

جامعه اطلاعاتی و دین (با تأکید بر جهان اسلام)

نوشته کریم خان محمدی

انقلاب اطلاعات و فناوری رایانه‌ای و ارتباطات، جامعه جهانی را به واسطه توسعه پیشرفت در حوزه وسایل ارتباطی، در دو بُعد زمان و مکان متراکم کرده است. حاصل این توسعه و پیشرفت تشکیل دهکده جهانی است که در آن، انسان‌ها هر چند بسیار به هم نزدیک شده و از ناامنی بی‌خبری‌رهایی یافته‌اند، اما در مقابل به خاطر ظهور پدیده «جهانی شدن» به ویژه در حوزه فرهنگ، با ناامنی جهانی مواجهند. زیرا هویت فرهنگی و دینی جوامع از سوی تهاجم فرهنگی تهدید می‌شود. کاستلز جهان آینده را صحنه کارزار دو قدرت معتبر یعنی جهانی شدن و هویت می‌داند (افتخاری، ۱۳۸۰: ۳۳).

جهانی شدن ابعاد مختلفی دارد که همه آنها در سایه فناوری اطلاعات به منصفه ظهور رسیده است (داوری، ۱۳۸۱: ۲۱۳). و آنچه در این مقاله مورد نظر است بُعد ارتباطی، امکان و سهولت ارتباطات جهانی است. از این روی گرچه موضوع تحت عنوان «جهانی شدن» قرار می‌گیرد اما برای مشخص کردن بُعد مورد نظر، عنوان «جامعه اطلاعاتی» را برگزیدیم (جهت اطلاع مارجری فرگسن، ۱۳۸۳: ۷۷) طبق تعریف «جهانی شدن از برخی جهات نوعی انقلاب ارتباطی است.» (محسنی، ۱۳۸۰: ۱۲۱) امروزه احساس زندگی در یک جهان تا حد زیادی نتیجه برد بین‌المللی رسانه‌های ارتباطی است. برنامه‌های خبری تلویزیون، مجموعه گوناگونی از تصاویر بین‌المللی

ارائه می‌کنند و یک نظام جهانی اطلاعاتی به وجود آمده است (گیدنز، ۱۳۷۶: ۵۸۹).

مفهوم محوری دیگری یعنی «دین» نیز در پارادایم جهانی شدن کمتر به طور مستقل مورد بحث قرار گرفته است. مباحث عمدتاً تحت عناوین «فرهنگ»، «هویت»، «سنت» و «ملیت» و نسبتشان با جهانی شدن مورد بحث است. البته می‌دانیم که عملکرد «دین» در جامعه اطلاعاتی گرچه به لحاظ روشی مشکل است ولی دستیابی به ایده نظری متفکران در این باره به دلیل اهمیت دین برای آنها آسان است (تامپسون، ۲۳۹: ۱۳۸۰).

در این مقاله سعی می‌شود از خلال مباحث کلی مذکور، ایده‌های مربوط به جایگاه دین به ویژه دین اسلام (در صورت امکان با قرائت شیعی) مورد کنکاش قرار گیرد. «هر چند جهانی شدن در برخی از زمینه‌های زندگی روزمره بدیهی و آشکار به نظر می‌رسد، اما در همه حوزه‌ها موضوعی کاملاً روشن و مشخص نیست. فرهنگ پدیده‌ای پیچیده و ابهام‌آمیز است و می‌تواند جلوه‌های بسیار متفاوتی به خود گیرد» (محسنی، ۱۳۸۰: ۱۲۰). به هر حال، با همه پیچیدگی‌های مفهوم دین (Religion) و همچنین سکولار شدن (Secularization) و تعدد مفهومی آن از قبیل زوال دین، سازگاری دین با این جهان، جدایی دین از جامعه و اختصاص به قلمرو شخصی، جایگزینی صورت‌های مذهبی به جای باورها، تقدس زدایی از جهان و در نهایت حرکت از جامعه «مقدس» به «جامعه سکولار» (همیلتون، ۱۳۷۷: ۲۸۹) این سؤال مطرح می‌شود که در جامعه کنونی دین چه جایگاهی دارد؟ آیا دین در جامعه اطلاعاتی تضعیف شده است؟ به عبارت دقیق‌تر آیا همبستگی مثبت میان اطلاعاتی شدن جامعه و سکولاریزاسیون وجود دارد؟ دین در آینده چه جایگاهی خواهد داشت؟ به صورت ویژه آیا بارشدها ارتباطات با پدیده سکولاریزاسیون مواجه خواهیم شد؟ سکولاریزاسیون با کدامین معنی؟

تحدید ابعاد موضوع

کری در تعیین پرسش از وضعیت آینده دین در جامعه اطلاعاتی، به دو بُعد آینده یعنی «بُعد توصیفی» (Descriptive) و «بُعد تجویزی» (Prescriptive) اشاره می‌کند. بُعد توصیفی، واقعیت عینی مذهب را توصیف می‌کند در حالی که بُعد تجویزی موقعیت مطلوب ترسیم می‌نماید و هر کدام از ابعاد به شیوه «امکانی» (Possible) و «احتمالی» (Probable) پاسخ داده می‌شود. در شیوه امکان، صور متصور ترسیم می‌گردد، لیکن در شیوه احتمالی صور محتمل پیش‌بینی می‌شود در این مقاله

هدف پیش بینی موقعیت احتمالی دین (به ویژه اسلام) همگام با رشد ارتباطات است. (ریچارد کری، ۲۰۰۲: اینترنت)

یکی از ابعاد مهمی که باید بررسی شود این است که به چه روشی می توان موقعیت مذهب را پیش بینی کرد؟ دانشمندان از چه شیوه هایی سود جسته اند؟ اصولاً آیا جامعه بشری اطلاعاتی تر می شود؟ یعنی آیا ارتباطات رشد فزاینده و یکنواختی دارد؟ چگونه می توان این روند را سنجید؟ اکثر متفکران همچون استفانو پیس (Stefano Pace) فرایند رشد ارتباطات جهانی را به ویژه با توجه به پدیده اینترنت مفروض گرفته و درصدد بررسی جایگاه دین در آینده جامعه بشری هستند (استفانو، ۲۰۰۴: اینترنت). البته شتاب ارتباطات جهانی قابل درک بوده و نیاز به پژوهش های تجربی ندارد.

پس برای بررسی وضعیت دین در جامعه اطلاعاتی به ویژه پیش بینی چشم انداز آینده، دو پرسش باید بررسی شود: اول، ارتباطات جهانی به کجا ختم می شود؟ دوم، دین همگام با رشد ارتباطات چه وضعیتی، پیدامی کند؟ برای پاسخ به این پرسش ها دورویکرد نظری ترسیم می شود؛ رویکرد «درون دینی» و مطالعه متون مقدس Sacred Text Studing و رویکرد «برون دینی» و عملی که خودش متضمن چندین روش است (ریچارد کری، ۲۰۰۲، اینترنت). این روش ها همچون «فرا فکنی روند» (Extraprojection)، نگرش سنجی، تحلیل انعکاس دین در رسانه ها و استدلال مفهومی ذاتی (ناچمیاس ها، ۱۳۸۱، ۴۴۱) به هنگام بررسی هر کدام از نظریه ها توضیح داده خواهد شد. ابتدا رویکرد درون دینی معطوف به آینده، با توجه به متون شیعی مورد بررسی قرار می گیرد.

رویکرد درون دینی

در متون اسلامی، از یک جامعه جهانی خبر داده شده است که در آن ارتباطات به اوج می رسد. شاید تصور چنین جامعه ای که در احادیث اسلامی به تصویر کشیده شد، چند دهه پیش خیال پردازانه به نظر می رسید. اما امروزه با توجه به رشد تکنولوژی، تحقق عینی آن وعده ها، نویدبخش به نظر می رسد. **ابوریع شامی** می گوید: از امام صادق (ع) شنیدم که فرمود، «زمانی که قائم ما ظهور نماید، خداوند گوش ها و چشمان شیعیان ما را به گونه ای تقویت می کند که میان آنان و قائم (ع) نیاز به پیک نیست، آن حضرت با آنان سخن می گوید و آنان سخن او را می شنوند، در حالی که وی در جایگاه خویش قرار دارد او را می بینند» (اصول کافی، ج ۸: ۲۴۰).

این حدیث «نظریه امتداد» مک لوهان را تداعی می کند که رادیو را امتداد شنوایی انسان و هر یک از رسانه ها را امتداد یکی از حواس انسان تلقی می کند (ساروخانی، ۱۳۷۲: ۴۳) در جامعه جهانی نوید داده شده از سوی متون دینی، شرق و غرب عالم به هم وصل می شود. به تعبیر امام صادق (ع) «در زمان قائم (ع) مومن که در شرق است برادر خود را که در غرب وجود دارد خواهد دید، و نیز مومنی که در مغرب است برادر خویش را در مشرق می بیند.» (علامه مجلسی، ج ۵۲: ۳۹۱).

علم و فناوری در جامعه موعوده اوج شکوفایی می رسد. امام صادق (ع) در روایتی می فرماید: «علم و دانش ۲۷ بخش است، تا زمان ظهور دو بخش را مردم کشف می کنند، ۲۵ بخش بقیه را قائم (عج) در میان مردم منتشر می سازد. و علم و دانش به کمال خود می رسد.» (علامه مجلسی، همان، ۲۳۶). همزمان با رشد و فناوری و دانش، دین نیز به کمال خود می رسد، دین حقیقی که حتی ائمه هدی (ع) نیز موفق به تحقق کامل آن نشدند به منصف ظهور می رسد. امام حسین (ع) تشکیل دولت کریمه و کمال آن را به زمان ظهور موکول نموده و می فرماید: «برای هر مردمی دولتی است که به انتظارش می نشیند و دولت مادر آخر الزمان ظهور پیدا می کند» (همان، ج ۵۱: ۱۴۱). با مطالعه متون دینی درباره جامعه موعود جهانی در مکتب تشیع این نتیجه حاصل می شود که از نگاه درون دینی، رشد ارتباطات و فناوری نه تنها با دین تعارض ندارد بلکه کاملاً همبسته اند و هر دو از شاخص های عمده دولت کریمه اند.

رویکرد برون دینی

از نگاه برون دینی و جامعه شناختی، برای کشف رابطه جامعه اطلاعاتی و دین رهیافت های مختلفی اتخاذ شده است که در این بخش مورد مطالعه قرار می گیرد. گونه بندی نظریه ها در این مقاله بر حسب روش مورد استفاده است. البته سعی بر این است به جای نگاه به گذشته، چشم انداز آینده مورد توجه قرار گیرد. برای هر انسان موفقیتی به ویژه برای کسانی که تعلق دینی دارند، این دغدغه وجود دارد که به هر حال آینده دین (=اسلام) چه سرنوشتی خواهد داشت. به لحاظ اهمیت روش، علی رغم فقدان جامعیت و طرد متقابل که هر دوازده ویژگی های گونه شناسی هستند، در این مقاله مطالب بر اساس روش گونه بندی شده است.

الف. روش فرافکنی روند

یکی از روش‌های اساسی برای درک گذشته و پیش‌بینی آینده «فرافکنی روند» (Extrapolation) است (ساروخانی، ۱۳۷۷: ۱۹۹) که گری نیز در مقاله «آینده مذهب» به طور خاص تحت عنوان «برون‌فکنی روندها» (Extrapolating Trends) به این روش اشاره می‌کند. در این روش با مطالعه فرایند تغییرات یا ثبات یک پدیده در گذشته جهت حرکت و مسیر آینده را پیش‌بینی می‌کنند. البته پیش‌بینی در این روش احتمالی است، ماسیمو انترودین مدیر مرکز مطالعات مذاهب جدید در تورین ایتالیا (Center For Studies On new Religions = CESNUR) در مقاله‌ای تحت عنوان «آینده مذهب و آینده مذاهب جدید» به پیش‌بینی مذهب در جامعه رسانه‌ای می‌پردازد. این مقاله از دو جنبه اهمیت دارد. اولاً تحلیل‌های او پیرامون سمینار سالیانه «بنیاد جانسون» (ژوئن ۲۰۰۱) در اوستا/انگلیس است که عده زیادی از محققان مذهبی، دیپلمات‌ها، دست‌اندرکاران امور بین‌الملل و روزنامه‌نگاران در آن سمینار حضور داشتند. دوم این که او با برش دادن سه مقطع زمانی یعنی قرن نوزدهم (دوره بدبینی به مذهب) دهه ۱۹۷۰ و سال ۲۰۰۱ به بررسی فرایند مذهب پرداخته، و آینده را پیش‌بینی می‌کند. البته وی نیز همانند سایر اندیشمندان، رشد فزاینده ارتباطات را به طور تلویحی مفروض می‌گیرد. ماسیمو می‌گوید:

«من فکر می‌کنم بیشتر همکاران من در مطالعات مذهبی (آینده مذهب به ویژه مذهب جدید را در ۲۰ سال آینده چه به صورت سازمان یافته و چه به صورت غیرسازمان یافته پیش‌رونده می‌بینم. مذهب در رسانه‌ها قوی‌تر از آنچه اکنون هست حضور خواهد یافت. دستگاه رسانه ممکن است رشد ثابت را پرتوافکنی کند و در مذاهب بنیادگرا و محافظه‌کار با توجه به تنوع آنها، برخی در مذاهب جدید یا کهنسال مثل مورمون‌ها یا گواهان یهودی، احتمالاً چنان رشد پیدا کنند که جزو جریان اصلی قرار بگیرند.»

گرچه ممکن است برخی از مذاهب پیروان خود را از دست بدهند اما این عده درصد کوچکی از کل جمعیت خواهد بود و مذاهب دیگری ظاهر خواهد شد.

پتی کاستالیزم، (Pentecostalism) اصول مذهب کاتولیک و اسلام جهانی شده ممکن است فاتح نهایی (Ultimate) (Winners) باشند. (انترودین، ۲۰۰۱).

انترودین می گوید در دهه ۱۹۷۰ محققان سه پیش بینی انجام دادند که هیچ کدام کاملاً اشتباه نبود.

۱. (Secularization) جامعه شناسان (عمدتاً در اروپا نه در آمریکای شمالی) سکولاریزم را سناریوی مذهبی مناسب برای پایان قرن تعبیر می کردند. آنها می گفتند فرایندی که در عصر روشن اندیشی شروع شده تداوم خواهد داشت. عده ای با جرات (همانند متفکران قرن ۱۹) افول سرنوشت تکاملی مذهب را پیش بینی می کردند. در دهه ۱۹۹۰ توافق جامعه شناسی بر این قرار گرفت که تئوری سکولاریزم اشتباه بوده است. جامعه شناسان آمریکایی، به ویژه طرفداران تئوری «انتخاب عقلانی» نتیجه گرفتند که سکولاریزاسیون صرفاً یک اشتباه اروپایی بوده و تصمیم ناروای وضعیت بخشی از اروپا (به ویژه فرانسه و آلمان) به کل جوامع است (همان، ۲۰۰۱). آزمون های آماری نشان داد با وجود رشد ارتباطات در سال ۲۰۰۰، تعداد کسانی که خودشان را «مذهبی» می دانستند نسبت به دهه ۷۰ افزایش یافته است. پوشش رسانه ای پدیده های مذهبی از پاپ گرفته تا بنیادگرایی اسلامی افزایش یافته بود.

۲. پیش بینی دوم در دهه ۱۹۷۰ این بود که مذهب سازمان یافته کاهش پیدا می کند. این پیش بینی نسبت به اولی به ویژه در اروپا از اشتباه کمتری برخوردار بود. زیرا اگرچه منتقدان مذهب زیاد شده بود اما تعداد کسانی که مذهب در تصمیم گیری های هفتگی آنها تأثیر داشت کاهش نشان می داد.

۳. سومین پیش بینی در دهه ۷۰ که در دهه ۸۰ با جسارت بیشتری مورد تأکید قرار گرفت این بود که کلیسای (Cults) اصلی با کاهش روبه رو خواهد شد اما اغلب کشورهای با انفجار کیش ها و یافرقه (Sects) مواجه خواهند شد. این پیش بینی از یک سو درست بود، زیرا بیش از هزار جنبش مذهبی در آمریکای شمالی، اروپا و آسیا شکل گرفت. از سوی دیگر غلط بود، زیرا اگر چه جنبش ها زیاد می شد اما فزونی جنبش ها دلیل افزایش پیروان نبود. از سوی دیگر جنبش های جدید کمتر از ۲ درصد جمعیت کشورهای جهان را در بر می گرفت.

ماسیمو با عطف توجه به گذشته با اذعان به این که اثبات این مطالب با داده های آماری مشکل است، معتقد است، مذهب ممکن است در دهه ۲۰۱۰ در جامعه و رسانه مهم باقی بماند، اما تصمیمات اساسی سیاسی فرهنگی به وسیله آن تعیین نمی شود. او در مورد جوامع اسلامی استثنائات است و می گوید: «در کشورهای اسلامی سکولاریزم کیفی البته کیفی نیز وجود ندارد، بنیادگرایی پدیده

پیچیده‌ای است. موضوعات سیاسی و مذهبی را ترکیب می‌کند و ممکن است فی نفسه به پارسایی فزاینده منجر نشود.» (همان).

ب. نگرش سنجی

در این روش، از مردم یا صاحب نظران پرسیده می‌شود در جامعه اطلاعاتی دین چه وضعیتی پیدا خواهد کرد. در این روش فرض بر این است که ایستارهای ذهنی افراد تحقق پیدا خواهد کرد. به نظر می‌رسد این روش از تأیید دینی نیز برخوردار است. به تعبیر قرآن کریم «ان الله لا یُغیر ما بقوم حتی یُغیر ما بانفسهم» (رعد آیه ۱۱) طبق این آیه تغییر نگرش مردم مقدمه تغییر وضعیت است (شهید صدر، ۱۳۶۹: ۱۸۰). علی (ع) می‌فرماید: «ادجاف العامه بالشئ دلیل علی مقدمات کوفه» (بحار الانوار، ج ۱۷: ۱۱۱) یعنی جنبش و آمادگی مردم نسبت به چیزی، پیش در آمد به وجود آمدن آن چیز است.

در اواخر قرن در آمریکای شمالی و حتی اروپا تعداد کسانی که خودشان را مذهبی می‌دانستند، روبه فزونی گذاشت. بر اساس این روش همین ارزیابی، نشانه رشد و تداوم مذهب است. نگارنده در سال ۸۳ دیدگاه تعدادی از جامعه‌شناسان دین را در جامعه اطلاعاتی جویا شد. چکیده پاسخ اندیشمندان ایرانی این بود که دین ممکن است غیر سیاسی بشود، در وضعیت مناسکی آن دگرگونی ایجاد بشود و تمرکز سازمان‌های تفسیر تضعیف شود. اما دین نه تنها به قوت خود باقی خواهد ماند بلکه به خاطر پدیده جهانی شدن، تقویت خواهد شد، زیرا جهانی شدن هویت‌های قومی، سرزمینی، ملی و... را تضعیف می‌کند و نیاز به بازایی هویت، انسان‌ها را به سوی دین جذب می‌کند.

هیچ کدام از متفکران، زوال مذهب را پیش بینی نمی‌کنند بلکه بر تداوم آن تأکید دارند. تحلیل پژوهش «ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان» می‌تواند فرایند پیش بینی مذهب در آینده جامعه ایران را تسهیل نماید. مطابق این پژوهش ۹۶/۶ درصد ایرانیان معتقدند اعمال خوب و بد در روز جزا محاسبه می‌شود. ۵۳/۱ درصد معتقدند به کتاب‌هایی که با عقاید دینی تضاد دارد، نباید اجازه چاپ داد. ۴۷ درصد با این ایده که اگر دین از سیاست جدا باشد، پاک‌تر می‌ماند مخالفند. بیش از ۹۰ درصد مردم ایران خودشان را مذهبی می‌دانند فقط یک درصد خودشان را اصلاً مذهبی نمی‌دانند. ۲/۹ درصد خیلی کم و ۶/۳ درصد خودشان را کم مذهبی می‌دانند.

حال یک سؤال صریح درباره آینده نگرى دین را مورد تجربه و تحلیل قرار می دهیم:
فکر می کنید مردم در جامعه مادر پنج سال آینده، مذهبی تر خواهند شد یا غیر مذهبی و یا فرقی
نخواهد کرد؟

مذهبی تر	فرقی نخواهد کرد	غیر مذهبی تر	تعداد پاسخ گویان
۱۶/۱	۲۹/۶	۵۴/۳	۱۶۲۹۵

ارزش ها و نگرش های ایرانیان، ۱۳۸۰: ۱۹۳

یادآوری چند نکته لازم است. این پژوهش قبل از سال ۸۰ انجام گرفته و زمان مورد نظر سپری شده است. نکته دوم به تفسیر جدول مربوط می شود. آیا به راستی مردم ایران فرایند غیر مذهبی شدن را پیش بینی می کنند؟ اگر ۵۴/۳ درصد مردم می گفتند، ما از غیر مذهبی تر شدن ایران استقبال می کنیم این امر حتماً تحقق پیدا می کرد. لیکن نیاز به محدودیت روش بررسی (Survey) نگرش مثبت یا منفی ۵۴/۳ درصد معلوم نیست. با مقایسه این رقم با ۹۰ درصد که خودشان را مذهبی تلقی می کنند، چنین برداشت می شود که این ۵۴ درصد با روند غیر مذهبی تر شدن مخالفند. بر حسب قاعده «ارجاف» حدود ۱۰ درصد می توانند با این فرایند موافق باشند. پس ۵۴ درصد مردم که غیر مذهبی تر شدن را پیش بینی می کنند احتمالاً حالت تدافعی نسبت به آن دارند و این حالت، عکس العملی است به طرح سکولاریزاسیون که بعد از ۱۳۷۶ از سوی برخی مطرح شد.

نکته سوم این که دگرگونی ارزش ها همواره به مفهوم «سکولاریزم» نیست. حاجیلری با بررسی روزنامه ها به روش تحلیل محتوا در سال های ۶۰ و ۷۵، بدین نتیجه می رسد که در مجموع، همه روزنامه هایی که به عنوان نمونه در این پژوهش انتخاب شده اند با تغییراتی مواجه بوده اند. در سال ۷۵ نسبت به سال ۶۰ از میان انعکاس مقولات ارزشی، دین و مذهب، مبارزه، جهاد و شهادت، معنویت و عبادت، ریاضت و دنیاگریزی... که همگی از زیر مقولات ارزشی های فرامادی و فراملی هستند، کاسته شده و به میزان انعکاس زیر مقوله های ارزشی جهان اسلام، سازندگی، پیشرفت اقتصادی، اخلاق، رفتار اسلامی و اجتماعی، استقلال سیاسی، فرهنگی، وطن دوستی و صفات ملی، رفاه و آسایش افزوده شده است. (حاجیلری، ۱۳۸۰: ۸۳)

تأمل در متغیرهای دوره بعد به خوبی نشان می‌دهد مقولات ارزشی با زمان سازگاری دارند و به تناسب زمان اولویت‌ها بروز می‌کنند، لیکن ارزش جهان اسلام و رفتار اسلامی به قوت خود باقی است. فرامرز رفیع پور نیز از ارزش‌ها خبر می‌دهد. لیکن تحلیل عمیق این دگرگونی‌ها نشان می‌دهد این دگرگونی درون دینی است. (رفیع پور، ۱۳۷۹: ۱۹۴-۳۵۰)

نقل گفته استوارت و نات‌لانندی، شاید در تفهیم نکته سوم گویا باشد: جامعه کنونی که مبتنی بر جامعه متأخر است، جامعه پیوسته در حال تغییر است و همان‌گونه که مرداک مدعی است، در این نقل و انتقال جاری، نوعی سحر و افسون دوباره جهان نیز نهفته است. دین در مدرنیته متأخر نفی یا زدوده نمی‌شود، بلکه چهره آن دگرگون می‌شود. دین هنوز هم جزیی از «معانی» و «تعلقات» رسانه‌ای در جامعه است. اما اغلب در صورت دیگر شکل گرفته است. (هور، ۱۳۸۲، ۳۷۷)

ج. میزان انعکاس دین در رسانه‌ها

جامعه اطلاعاتی در سایه رشد و شکوفایی فناوری اطلاعاتی و قبل از رسانه‌ها شکل گرفته است. یکی از راه‌های مهم برای کشف میزان حضور دین در جامعه اطلاعاتی، فرایند انعکاس مطالب دینی در مطبوعات و رسانه‌هاست. زیرا رسانه‌ها نماد جامعه اطلاعاتی اند. تورنر در سال ۱۹۹۴ در آمریکا می‌نویسد «امروزه، مرور سریع صفحه اول یک روزنامه، ما را آگاه می‌کند که دین یک نیروی بسیار عمده و پر جنب و جوش است. نیرویی که، همان‌گونه که بسیاری از جمله خود من (ترنر، ۱۹۷۲) در همین چند دهه قبل پیش‌بینی کردند از بین نمی‌رود» (ترنر، ۱۳۸۷: ۳۰۳) گزارش کامل از میزان انعکاس برنامه‌های دینی در رسانه‌های جهان در تاریخ ۷۸/۶/۲۲ در نشریه آفرینش درج شده است که بخش‌هایی از آن به تناسب موضوع ذکر می‌شود: «بیشترین میزان پخش برنامه‌های دینی در تلویزیون متعلق به کشورهای اسلامی است. در آفریقا، دو کشور مسلمان مصر و سودان، بیشترین میزان برنامه‌های دینی را دارا هستند، نسبت برنامه‌های دینی به کل برنامه‌ها در مصر ۹/۶ درصد (۱۳۴۸ ساعت) و در سودان ۲۰ درصد (۵۰۹ ساعت) در تانزانیا ۹/۷ درصد (۱۲۰ ساعت) است. در آسیا نیز کشورهای اسلامی بیشترین درصد برنامه‌های دینی را دارا هستند. نسبت مذکور در برونی ۸/۱ درصد در بنگلادش ۶/۹ درصد در ایران ۱۱ درصد در کویت ۸/۱ درصد در مالزی ۸/۴ درصد در عمان ۱۲/۹ درصد در پاکستان ۷/۵ درصد در قطر ۱۰/۸ درصد در امارات متحده عربی ۱۲/۷ درصد و در یمن ۱۳/۹ درصد است.

به این ترتیب کشورهای اسلامی در آسیا و آفریقا بیشترین درصد برنامه‌های دینی را نسبت به کل برنامه‌های تلویزیونی خود دارا هستند. این نسبت میان ۶/۹ تا ۲۰ درصد تغییر می‌کند. در میان کشورهای اسلامی نیز، کشورهای غربی بیشترین درصد دینی را واجدند.

«این نسبت در دنیای مسیحی بسیار پایین‌تر است. نسبت برنامه‌های دینی به کل برنامه‌های تلویزیونی در قاره اروپا میان ۶ درصد تا ۲۲ درصد تغییر می‌کند. میانگین این نسبت برای کشورهای اروپا غربی ۷۵ درصد است. آلبانی یک استثنا در اروپاست چرا که بعد از فروپاشی بلوک غرب، این کشور، که ۷۰ درصد جمعیت آن مسلمان هستند، به دین توجه بیشتری داشته است. نسبت برنامه‌های دینی رادیویی به کل برنامه‌ها در آلبانی ۳۰/۶ درصد است.»

«در آمریکای شمالی توجه بیشتری به برنامه‌های دینی مبذول می‌شود. باهاما و السالوادور در حد کشورهای اسلامی و شاید بیش از بسیاری از آنها برنامه دینی پخش می‌کنند. در ایالات متحده نیز برنامه‌های دینی رونق نسبتاً زیادی داشته و دارند.» (آفریش ۲۰ و ۷۷/۶۲۲)

جالب این است که «پخش برنامه‌های دینی در این کشورها [آسیا و اروپا] ذاتاً و بی‌نفسه هنگامی قوت دارد که تأثیر غرب نیز در جامعه زیاد بوده باشد و توجه به دین در ایستگاه‌های دولتی با میزان حضور تکنولوژی و فرهنگ غربی ارتباط دارد.» (همان)

بر فرض اعتبار روش، آیا با ملاحظه و تحلیل آمار مذکور نمی‌توان هم‌صدا با تاپرن نتیجه گرفت که سکولاریزاسیون صرفاً یک پدیده غربی بوده و تعمیم آن به کل جهان نارواست؟ روف در ۱۹۹۳ با ملاحظه انعکاس دین در رسانه‌های عمومی نتیجه می‌گیرد:

«به نظر می‌رسد در حوزه 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 نشان می‌دهند که به ایمان اخلاقی که از بزرگترهایشان به ارث رسیده است، بی‌اعتماد و بی‌اعتنا شده‌اند.» (استوارت هورر، ۱۳۸۲: ۳۵۰)

د. استدلال تفهیمی - ذاتی

این رویکرد شاید برای روش‌شناسان، مفهوم خیلی آشنایی نباشد لیکن اکثر تولیدات علمی بر این روش مبتنی است. این روش بر داده‌های آماری مبتنی نیست، موضوع مورد مطالعه کلی بوده

و شیوه استدلال تفهیمی (Verstehen) است. طرفداران این رویکرد به دو گونه استدلال استشهد کرده‌اند. استدلال ذات‌گرایانه و استدلال کارکردگرایانه، که این دو استدلال اغلب به صورت مقارن بیان شده است. بر این اساس یکی از نیازهای اساسی انسان نیاز به دین است. پس گوهر دین هرگز افول نمی‌کند. به تعبیر محمد احسان «نیاز به دین در همه جوامع به خاطر نیازهای روحی (Spiritual) (Needs) است. از این روی کارکردهای اجتماعی متناسب با جوامع سنتی و مدرن را دارد.» (احسان، ۱۹۹۹: ۳۲)

ترنر با ملاحظه سر بر آوردن کلیساهای انجیلی در ایالات متحده در قبال کلیساهای مستقر چنین تحلیل می‌کند که: «این پایداری دین، برای یک کارکردگرا، بدین معنی است که دین نیازهای اساسی و معین افراد و جامعه را برآورده می‌سازد. یکی از آن نیازها، تقلیل نگرانی و تنش است. نیاز دیگر، تحکیم هنجارها و ارزش‌های عمده است.» (ترنر، ۱۳۷۸: ۳۰۲) گیدنز در توجیه تداوم دین در عصر ارتباطات می‌نویسد: «شاید کمتر کسی در این جهان باشد که هرگز تحت تأثیر احساسات مذهبی قرار نگرفته باشد. علم و تفکر عقلگرایانه در برابر سؤالاتی اساسی مانند معنا و هدف زندگی. موضوعاتی که همیشه اساس دین بوده است. ساکت می‌ماند.» (گیدنز، ۱۳۷۳: ۵۱۱)

مفهوم «هویت» یک مفهوم محوری در این رویکرد است. گیدنز در تبیین تجدید حیات اسلامی در دوره اخیر به دو جنبه محتوایی و تأثیرات بیرونی توجه می‌کند. به لحاظ محتوایی به مفاهیم شهادت، امامت، مهدویت، عدالت طلبی توجه نموده که محرک عمل سیاسی هستند و به لحاظ تأثیرات بیرونی به تأثیر غرب و مقاومت طلبی مسلمانان اشاره می‌کند که نماد آن انقلاب اسلامی ایران در سال ۱۹۷۸۹ با تأکید بر هویت اعتقادی است. (همان: ۵۰۷)

شاید یونگ را بتوان شاخص‌ترین نماینده دیدگاه ذات‌گرا دانست که دیدگاهی شبیه نظریه فطرت در اسلام ارائه می‌دهد. وی دین را مبتنی بر «تجربه دینی» می‌داند، که هیچ انسانی چه در دوران گذشته و چه در دوره مدرن از این تجربه مبرا نیست. «فرد محکوم این تجربه است نه آفریننده آن» به عقیده وی ایده استیلائی عقل در دنیای معاصر «بزرگ‌ترین و غمبارترین خطای بشر است.» (موریس، ۱۳۸۳: ۲۳)

بر مبنای نگرش او، دین در جامعه اطلاعاتی تضعیف نمی‌شود و سکولاریزاسیون یک مد گذرا است.

برخی کاهش شرکت مردم در مناسک مذهبی را نشانه دین‌گریزی و شاخص حرکت جامعه

به سوی سکولاریزم تفسیر می‌کنند؛ اما چنین تصویری در رویکرد تفهیمی اشتباه است. تامپسون معتقد است؛ سنت برای بقا به تکرار و اجرای مجدد در طول زمان نیاز دارد. اما در جامعه رسانه‌ای چنین نیازی وجود ندارد. رسانه‌ها سنت‌ها را حفظ می‌کنند. بنابراین افراد با اعتماد به انعکاس سنت در رسانه‌ها، در مناسک کمتر شرکت می‌کنند. تامپسون با یک مثال ساده این قضیه را تفهیم می‌کند. فرض کنید یک مناسک سنتی از تلویزیون پخش می‌شود. اکثریت افراد جامعه تماشا می‌کنند و احساس تعلق به مناسک دارند؛ اما با وجود تلویزیون حضور فیزیکی را ضروری نمی‌دانند. «ثبیت محتوای نمادین در محصولات رسانه‌ای (کتاب، فیلم و غیره) شکلی از تداوم زمانی فراهم می‌سازد که نیاز به تکرار یا اجرای مجدد را از بین می‌برد. بدین ترتیب، زوال برخی از جنبه‌های آیینی سنت (حضور در کلیسا و غیره) لزوماً نباید به عنوان زوال سنت تعبیر شود. بلکه می‌تواند تنها، بیان‌کننده این حقیقت باشد که حفظ سنت در طول زمان به تکرار و اجرای مجدد کمتر وابسته است. در واقع سنت بیش از پیش در روند مناسک زدایی قرار می‌گیرد. (تامپسون، ۱۳۸۰: ۲۴۰)

نتیجه‌گیری

جهان به سوی اطلاعاتی شدن در حرکت است. جامعه جهانی حداقل در بُعد ارتباطی در آستانه تحقق است. شاید با کمی جسارت بتوان گفت تحقق یافته است. ابزارهای ارتباطی همچون ماهواره‌ها و اینترنت ارتباطات فرهنگی را تسهیل کرده است. حرکت شتابان جهان به سوی اطلاعاتی شدن، نیاز به اثبات ندارد. بررسی وضعیت فرهنگ به طور عام، و به ویژه دین در عصر اطلاعات یکی از سوالات عمده جامعه‌شناسی است.

در این مقاله، مقالات و اندیشه‌های ارائه شده درباره وضعیت حال و آینده دین (به ویژه دین اسلام) را گونه‌شناسی کرده و با چهار رویکرد به بررسی آن پرداختیم که نتایج زیر به دست آمد:

۱. گرچه نقش دین در جامعه رسانه‌ای تغییر می‌کند، ولی این تغییر به مفهوم سکولاریزاسیون نیست.

۲. میزان دینداری در جوامع اسلامی، به شهادت گزارش‌های مختلف آماری و تفهیمی، بیشتر از سایر جوامع است.

۳. کاهش شرکت مردم در مناسک دینی به معنی زوال آنها نیست. مردم با اعتماد به تکرار

سنت‌ها در رسانه‌ها احساس نیاز به حضور مستقیم نمی‌کنند. پس رسانه‌ها مناسب رفتار را نه تنها تضعیف نمی‌کنند بلکه تداوم می‌بخشند.

۴. برخلاف متفکران قرن نوزده که زوال دین را پیش‌بینی می‌کردند. در میان متفکران اواخر قرن بیستم پیش‌بینی تداوم باورهای دینی الگوی غالب است.

۵. از نگاه درون دینی، آینده جهان کاملاً اطلاعاتی و دینی است و ارتباطات جهانی و دین همسازي دارند.

۶. مطالعه عمیق دگرگونی ارزشی ایرانیان در سال‌های اخیر گرچه تغییر ارزش‌ها را تأیید می‌کند، اما متغیرهای مطلوب هم اسلامی هستند، پس دگرگونی در چارچوب اسلام و به سمت پالایش است و به نظر می‌رسد در پایه‌های ایستاری مردم سکولاریزاسیون مشاهده نمی‌شود.

۷. سکولاریزاسیون عمدتاً یک پدیده اروپایی است. بازتاب دین در رسانه‌های کشورهای اسلامی بیشتر از سایر جوامع است. □

منابع :

۱. احسان، محمدالحسن، موسوعه علم الاجتماع، بیروت، الدار العربيه للموسوعات، الطبقة الاولى ۱۹۱۹
۲. استوارت ام، هورونات لاندی، رسانه، دین و فرهنگ، ترجمه مسعود آریایی نیا، تهران، سروش، چاپ اول، ۱۳۸۲.
۳. افتخاری، اصغر، چهره دوم جهانی شدن، تهران، نشر مطالعات راهبردی، چاپ اول، ۱۳۸۰
۴. تامپسون، جان ب، رسانه‌ها و مدرنیته، ترجمه مسعود اوحدی، تهران، سروش، چاپ اول ۱۳۸۰
۵. ترنز، جان اتان، اچ، مفاهیم و کاربردهای جامعه‌شناسی، ترجمه محمد فولادی، قم، مؤسسه امام خمینی ره، چاپ اول، ۱۳۷۸.
۶. جیمز کرث، «مذهب و جهانی شدن»، ترجمه حمید بشیریه، دانشگاه در آینه مطبوعات، شماره ۸۹ (اسفند ۱۳۸۰)
۷. حاجیلری، عبدالرضا، تغییر ارزش‌ها پس از پیروزی انقلاب اسلامی، تهران، پژوهشکده فرهنگ و معارف، چاپ اول، ۱۳۸۰

۸. رفیع پور، فرامرز، توسعه و تضاد، تهران، شرکت سهامی انتشار، چاپ چهارم ۱۳۷۹
۹. روزنامه آفرینش، مورخ ۲۰-۷۷۶/۲۲
۱۰. ساروخانی، باقر. جامعه شناس ارتباطات، تهران اطلاعات، چاپ چهارم، ۱۳۷۲
۱۱. ساروخانی، باقر. روش های تحقیق در علوم اجتماعی، ج ۲، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، چاپ اول، ۱۳۷۷
۱۲. شورای علمی (چلبی، رجب زاده، سراج زاده، عبداللهی، قاضیان، طباطبایی، یوسفی) ارزش ها و نگرش های ایرانیان، تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، چاپ اول، ۱۳۸۰
۱۳. شهیدصدر، محمدباقر، سنت های تاریخی و فلسفه اجتماعی، ترجمه حسین منوچهری، مرکز نشر فرهنگ رجا، چاپ اول، ۱۳۶۹.
۱۴. فرکسن، مارگری، اسطوره شناسی جهانی شدن، فصلنامه ارغوان، شماره ۲۴، تابستان ۱۳۸۳.
۱۵. داوری، فصلنامه کتاب نقد، مجموعه مقالات جهانی سازی، زمستان ۱۳۸۱، شماره ۲۴ و ۲۵.
۱۶. فهمی هویدی، انقلاب ارتباطات و جهان اسلام، نشریه ترجمان سیاسی، شماره ۲۳۰.
۱۷. قرآن کریم.
۱۸. گیدنز، جامعه شناسی، ترجمه منوچهر محسنی، تهران، نی، چاپ سوم، ۱۳۷۶.
۱۹. مجلسی، محمدباقر، (۱۳۰۷.۱۱۱۱ ه.پ. ق)، بهار الانوار، ج ۵۲، تهران، انتشارات علمی
۲۰. محسنی، منوچهر. جامعه شناسی جامعه اطلاعاتی، تهران، دیدار، چاپ اول، ۱۳۸۰.
۲۱. موریس، برایان. مطالعات مردم شناختی دین، ترجمه سیدحسین شریف الدین، محمد فولادی، قم، زلال کوثر، چاپ اول، ۱۳۸۳.
۲۲. ناچمیاس ها، چاواقرنکفور دلاویید نجمیاس،؟ ترجمه دکتر فاضل لاریجانی، تهران: سروش، چاپ اول، ۱۳۸۱: استدلال ذاتی. مفهومی از ایشان اخذ شده است.
۲۳. همیلتون، ملکلم، جامعه شناس دینی، تهران: تبیان، چاپ اول ۱۳۷۷. □

1. Kendall Diana: 2000: Sociology In our times; U.S.A

2. Massimo Intrigine; The Future of Riligion and the Future of New Riligions; <http://www.Sesnur.org/2001/mi-june.3.htm>.

3. Richard. Skiby and E. Gary; Sep 2002: The future of religion FAQ. <http://www.Wnrf.org/cms/faq.shtml>.

4. Stefano pace 2004; Miracles or love? How Religius leaders Communicate trustworthiness through the web:\religion\TheJournal of Religion and Popular culture. htm.

نوار مصاحبه با دکتر غلامعباس توسلی، دکتر آزادارمکی، دکتر عماد افروغ، حجه‌پ‌الاسلام حمیدپارسانیا، دکتر حسین کچوئیان، دکتر ناصر فکوهی، دکتر سید کاووس سیدامامی، دکتر حمید مولانا، نزدنگارنده موجود است.

