Anderson (Ed.), *Communication yearbook* Vol. 14, (pp. 3-32). Newbury Park, CA:Sage.
- Jensen, K.B. (1994, July). *News of the world: Preliminary findings and theoretical implications*. Paper presented at the 19th Conference of the International Association for mass communication Research, Seoul, Korea.
- Jensen, K.B. (1995). *The social semiotics of mass communication*. London: Sage.
- Linderman, A. (1987, December). *Vadå Kommunikation*. Paper presented to the Seminar for the Sociology of Religion, Department of Theology, Uppsala University , Sweden.
- Linderman, A. (Ed.). (1994). *Conference papers: Media, religion and culture, May 24-26, 1993*. Department of Theology, Uppsala University.
- Linderman, A. (1996). *The reception of religious television: Social semeiology applied to an empirical case study*. Acta Universitatis upsaliensis Psychologia et Sociologia Religionum 12. Stockholm: Almqvist & Wiksell International.
- Mead, G. H. (1962). *Mind, self, & society from the standpoint of social behaviorist*. (W. Morris, Ed.). Chicago: University of chicago Press. (originally published 1934).
- Morley, D. (1992). *Television, audiences & cultural studies*. New York: Routledge & Kegan Paul.
- Newcomb, H. M. (1991). *The search for media meaning*. In J. Anderson (Ed.), *communication yearbook*, vol. 14, (pp. 40-47). Newbury Park, CA:Sage.
- Pettersson , T. (1975). *The retention of religious experiences*. Stockholm: Almqvist & Wiksell International.

- Tomaselli, K. G., & Shepperson, A. (1991), *Popularising semiotics*. Communication Research Trends, 11 (2), 2-20.
- White, R.A. (1994). Audience "interpretation" of media : Emerging perspectives. *Communication Research Trends*, 14(3), 3-32.
- Wuthnow, R. (1987). *Meaning and moral order: Explorations in cultural analysis*. Berkeley: University of California Press.

فصل چهارم

رسانه‌ها و شکل‌گیری حوزه عمومی دینی

استوارت ام. هوور

حوزه دین همواره برای دانشجویان رشته رسانه‌ها مشکل‌آفرین بوده است. گواه این سخن پژوهش‌های نسبتاً اندکی است که به ارتباط میان دین و رسانه اختصاص یافته است. صرف‌نظر از سلسله بررسی‌های نسبتاً جامع درباره پدیده تلویزیون دینی (هوور، ۱۹۸۸؛ هورسفیلد، ۱۹۸۴؛ پک، ۱۹۹۳؛ شولتز، ۱۹۸۸)، دین نقطه کور و مبهمی در تحقیقات رسانه‌ای بوده است (هوور، ۱۹۹۵؛ هوور و نتورلی، ۱۹۹۶).

برای این وضعیت می‌توان دلایلی هم روشن و هم مبهم برشمرد. تحقیقات رسانه‌ای در بخش غالبی از تاریخ خود، تحت سیطره الگوها و روش‌های تجربه‌گرایی - اثبات‌گرایی قرار داشته که عمیقاً متعهد به تفکرات و مقبولات عقل‌گرا و غیردینی بوده است. به بیان ساده‌تر، الگوهای تحقیقات رسانه‌ای اولیه نشان می‌دهد که این تحقیقات در تقابل با روش تبیین غیرتجربی و نیز پدیده‌های غیرعقلانی قرار داشته است. حذف و کنار گذاشتن دین از تحقیقات نظری و تجربی امر به اصطلاح عاقبت‌طلبانه‌ای بوده است، زیرا از برخی موضوعات مناقشه‌برانگیز اجتناب می‌شده است. یکی از این موضوعات این واقعیت است که دین برای محققان رسانه و نیز برای روزنامه‌نگاران همیشه یک مشکل بوده است. یعنی در موارد و سطوح مختلفی، دین همواره روش‌های تحقیقی را به چالش می‌گیرد که برای شیوه‌های عقلانی پژوهش در نزد هر دو صنف اهمیت دارند.

هم‌اکنون این وضعیت به دو دلیل مرتبط تغییر کرده است: یکی آنکه محدود بودن ساده و آسان دین به حوزه خصوصی که برگزیده‌مان عمومی تأثیر داشته (و به‌گفتمان علمی نیز تمعیم یافته)، در دوران جدید در حال رنگ باختن است. طرح سیاست‌های دینی در شمال صنعتی و گسترش دوباره نزاع‌های قومی - مذهبی در دیگر نقاط، مذهب را در کانون مباحث عمومی قرار داده است.

دلیل دوم که شاید مهم‌تر هم باشد، این است که حوزهٔ تحقیقات آغاز به تحول و تکامل در راه‌هایی کرده است که مسائل مربوط به دین را در پیش روی ما قرار داده است. در حوزهٔ تحقیقات رسانه‌ای این حرکت از تهاجم پژوهش فرهنگی به حوزه معنا و هستی‌شناسی ناشی شده است (هوور، ۱۹۹۵). آن چیزی که «فرهنگ جمعی غیرجمعی»^۱ (یا دین) خوانده می‌شود، ضرورتاً در تحقیقاتی به کار می‌رود که به بعد هستی‌شناسی و آیین‌ها و آداب و رسوم زندگی معمولی و روزمره توجه داشته‌اند. این تحقیقات اندک تاکنون در شرایط گذرایی به بررسی مسائل مربوط به دین پرداخته‌اند.

درحوزهٔ دین‌پژوهی عموماً عزم بر فهم ارتباط دین و رسانه بیشتر مطرح می‌شود. آنچه که وارنر (۱۹۹۳) رویکرد «الگوی جدید» در دین‌پژوهی می‌نامد، به بفرنج کردن فرایندهٔ حوزه زندگی خصوصی و گنجاندن آگاهی معاصر در چهارچوب فرهنگ کالایی و رجحان دادن الگوها و رویه‌های تجربی در حوزهٔ کنش فردی بر امتیازات نهادی می‌انجامد (آلبانیز، ۱۹۹۳؛ مارتی، ۱۹۹۳؛ روف، ۱۹۹۳).
 همهٔ دین‌پژوهان به طرح سؤالاتی دربارهٔ سهم و نقش احتمالی رسانه‌ها در تکوین آگاهی دینی معاصر پرداخته‌اند:

«به نظر می‌رسد در حوزهٔ فرهنگ به معنای وسیع آن، مسائل مربوط به ایمان و معنویت عمومیت یافته است. برنامه‌های تلویزیونی، رمان‌ها، داستان‌های مندرج در مجلات و مقالات روزنامه‌ها اکنون به پژوهش‌های دینی و معنوی نسلی توجه جدی نشان می‌دهند که به ایمان اخلاقی که از بزرگ‌ترهایشان به ارث رسیده است، بی‌اعتنا و بی‌اعتماد شده‌اند» (روف، ۱۹۹۳).

اما این پرسش‌هایی است که در این مرحله مطرح شده است و با وجود چنین دلواپسی‌هایی، توجه بسیار کمی به رسانه‌ها معطوف شده است. التزام به این «الگوی جدید» یا رویکرد نوساخت‌گرایی^۲ (آن گونه که روف ۱۹۹۳ می‌نامد) بعید است که همگانی شود. در جایی که موجودیت‌ها و ساختارهای نهادی حاکمند، این عقیده که رفتار دینی به صورت روزافزون جنبهٔ فردی پیدا کرده و از جنبهٔ مدنی یا جمعی آن کاسته شده، عقیده‌ای مناقشه‌برانگیز است. بلا و دستیارانش در شمار برجسته‌ترین منتقدان این تحول قرار دارند و معتقدند که فردگرایی و اختیارگرایی^۳ در مسائل ایمانی و اعتقادی، بیش از آنکه معتبر و مطلوب به شمار آیند، مسائلی هستند که باید از بروز آنها متأثر و متأسف بود (روف، ۱۹۹۳).

1. unpopular popular culture

2. neostructuralism

3. volunterism

الگوهای در حال تکامل

حرکت از وضعیتی تاریخی که در آن روابط دین و رسانه‌ها مبهم و مشکل‌زا بوده و در یک چهارچوب دوگانه‌ای بدان پرداخته شده است (برای بحث کامل‌تر به کلارک و هوور در همین کتاب رجوع کنید) و نیز اجرای هنرمندانه تحقیقی جدید دربارهٔ دین و رسانه، چالشی بزرگ و پیچیده است اما عزم و اراده موجب پیشرفت ما می‌شود.

ما از منظر این پیشرفت‌ها، به وضوح در مقطعی پسامدرن قرار داریم که در آن الگوهای گفتمان و درک فرهنگی در حال تحول و تکامل است. از جمله مهم‌ترین ادعاهای مطرح شده برای توصیف پسامدرنیسم، ادعای مربوط به مشی آن مبنی بر ساخت و مصرف نمادین^۱ است. در این دوره، هر دو مورد مذکور هم ختم جهان‌بینی‌های تمامیت‌خواه و جبرگرا را اعلام می‌کنند و هم قدرت فرد را برای ساختن نمادهای فرهنگی در قالب الگوهای برجسته شخصی و بی‌همتا به رسمیت می‌شناسند (جیمسون، ۱۹۸۴). این فرایند اساساً فرایندی اختصاصی است و همان‌گونه که در اعمال دینی معاصر به چشم می‌خورد، در دو بعد امتداد می‌یابد: اول اینکه با ایجاد پیوندی نمادین در وقایع تاریخی عینی و واقعی و ادراک شده در طول زمان حرکت می‌کند. این نکته در توصیفی که مارتی و آپل بای^۲ (۱۹۹۲) از بنیادگرایی معاصر عرضه کرده‌اند خاطر نشان شده است. دوم اینکه در امتداد مکان حرکت می‌کند و عناصری را از اقوام، زمینه‌ها و سنت‌های دیگر به صورت جهان‌بینی انسجام یافته‌ای در تجربه فردی وارد می‌سازد. مطالعه بر روی موضوع به اصطلاح «ادیان عصر جدید» در غرب صنعتی (آلبانیز، ۱۹۹۳) روشن‌گر بعد اخیر است.

شناخت این ویژگی‌های آشکار ما را از تصورات و دیدگاه‌های عینی ماهیت تجربهٔ دینی دور می‌سازد. این سرمشق جدید دین‌پژوهی بیش از ویژگی‌های نهادی‌اش به ریشه داشتن دین در تجربهٔ شخصی و فردی توجه نشان می‌دهد و شگفت‌آور اینکه با یادآوری ظرفیت‌های مشابه در حوزه دانش و تحقیقات رسانه‌ای، پژوهشگران مذهبی اینک خود را با «پیام‌گیران» (اعمال دینی) رو به رو می‌بینند، نه تهیه‌کنندگان متون (مؤسسات دینی).

«الگوی جدید» تا حدودی ریشه در به اصطلاح مدل انتخاب یا طرز ارائه‌ای دارد که اینا کون^۳ (۱۹۹۱) (فینک و اینا کون، ۱۹۹۳) ارائه کرده است. این رویکرد تحت تأثیر نظریه‌های اقتصادی به جای

1. Symbolic Consumption
3. Iannaccone

2. Appleby

امتیازات، سوابق و نهادهای مذهبی، بر موقعیت فرد و انتخاب وی تأکید می‌ورزد. به علاوه، الگوی جدید، ریشه‌های خود را در شیوه‌های جدیدی که با روش کمیته‌گرایی در تعارض است - یعنی رویکردهای فرهنگ‌گرا، تأویل‌گرا - می‌جوید (امرمان^۱ ۱۹۸۷، ۱۹۹۰؛ روف، ۱۹۹۲؛ استیسی و جرارد، ۱۹۹۰؛ واتنو، ۱۹۹۲). روف (۱۹۹۳) با توجه به نهادها، اهمیت این نقطه عطف را توضیح می‌دهد:

«واژه‌ای که به کار می‌برم، یعنی واژهٔ تجدید ساخت، نشان‌دهندهٔ آن است که حرکت به فراسوی استدلال‌های رایج دربارهٔ زوال دین در میان جامعه‌شناسان را به سود آن چیزی که به نظر من تفسیر ظریف‌تری از دین در امریکا باشد، ترجیح می‌دهم. رویکرد من... مسائلی چون اراده‌گرایی و ابداع و سرزندگی پیوسته در فرهنگ دینی امریکا و نیز فواصل عرضه را بر تقاضا مرجع می‌داند.» این رویکرد بسیاری از روش‌های سنتی برداشت از دین را به مبارزه می‌طلبد، البته شاید هیچ‌کدام بیش از مفهوم تعلق^۲ به مبارزه گرفته نشده باشند. یعنی ادیان به طور سنتی پیروی از رسوم و عقاید دینی و وفاداری را تا حدی به پیروان خود تحمیل می‌کنند و فهم و درک اجتماع از دین علی‌الاصول مؤید و موجد این ویژگی است. در آن برداشت از دین که رفتار فردی را بر مشارکت جمعی ترجیح می‌دهد، برای اصل تعلق چه اتفاقی می‌افتد؟

همان‌گونه که روف (۱۹۹۳) و دیگران تأیید و تصدیق می‌کنند، وفاداری نهادی، ویژگی و خصلتی ضروری برای مشارکت فرهنگی و اجتماعی نیست. همهٔ اعمال و رفتارهای فرهنگی، از جمله آیین‌های فرهنگی، دارای ساختی اجتماعی‌اند. این دیدگاه جدید در مورد دین، ایجاد فرهنگ دینی را بدون جهان نمادها، اگر مایلید بگویم فهرستی از نمادها، که ممکن است شامل ادعاهای نمادین ادیان تاریخی و مشهور باشد یا نباشد، ممکن می‌سازد به تکوین ساختارهای مشروع و قائم به ذات می‌انجامد. وارنر (۱۹۹۳) به دیدگاه‌های معارزی که برای مثال در آثار اولیهٔ بلا و دیگران در اواسط دههٔ ۱۹۸۰ تصریح شده است، چنین پاسخ می‌دهد:

«نویسندگان کتاب عادت‌های دل^۳ (بلا و دیگران ۱۹۸۵) به شیواترین وجه برای گرایش‌های فردی مرثیه‌سرایی کرده‌اند، اگر چه می‌دانند که امریکایی‌ها قطع نظر از اینکه چگونه فردگرایانی هستند، در جستجو و طلب کسان دیگری هستند که همفکر آنان باشند. آنها می‌ترسند که انجمن‌های تأسیس شده تنها چهارچوب‌های سبک زندگی به اصطلاح تحت محاصره باشند و این عبارتی است

1. Ammermann

2. Belonging

3. Habits of the Heart

که نویسنندگان مذکور به طور تلویحی کم‌عمقی و خودپسندی دوجانبه و متقابل را از آن قصد می‌کنند... [آنها یادآوری می‌کنند که] دربارهٔ اجتماع و سنت یک فرض وجود دارد. سنت و جماعت به طور طبیعی موضوع انتخاب فرد نیستند.

من در صدد ناموجه شمردن دغدغه و دل‌بستگی‌های بلا و همکارانش نیستم. البته شواهد و قرائن قابل توجهی در این مورد وجود دارد که بدعت‌گذاران و متحول‌کنندگان دینی از لحاظ اخلاقی جدی و مقیدند.»

بنابراین، ما می‌مانیم و دیدگاهی در حال تحول دربارهٔ ماهیت اعمال دینی معاصر که با برداشت ما از رابطهٔ دین و رسانه‌ها مغایر است و غالب تحقیقاتی را که قبلاً در حوزه دین‌پژوهی و تحقیقات رسانه‌ای انجام شده تلویحاً به چالش می‌گیرد. این دیدگاه، رویکرد موجود در بررسی رسانه‌های دینی را، که تنها بر معانی مورد نظر^۱ یا برداشت‌های مرجح^۲ تهیه‌کنندگان دینی تأکید می‌ورزد، به عنوان رویکردی ناکارآمد به چالش می‌گیرد و نیز با این تصور و عقیده مخالف است که رسانهٔ دینی مقوله‌ای است که به طور کلی دارای مرز مشترک با متونی است که یا گروه‌های مذهبی تولید آنها را به عهده دارند یا دارای مقاصد دینی هستند.

به سوی انسان‌شناسی دینی مخاطب

نیاز ما انسان‌شناسی دینی مخاطب است که در موازات انسان‌شناسی‌های عقلانی‌تری قرار می‌گیرد که به واسطهٔ تجربی‌گرایی مابعد پوزیتیویسم فرهنگ‌گرا بسط یافته است (مقایسه کنید با فیسکه، ۱۹۸۷؛ هابسون، ۱۹۸۰، ۱۹۸۲، ۱۹۹۰، لیپس و کاتز، ۱۹۹۳؛ لول، ۱۹۸۰، ۱۹۸۸؛ موزلی، ۱۹۸۶، ۱۹۸۹، ۱۹۹۲). مبانی این انسان‌شناسی هم اکنون در دانش و تحقیقات موجود مشهود است.

این انسان‌شناسی می‌تواند با تمرکز به تفکر مربوط به مخاطب به مثابه کنش فرهنگی و اجتماعی آغاز شود. همان‌گونه که اتما^۳ و ویتنی^۴ (۱۹۹۴) خاطر نشان ساخته‌اند، «مخاطب بودن» (سیلورستون، ۱۹۹۳) را می‌توان هم نمادین و هم از لحاظ فرهنگی سازنده تصور کرد. به واسطهٔ استفاده از متون و کاربرد آنها به هویت خود پی می‌بریم. متون و رسانه‌ها اینک به مثابه نقشه‌ها و طرح‌های مهمی عمل می‌کنند که از طریق آنها ما خود را در چشم‌اندازهای جهانی و بومی می‌بینیم. نمی‌توانیم از گستره‌ای که مخاطبان بر اساس آن شکل می‌گیرند (اتما و ویتنی، ۱۹۹۴؛ سیفرت^۵، ۱۹۹۴) و نیز از مسائل مرتبط با قدرت که هنوز

1. Intended Meaning

2. Preferred Reading

3. Et tema

4. Whitney

5. Seifert

در این حوزه به طور کامل حل نشده‌اند، غفلت بورزیم (وایت، ۱۹۹۴). با این حال، می‌توانیم با در نظر گرفتن این فرض که در جایگاه عمل مخاطب، کنش و فعالیت ساختاری فرهنگی به وقوع می‌پیوندد، رو به جلو حرکت کنیم.

پس ما مخاطب هشیار و فعالی داریم و می‌توان گفت که این مخاطب به شیوه‌ای عمل می‌کند که متضمن گزینش، تناسب و دخل و تصرف در مضمون و محتواست (هال، ۱۹۸۲) و همزمان این نکته را درک می‌کند که دایرهٔ انتخاب‌های وی نامحدود نیست. بنابراین، متون زیاد تعیین‌کننده نیستند و انتقال قدرت فرهنگی در موضع مصرف رخ می‌دهد. این به مبهم شدن دو عنصر از مقبول‌ترین مدل‌های ارتباطات جمعی می‌انجامد: یکی نقش نهادها و مزیت‌های آنها و دیگری نقش متون و تعیین‌کنندگی آنها. با تأمل در گذشته و دربارهٔ آنچه که قبلاً در روش پژوهش در باب دین و رسانه‌ها اعمال شده و اتفاق افتاده، می‌توانیم فوراً دل مشغولی و محدود و مقید بودن به این پیش‌فرض‌های مبتنی و نهادی را دریابیم. کل اسلوب و روش مطالعهٔ نمونه‌وار تلویزیون دینی، در مسئلهٔ روابط میان این روحانیون (تلویزیون دینی) و نهادهای اجتماعی و دینی موجود خلاصه شده است (هادن و سوان، ۱۹۸۱؛ هورسفیلد، ۱۹۸۴). به علاوه، منزلت متون و سبک‌های تلویزیون دینی به طور کلی و از هر لحاظ با مراجعه به دعاوی تاریخی کلیساها و هیئت‌های دینی مورد توجه قرار گرفته است (فور، ۱۹۹۰؛ شولتز، ۱۹۸۷).

غالب آثار دیگر دربارهٔ دین و رسانه‌ها (ر.ک سوکاپ^۱، ۱۹۸۹) به صورت نهادی و بیشتر عمل‌گرایانه شکل و تکیه یافته‌اند و تقریباً از طریق شرح و توضیح، تلاش خود را بر نهادها و معانی ملحوظ در متون و سبک‌ها متمرکز ساخته‌اند. مخاطب و عمل مخاطب به ندرت مورد توجه قرار گرفته و لحاظ شده است. نظریهٔ مابعد اثبات‌گرایی رسانه‌ها، با توجه به اعتبارش، بر مخاطب تأکید می‌ورزد اما از لحاظ درک مسائل مربوط به معنا-درموردی که گرایش فرهنگ‌گرا در حوزهٔ تحقیقات رسانه‌ای باید به کلیت و شکل‌گیری معنا در فرایندهای رسانه‌ای - فرهنگی توجه نشان دهد - اقعان‌کننده و رضایت‌بخش نبوده اما برعکس به آن بخش‌هایی از تجربهٔ انسان توجه نشان داده است که فراتر از حوزهٔ عقلانیت و واقعیت است و ما را به گونه‌ای که تنها تا حدودی از ماهیت و گسترهٔ تعامل مخاطب با حوزهٔ رسانه‌ها آگاهی یافته‌ایم، وامی‌نهد (هورر، ۱۹۹۵).

معنای «الگوی جدید» در دین پژوهی

تصور و تلقی وارنر (۱۹۹۳) از «الگوی جدید» در دین پژوهی، باب طیف وسیعی از مباحث را بر نظریه اجتماعی هنجارگرا و درک و فهم آن از فرایند تحولات اجتماعی و فرهنگی، تحول و تکامل دینی و جایگاه مفهوم و تفکر دین زدایی گشوده است. نیازی نیست که به طور مستقیم و برای اخذ دلایل مهم برای طرح خویش به این بحث‌ها پردازیم.

کار وارنر کلید مهمی برای فهم ماهیت مبهم حوزه رسانه‌ها و به مثابه مدخلی برای دین پژوهی است. شاید چنین تصور شود که سهم جامعه‌شناسی دین از حوزه کلی جامعه‌شناسی چیزی است که کاری (۱۹۸۹) آن را «انتقال» و هورر آن را (۱۹۹۵) «دیدگاه ابزارانگاران» رسانه‌ها می‌خواند. این بدان معنی است که کارکردگرایی ضمنی رویکرد مطالعه رسانه‌ها و دانش جامعه‌شناسی برای رسانه‌ها، مجموعه‌ای از نقش‌ها و مسئولیت‌ها را به عهده دارد و درخصوص روابط فرهنگی و اجتماعی به طرح دیدگاهی کاملاً اثبات‌گرا می‌پردازد (رایت، ۱۹۸۶). این جبرانگاری افراطی در حوزه رسانه‌ها، در حقیقت در فرصت‌های بسیار اندکی که در حوزه دین پژوهی به دست آمده، پدیدار شده است. (ر.ک. بلا و دیگران، ۱۹۸۵؛ روف، ۱۹۹۳).

وارنر (۱۹۹۳) به یکی از مشکلات عمیق فراروی دین پژوهی که رسانه‌ها بانی آن هستند اشاره می‌کند. این مشکل، استمداد آن برای مرزبندی میان ساحات خصوصی و عمومی است. وارنر یادآوری می‌کند که «خرد علوم اجتماعی قراردادی» در خصوص ماهیت دین، دین را دارایی و مایملک کل جامعه به شمار می‌آورد و معتقد است که:

«تفکیک نهادینه شده دولت و کلیسا در جامعه مدرن تنها دو بدیل برای دین ارائه داده است: یا

ارزش‌های دینی آن چنان عمومیت می‌یابند که می‌توانند دارایی روزافزون جامعه متکثر به شمار

آیند و یا اگر مصمانه خصوصی باقی بمانند، به حوزه خصوصی ابر و بی‌اهمیتی رانده خواهند شد.»

به علاوه، این خرد اعتباری هرگونه دلالت بالقوه حوزه رسانه‌ای برای دین را به طور جدی مثله می‌کند. اگر رسانه‌ها از منظر وسیع ابزارانگاران و به عنوان نهادهایی در کل فرهنگ بررسی شوند، نقش آنها در دین در سطح عمومی باید الزاماً جبرانگاری افراطی تلقی شود. وقتی که تنها نقش رسانه‌ها کمابیش معرفی شفاف نمادهای مورد توافق دین مدنی جمعی است، هدف از تحلیل فرهنگی رسانه‌ها چیست؟ از سوی دیگر، وقتی که حوزه خصوصی (به گفته وارنر) به هر تقدیر بی‌اهمیت به شمار می‌آید، توجه به جستجوی سهم و نقش نمادهای رسانه‌ای برای تجارب دینی شخصی چه فایده‌ای دارد؟ پس کل روند علوم اجتماعی در مقابل دین و رسانه به طور قابل درکی به فهرست بی‌معنایی از الگوها و استعاره‌های

«رسانه‌های دینی» و هزینه‌ها و سودهای مقروض و معین آن برای دین نهادینه شده تبدیل می‌شود. آن چیزی که وارنر به عنوان نظریه در حال تکوین در حوزهٔ جامعه‌شناسی دین می‌بیند، جایگزین موضوع «سیج دینی» به جای موضوع دین‌زدایی و تبعید اجباری آن به حوزهٔ مثله شدهٔ خصوصی است. در واقع، وارنر مدعی است که گشایش حوزهٔ خصوصی، نشانهٔ جدیدترین تحقیقات دینی است و به میزانی که این تحقیقات به پیش می‌روند، دلالت‌کننده و نمایانگر نیز می‌شوند.

برای روشن شدن اهداف ما، در اینجا یادآوری این نکته کافی است که دین‌پژوهی، تمرکز بر همان سطوح علمی را با شیوه نوینی آغاز کرده است و اینک به سوی آن شیوه به پیش می‌رود. مبنای این چشم‌انداز دینی جدید کدام است؟

تذکری دربارهٔ ربط مورد امریکایی

باید دانست که بحث مطرح شده در اینجا، به ویژه بحثی که ریشه در پیشرفت حوزهٔ دین پژوهی دارد، به طور آگاهانه بیشتر بر تجربهٔ امریکای شمالی و موارد مربوط به آن تأکید می‌ورزد. اگر چه بدون تحقیقات دقیق نباید مدعی ربط بیشتری در این زمینه شد، اما چند توجیه برای این ادعا به ذهن می‌رسد: اول، وجود و واقعیت حوزه رسانه‌ها و حضور جهانی آن است. به بیان ساده‌تر، عصر رسانه‌ها تا حدود زیادی اهمیت فرهنگی مرزهای ملی و منطقه‌ای را کمرنگ ساخته است (بیر، ۱۹۹۴).

تجربهٔ تلویزیون دینی نمونهٔ مورد بحث ماست. اگر چه این تجربه در وهلهٔ اول پدیده‌ای امریکایی بود، اما خیلی زود از دو جهت به پدیده‌ای جهانی تبدیل شد: یکی اینکه متصدیان تلویزیون دینی خود با اتخاذ دیدگاهی جهانی درصدد بسط و پخش برنامه‌های خود به خارج از مرزهای امریکا و شمال صنعتی برآمدند (شیگاگ^۱، ۱۹۹۱). دوم اینکه رسانه‌های جهانی تضمین کردند که پدیدهٔ تلویزیون دینی پدیده‌ای است کاملاً شناخته شده (حتی برای مخالفان و غیرمذهبی‌ها) و جهان‌گستر، به ویژه هنگامی که رسوایی‌هایی در اواخر دهه ۱۹۸۰ دامنگیر این حرکت شد (هورسفیلد، ۱۹۹۰).

بعد دوم تلویزیون دینی نیز دلیل دومی برای اهمیت عمومی و کلی تجربه امریکا عرضه می‌کند و آن این است که در این برهه از تاریخ، فرهنگ امریکا در سراسر جهان به اخبار تبدیل می‌شود. به چند دلیل این وضعیتی نیست که موجب خوشحالی شود؛ ولی در عین حال، واقعیت است و ما نمی‌توانیم این گونه تلقی کنیم که به هر میزانی که جریانات و کنش‌های موجود در دین امریکایی‌ها شتاب می‌گیرند، به همان

نسبت نیز در سایر نقاط جهان شناخته می‌شود.

سوم اینکه، تجربه آمریکا تجربه جالبی است، زیرا تجربه بزرگ‌ترین کشور شمال صنعتی است. اگر چه هیچ یک از دیگر کشورهای شمال از لحاظ سطح دین‌ورزی در حوزه خصوصی یا عمومی با امریکای شمالی همانند نیستند، اما جریان‌ات دینی مایلند کل امریکای شمالی و اروپا را فراگیرند. برای مثال، برداشتی دال بر وجود حرکت می‌چی کوچک اما رو به رشدی در اروپای غربی وجود دارد. «مسافران عصر جدید»^۱ در بریتانیا با برخی «جوانان عصر جدید»^۲، مثل خانواده رین‌بو^۳ در امریکا و کانادا نقاط مشترک زیادی دارند. مهم‌ترین نکته این است که فرهنگ مصرف جهانی، طیف گسترده‌ای از تولیدات و خدمات را که در «بازار» دینی نقش مهمی ایفا خواهند کرد، در بخش بزرگی از شمال صنعتی در دسترس قرار می‌دهد.

اهمیت ماهیت تجربه دینی در حال ظهور برای فهم عمل رسانه‌ها

مارتی (۱۹۹۳) به ارائه فهرستی از راه‌هایی می‌پردازد که با استفاده از آنها آنچه که وی «انرژی‌های مذهبی» می‌خواند، تشریح می‌شود. گستره اعمال و تعبیراتی که او توصیف می‌کند، در اینجا به مثابه چالشی ارزشمند برای طرح ما عمل می‌کند. اینکه چگونه از لحاظ فرهنگی چنین مجموعه‌ای از پدیده‌ها را ارزیابی می‌کنیم، به تلاشی سنجیده برای تبیینی جدید و منظم از عمل دینی نیازمند است. ما به بازنگری در مهم‌ترین این شیوه‌ها و بعد از آن، ارزیابی دلالت‌های ضمنی آن برای انسان‌شناسی دینی مخاطبان خواهیم پرداخت.

اولاً، مارتی بر این نکته تأکید می‌ورزد که دغدغه‌های دینی فردی اینک مهم‌تر از دغدغه‌های دینی جمعی است. او با انعکاس عقاید روف و وارنر درباره میزان و حدود مشروعیت بخشی ارزش‌های تاریخی و جمعی به فرایندهای فردی و خصوصی مشروعیت دینی، مدعی است که نیروی شتاب موجود در دین معاصر هم‌اکنون از دین جمعی بسیار بیشتر است. او با انعکاس دیدگاه‌های آلبانیز (۱۹۹۳) تأکید می‌ورزد که این دغدغه‌های فردی باید تا حدی با دیدگاه‌های مخالف هماهنگ شود. در اینجا اعتبار و حساسیت دینی پست مدرنی وجود دارد.

به علاوه، طبق تحقیقات اخیر، مارتی این موضوع را مطرح می‌سازد که وقتی درباره توانایی و قدرت

1. New Age Traveler
3. Rainbow family

2. New Agers

عمل دینی معاصر صحبت می‌کنیم، حوزهٔ خصوصی به طور روزافزون بر حوزهٔ عمومی تفوق می‌یابد. دین جمعی، دست کم آن‌گونه که در نهادها و ساختارهای جزم‌گرا تبلور یافته است، امروزه کم‌اهمیت‌تر از آن چیزی است که در حوزهٔ زندگی خصوصی رخ می‌دهد. در چرخشی غیرعادی و شگرف از موضع «اعتباری»، که قبلاً وارنر آن را وصف کرد، به نظر می‌رسد در حال تجربه کردن «گسترش وضعیت خصوصی» هستیم - یعنی اعمال و اظهارات دینی‌ای که به صورت خصوصی حجیت یافته‌اند، هنوز در جستجوی راه ورود به حوزه عمومی‌اند. جنبش‌ها و نهادها هنوز وجود دارند، اما کاملاً اختیاری‌اند (واتنو، ۱۹۸۸) و در «بازار» انتخاب دینی قرار دارند.

مارتی می‌گوید: این وضعیت به واسطهٔ تفوق استقلال فردی بر اقتدار موروثی تقویت می‌شود. افراد اینک کنترل بیشتری بر حیات دینی خود دارند و فرایند پست‌مدرنی که آنان از طریق آن به ایجاد تناسب یا شکل‌دهی به «ساختار احساسات خود» می‌پردازند، اقتدار و حجیت‌های قدیمی را در جایگاهی غیرمعمول وامی‌نهد:

«تایید اقتدار و حجیت از بین نرفته است، هر چند که شیوه‌ها و راه‌های جدیدی پیدا کرده است. اگر بخواهیم این مفهوم را در جمله‌ای توضیح دهیم، اقتدار و حجیت از وضعیتی خشونت‌بار و زورگویانه به وضعیتی انگیزشی تحول یافته است.»

این به معنای آن است که صاحبان قبلی اقتدار دینی، به ویژه سلسله مراتب فرقه‌های مذهبی (و نیز هیئت‌های محلی) اینک در بازار انتخاب دینی قرار گرفته‌اند و ادعاهای آنها برای هواخواهانشان دیگر جزمی و واجب‌الاتباع نیست.

مارتی می‌گوید: «معنای شخصی» نیز به عنصری اساسی تبدیل می‌شود. از این پس انگیزه‌های دینی رایج و متداول پیشین، از جمله کنش «تعلق»، نمی‌توانند جاذبه‌ای را که قبلاً ایجاد می‌کردند، داشته باشند. آن‌گونه که دیگران مطرح ساخته‌اند، «معنا» به ضابطهٔ ارزشی نهایی در ارزیابی تجربهٔ شخصی تبدیل شده است و این آشکارا نقطهٔ همگرایی میان دین‌پژوهی و رسانه است. همان‌گونه که تأکید بر «معنا» عاملی تعیین‌کننده در تحقیقات رسانه‌ای فرهنگ‌گراست، جستجو برای معنا اینک باید موضوعی مهم برای مخاطبان رسانه تلقی شود (فیسکه، ۱۹۸۷)، هر چند همان‌گونه که لیندرمن (۱۹۹۶) خاطرنشان می‌کند، بیش از یک نوع معنا وجود دارد. آشکار است که دربارهٔ ساخت‌شکنی همبستگی و رابطه می‌توان مطالب بیشتری گفت، اما میزانی از همگرایی همچنان وجود دارد.

مارتی می‌گوید: «محلی» و خاص بودن، بر «جهانی» بودن رجحان دارد. در یک زمینه، هنگامی که

مشروعیت بخشی فردی و خصوصی قاعده و رسم زمانه است. نیاز به تفاسیر جامع رنگ می‌بازد و دوباره در موقعیت و دیدگاهی پست‌مدرنی موضوعیت می‌یابد.

مارتی معتقد است که دین معاصر بیشتر عمل‌گراست تا رمزوارانه و عرفانی. زندگی و حیات کنونی در «عمل» برتر شمرده می‌شود و نتایج و تولیدات موضوع مهم مبادلات در زندگی شخصی هستند او می‌گوید برنامه‌هایی چون ۱۲ گام و برنامه‌های خودیاری، در مقابل تمایلات مربوط به تأملات دین‌شناختی «مقاومت» می‌ورزند. وی مدعی است معنویت در حال حاضر به صورت «کالا» در آمده و در زندگی شخصی و خصوصی به گونه‌ای به آن نگاه و توجه می‌شود که حاکی از آن است که کنش عملی در بازار دینی بیش از سرسپردگی عارفانه و پارسامنه‌مورد توجه است.

در این زمینه، عرفان کنونی پیش و بیش از آنکه «عقلانی» باشد، «عاطفی» است. نوگرایی دینی و شیوه‌های عقلانی بیان دینی رسم و قاعده در زمانه کنونی نیستند. مارتی این نکته را مطرح می‌کند که این جریان دیرپا در فرهنگ امریکاست که ریشه در جنبش «بیداری بزرگ» دارد، اما در حوزه دینی امروزی نیز هواداران جدیدی پیدا کرده است. نکته آخر این است که مارتی چنین تصور می‌کند که «دین شخصی» بر «دین مدنی» رجحان و برتری دارد. برخلاف برخی از مکاتب فکری در این زمینه، به نظر می‌رسد که فرهنگ امریکایی علاقه زیادی به انعکاس دین خود از طریق دولت نداشته باشد. برخلاف فعالان دینی که به نظر می‌رسد مستقیماً قدرت دولتی و نهادهای رسمی موجود را برای پیشبرد و محافظت از ادیان خاصی به کار می‌گیرند، ظاهراً مؤسسات فراگیر رسمی و غیررسمی حمایت مردمی اندکی دریافت می‌کنند. همان‌گونه که مارتی نتیجه می‌گیرد، تعریف و تشخیص اصل و نفس دین در امریکا آسان‌تر از تعریف و تشخیص دین خود امریکایی‌هاست.

دین و قلمرو رسانه‌ها

معنا و کاربرد دیدگاه در حال رشد مربوط به دین برای تحقیق ما درباره دین و رسانه چیست؟ اول اینکه ممکن است مدعی شویم که سهم و نقش اولیه رسانه‌ها در عمل دینی کنونی، آن‌گونه که وصف شد، کاملاً به کارکرد بازار شباهت دارد. فرایند کالایی کردن دین ضرورتاً به نهادها، اعمال و متون در حوزه رسانه‌ها مرکزیت بخشیده است.

طبق گفته روف (۱۹۹۳)، نسل کودکان رو به رشد پس از جنگ تا اندازه‌ای با آسودگی خاطر با این

رویکرد نسبت به دین خو می‌گیرند:

«نسل رو به رشد که تحت تأثیر عمیق فرهنگ مصرف‌گرایی است با دینی رشد یافته و بزرگ شده است که به صورت کالا درآمد و بدان به گونه‌ای نگریده می‌شود که به دیگر کالاهای قابل خرید نگاه می‌شود. فرایند تجاری شدن، بسته‌بندی و قیمت‌گذاری در بازار دین تقریباً همه چیز را، از صلیب گرفته تا بلور، شامل می‌شود.

رویکرد بررسی حقایق دینی (به دور از هرگونه مبنای عینی که بر اساس آن باید در مورد این رویکرد داوری کرد) به رویکردی ذهنی‌تر و فهمی ابزارانگارانه‌تر از آنچه که این رویکرد برای دیندار انجام می‌دهد و نیز چگونگی انجام مؤثر آن تغییر و تحول می‌یابد.

بدین ترتیب، به نظر می‌رسد این استدلال به صورت شفاف مدعی باشد که عمل و رویهٔ دینی کنونی، پایه در نهادهای رسانه‌ای (صنایع آگاهی دهنده و کالاهای فرهنگی) آنها دارد. این وضعیت به واسطهٔ تحلیل رفتن دیگر زمینه‌های اقتدار نهادی دینی بیشتر تقویت می‌شود.

البته امکان دارد پارامی از اندیشه‌ها با اختلافاتی جزئی وجود داشته باشند. منظور از این سخن که دین امروزه بیشتر فردی و کمتر جمعی است، چیست؟ معنای این سخن، آن است که تجربهٔ دینی به صورت مؤثر و کارآمدی با اعمال شخص که ویژگی عصر رسانه‌هاست، تلفیق و ترکیب شده است. وفاداری جمعی هنوز هم ممکن است و از واقعیت‌های زندگی کنونی است، اما دیگر جزو عناصر «ضروری» تجربه یا تعلق دینی نیست. این بدان معناست که یکی از چالش‌های سنتی عمده برای «رسانه‌های دینی» یعنی ناموجه بودن عدم جماعت‌گرایی یا تجربه جایگزینی، دیگر چندان اهمیت ندارد و مانعی هنجارین به شمار نمی‌رود. این واقعیت که اعمال و رویه‌های مذکور می‌توانند در حوزهٔ «خصوصی» به وقوع پیوندند یا به صورت غیرجمعی تبلور یابند، بیشتر مؤید شیوه‌های جدید فهم نقش رسانه‌های جمعی و نمادهای کالایی شدهٔ آنهاست. در نبود «مشروعیت موروثی»، جماعت یا گروه، انتخاب‌های فرد (گرچه نه لزوماً فرد منزوی شده) اهمیت می‌یابد. پیدایش جنبش ۱۲ گام در سال‌های اخیر یکی از مصادیق این سخن است. این موضوع که تمایل به نظریهٔ «تعلق» به تمایل به «معنا» تغییر جهت یافته است، برای تحقیق کنونی ما دارای اهمیت است. انتخاب دینی با توجه به اینکه در شیوه‌های رایج فرهنگ وسیع تصریح یافته، اینک بر موضوعی جدید، یعنی بر «معنا» تأکید می‌ورزد. اگرچه انگیزه‌های روان‌شناختی برای تعلق الزاماً نیاز به یک تحول نداشته است، تعلق اکنون نیز می‌تواند به صور مختلف ابراز شود. فرهنگ فراملی و فراملی که رسانه‌های جهانی آن را ممکن کرده‌اند، احساس و درک جدیدی از تعلق را مقدور می‌سازد. اما دربارهٔ «منطقه‌گرایی» و اختصاصی‌نگری در عصر رسانه چه می‌توان گفت؟ آیا ویژگی فرامنطقه‌ای و

فراملی بودن رسانه‌های گروهی با این گرایش‌ها در تعارض است؟ نه الزاماً. ما می‌دانیم که رسانه‌ها در حقیقت هم محلی و هم فرامحلی و هم جهانی و هم اختصاصی‌اند. روندهای جاری در خصوص تقسیم مخاطبان و نیز منطقه‌گرایی فزاینده در برخی رسانه‌ها (مثل رادیو) برداشت‌های جدیدی از ماهیت ساختاری مخاطب و رسانه‌ها را موجب می‌شود.

واقعیت این است که انتخاب‌ها در حوزه رسانه‌ها به معنای عمیق کلمه، کنش محسوب می‌شوند. انتخاب، هم شامل کنش عقلانی است و هم عملی که به آن کنش منتهی می‌شود. مراسم و آیین‌های زندگی معمولی و روزمره، اینک در میان سایر چیزها، در تعامل با منابع نمادین حوزه رسانه‌ها قرار می‌گیرد. این موضوع که در میان این منابع می‌توان متون، نمادها یا تفکراتی را دریافت که ممکن است از لحاظ دینی مهم باشند، دیگر موجب تعجب ما نمی‌شود، این مسئله که اغلب وقایعی که در حوزه کاربرد دینی رسانه‌ها رخ می‌دهد، در واقع در چیزی ریشه دارد که شاید در زمانی دیگر آن را «رسانه غیردینی» بنامیم و موجب شود که ما به شیوه‌ای کاملاً تازه بیندیشیم.

اما از آن مقوله باقی‌مانده از اعمال مبتنی بر متن که احتمالاً آن را «رسانه‌های دینی» می‌نامیم، چه نتایجی حاصل شده است؟ البته شماری از این نتایج خود را آشکار می‌سازند. کمترین نتیجه حاصل، به دست آوردن این احساس است که متن برنامه‌های رسانه‌های دینی باید اکنون با در نظر گرفتن زمینه وسیع‌تری از ساخت معنا در تولیدات مبتنی بر متن تلویزیون دینی، ساخته شود و این نوع متون نمی‌توانند روی هم رفته به صورت مقوله‌ای مجزا وجود داشته باشند. تازه‌ترین تحقیق درباره تلویزیون دینی این نکته را روشن کرده است. در تجربه‌ای مشابه با آنچه که وارنر در خصوص طرح وسیع‌تر دین‌پژوهی وصف کرد، تحقیقات اخیر درباره تلویزیون دینی بیشتر درصدد یافتن توضیحاتی فرهنگی است و کمتر درصدد ارائه توضیحات جبرگرا برآمده است (کلارک و هوور همین کتاب، یک، ۱۹۹۳). آنچه که هم اکنون بدیهی به نظر می‌رسد، این است که بازگشت مذکور بازگشتی است که به رسانه‌های دینی، فارغ از طبقه‌بندی سبک‌ها و الگوهای آن موضوعیت و اهمیت می‌دهد و در مورد کل مسئله مربوط به گستره‌ای که در آن همه رسانه‌ها و تمام حوزه فرهنگ مصرفی و کالایی را می‌توان دینی تلقی کرد، بحث و تحلیل می‌کند.

مراجع

- Albanese, C. (1993). Fisher kings and public places : The old new age in the 1990s. *Annals of the American Academy of Social and Political science*, 527, 131-143.
- Ammerman, N. (1987). *Bible believers: Fundamentalists in the modern world*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press.
- Ammerman, N. (1990). *Baptist battles: Social change and religious conflict in the Southern Baptist Convention*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press.
- Bellah, R., Madsen, R., Sullivan, W.M., Swidler, A., & Tipton, S.N. (1985). *Habits of the heart: Individualism and commitment in American life*. Berkeley: University of California Press.
- Beyer, P. (1994). *Religion and globalization*. London: Sage.
- Carey, J. (1989). *Communication as culture: Essays on media and society*. Boston : Unwin Hyman.
- Ettema, J. & Whitney, C. (1994). The money arrow: An introduction to audiencemaking. In J. Ettema & C. Whitney (Eds.), *Audiencemaking: How the media create the audience*, (pp. 1-18). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Finke, R., & Iannaccone, L. (1993). Supply-side explanations for religious change. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 527/27-39.
- Fiske, J. (1987). *Television culture*, New York: Routledge.
- Fore, W. (1990). "Living church" and "electronic church" compared. In R. Ableman & S. Hoover (Eds.), *Religious television: Controversies and conclusions* (pp.135-146). Norwood, NJ: Ablex.

- Hadden, J., & Swann, C. (1981). *Prime-time preachers: The rising power of televangelism*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Hall, S. (1982). The rediscovery of "ideology": Return of the repressed in media studies. In M. Gurevitch, T. Bennett, J. Curran, & J. Woollacott (Eds.), *Culture, society, and the media* (pp. 46-90). London: Routledge & Kegan Paul.
- Hobson, D. (1980). Housewives and the mass media In S. Hall, D. Hobson, A. Lowé, & P. Willis (Eds.), *Culture, media, language* (pp. 105-114). London: Methuen.
- Hobson, D. (1982). *Crossroads: The drama of a soap opera*. London: Methuen.
- Hobson, D. (1990). Women audiences and the workplace. In M. E. Brown (Ed.), *Television and women's culture: The politics of the popular* (pp. 61-74). London: Sage.
- Hoover, S. (1988). *Mass media religion: The social sources of the electronic church*. Newbury Park, CA: Sage.
- Hoover, S. (1995, Winter). Media and moral order in post-positivist media studies. *Journal of communication*, 45(1), 136-145.
- Hoover, S., & Venturelli, S. (1996). Religion: The blindspot of contemporary media theory. *Critical studies in Mass communication*, 13, 251-265.
- Horsfield, P. (1990). American religious programs in Australia. In R. Ableman & S. Hoover (Eds.), *Religious television: controversies and conclusions* (pp. 313-329). Norwood, NJ: Ablex.
- Horsfield, P. (1984). *Religious television: The American experience*. White Plains, NY: Longman.
- Iannaccone, L. (1991). The consequences of religious market structure. *Rationality and Society*, 3, 156-177.
- Jameson, F. (1984). Postmodernism, or the cultural logic of late capitalism. *New Left Review*, 146, 53-92.

- Liebes, T., & Katz, E. (1993). *The export of meaning: Cross-cultural readings of "Dallas"* (2nd ed.). Cambridge, MA: Polity.
- Linderman, A. (1996). The reception of religious television: Social semeiology applied to an empirical case study . *Acta Universitatis Upsalinensis, Psychologica et Sociologia Religionum*. 12 Stockholm: Almqvist & Wiksell International.
- Lull, J. (1980). The social uses of television. *Human communication Research*, 6(3), 198-209.
- Lull, J. (1988). *World families watching television*. Newbury Park, CA: Sage.
- Marty, M. E. (1993). Where the energies go. *Annals of the American Academy of social and Political Science*, 527, 11-26.
- Marty, M.E. & Appleby, S.(1992). *The glory and the power: The fundamentalist challenge to the modern world*. Boston: Beacon.
- Morley, D. (1986). *Family television: Cultural power and domestic leisure*. London: Comedia.
- Morley, D. (1989). changing paradigms in audience studies. In E. Seiter, H. Borchers, G. Kreuzner, & E.M. Warth (Eds.), *Remote control: Television, audiences and cultural power*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Morley, D. (1992). *Television, audiences and cultural studies*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Peck, J. (1993). *The gods of televangelism: The crisis of meaning and the appeal of religious television*. Cresskill, NJ: Hampton.
- Roof, W. C. (1992, October). *Presidential address*, Religious Research Association, Virginia Beach, VA.
- Roof, W. C. (1993a). *A generation of seekers: The spiritual journeys of the baby boom generation*. San Francisco: Harper.
- Roof, W. C. (1993b). *Toward the year 2000: Reconstructions of religious space*.

- Annals of the American Academy of Social and Political Science*, 527, 155-170.
- Schultze, Q. (1988). *Evangelicals and the mass media*. Grand Rapids, MI: Academie.
- Seifert, M. (1994). The audience at home : The early recording industry and the marketing of musical taste. In J.Ettema & C.Whitney (Eds.), *Audiencemaking: How the media create the audience*. (pp. 186-214). Thousand Oaks, CA:Sage.
- Shegog, E. (1991). Religion and media imperialism : A European perspective. In R. Ableman & S. Hoover (Eds.), *Religious television: Controversies and conclusions* (pp. 329-351). Norwood, NJ: Ablex.
- Silverstone , R. (1993). *Television in everyday life*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Soukup, P. (1989). *Christian communication : A bibliographic survey*. Westport, CT: Greenwood .
- Stacey,J., & Gerard, S. (1990). We are not doormats: The influence of feminism on contemporary evangelicals in the United States. In F. Ginsburg & A. L. Tsing (Eds.), *Uncertain terms: Negotiating gender in American culture* (pp.98-117). Boston: Beacon .
- Warner. R.S. (1993). Work in progress toward a new paradigm for the sociological study of religion in the United States. *American Journal of Sociology*, 98(5), 1044-1093.
- White, R. (1994). Audience "interpretation" of media : Emerging perspectives [Special issue]. *communication Research Trends*, 14(3).
- Wright, C. (1986). *Mass communication : A sociological perspective*. New York: Random House.

Wuthnow, R. (1988). *The restructuring of American religion*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Wuthnow, R. (1992). Introduction: New directions in the empirical study of cultural codes. In R. Wuthnow (Ed.) *Vocabularies of public life: Empirical essays in social structure*. London: Routledge & Kegan Paul.

فصل پنجم

خلاصه مطالب دین رسانه‌ای

نات لاتندبای و استوارت ام. هوور

تمام نویسندگان مقالات این کتاب بر مفهوم «دین رسانه‌ای» تأکید کرده‌اند. آنان به مطالبی تأسی جست‌اند که ما در دیباچه کتاب آنها را یادآوری کرده‌ایم. در واقع، آنان مقالات خود را در چهارچوب رابطه دین، رسانه‌ها و فرهنگ تهیه کرده‌اند. در سراسر کتاب، به واسطه برداشت مشترک از «دین رسانه‌ای در فرهنگ» نوعی همگرایی میان این عناصر به وجود آمده است.

از این لحاظ، فصل کتاب‌شناسی، نوشته کلارک و هوور، به دلیل طرح مفهوم «دین رسانه‌ای به مثابه پیامی دینی» که رسانه‌های گروهی به مردم ارائه کرده‌اند، آن هم توأم با تفسیری فرهنگی از نمادهای دینی و مقدسی که با مداخلیت و وساطت خود رسانه صورت پذیرفته است، زمینه‌های تازه‌ای را مطرح می‌سازد. هر یک از فصول بعدی کتاب، با در نظر گرفتن یک یا چند جنبه از دین رسانه‌ای در چهارچوب و زمینه فرهنگی مشخص و در سطوح تحلیلی مختلف و چهارچوب‌های متنوع نمادی ارائه شده است.

شالوده این تحلیل بیشتر در فصل نخست کتاب گذاشته شده است. وایت به بررسی فرایند معنادهندگی پرداخته که در آن، دین از طریق متن‌ها و در تلاش‌های واکنشی کنش‌گران در ساخت و بازساخت فرهنگ‌ها، واسطه قرار گرفته است. کریستیانز با طرح مسئله فن‌آوری رسانه در چهارچوب آنچه که خود چرخش فرهنگی می‌خواند، به نقد دین رسانه‌ای پرداخته است.

در فصولی که مورد اک به جامعه معاصر پرداخته، زمینه و فعالیت‌های در حال تحول رسانه‌ای شدن دین را در چهارچوب فرهنگ غالب و مسلط مدرنیته تبیین کرده است. به دنبال او، مارتین باربرو به دین رسانه‌ای در چهارچوب صورت و اشکال در حال تغییر اجتماع و فرهنگ جوانان توجه نشان داده است.

گوئالسن دین رسانه‌ای را از منظر آیین‌های جمعی مورد تأمل و وارسی قرار داده است. بار-هایم به ارزیابی بقایای دین رسانه‌ای در چشم‌اندازهای کلان فرهنگ پسامدرن پرداخته است: لاندبای بیشتر به دین رسانه‌ای از منظر تجلیات جمعی، مثلاً در رخدادهای رسانه‌ای، توجه نشان داده است. فصل مربوط به «نهادهای در حال تغییر» با نگاهی به کلیسای موجود آغاز شده است. هورسفیلد از نتایج و پیامدهای تغییرات رسانه‌ای - فرهنگی برای رسانه‌ای کردن دین در فرهنگ معاصر بحث می‌کند. بعد از آن، آرتور به وابستگی فرایند رسانه‌ای شدن در تمام مذاهب، به عنوان چالش فراروی مطالعات دینی، اشاره می‌کند. الکساندر پدیدهٔ تلویزیون دینی را یکی از مصادیق دین رسانه‌ای شده به شمار می‌آورد که به حل موقعیت‌ها و حالات مناقشه‌برانگیز موجود در فرهنگ معاصر می‌پردازد. توماسلی و شهرسون از رسانه‌ای شدن دین در تلویزیون دینی بر مبنای همسازی جدیدی از شفاهی بودن، سخن به میان می‌آورند تا به مؤمنانی که در زندگی خود بحران فرهنگی را تجربه می‌کنند، آرامش و تسکین دهند.

سرانجام، به طرح مقالات مربوط به «اعمال فردی» می‌رسیم. یک فرایندهای معنا‌داری و معنابخشی دین روان‌شناختی شده را در جهان رسانه‌ای شده توضیح داده و با دارا کو به تفسیر و برداشت فعال از متون عمومی برای دخالت و وساطت دین در فرایند هویت‌یابی زنان توجه نشان داده است. لیندرمن به طرح استدلال دربارهٔ چگونگی واسطه شدن دین در فرایند معنا‌سازی و کاربرد آن در تلویزیون دینی پرداخته و هوور با نشان دادن چگونگی حضور دین در «بازار» فرهنگ فردی و رسانه‌ای شده، این فصل را به پایان برده است.

رسانه‌ای شدن: فرایند اصلی

در سراسر این کتاب، نویسندگان با مفاهیم دین و فرهنگ کلنچار رفته‌اند. بدیهی است که این کار باید به صورت شفاف‌تری انجام شود. به قول مارتین باربرو (۱۹۹۳)، فهم ما از دین همانند فهم ما از فرهنگ، زمانی معنی می‌یابد که رسانه‌ها در خلال فرایند میانجی‌گری تفسیر شوند. این استنتاجات بر میانجی‌گری برای شکل‌دهی مجدد به روابط میان دین و فرهنگ تأکید دارد.

مارتین باربرو (۱۹۹۳) استدلال می‌کند که به دلیل اینکه بسیاری از نیروهای معارض و همگرا در فرایند ارتباطات با هم مواجه می‌شوند، باید به نوعی توجه خود را از رسانه‌ها به فرایند وساطت معطوف سازیم. منظور او از وساطت تلفیق کنش‌های ارتباطی و حرکت‌های اجتماعی و نیز تلفیق و هماهنگ ساختن شتاب توسعه با کثرت قالب‌های فرهنگی است.

ترج راسموسن^۱ در کتاب خود با عنوان *فن‌آوری‌های ارتباطات و رسانه‌های شدن زندگی اجتماعی* (۱۹۹۶) اظهار می‌دارد که عبارت و اصطلاح «رسانه‌های شدن»، معمولاً به شیوه‌ای به کار می‌رود که در نظریه اجتماعی مشکل ساز نیست. او مدعی است که این سخن با توجه به اینکه مارتین باربرو از این واژه برای درک آمیختگی و ناپیوستگی فرهنگ مدرن استفاده می‌کند، صادق است. باربرو واژه ملغمه فرهنگی برای کثرت قالب‌های فرهنگی به کار می‌برد (راسموسن، ۱۹۹۶).

از آنجا که «رسانه‌های شدن» از اهمیت بالایی در تحقیقات رسانه‌ای، دینی و فرهنگی معاصر برخوردار است، به دست آوردن فهمی عمیق‌تر از این «وساطت‌ها»، به ویژه در حوزه‌های دینی، به عنوان بخشی از فرهنگ رسانه‌های امروز، امر دشواری است. این گونه نتیجه‌گیری‌ها را تنها می‌توان نکاتی پیشنهادی و راه و طریقی برای تحقیق بیشتر به شمار آورد.

چیز تازه‌ای نیست، ولی اوضاع دگرگون شده

میانجی‌گری دین چیز تازه‌ای نیست. نهادهای دینی و دین‌پژوهی برای ایجاد ارتباط در درون فرهنگ خود، همواره متکی بر میانجی‌گری از طریق رسانه‌های گوناگون بوده‌اند. از گفت‌وگو، نوشتن و چاپ گرفته تا رسانه‌های الکترونیکی - تا به تشکیل و تفسیر نمادهای دینی بپردازند. این نکته به گفته آرتور همواره به تجلیات و نمادهایی برمی‌گردد که معنای دینی و نیز فرهنگ را شکل می‌دهند.

رسانه‌های جدید، امکانات نامحدودی برای اعمال دخل و تصرف نمادین از طریق تصویرها و جلوه‌هایی که تا چند قرن پیش ناشناخته بودند و به طور پیوسته برای بیان شرح حال و داستان‌سرایی بسط و توسعه یافتند، فراهم می‌آورد. در هر صورت، همه داستان‌ها در طول تاریخ رسانه‌ای شده‌اند. و ترها، که در مقاله لاندبای درباره مراسم افتتاحیه المپیک زمستانی نروژ معرفی شدند، نمونه‌ای ساده برای اثبات این نکته است. این مورد به ما یادآوری می‌کند که چگونه به راحتی روایت کهن را می‌توان بازسازی کرد و به صورت نمایشنامه‌های رسانه‌های امروزی، مجدداً ارائه داد.

و ترها، در میان مردمان عصر پیش‌مدرن باور و تصویری زنده و مشهور بودند. داستان‌های مربوط به آنها، به محض ظهور و شکل‌گیری جوامع مدرن صنعتی جمع‌آوری شد. بدین ترتیب، و ترهای مختلف، به عنوان بخشی از طرح اولیه جامعه مدرن به فرهنگ عامیانه تبدیل شدند. و ترهای زنده با استفاده از

فن‌آوری چاپ، به مجموعه‌های فرهنگ عامیانه انتقال یافتند و اعمال و باورهای قدیمی نیز به سنت تبدیل شدند. اولین محققان فرهنگ عامه، خودشان طرح رسانه‌ای کردن را به اجرا درآوردند و به معرفی و ترها و امثال آنها، از طریق رسانه‌های موجود پرداختند.

هنگامی که کارگردانان مراسم افتتاحیهٔ بازی‌های لایل هامر، اقدام به نمایش و ترها کردند نمایش نمادین مشابهی را شکل دادند که بر پایهٔ اولین تحولات داستان، و ترها بود. این تغییرات را فولکلورست‌های قدیمی نروژ اعمال کرده بودند. طرح المپیک ۱۹۹۴ لایل هامر که برای اجرای آن داستان‌های مربوط به و ترها متناسب با نمایش‌های جذاب تلویزیونی تنظیم شده بود، با داستان‌سرایی‌های مهیج مربوط به و ترها که یک قرن و نیم پیش، به قصد استحکام شعائر ملی، در مجموعهٔ آثار فولکلورست‌ها، انعکاس یافته بود، تفاوت قابل ملاحظه‌ای داشت. داستان‌های پریان که در نروژ در قرن گذشته جمع‌آوری شده بودند، به صورت ابزاری در خدمت ایجاد هویت ملی درآمدند (هادن^۱، ۱۹۹۴). نمایش رسانه‌ای بازی‌های المپیک، در شرایط کنونی در خدمت هدف حمایت از روابط فراملی و آرمان هویت جهانی المپیک خدمت می‌کند. از این نظر هر دو روش یادشده در معرفی و تر هم‌ارزند البته رسانه‌های الکترونیکی شرایط جدید و نتایج بالقوه‌ای را فراهم می‌آورند، زیرا رسانه‌های فرستنده، در شکل‌دهی مجدد به روایت‌ها و جهت‌دهی مجدد به رسانه‌های قبلی، از رسانه‌های چاپی تواناتر هستند.

رسانه‌های الکترونیکی

مراسم تاج‌گذاری در انگلستان در آغاز پیدایش رسانه‌های الکترونیکی، نمونه‌های جالبی از چگونگی دخالت و تأثیر رسانه‌های الکترونیکی نوظهور در صورت‌بندی مجدد جهان‌های نمادین موجود ارائه می‌دهد. ما در این خصوص، از اثر کنت ولف (۱۹۸۴) دربارهٔ خط‌مشی برنامه‌های دینی الهام می‌گیریم. تاج‌گذاری جرج ششم در سال ۱۹۳۷، اولین تاج‌گذاری پس از تأسیس بی‌بی‌سی در سال ۱۹۲۲ بود. مراسم کلیسای وست مینستر به وسیلهٔ رسانهٔ جدید رادیو پوشش داده می‌شد. پخش این مراسم به کارگردان جدیدالاستخدام بخش دینی بی‌بی‌سی واگذار شده بود تا آداب و رسوم شاهانه این مراسم تاریخی را گزارش دهد. او باید این مسئولیت را در محفظه‌ای کوچک در اتاقی واقع در بالای تالار کلیسا انجام می‌داد. کار گزارشگر بسیار ستایش شد، زیرا اهمیت مذهبی مراسم تاج‌گذاری را به روشنی برای

بسیاری از افرادی که به گزارش گوش می‌دادند، روشن ساخت (ولف، ۱۹۸۴). او این کار را بدون حضور در مراسم انجام داد، زیرا در واقع حضار قادر به رؤیت او نبودند زیرا درست در زیر سقف کلیسا استقرار یافته بود. پخش مراسم تاج‌گذاری از رادیو، به دلیل فراهم کردن امکان حضور مردم در این مراسم به واسطهٔ استماع آن از رادیو، موجب تحول در آن شد. اما مقدس‌ترین بخش این مراسم از رادیو پخش نشد. بی‌بی‌سی اجازه نداشت که برنامهٔ مراسم اعطای نان و شراب به پادشاه و ملکه جدید را در قالب پوشش خبری پخش کند، در نتیجه در دنبالهٔ برنامه مراسم اجرای موسیقی مقدس که در کلیسای دیگری در جریان بود پخش شد.

مراسم تاج‌گذاری سال ۱۹۳۷ برای حدود ۱۰ هزار نفر دیگر نیز در حوزهٔ لندن که به تلویزیون دسترسی داشتند پخش شد. مدیرکل بی‌بی‌سی جان ریث^۱ درخواست پخش تلویزیونی مراسم را نیز داد، اما مسئولان مراسم تاج‌گذاری اجازه استقرار دوربین‌ها را در کلیسا ندادند. بی‌بی‌سی، با استفاده از دوربین‌های متحرکی که در گوشه‌های از هایدپارک مستقر شده بودند، به ضبط گوشه‌های از مراسم تاج‌گذاری پرداخت.

در مراسم تاج‌گذاری الیزابت دوم در سال ۱۹۵۳، به تلویزیون اجازه حضور داده شد، اما این بار هم کار بدون مشاجره و تحمل محدودیت‌های فراوان انجام نپذیرفت. حفظ تقدس با حفظ منافع طبقاتی به هم آمیخت. در کلیسای وست مینستر، همانند بسیاری دیگر از کلیساها، پرده‌های اغلب جماعت حاضر را از مراسم دینی در محراب جدا می‌ساخت. فقط تعداد اندکی از افرادی که در ردیف جلو نشسته بودند، می‌توانستند ببینند در پشت پرده مذکور چه می‌گذرد. به دوربین‌های تلویزیون نیز اجازه ورود به آن قسمت را نداده بودند. اسقف کلیسای کانتربری از حضور دوربین‌های تلویزیونی مستقر در محراب کلیسا احساس مزاحمت می‌کرد. وینستون چرچیل معتقد بود که باید از «تأسیسات مدرن مکانیکی» استفاده شود تا مردم بتوانند درون کلیسا را مشاهده کنند. البته فقط مشاهدهٔ آن چیزهایی که جمعیت حاضر در مراسم آن را می‌دیدند، نه مشاهدهٔ کارهایی که مقامات عالی و دولتی، که به واسطهٔ مسئولیت و موقعیتشان به حکومت و پادشاه نزدیکند، انجام می‌دادند. بالاخره اسقف و سرکشیش با ضبط و پخش برنامه‌ها از طریق تلویزیون موافقت کردند. ترس آنان از تلویزیون و شکسته شدن حرمت آن مکان مقدس با حضور این رسانه، تحت‌الشعاع مزایای نمایش مراسم برای مردم با حفظ «کامل اهمیت دینی» آن قرار گرفت (ولف، ۱۹۸۴).

1. John Reith

امروزه ثابت شده که ترس آنها به جا بوده است. این رسانهٔ جدید صرفاً به پخش مراسم مذکور (آن طور که انجام می‌شد) اکتفا نمی‌کرد. به مرور زمان، پخش این مراسم از تلویزیون، مذهب و فرهنگ را نیز دستخوش تحول ساخت.

نظریهٔ رسانه‌ها

تحول در فن‌آوری رسانه‌ها، زمینه‌ساز پیدایش مبانی نظری دربارهٔ رسانه‌ها شده است. راسموسن (۱۹۹۶) به «نظریهٔ رسانه‌ها» به عنوان یکی از راه‌های نیل به نظریهٔ اجتماعی در باب رسانه‌ها اشاره می‌کند. محققانی چون هارولد اینیس، مارشال مک لوهان، والتر اونگ، الیزابت ایزنشتاین، دانیل بورشتاین، جک گودی، نیل پستمن و یوشا میرو ویتز معتقدند که ساختار فنی رسانه دارای بیشترین اهمیت است. این فهم از رسانه، مبتنی بر دیدگاهی کم و بیش جبرگراست. راسموسن بر این اعتقاد است که «نظریهٔ رسانه‌ها» باید با استفاده از «نظریهٔ ساخت‌یابی» متوازن و متعادل شود. همان‌گونه که آنتونی گیدنز خاطر نشان می‌سازد، نظریهٔ ساخت‌یابی با تکیه بر تلقی ساختار به مثابه واسطه و نیز نتیجه «کنش»، برثبوتی که فرایندهای اجتماعی را در چهارچوب کنشگر در مقابل ساختار بررسی و مطالعه می‌کند، فائق می‌آید. نظریهٔ ساخت‌یابی موجب آگاهی از چگونگی تولید و باز تولید جوامع تشکیل شده از کنشگران و نهادهای اجتماعی می‌شود. هر چند طبق نظر راسموسن، نظریهٔ ساخت‌یابی، خود واجد تأکیدی تحلیلی بر فن‌آوری یا رسانه‌ها و مقاصد هستی‌شناسانه‌شان نیست، بلکه برعکس برابعد مادی و اهمیت عینی نظام‌های اجتماعی تأکید می‌ورزد که امکان دارد این نظریه را از آگاهی‌های انتقادی در حال گسترش باز دارد. به علاوه، راسموسن استدلال می‌کند که نظریهٔ انتقادی یورگن هابرماس از یک منظر، معطوف به ارتباطات متناقض نمای مدرن است که بر رابطهٔ میان ناهمسازی و ناهمبستگی نظام‌های اجتماعی و جهان‌زیستی فردی تأکید می‌ورزد. این متمم نظری مبنای هنجارینی برای نقد و تغییر اجتماعی نیز فراهم می‌آورد. بنابراین به گفته راسموسن، و نظریهٔ اجتماعی در باب رسانه باید توضیح‌دهندهٔ نظریه رسانه‌ها، نظریهٔ ساخت‌یابی و نظریهٔ انتقادی باشد، بدون آنکه با هیچ یک از آنها توافقی داشته باشد.

این نظریه برای تحلیل ساختاری تحولات به وقوع پیوسته در عرصهٔ فن‌آوری ارتباطات و پیامدهای آن برای رسانه‌ها در زندگی اجتماعی به کار می‌رود. با افزودن دیدگاه‌هایی که به تدوین ساختار متون فرهنگی از طریق رفتار و اعمال معنی‌دار (همان‌گونه که در مقاله وایت آمده است) در چهارچوب جهان‌های نمادین (همچنان که نویسندگان مختلف طرح کرده‌اند) و تفسیر نمادین از معنا (مثل فصل

مربوط به اعمال فردی در همین کتاب) می‌پردازند، عناصر یک نظریه دربارهٔ دین رسانه‌ای در فرهنگ شکل می‌گیرد.

محققان باید این فرایندهای پیچیده فرهنگی را از رسانه‌ها منعکس کنند تا معلوم شود که دیدگاه‌ها و عبارات متفاوتی که به کار خواهند رفت، نمایانگر موقعیت‌های متفاوتی هستند. یکی از دیدگاه‌های فلسفی رهیافتی است که کریستیانز برگزیده است. طبق دیدگاه او نظریه انتقادی دربارهٔ فن‌آوری ریشه در اندیشهٔ مارتین هایدگر دارد، مشهورترین شاگرد هایدگر یعنی ژان پل سارتر، نقطهٔ آغاز نظری کار «پک» است که به توضیح فرایند دلالت‌گری در دین روان‌شناختی می‌پردازد.

به علاوه، هنگامی که رسانه در جامعه، نهادها و رفتار فردی درگیر می‌شود، سطوح تحلیل به هم ارتباط پیدا می‌کنند. این نکته شاید به روشنگری در زمینه این جریانات، برای طرح برخی مشکلات دین رسانه‌ای شده جهت تحقیق در هر یک از این سه بعد تحلیلی، کمک کند. همه آنها در چهارچوب و زمینه مدرنیتهٔ متأخر - که متصف به ارتباط رسانه‌ای است و خود نیز طی فرایند مضاعف رسانه‌ای کردن فرهنگ و فرهنگی کردن رسانه‌ها، فرهنگ را در کانون تمرکز و توجه قرار می‌دهد - با هم انسجام می‌یابند (فرناس، ۱۹۹۵).

در این کتاب به دین و دین‌ورزی - آن گونه که در فرایند مضاعف رسانه‌ای شدن تصریح شده است، نظر داشته‌ایم. پک به مفهوم «رسانه‌ای شدن فرهنگ» که از تامپسون (۱۹۹۰) وام گرفته است، توجه نشان می‌دهد. جان فرناس (۱۹۹۵)، عبارت تامپسون را «نامناسب» می‌نامد، اما این عبارت را دربرگیرندهٔ قلمرویی مشابه با مفهوم ساختهٔ خویش. یعنی وساطت، می‌داند. یعنی فرایندی که طی آن رسانه‌ها به طور فزاینده جامعه، فرهنگ، هویت و زندگی روزمره را پوشش می‌دهند. تامپسون (۱۹۹۵) در کتاب خود با عنوان رسانه و مدرنیته^۱ به بسط و توضیح فرایند ارتباطات رسانه‌ای در جامعه می‌پردازد. خوب، پس چه اتفاقی برای دین می‌افتد؟ این پرسش موضوع اصلی این کتاب و سؤالی برای تحقیق بیشتر است و هر چه قدر به جلو می‌رویم، اهمیت آن بیشتر می‌شود.

اعمال و رفتار فردی

رسانه‌ها به خلق معنا و بازتولید آن می‌پردازند و این عمل را در چهارچوب و بستر تجارب فردی انجام می‌دهند. پک در اینجا در مقابل پس زمینهٔ سنت تحقیقات رسانه‌ای که از روان‌شناسی تجربی نشئت

گرفته‌اند، به ارزیابی دریافت برنامه‌ها و مطالب رسانه‌ها بر مبنای روان‌شناسی وجودی می‌پردازد و نشان می‌دهد که این رویکرد چگونه به طور کامل با تحلیل اجتماعی انتقادی سازگار و هم‌نواست. روان‌شناسی در تکوین هویت نیز نقش دارد، اما فرایند ارتباطات معطوف به حوزه‌ای خارج از قلمرو روان فردی است. باداراکو در تحلیل جایگاه متون عمومی، آنها را به طور منظم و عادلانه در چهارچوب رسانه‌ها قرار می‌دهد. رویکرد لیندرمن در مورد متون خاص تلویزیون دینی، هم معرف پیچیدگی این فرایند رسانه‌ای و هم معرف مجموعه‌ای از ابزارهای لازم برای تحلیل آن است. حتی با توجه به متونی که تصور می‌رود (همان‌گونه که یادآوری کرده‌ایم) دارای تأثیر است، رسانه‌ها ابزاری تعیین‌گر نیستند؛ به گفته لیندرمن، اقامهٔ دلیل برای فرایند دریافت در چهارچوب رسانه‌ها، مستلزم طرحی پیچیده و ظریف است.

رسانه، وجود شبکه پیچیده‌ای از روابط و رفتار را فرض می‌گیرد. لذا فهم رابطهٔ کنونی دین و رسانه صرفاً معطوف و محدود به متون رسانه‌ها و دریافت آنها نیست، بلکه معطوف به قالبی از اعمال دینی است که طی آن رفتارها و پیام‌های رسانه‌ای شده ارائه می‌شود. مقالهٔ هور در این کتاب، ماهیت اعمال دینی کنونی و شیوه‌هایی را توضیح می‌دهد که طی آن این اعمال خود را با رسانه همساز و منطبق می‌کنند.

این رویکردها در سطح فردی بر «معنا» تأکید می‌کنند. با همهٔ اینها، در روی دیگر سکهٔ معنا، مردم همیشه تا حدی «تعلق» دارند. این تعلقات نیز همانند معانی ساختهٔ رسانه‌هاست. معانی مشترک موجد تعلق است و در همان حال تعلقات اجتماعی موجد (و واجد) معنا و هر دو (معنا و تعلق) به رسانه‌ها متکی‌اند.

در دیدگاه وجودی، می‌توان تمایز مشابهی میان «وجود» و «معنا» در نظر گرفت. این موضوعی است که پک، کلارک و هور در این کتاب مطرح کرده‌اند. در حالی که مفاهیم فلسفی «هستی» و «معنا» به هستی‌شناسی برمی‌گردند، «معنا و تعلق» مربوط به روابط اجتماعی‌اند، اما هر دو مفهوم از برخی جهات به هم مرتبط‌اند. هستی شخص در جامعه بر تعلق و معنا دلالت دارد.

در مدرنیتهٔ متأخر دیگر رابطه و پیوندی الزامی میان معنا و تعلق به دین وجود ندارد، لذا شناخت دین یا فرقه‌ای که شخص بدان تعلق دارد اطلاعاتی دربارهٔ معنای دینی‌ای که بدان معتقد است فراهم نمی‌آورد. هر چند در برخی موارد خاص - مثلاً در نزد کسانی که زندگی در چهارچوب قواعد سخت و الزام‌آور را انتخاب می‌کنند - این ارتباط و پیوند ممکن است مستحکم‌تر از هر زمان دیگری باشد.

موقعیت «کلیساهای الکترونیکی»، به دلیل وجود رسانهٔ تلویزیون دینی برای همیاری جهت مقاومت در برابر رسانه‌های معارض فرهنگ مدرنیتهٔ متأخر (آن‌گونه که الکساندر، توماسلی و شپرسون مطرح

کرده‌اند)، استحکام می‌یابد. هزینه عقب‌نشینی آن از کثرت‌گرایی، نفی و تقبیح آیین‌های رسانه‌ای در درون اجتماع خود و نیز ناتوانی از ایجاد معانی مقدس و تعلقات دینی برای اکثریت است. در اینجا تصور و برداشتی وجود دارد که طبق آن، هم دین روان‌شناختی تلویزیون امروزی و هم بنیادگرایی تلویزیون دینی، تلاش و تقلائی مشابهی نشان می‌دهند. آنها هنوز به راه‌حل‌های متباین اما منسجمی متوسل می‌شوند که معطوف به تعارضات و مناقشات مدرنیته متأخر است.

از منظر کلی‌تر، مشکل اصلی، نیل به فهمی بالاتر از دین رسانه‌ای است. این نکته شامل مواردی افراطی چون تعلق بدون اعتقاد و اعتقاد تهی از تعلق است. از آنجا که معنا همیشه جزئی از جهان نمادین است و تعلق همیشه ویژگی خاص اجتماعات است، ما همزمان با مشکل فهم رابطه بین معانی مقدس فردی و جهان‌های مقدس فرهنگ پسامدرن، به ویژه با مشکل روابط میان هویت‌های مشخص و تعامل در الگوهای متحول و متداخل گروه‌های اجتماعی مختلف در جوامع پیشرفته امروز مواجهیم. هر دو مسئولیت به وضوح نیازمند فهمی عمیق‌تر از رسانه به عنوان پدیده‌ای فرهنگی و اجتماعی است.

در اینجا نیاز فوری به تمییز و تعریف مفهوم «اجتماع» هنگام کاربرد آن وجود دارد. اجتماعات شاید هنوز هم از لحاظ جغرافیایی تعریف شوند، اما در اینجا میان بافت یک شهر با قدمت چند صد هزار سال و شهری کوچک با قدمت چند صد سال یا چند هزار سال تفاوت وجود دارد. در هر حالت، اجتماعات جغرافیایی با اجتماعات گوناگون غیرجغرافیایی در هم آمیخته می‌شوند. اجتماعات غیرجغرافیایی ممکن است «تفسیری - ترجمانی»، «موقتی» و اجتماعات جالب یا هرچیز دیگری نامیده شوند. این قالب فراهم آمده از اجتماعات، زمینه معانی مقدس و نامقدس و نیز زمینه تحول در تعلقات دینی و غیردینی را فراهم می‌آورد. طبق نظریات مارتین باربرو در این کتاب، ارتباط از طریق رسانه‌های مدرن، هم وسیله‌ای برای تکوین هویت‌ها و هم فضایی برای شکل‌گیری اجتماعات است و پژوهش در باب این فرایندها را پراهمیت می‌سازد.

نهادهای در حال تغییر

قالب فرهنگی و اجتماعی اجتماعات در حال تغییر در مدرنیته متأخر، بر نهادهای دینی نیز تأثیر می‌گذارد. اینها نهادهایی هستند که فرض می‌شود اجتماع مذهبی واقعی را در چهارچوب تریبات ساختاری‌شان به وجود می‌آورند. از نظر بسیاری از مردم، این نهادها چنین کارکردی دارند، اما اعتقاد بسیاری دیگر این گونه نیست. این تا حدودی منطبق با این واقعیت است که اجتماعات دینی به آسانی با

تحولات سراسری و همه جانبه در الگوهای اجتماعی همسازی و هم‌نوایی نشان نمی‌دهند. آنها برای خلق شیوه‌های عمومی خاص اجتماعی که گروهی به دنبال آنند و نیز ایجاد تفاوت و تمایز مشخص و معنادار در چهارچوب اجتماعی که مورد نظر دیگران است، کامیابی حاصل نکرده‌اند. اجتماعات و نهادهای دینی بدین ترتیب گرفتار و اسیر مدرنیته شده‌اند.

این جریان با نقش نهادهای دینی در فرایندهای ارتباط فرهنگ و جامعه ربط پیدا می‌کند. هورسفیلد در مقاله خود، فقدان درک و شناخت تأثیرات مهم و معناداری که تحول در زمینهٔ رسانه‌ها بر کلیساها را به دنبال داشته است، خاطر نشان می‌سازد. هورسفیلد یادآوری می‌کند که در تحول گذار از فرهنگ‌های ملت محور (که در آن چاپ و نشر، رسانه و واسطه اصلی بود) به فرهنگ جهان‌شمولی که در آن ابزار الکترونیکی ارتباطات غلبه یافته‌اند، نهادهای اصلی دینی (مسیحی) در فرهنگ غرب هنوز متکی به فرهنگ و اندیشهٔ مبتنی بر چاپ معرفی می‌شوند. استدلال وی متمرکز است بر «ارتباط - رسانه» و معتقد است برای حفظ و تداوم این دیدگاه که تفکر دینی نیز به همین ترتیب تحت تأثیر تحول در رسانه‌هاست، لازم است چاره‌های اندیشیده شود تا رسانه‌ها را از چهارچوب دینی رایج و معمول ابزارانگارانه خارج کند و مجدداً به عنوان یکی از ابعاد محوری تأویل فرهنگ مطرح سازد. به گفتهٔ هورسفیلد، نهادهای دینی اصلی، نفوذ خود را از دست داده‌اند و در تغییر و انتقال قدرتی که رخ داده است، دیگر نهادهای اجتماعی تمایل ندارند که از رسانه‌ها برای اثبات و ابلاغ واقعیت وجود خود استفاده کنند، بلکه رسانه آنها را در جایگاه‌های متفاوت و برای انجام مقاصد مختلف در شبکهٔ فرهنگ قرار داده است.

این بسط و توسعه نباید به سهولت و سادگی، یکی از مصادیق دین‌زدایی تلقی شود. رابطهٔ میان تحول در نهادهای دینی و تحول در سایر بخش‌های جامعه، باید با بررسی مشروح‌تر عملکرد رسانه‌ها بررسی شود.

چنین مطالعاتی باید با فرایند دوگانه رسانه‌ای شدن فرهنگ و فرهنگی شدن رسانه‌ها و نیز با تحولات ساختاری در جامعه و در روابط بین فرد و جامعه ارتباط پیدا کند. مقاله گوتالس دربارهٔ شکل‌گیری و رواج مراسم مذهبی از طریق انتقال مکان و زمان مقدس به کمک رسانه‌های الکترونیکی، ضوابط و معیارهایی چند برای بحث دربارهٔ ماندگاری نهادهای دینی در مقایسه با مناسک رسانه‌ای در فرهنگ جمعی غیردینی به دست می‌دهد. باره- هایم دیدگاه متفاوتی ارائه می‌دهد و آن این است که نهادهای دینی یا کانون‌های مقدس در جامعه از هم گسیخته امروز، که در آن رسانه‌ها در شکل‌گیری روابط اجتماعی نقش اصلی و محوری را ایفا می‌کنند، تضعیف شده‌اند.

جامعه‌کنونی

جامعه‌کنونی که مبتنی بر مدرنیته متأخر است، جامعه‌ای پیوسته در حال تغییر است و همان‌گونه که مورداک مدعی است، در این نقل و انتقال جاری، نوعی سحر و افسون دوباره جهان نیز نهفته است و دین در مدرنیته متأخر نفی یا زوده نمی‌شود، بلکه چهره آن دگرگون می‌شود. دین هنوز هم جزئی از «معانی» و «تعلقات» رسانه‌ای در جامعه است، اما اغلب در صورت دیگر شکل گرفته است و چالش‌های جدیدی را پیش روی پژوهشگران، به ویژه در حوزه جامعه‌شناسی و تحقیقات فرهنگی قرار می‌دهد. این پژوهشگران دین را مقوله‌ای رسوب یافته و تحلیل رفته به شمار می‌آورند.

محققان آرمان‌گرا در حوزه‌های دین‌پژوهی و تحقیقات رسانه‌ای نیز با این چالش مواجهند. هم مورداک و هم مارتین باربرو در ارزیابی مجدد خود از دین رسانه‌ای در مدرنیته متأخر، غلبه عنصر طبقه در تقسیمات اجتماعی را به ما یادآوری کرده‌اند، هر چند این تقسیمات متعارض هم دیگر جنبه پایداری ندارند. مشکلات سیاسی همراه با شکل‌گیری و سامان‌یابی مجدد اجتماع نیز باید مطرح شود. این سامان‌یابی مجدد، همان‌گونه که در مورد راست جدید مذهبی در حوزه تلویزیون دینی و کلیسای الکترونیکی صدق می‌کند، با مذهب رسانه‌ای در جامعه مرتبط است.

تحول در جامعه تا حدودی متناسب با توسعه در فن‌آوری‌ای است که بر رسانه تأثیر دارد. هر اجتماعی، متکی بر عامل و عنصر کنش - واکنش اجتماعی و سایر تحولاتی است که در زمینه معنای آن می‌دهد. با این همه، امروزه جامعه به صورت فزاینده‌ای بر اثر واسطه‌های فنی رسانه‌ای می‌شود. راسموسن (۱۹۹۶) نیز میان میانجی‌گری به طور کلی و میانجی‌گری ارتباطی - فن‌آورانه به طور خاص تفاوت قائل است. هدف طرح راسموسن، در نظر گرفتن دوباره برخی عناصر بنیادی نظریه اجتماعی است. او می‌خواهد این کار را آن‌گونه انجام دهد که در خصوص رسانه‌های متعامل جدید و فن‌آوری‌های ارتباطی جدیدتر از چاپ و پخش رادیویی و تلویزیونی به کار می‌رود و البته برای این کار به شناسایی حوزه‌های مبادرت می‌ورزد که رسانه‌های جدید در آن به شکل‌دهی مجدد فرصت‌های میانجی‌گری در جامعه می‌پردازند.

نهایتاً اینکه امروزه پدیده‌های تازه‌ای چون پایگاه‌های به هم پیوسته اینترنتی^۱ برای اجرای مراسم نیایش ظهور یافته‌اند (اس^۱، ۱۹۹۶)، اما باید تحولات را به گونه‌ای عمیق‌تر، یعنی تا سر حد تحول در ساختارهای موجود اجتماع، مشاهده کرد. به عقیده راسموسن، فن‌آوری ارتباطات جدید موضوع

میانجی‌گری در زندگی اجتماعی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. از آنجا که دین در زندگی اجتماعی حضور و جریان دارد، نمی‌تواند از این تحولات دور باشد و همان‌گونه که کریستیانز توصیف می‌کند، این موضوع هم با دین به عنوان نهاد و نظامی اعتقادی ارتباط دارد و هم با چالش‌های اخلاقی‌ای که ملازم با این واقعیت است که فن‌آوری با ساختار وجودی انسان گره می‌خورد و یا به قول وی، فن‌آوری رسانه‌ها سازوکاری قدرتمند برای شکل‌گیری مجدد انسانیت نااصیل و بی‌اعتبار است. آیا اجتماعات مذهبی و مؤمنان زیرک قادر به تحقق شهودی انتقادی و پیامبرانه که مسیحیان در جستجوی آنند، هستند؟ آیا محققان رسانه‌ها، دین و فرهنگ قادر به طرح پرسش‌های انتقادی مربوط به دین رسانه‌ای در فرهنگ پسامدرن خواهند بود؟ منظور ما این است که اجرای چنین طرحی آغاز شده و این کتاب گامی در این زمینه به پیش برده است و این تلاش در آینده نیز توسعه و تداوم خواهد یافت.

- Ess,C.(1996, January). *Prophetic Communities online? An examination of the revolutionary promise of cyberspace*. Paper presented at the Conference on Media, Religion, and Culture, University of Colorado, Boulder.
- Fornäs,J.(1995). *Cultural theory and late modernity*. London: Sage.
- Hodne, Ø. (1994). *Det nasjonale hos norske folklorister på 1800-tallet* (KULTs skriftserie nr. 24/Nasjonalt identitet nr.2). Oslo: Research Council of Norway.
- Martin-Barbero,J.(1993). *Communication, Culture and hegemony: From the media to the mediations*. London: Sage.
- Rasmussen, T.(1996). *Communication technologies and the mediation of social life: Elements of a social theory of the new media* (IMK Report No. 16). Oslo: Department of Media and Communication, University of Oslo, Norway.
- Thompson, J. B.(1990). *Ideology and modern culture : Critical social theory in the era of mass Communication*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Thompson, J. B.(1995). *The media and modernity : A social theory of the media*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Wolfe, K.M.(1984). *The churches and the British Broadcasting Corporation 1922-1956: The politics of broadcast religion*. London: SCM Press.

Date