

درآمد

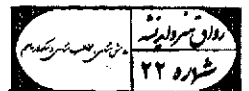
و حضرات علمی دانشکده علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی

مطالعه در رسانه‌ها و روش‌های مورد استفاده در آن‌ها، بر اساس نوع رسانه و نوع عملکرد آن‌ها، دارای اشکال و انواع گوناگون است. با این نگاه، به تعداد رسانه‌های موجود، روش بررسی و مطالعه در آن‌ها پدیدار شده است. در حوزه وسایل ارتباط جمعی، بررسی با دو مکتب تحول‌انگیزی و مکتب جامعه‌شناسی ارتباطات انجام می‌شود؛ در حالی که در وسایل پیشرفته‌تر ارتباطی، به‌ویژه فناوری‌های نوین ارتباطی، روش‌های دیگری برای بررسی حاکم شده است که با تعابیری چون پژوهش‌های کیفی معرفی می‌شوند.

بحث رسانه و سکولاریسم در حوزه روش‌شناسی، دقیقاً با آمدن علم مدرن آغاز می‌شود که ویژگی آن سکولار بوده است و پس از آن، فضای معرفتی رسانه، بیش از پیش تحت تأثیر این اندیشه قرار می‌گیرد.

نقطه اتصال بحث با سکولاریسم آن‌جاست که رسانه، قارخ از اعتقادات و ارزش‌های دینی می‌شود و این امر در روش‌های بررسی رسانه‌ها نیز سنت دیرینه دارد. به یقین، رویکردهای سکولاریستی در حیات مدرن، غایت‌مندی معنوی، رشد و تعالی انسانی را تحت تأثیر قرار داد. فعالیت رسانه‌ها در طول تاریخ، از دیدگاه‌های گوناگون بررسی شده است که برخی به اندیشه سکولاریستی نزدیک می‌شود. برای نمونه، وقتی بخواهیم زمینه‌ای چون اطلاعات و اخبار را پوشش دهیم، چگونگی عملکرد رسانه‌ها در انعکاس اخبار و اطلاعات، از موضوعات مناقشه‌برانگیزی است که همواره اذهان بسیاری را به خود مشغول کرده است.

موضوعی که پیوسته مطرح می‌شود، این است که میزان واقع‌نمایی رسانه‌ها چه اندازه است. به تعبیر دیگر، اخبار و اطلاعاتی که از سوی رسانه طرح و برجسته می‌شود، تا چه اندازه انعکاس



دقیق و بی‌کم و کاستی از وقایع، حوادث و رویدادهای جامعه است.

در پاسخ به این پرسش، برخی با خوش‌بینی، بیشتر اخبار و تصاویر رسانه‌ها را بازتابی از رویدادهای جامعه می‌دانند و به همین دلیل، به راحتی تحت تأثیر قرار می‌گیرند و پیام رسانه‌ها را بدون هیچ‌گونه نقد و نظری می‌پذیرند؛ ولی گروهی دیگر، همواره به درستی و واقع‌نمایی اخبار رسانه‌ها، با دیده تردید می‌نگرند. در میان این گروه، برخی اخبار و تصاویر رسانه را ساخته و پرداخته ذهن خلاق و تخیلگر خبرنگاران می‌دانند. گروهی دیگر اخبار رسانه‌ها را انعکاسی از علایق و منافع صاحبان و مدیران رسانه‌ها می‌دانند. برخی دیگر پیام‌های رسانه‌ای را بر اساس منافع شرکت‌های تبلیقاتی تحلیل می‌کنند که با آگهی‌های خود، منابع درآمد رسانه‌ها را تشکیل می‌دهند.

در برخی کشورها که رسانه‌های مستقل و غیردولتی کمتر است، کارشناسان اخبار و پیام‌های رسانه‌ای را بازتابی از دیدگاه نظام حاکم و ابزاری برای بازتولید هنجارها و ارزش‌های دولت می‌دانند.

در این میان، عدم تنوع و تکثر رسانه‌ها، عدم امکان دسترسی و فرصت بررسی و مطالعه نیز اهرم‌های بیشتری را در اختیار نظام‌های غیردمکراتیک، برای کنترل اذهان با دروازه‌بانی و کنترل اخبار رسانه‌ها قرار می‌دهد؛ ولی عصر ارتباطات و اطلاعات، در همان حال که بسیاری از کلیشه‌های سنتی را درباره رسانه و کنترل اخبار و اطلاعات، دگرگون و بی‌اثر کرده، اهرم‌هایی جدید و پیچیده برای کنترل و مدیریت افکار رقم زده است.

در عصر جدید، رسانه‌ها و نیز اطلاعات، آتمیزه شده‌اند؛ تا جایی که برخی اطلاق پسوند جمعی را به رسانه‌های دیگر، چندان با معنا نمی‌دانند. از سوی دیگر، انبوه اطلاعات و اخبار مترکام و متنوع، قدرت تحلیل و تفسیر افراد را کاهش داده است. در واقع، رسانه‌های شخصی و اطلاعات انبوه، به منزله نوعی نظام کنترل افکار عمل می‌کنند. از سویی، با کاهش توان تحلیل و انسجام فکری، توان ارزشیابی موقعیت‌های اجتماعی را از فرد سلب می‌کنند و از سوی دیگر، با شخصی و خصوصی کردن رسانه، از امکان شکل‌گیری افکار عمومی در زمینه موضوعات و مسائل اجتماعی جلوگیری می‌کنند.

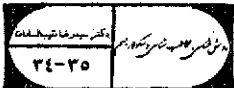
شرایط حاکم بر عمل رسانه‌ای در دنیای مدرن، با القای اندیشه‌ای خاص برای زندگی با نگاه حفظ دنیای افراد، در پی تقویت مراکز قدرت مبتنی بر سرمایه عمل می‌کند. در این دنیا، معنویت سد راه بازگشت سرمایه‌ها برای کنترل بیشتر است. از این رو، صاحبان رسانه در جلال دائمی با حاکم شدن روح معنوی و تفکر دین‌مدارانه هستند.

با این درآمد، ورود گسترده‌تر به این مباحث نیازمند بحثی مختصر درباره مفاهیم عنوان این نوشتار است.

مفهوم سکولاریسم

برای بررسی ریشه‌های موضوع دنیوی شدن، در دوره روشنگری^۱ گفته می‌شد دیگر نیازی به

1. enlightenment

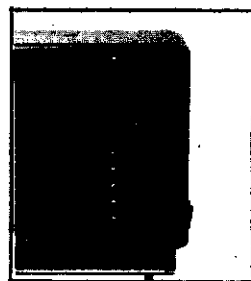


امر مقدس^۲ نیست. امر قدسی به دوره کودکی بشر بازمی‌گردد و اکنون، بشر دوره کودکی خویش را پشت سر گذاشته است. البته روشنگری در همه جا یک شکل نداشت. در انگلستان، روشنگری حالت ضد مذهبی نداشت. در فرانسه بود که روشنگری، ضد مذهبی بود و حالت نهان‌روشی و فراماسونری به خود گرفت. در برخی کشورهای دیگر نیز چنین بود. روشنفکری اسپانیا نیز حالت ضد مذهبی به خود گرفت.

سکولاریسم به صورت عمومی، به معنای جلوگیری از دخالت دین در امور عمومی جامعه است. این اندیشه، به صورت کلی ریشه در عصر روشنگری اروپا دارد. ارزش‌هایی چون جدایی دین از سیاست - جدایی کلیسا و حکومت - در آمریکا و لایسیته در فرانسه، بر سکولاریسم بنا شده است.

از آن‌جا که اصطلاح سکولاریسم در موارد مختلفی به کار می‌رود، معنای دقیق آن، بر اساس نوع کاربرد متفاوت است. فلسفه سکولاریسم بر این پایه بنا شده است که زندگی با در نظر گرفتن ارزش‌ها پسندیده است و دنیا با استفاده از دلیل و منطق، بدون استفاده از تعاریفی چون خدا، خدایان یا هر نیروی ماورای طبیعی دیگری، بهتر قابل توضیح است. سکولاریسم بدین مفهوم، یکی از دستاوردهای جورج یاکوب هالیوک است و یکی از پایه‌های اناسی سکولاریسم، انسان مدرن است.

2. the sacred



معنای سکولاریسم در حکومت، عدم دخالت باورهای مذهبی در امر حکومت و برتری دادن به اصول حقوق بشر بر دیگر ارزش‌های متصور هر گروه و دستمای است.

در مفاهیم جامعه‌شناسی، سکولاریسم به هر موقعیتی که در آن جامعه، مفاهیم مذهبی را در تصمیم‌گیری‌های خویش، کمتر دخالت دهد یا این مفاهیم کمتر موجب بروز اختلاف یا درگیری شود، اطلاق می‌گردد.

هالیوک در سال ۱۸۹۶، در کتاب خود به نام سکولاریسم انگلیسی، سکولاریسم را این گونه تعریف می‌کند:

سکولاریسم شیوه و قانون زیستن است که بر پایه انسان خالص بنا نهاده شده است و به صورت کلی، برای کسانی است که باورهای مذهبی یا خرافاتی را ناکافی یا

غیرقابل اطمینان یا غیرقابل باور یافته‌اند. اصول سه گانه آن عبارت است از:

۱. بهبود وضعیت زندگی یا توجه به مفاهیم مادی زندگی؛

۲. دانش، تنها مشیت در دسترس انسان است؛

۳. کار نیک انجام دادن نیک است. حقیقت این زندگی نیکوست و در جست‌وجوی

خوبی بودن فضیلت است.

در ارتباطات نیز این امر به وضعیتی از عملکرد رسانه‌ها برمی‌گردد که تولیدات رسانه‌ای به زندگی عادی دنیوی، بدون توجه به باورهای دینی مردم و نیازدگی بیش از اندازه می‌پردازد.

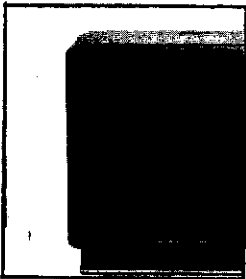
دیدگاه‌هایی که دربارهٔ سکولاریسم مطرح می‌شوند، به سه دسته قابل تقسیم است:

الف) گروهی سکولاریسم را قرآیندی ارزشمند و به معنای توسعهٔ دانش نوین می‌دانند و بر این باورند که در عصر علم و دانش، روزگار حکومت دینی به سرآمده و فرهنگ، اقتصاد، اخلاق، سیاست و همهٔ شئون جامعهٔ بشری را باید به دست دانش سپرد؛

ب) گروهی جدایی دین از حکومت را یک اصل دینی می‌دانند و معتقدند که دین، خود خواسته است که در کار حکومت و سیاست دخالت نکند و به حوزهٔ مسائل فردی و تربیتی محدود بماند؛

پ) برخی معتقدند که دین، افزون بر رسالت تربیتی، نقش مدیریتی و مسئولیت رهبری جامعه را نیز بر عهده دارد؛ ولی از ادیان آسمانی، تنها اسلام است که از دستبرد تحریف مصون مانده و احکام و آموزه‌های آن می‌تواند مبنای برنامه‌ریزی‌های حکومتی قرار گیرد. بنابراین، شریعت اسلام خطوط اساسی و روش‌های کلی نظام حکومت را ترسیم کرده و روش‌های کاربردی و عملی آن را به دانش و خرد سپرده است. بدین سان، هرگز میان دین و دانش ناسازگاری رخ نخواهد داد و توسعهٔ دانش جایگزین دین نخواهد شد.

در پژوهش‌های رسانه‌ای نیز از آن‌جا که دین اندیشهٔ انتقادی را تقویت می‌کند، انتقاد در عمل رسانه‌ای، اختلال در فرآیند بازگرداندن سرمایه است - زیرا تولیدات رسانه‌ای درآمد سرشار صاحبان رسانه‌ها را در پی دارد - و در واقع، برهم زدن نظم موجود است. از این رو، گریز از تولیدات تقویت‌کنندهٔ معنویت در نزد صاحبان رسانه‌ها، انبوه تولیدات مادی و دنیا مدار غربی را به همراه دارد و همین امر گرایش پژوهشگران را در دهه‌های گوناگون، به همراه داشته است. این



اندیشه - که وضع موجود بهترین وضع است و رسانه تنها دارای اثر مثبت است - از دهه ۱۹۳۰ به بعد، در جهان حاکم شد و مطالعات تجربی اجرایی^۲ حاصل چنین اندیشه‌ای در دنیای غربی است.

رسانه و سکولاریسم

انتقاد از این دیدگاه در رسانه، زمینه‌ساز مطالعات انتقادی، حتی در میان افرادی شد که خود، مدت‌ها این رویکرد خوش‌بینانه را به عمل رسانه‌ای در غرب داشتند. از سوی دیگر، در غرب که توسعه رسانه با شتاب بسیار دنبال می‌شد، نهاد رسمی دین از رسانه انتقاد می‌کرد. کشیش کارلوس ای. ویل، دبیر کل اسبق انجمن جهانی کمیسیون مسیحیت انگلستان، در مقاله‌ای، به مناسبات دین و رسانه پرداخته و نگاهی به ویژگی تکنرگرایانه جامعه مدرن غرب و جایگاه و ماهیت رسانه در آن انداخته است. وی شیوه‌ای را که کلیساها کوشیدند از رسانه بهره گیرند، توصیف کرده و سپس، به تحلیل شیوه‌ای پرداخته که رسانه بسیاری از عملکردهای سنتی دین را از آن خود کرده است.

پیرباین در کتاب *عصر تازه ارتباط دینی*، تعارضی قابل توجه میان دیدگاه‌های جهانی ارائه می‌کند که این امر در اشاره به پتانسیل تأثیر تلویزیون و دیگر رسانه‌ها بر دینداری افراد، بسیار مؤثر است. باین از ما می‌خواهد به نوجوان مدرن آمریکایی توجه کنیم که در میان غوغای رقابت رسانه‌های جمعی بزرگ می‌شود. چنین فردی تا زمانی که به سن شانزده سالگی برسد، ۲۰ هزار ساعت از عمر خود را وقف رسانه‌های جمعی کرده است. با توجه به تنوع رسانه‌ها، آیا امکان دارد که آن‌ها باورهای مشابهی درباره خداوند و مسائل مربوط به الهیات ارائه دهند؟

مقوله دین و رسانه موضوعی گسترده است. در این نوشتار، به ایده‌های محدود و دیدگاه‌ها و پرسش‌هایی اشاره می‌شود که ممکن است به گفت‌وگو و تعمق‌های بعدی کمک کنند. مراجعی که در این زمینه وجود دارند، به مثابه رسانه‌ای غالب، بر تلویزیون تمرکز کرده‌اند؛ در حالی که در این رسانه، از دین به طور کلی یاد می‌شود و دربرگیرنده حسی از الهیات جهان‌بینی، ارزیابی اخلاقی عناصر احساسی و تمهد شخصی خاص است.

جامعه و رسانه

برای پرداختن به این موضوع، باید دست کم سه ملاحظه را مد نظر قرار داد:

نخستین آن‌ها ویژگی تکثرگرایانه جامعه مدرن است. تحرک اجتماعی و جغرافیایی موجب افزایش عناصر فرهنگی، قومی و تنوع دینی می‌شود. این امر در چندین کشور اروپایی، به‌ویژه پس از جنگ جهانی دوم رخ داد که مرزهای خود را برای ورود مهاجران اروپای شرقی و کشورهای آسیایی بازگذاشتند؛ زیرا آن‌ها از نیروی کار کافی بی‌بهره بودند. این نوع تکثرگرایی پیوندی نزدیک با توسعه سکولاریستی دارد که این الزاماً منفی نیست. همان‌گونه که دیوید بوسچ در کتاب *تعمیر ارتباطات یادآوری می‌کند:*

مردم جامعه، میان سکولاریسم، سکولار شدن و انتشار فرق می‌نهند.

به عبارت دیگر، دنیا به نقطه‌ای خاص از خودمختاری رسیده است. انسان‌ها بالغ شده‌اند و این امر بر جو دینی نیز تأثیر گذاشته است. از این روی، روابط انسان با کلیسا، مهم‌تر جلوه کرده و کمتر سلطه‌پذیر و بیشتر فردگرا شده است.

جنبش روشنفکری، همراه با موارد دیگر، ادعا کرد که هر فردی یک انسان خودمختار است. این امر تأثیر بسیاری بر مسیحیت و به طور ویژه، بر مذهب پروتستان نهاده است. کلیسا نقش مرکزی خود را از دست داد و افراد از این حق و توانایی برخوردار بودند که از اراده خداوند باخبر باشند و تصمیم بگیرند چه مواردی را باور کنند و از باور چه مواردی سر باز زنند.

ملاحظه دوم، بررسی جایگاه رسانه در جوامع مدرن است. رسانه‌ها، اغلب منبع اطلاعات و آموزش‌های ارزشمند به شمار می‌آیند. یک تأویل گرای مسیحی، زمانی گفته است:

ما باید انجیل و روزنامه را باهم بخوانیم.

ولی چه روزنامه‌های حقیقت را می‌گویند و اطلاعات را همان‌گونه که در جهان رخ داده، بازمی‌تاباند؟ چه کسی تصمیم می‌گیرد خیر و محتوای آن چه باشد؟ فرآیند خصوصی‌سازی رسانه‌ها مدلی ویژه از ارتباط به دست داده که بی‌تردید، بر تمام عبارات و اصطلاحات دینی تأثیر می‌گذارد. در بخش عمومی، ملاک برتری در حضور جامعه و نهادهای آن و احترام به سنت‌های فرهنگی و دینی است. در بخش خصوصی، هدف، برقراری ارتباط با مخاطبان بیشتر، به منظور دستیابی به سود بیشتر است. هنگامی که باورهای جامعه باید از فیلترها و صافی‌هایی رد شوند که مانع انعکاس هر چیز علیه منافع صاحبان رسانه‌ها می‌شود، چه شناسی باقی می‌ماند که مشکلات،

نیازها و آرزوهای خود و دیگران را بدانیم. این فیلترها و صافی‌ها امروز در مراکز بزرگی واقع شده‌اند که اطلاعات و ارتباطات دنیای ما را در سلطه خود می‌دانند.

ملاحظه سوم، ماهیت رسانه است. رسانه‌های شنیداری بصری، مانند تلویزیون و سینما، ساعات خود را با شمار بسیاری از افرادی پر می‌کنند که بی‌نهایت می‌کوشند ما را به هیجان آورند. چنین حس‌هایی انسان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. رسانه به حریم ما تجاوز می‌کند و ما هنوز از تأثیرات این تعدد محرک بر خود خبر نداریم. دین و حالت عاطفی بسیار به یکدیگر نزدیک هستند و همه عبارت دینی در رسانه، به دلیل تأثیر عاطفی خود، متمایز شده است. رسانه‌های جمعی نشانه‌هایی از تولید و تخریب انسان را نشان می‌دهند. تکه تکه کردن تصاویر و اطلاعات و دستکاری و مونتاژ آن بازتاب بخشی از تصاویر به شمار می‌رود که از ارتباط موثق جلوگیری می‌کند.

مینا رمیزه، جامعه‌شناس فیلیپینی، در کتاب *ارتباطات*، همان‌طور که مردم به آن اهمیت می‌دهند: *چالش‌های ارتباطات* آورده است:

ظریف‌ترین نوع تسلط، نفوذ به ذهن است. منقورترین نوع وابستگی، مادی نیست، بلکه معنوی است. افراد توان اندیشه انتقادی خود را به جای خودشان از دست می‌دهند و آن‌گاه، توانایی برقراری ارتباط را نخواهند داشت و تنها تقلید می‌کنند.

از پذیرفتن غیرانتقادی تا قطع کامل

رویکرد دینداران به رسانه‌ها از پذیرفتن غیرانتقادی تا قطع کامل از حضور رسانه در زندگی جامعه متنوع است. گرچه کلیساهای مسیحی از ظهور رسانه‌های جمعی استقبال کردند؛ ولی ترس خویش را نیز در این زمینه ابراز کرده‌اند. به همین دلیل، آن‌ها در ابتدا، می‌کوشند حضور رسانه در زندگی خود را محدود سازند و آن‌گاه، خویش را تنها افرادی دانستند که می‌توانند استفاده درست از این وسیله را آموزش دهند. در نهایت، مقامات کلیسا به مخاطبان رسانه‌ها بی‌اعتماد بودند و احساس می‌کردند آن‌ها باید مورد حمایت، هدایت و کنترل قرار گیرند.

دینداران، امروز بر آنند که رسانه جایگاه دین را در جامعه غصب کرده است. این امر به یک نظام ارزشی شکل می‌دهد و ماهیت یک فرهنگ را بیان می‌کند. برای نمونه، در نظر برخی از افراد، تلویزیون به نوعی دین بدل شده است و گویی نقش مقدسی دارد که چگونگی و معنای



امور را به ما می‌آموزد. از این روی، جهان‌بینی تکنولوژیک، دست‌کم سه تهدید برای دین به شمار می‌آید.

تهدید نخست رسانه، نقش پررنگ‌تر منافع، انگیزه‌ها، خوشنودی‌ها و پتانسیل‌ها را که هدف دین است، منحرف می‌کند. افراد دیندار از این امر وحشت دارند که رسانه ارزش‌ها و باورهای سنتی دین آن‌ها را تهدید کند؛ زیرا هر روز شاهد خالی شدن کلیساها هستند.

تهدید دوم این است که زبان دینی مورد قنردانی قرار دارد. نمادها، تصاویر و آداب تازه‌ای در حال آفریده شدن هستند. گرگور گتالس در کتاب *اسطوره‌شناسی رسانه* می‌گوید:

رسانه‌های جمعی و به‌ویژه تلویزیون، فرمان قدرت اسطوره را در دست گرفته‌اند. یکی از نقش‌های این اسطوره جای‌گیری در ماست تا دنیا و جایگاه ما در آن را خود تعریف کند.

سومین تهدید این است که موضوعات دینی که رسانه آن‌ها پرورش داده و در توسعه آن سهیم است، هیچ ارتباطی با دین سازمان‌یافته ندارد.

دین و رسانه: سه پاسخ

درباره استفاده رسانه‌های جمعی برای اهداف دینی چه می‌توان گفت؟ چندین پاسخ به این پرسش وجود داد که در این جا، به سه پاسخ اشاره می‌شود.

اولین پاسخ: مالکوم مگریج، کارشناس ارتباطات در رادیو و تلویزیون تصور می‌کرد که انسان باید در سراسر جهان، با تلویزیون ارتباطی نداشته باشد؛ زیرا تلویزیون رسانه‌ای است که در عالم خیال به سر می‌برد و تصاویری و ایده‌هایی می‌آفریند که حقیقی نیست و نمی‌تواند با حقیقت ارتباط داشته باشد. از دیدگاه وی، رسانه یک عنصر خودمختار است که از قابلیت آفرینش پویایی و ساختار ارتباطی خود برخوردار است؛ ولی ایمان می‌تواند باقی‌مانده و ساختار خارجی جامعه را بپذیرد و در آن سهیم شود. بنابراین، رسانه، نه تنها غیرضروری است، بلکه زبان‌بار نیز به شمار می‌آید.

مگریج استفاده از رسانه جمعی را چهارمین وسوسه‌ای می‌داند که مسیح (ع) آن را رد کرده است؛ زیرا در حقیقت، این رسانه، به دلیل ماهیت خود، به سوی اهداف سازنده و مفید متمایل



نمی‌شود. رسانه به جامعه مسیحی چیزی را ارائه می‌کند که خطرناک و مخرب است. این موضعگیری بر اساس یک مفهوم ادیان به طور نامحدود در نظر گرفته شده تا تمامیت و خلوص خود را حفظ کند. بدون دستکاری و تغییر اهداف رسانه‌های جمعی، نباید از یاد برد که این امر همان مفهوم زمانی است که از فضای وهم و خیال رسانه‌ها، در راستای انعکاس اهداف خود مورد استفاده قرار می‌گیرد.

دومین پاسخ: نیل پستمن در کتاب سرگرم کردن خود تا حد مرگ، می‌گوید که هر مراسم دینی در رسانه‌ها، نیازمند محیطی در خور برنامه‌ها و تشریفات دینی است. برای رسیدن به چنین اهدافی، باید قوانین خاصی اعمال شود؛ ولی این قوانین درست در تناقض با برنامه‌های دینی در رسانه است. در چنین برنامه‌هایی، شرکت‌کنندگان مشغول خوردن و صحبت کردن هستند یا خود را با فعالیت‌های دیگری سرگرم می‌کنند و به صورت کلی، رفتاری در خور یک برنامه دینی ندارند.

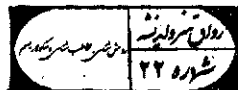
بر اساس اظهارات پستمن، موضوع همین جا پایان نمی‌یابد. صفحه نمایش پر از آگهی‌های تبلیغاتی می‌شود که نوعی بی‌احترامی به برنامه دینی به شمار می‌آید. این شرایط تنها بیانگر این است که دین تنها در صورتی می‌تواند در تلویزیون موفق باشد که با امور مورد نیاز مردم همراه شود. این درست به معنای تهی کردن محتوا و تلویزیونی کردن موضوع مورد بحث است. از این دیدگاه، ما باید به هشدارهای خاصی علیه رسانه‌های جمعی توجه کنیم؛ زیرا نیت‌های دستکاری شده آن‌ها بسیار روشن است؛ ولی این حقیقت بیچیده نباید موجب شود که باور کنیم عقب‌گرد به آشکال سنتی ارتباطات، به سادگی احتمال پرهیز از هر گونه ناخالصی را فراهم می‌کند.

سومین پاسخ: جورجیو جیرادت، کشیش فرقه والسن سین معتقد است راه دیگری برای موضع‌گیری‌های افراطی مگریچ یا خوش‌بینی ژان پل دوم درباره ایجاد کلیسای الکترونیک وجود دارد. از دیدگاه جیرات، این راه باید پنج مورد را در بر گیرد:

۱. اهمیت رسانه در بافتی شامل ابعاد فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و تکنولوژیکی؛

۲. استفاده از رسانه الکترونیک؛

۳. انجام هر اقدام ممکن در راستای مجزا نکردن رسانه از حقیقت؛



۴. جلوگیری از انحراف رسانه از واقعیت؛

۵. ترغیب حضور مردم و تقلیل انفعال.

وی چنین نتیجه‌گیری کرده که جنال و پافشاری بر استفادهٔ محتمل و میسر از رسانه‌های ارتباط جمعی، توجه کلیسا را به خود جلب کرده است. باید پذیرفت که در دنیای امروز، رسانه‌های جمعی به مهم‌ترین منابع اطلاعاتی و سرگرمی بدل شده‌اند. ما هم‌چنین دریافته‌ایم که رسانه‌ها می‌توانند نقشی مهم در حضور فعالانه و جست‌وجوی بیشتر برای دنیای عادلانه و صلح‌آمیزتر ایفا کنند. ما در جامعه‌ای تکثرگرا زندگی می‌کنیم که رابطهٔ مردم برای سازمان دادن دین ضعیف شده است. این در شرایطی است که نیازهای دینی بیش از پیش آشکار شده‌اند.

آیا ممکن است بتوان از رسانه، به منزلهٔ کانال‌هایی جدید برای تجلی روح بهره گرفت؟ پاسخ ساده‌ای به این پرسش نمی‌توان داد. بسیاری از ملاحظات مختلف را باید در نظر گرفت؛ مالکیت رسانه، قانون‌گذاری، رقابت حرفه‌ای، منافع اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و غیره، رسانه به مثابه جایگاه ارائهٔ دین، راهبردهایی برای آگهی‌های بازرگانی به منزلهٔ ملاک ارتباطات و بسیاری از موارد دیگر.

مخاطبان، پیام‌های دریافت شده را از دیدگاه فرهنگی و اجتماعی خود دریافت، انتخاب و تفسیر می‌کنند و بر اساس تفاسیر خویش، نتیجه‌گیری می‌کنند. به همین دلیل، رویارویی میان رسانه و دین، باید با رویکرد حفظ احترام و کرامت انسان صورت گیرد.

چنان‌که گفته شد، بحث‌های سکولاریسم از علوم مدرن سرچشمه گرفته است. پس از جنگ جهانی دوم که آمریکا قهرمان اصلی جنگ معرفی شد، برای چاره‌اندیشی خرابی اروپای پس از جنگ و هم‌چنین مقابله با موج کمونیسم در شرق، بحث مدرنیته و تجدد در رسانه مطرح شد و در قالب طرح بسته‌بندی شده، به دنیا عرضه گردید. آن‌چه پس از آن دنبال شد، به گونه‌ای همان خالی کردن جامعه از معنویت و ارزش‌های دینی و توجه بیشتر به دنیا و امکانات دنیوی بود. در این نگاه غربی، مدرنیته مفاهیمی چون دموکراسی، آزادی، عقل‌محوری، حق فردیت و تکثرگرایی را به دنبال دارد. در نگاه ایشان، این‌که چرا باید یک جامعه مدرن باشد و از بافت سنتی و ایدئولوژیک خارج گردد، موضوعی مهم است که امروزه، برای پیش‌روی در مسیر جهانی‌سازی،

باید به آن پرداخت.

با گسترش دانش و تکنولوژی، دیگر نمی‌توان دنیا را مانند موزاییک‌های جدا از هم دید. اکنون درها باز شده و باورها، فرهنگ‌ها و سنت‌ها در تعامل هستند. از این روی، دو راه برای رفتار با این جریان وجود دارد:

۱. مقاومت در برابر روند جهانی شدن؛

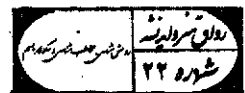
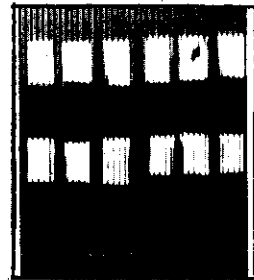
۲. پیوستن به مجموعه جهانی و کمک به توسعه آن.

پس از ارائه این طرح، استدلال‌هایی در حمایت از طرح دوم، از جانب ایشان ارائه می‌شود. به عبارت دیگر، مورد نخست نمی‌تواند راه‌حل مناسبی باشد؛ زیرا در حکم فرار از اندیشه‌ها و بسته نگاه داشتن خود است. این رفتار، بیشتر نشان‌دهنده ضعف است تا قدرت. وقتی به اندوخته‌هایمان اعتماد داریم، نباید ترسی در برابر جهانی شدن وجود داشته باشد.

پیوستن به مجموعه جهانی راه حلی مناسب است؛ ولی به این معنا نیست که ما چاره‌ای جز پذیرش جهانی شدن نداریم، بلکه با چشمان باز، وارد این مسیر می‌شویم و از آینده آن نیز آگاهییم و می‌دانیم که انجام این کار کاملاً صحیح است؛ القایات مشابه نیز درباره شکل دهی به آینده، از همان ابتدا، در طرح نوسازی خاورمیانه و بعدها دیگر کشورهای جهان، مکرر و مکرر، توسط رسانه‌های غربی به کار گرفته شد.

در این راستا، باورهای تزریقی در پذیرش شرایط، مانند تشریح‌های دهه ۱۹۶۰، در چرخه تولیدات رسانه‌ای، به طور مکرر بازتولید می‌شد. برای نمونه، وقتی می‌خواهیم در کنار ملت‌های دیگر زندگی کنیم و به عبارت دیگر، با آن‌ها در مسیر جهانی شدن گام بگذاریم، باید مقدمات کار را به مرور فراهم کنیم تا موضع ما در تضاد با دیگر ملت‌ها قرار نگیرد. در غیر این صورت، نتیجه معکوس آن طرد ملت ما خواهد بود. این مطلب بدین معنا نیست که ما از اصول خود بگذریم تا وارد دنیای دیگری شویم. برای این منظور، به یک جامعه سکولار نیاز داریم که در آن، افراد بتوانند با باورهای گوناگون زندگی کنند، به آزادی برسند، خردمحوری را لمس کنند، به حق فردی خود برسند و هر آن‌چه از یک جامعه مدرن انتظار می‌رود، ظاهر گردد.

یک جامعه سکولار مخالفتی با فرد دیندار ندارد. مخالفت او وقتی نمود می‌یابد که دین از مسئله



شخصی خارج گردد و شکل جمعی و کنترلی به خود گیرد. یک دیندار با هر اعتقادی، می‌تواند در جامعه سکولار زندگی کند و کسی مزاحم او نمی‌شود. در چنین جامعه‌ای، فرد آزاد است به اعتقادات خود پایبند باشد و از مزایای یک جامعه مدرن و سکولار برخوردار باشد. اگرچه سکولاریسم به معنای بی‌دینی است؛ ولی وقتی سخن از جامعه سکولار می‌شود، موضوع اندکی تفسیر می‌یابد؛ زیرا همه افراد آزادند، تا جایی که مزاحم کسی نباشند، به امور دنیایی بپردازند و هم‌چنین آزادند تا اندازه ممکن و تا جایی که مزاحم دیگران نباشند، به امور اعتقادی خود بپردازند. بنابراین، وقتی سخن از سکولاریسم به میان می‌آید، نباید تصور کرد که ضد دین و ضد خدا خواهیم شد. اگر فرد در باور، سکولار باشد، ضد دین است؛ ولی یک دیندار می‌تواند سکولار نباشد و در جامعه سکولار زندگی کند.

وقتی جامعه مدرن سکولار را بپذیریم، در واقع، اندیشه‌ها را پذیرفته‌ایم و با احترام به اندیشه‌ها، فضای زندگی به‌وجود خواهد آمد. این آن چیزی است که بشر در پی آن بوده است؛ صلح و آرامش. عمل رسانه‌های غرب برای نمایش صلح و دوستی، از یک سو و تجاوز و خونریزی، از سوی دیگر، همه به گونه‌ای، اثبات تفکر دنیا مدارانه و سکولاریستی است. همه این تلاش‌ها برای ایجاد رضایت در نزد افراد و تقویت اندیشه امانیستی از نوع غربی است که چند دهه در حوزه مطالعات غربی، از نوع مخاطب‌پژوهی جلوه‌گر شد.

