

رساله‌پژوهی و فرهنگ

محمدجواد انصاری فر

بازاندیشی دربارهٔ رسانه، دین و فرهنگ^۱ نام کتابی است که با ویراستاری استوارت ام. هورور^۲ و نات لاندبای^۳ و با ترجمهٔ مسعود آریایی نژاد، از سوی انتشارات سروش، در سال ۱۳۸۲ چاپ و منتشر شده است.

این کتاب حاصل همایشی است که به همین نام، در سال ۱۹۹۳ در دانشگاه آپسلاهی سوئد برگزار شده است. این همایش به تشکیل گروه آپسلا، متشکل از محققانی از کشورهای مختلف، برای پژوهش دربارهٔ تعامل و رابطهٔ تحقیقات رسانه‌ای دین پژوهی و مطالعات فرهنگی انجامید. این کتاب در چهار بخش ارائه شده که بخش نخست، به نام تحلیل رسانه ها، دین و فرهنگ،^۴ مهم‌ترین فصل‌های کتاب را در بر دارد.

در فصل نخست، استوارت هورور طرح موضوع می‌کند و هدف کتاب را ایجاد پیوند میان نظریه‌های دین، رسانه و فرهنگ بر می‌شمرد. از نظر او، در تحقیقات رسانه‌ها، به نقش دین بی‌توجهی شده و رابطهٔ دین و فرهنگ و همچنین دین و رسانه‌ها مغفول واقع شده است. از دیدگاه هورور، تحقیقاتی که تاکنون دربارهٔ دین و رسانه انجام شده است، یا نگاهی ابزارگونه به رسانه داشته یا از رابطهٔ این دو مقوله، تصویری خصوصت‌آمیز ارائه کرده و رسانه را تهدیدی برای دین دانسته است. معمولاً این تحقیقات موضوع فرهنگ را نادیده گرفته‌اند؛ در حالی که از نظر هورور، دین به مثابه جهانی نمادین و عالم رسانه‌ها به منزلهٔ واسطهٔ ارتباطات، ابعاد بنیادین فرهنگ را به وجود می‌آورند.

فصل دوم، با نام فصل مشترک رسانه، فرهنگ و دین: یک مقاله کتاب‌شناختی، به بررسی تحقیقاتی می‌پردازد که دربارهٔ این موضوع منتشر شده است و جایگاه کتاب حاضر را در مقایسه با این تحقیقات معرفی می‌کند.

1. Rethinking Media, Religion and Culture
2. Stewart. M. Hoover
3. Knut Lundby



به اعتقاد نویسندگان این فصل، یعنی استوارت هور و لین اسکافیلد کلارک، دین آن گونه که به طور سنتی تلقی می شود، محدود به رویدادهایی نیست که در قلمرو امر مقدس رخ می دهد، بلکه بخشی از فرهنگ است که تصویری از نظام هستی ارائه می دهد. از این منظر، دین و فرهنگ تفکیک ناپذیرند و چون دین در تمامی زوایای اندیشه و عمل آدمی حضور دارد، یکی از موضوعات اصلی نظریه های فرهنگ به شمار می آید.

فصل سوم، با نام نقش دین و رسانه در ساخت فرهنگ، به ارزیابی گرایش جدیدی در حوزه دین پژوهی و تحقیقات رسانه ای می پردازد که مخالف ایجاد تقابل میان امور مقدس و نامقدس است. از نظر رابرت وایت، نویسنده این فصل، مقدس و نامقدس دو مبحث مستقل و به هم پیوسته ای هستند که ابعاد و حالات مختلف هستی را تفسیر می کنند. دین پژوهی، امور مقدس و نامقدس را دو مقوله متضاد نمی داند، بلکه آنها را ملازم همدیگر بر می شمارد.

این فصل توضیح می دهد که نمادهای مقدس و غیر مقدس بر اساس تحقیقات دینی و رسانه ای، در تعامل مستمر هستند. نویسنده این مقاله، رابرت ای. وایت مدیر مرکز بین رشته ای در زمینه ارتباطات در دانشگاه گریگوری شهر رم و مدیر اسبق مرکز مطالعات فرهنگ و ارتباطات لندن است.

فصل چهارم این بخش، فن آوری و نظریه سه وجهی رسانه است. نویسنده این فصل، کلیفورد کریستیان در ابتدا، از فلسفه تکنولوژی مارتین هایدگر تمجید و تعریف می کند و آن را رویکردی هستی شناسانه، در مقابل رویکرد ابزارگونه ارسطو در قبال فن آوری می داند. تلقی سنتی ارسطویی از فن آوری، آن را ابزار و وسیله ای در خدمت اهداف آدمی می داند و نه هدف. همچنین این دیدگاه فن آوری را نسبت به وجود آدمی، امری عارضی و تابع می داند. در رویکرد ارسطویی، فن آوری تابعی از حکمت عملی آدمی و فعالیت های فکری انسان است.

در مقابل، هایدگر معتقد است که جهان بینی مبتنی بر ابزار انگاری باید واژگون شود. او با نقد و بررسی مبنای هستی شناختی فن آوری، الگوی ابزار انگاری را ویران می کند. او بر خلاف دیدگاه سنتی ارسطویی، فن آوری را امری هستی شناختی می داند و معتقد است فن آوری با ساختار وجودی انسان عجین شده است. از نظر هایدگر، فن آوری و انسان همانند معجونی در هم آمیخته و ترکیب شده اند. فن آوری صرفاً به معنای کاربرد علم نیست، بلکه شیوه ساخت اجتماعی نیز است. به گفته هایدگر، وقتی که از فن آوری به مثابه امری خنثی سخن می گوئیم، به بدترین شکل درباره آن جاوری کرده و با آن مواجه شده ایم و در آن صورت، از ماهیت و ذات فن آوری غافل و گمراه شده ایم. هایدگر خطر ذاتی فن آوری را گوشزد می کند؛ تهدید اصلی فن آوری آن است که گوهر آدمی را هدف قرار داده است. از نظر هایدگر، انقلاب تکنولوژیک، ما را مجبور به پذیرش و عمل بر اساس تفکر حسابگرانه، به منزله تنها نوع تفکر کرده است. در نتیجه، انسانیت

اصیل و اصالت انسانی ما زایل شده است. از نظر نویسندگان، اگر نظریه‌های ما دربارهٔ رسانه، پیچیدگی‌های دیگر را برنتابند، عملاً می‌توانند به جای رویکردی هستی‌شناختی، به بازتولید رویکردی ابزار انگارانه دربارهٔ فن آوری بپردازند.

در ادامه، نویسندگان به نظریهٔ سه وجهی هارولد اینیس دربارهٔ رسانه اشاره می‌کنند که تحولات اجتماعی، معلول تحول در عرصهٔ رسانه است و این تحول در صور نمادین رخ می‌دهد و در نتیجه، موجب تحول در ساختار آگاهی افراد می‌شود.

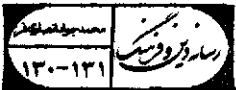
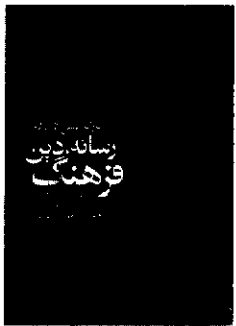
بخش دوم کتاب به نام *رسانه، دین و فرهنگ: جامعهٔ معاصر دارای پنج فصل است.*

فصل نخست از بخش دوم، با نام *راز آمیز شدن دوبارهٔ جهان دین و تحولات مدرنیته* مطرح شده است. نویسندهٔ این بخش، *گراهام مورداک* معتقد است که در جوامع مدرن و توسعه یافته و همچنین در جوامع در حال توسعه، احیای گرایش‌های دینی را در قالب‌های بنیادگرایی دینی، در هر سه دین بزرگ مسیحیت، اسلام و یهودیت شاهد هستیم. او علت این بازگشت دوباره به دین را تشدید احساس بی‌معنایی در مدرنیته، ناتوانی فرهنگ و نظام مصرف‌گرایی مدرن و افول ایمان به پیشرفت و ترقی بر اساس الگوی نظام سرمایه‌داری مدرن بر می‌شمارد.

رسانه‌های گروهی به مثابه مقدس‌سازی دوبارهٔ فرهنگ‌های معاصر نام فصل دوم است که به نقش رسانه‌ها در خلق نمادهای مقدس می‌پردازد. نویسنده با اشاره به نقش کلیسای الکترونیکی و تلویزیون‌های دینی در آمریکای لاتین، گرایش مسیحیان کاتولیک را به مذهب پروتستان و فرقه‌های بنیادگرایی پروتستان، از طریق نمایش مناسک دینی بازگو می‌کند. از نظر نویسنده، نمایش مراسم کلیسا از طریق تلویزیون، به احیای مقدس‌سازی آیین‌ها و رازآمیز شدن زندگی مدرن می‌انجامد. همچنین نویسنده نقش باورهای دینی مسیحی را در قالب الهیات رهایی‌بخش آمریکای لاتین، در تقویت جنبش‌های انقلابی مورد تأکید قرار می‌دهد.

فصل سوم *گریز از زمان ابعاد آیینی فرهنگ مردم است. گرگور گوتالس*، نویسندهٔ این بخش معتقد است ارزش‌ها و آمال اجتماعی از طریق فرهنگ مردم، به ویژه از طریق ورزش و سرگرمی ظهور و بروز می‌یابند و به شکل اسطوره‌ها و آیین‌های عمومی در می‌آیند. محققان برای فهم و تأثیر عنصر وحدت بخش در فرهنگ مردم، از استعارهٔ مناسک استفاده می‌کنند. نویسنده به بررسی این مفهوم می‌پردازد. به گفتهٔ ترنر، مناسک، رفتاری رسمی است که از نظم زمانی برخوردار است و از این لحاظ، با کارهای روزمره تفاوت دارد و این رفتار که دارای نظم زمانی است، سطوح به موجودات یا نیروهای رازآمیز است. به گفتهٔ مایر هوف، 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.

فصل چهارم، با نام *فروپاشی و زوال امر قدسی، ناپهنجاری و بحران در مناسک*، به بحران



جاری مناسک در جامعهٔ پسامدرن می پردازد. *امیل دورکهمیم* استدلال می کند که قدسیت، باز نمود آرمان هایی جمعی است که در دوران زندگی اجتماعی مستحکم پدید آمده و در قالب نمادهای مقدس، تعالی یافته است. رسانه ای شدن روابط اجتماعی و ظهور ابزارهای نمایش دهنده، از عوامل اصلی بحران آیین و مناسک در دنیای معاصر است.

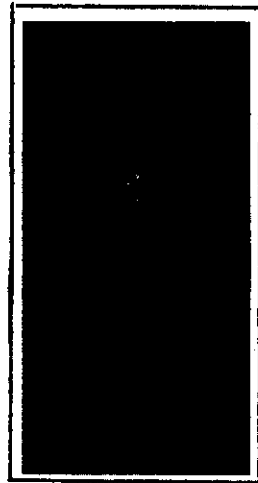
در فصل پنجم کتاب، با نام *شبکهٔ تجلیات جمعی* آمده که رسانه ها، فرهنگ و دین در قالب به هم بافته ای از شعائر جمعی، با یکدیگر ارتباط می یابند. دورکهمیم به دلیل طرح مفهوم شعائر جمعی، مورد تمجید قرار گرفت. رسانه ها، به دلیل استفاده از نمادها و تصورات متعارض، نقش مهمی در ایجاد، دوام و تغییر زبان و نمادهای جمعی، از قبیل اسطوره ها، اعتقادات و نمادها دارند. این فصل به تأمل و تعمق در فرآیند رسانه ای شدن امور در سطح جهانی می پردازد. همچنین این پرسش را مطرح می کند که آیا می توان تجلیات جمعی جهان شمول داشت یا خیر؟

بخش سوم کتاب، با نام *رسانه، دین و فرهنگ: نهادهای در حال تغییر*، شامل چهار فصل است. فصل نخست، با نام *تحول دین در عصر هم‌گرایی رسانه ای*، تحول در نهادهای دینی را نتیجهٔ تحولات تکنولوژیک و ارتباطات معرفی می کند.

در فصل دوم، با نام *رسانه، معنا و روش در مطالعات دینی*، بر ابعاد رسانه ای دین تأکید می شود. فصل سوم، با نام *تلویزیون دینی، مناسک جبرانگر در نمایش بزرگ تر اجتماعی*، مشارکت آیینی بینندگان در برنامه های تلویزیونی را مورد توجه قرار می دهد. تلویزیون دینی همچنین مشروعیت آیینی مذهب مخاطب را افزایش می دهد و موجب هم‌سازی آیینی مخاطبان می گردد؛ بدین معنا که موجب انعطاف در اعتقادات آنها می گردد و دایرهٔ دید مخاطبان را وسیع و گسترده می سازد.

فصل چهارم، با نام *مقاومت از طریق فرهنگ شفاهی رسانه ای*، چنین استدلال می کند که نهادها و وسایل ارتباط جمعی در کنترل شرکت‌های بزرگ چند ملیتی و گروهی از سرمایه داران و نخبگان است که نیازهای حقیقی بینندگان و مخاطبان را در نظر نمی گیرند. از نظر نویسنده، تلویزیون دینی می تواند با ایستادگی و مقاومت در برابر این انحصار، با انسان عاقل و مخاطب تشنهٔ معنویت و عدالت ارتباط برقرار کند.

بخش چهارم کتاب، با نام *رسانه، دین و فرهنگ: اعمال فردی*، شامل پنج فصل است. در فصل نخست، با نام *تحلیل روان‌شناسانه از دین در جهان رسانه ای* شده، نویسنده به این نکته اشاره می کند که پژوهشگران دین پژوه، انسان را موجودی معنا جو به شمار می آورند؛ در حالی که پژوهشگران رسانه و فرهنگ، انسان را موجودی معنا سازی می دانند. بر اساس دیدگاه دین پژوهان، انسان بر اساس چهارچوب‌های متافیزیکی، دلالت وجود خود را معنادار می کند؛ در حالی که بر اساس دیدگاه دوم، انسان از تجارب خود معنا می سازد. بنابراین، ارتباط میان رسانه، دین و



فرهنگ باید به مثابه فصل مشترک معناسازی و معناجویی، مفهوم سازی شود. رسانه ای کردن به معنای فرآیندی است که رسانه به صورت فزاینده، با جامعه، فرهنگ، هویت و زندگی روزمره مردم می آمیزد. این فصل به معرفی دیدگاه *ژان پل سارتر* درباره دلالت، تاریخ و روش، در کتاب *در جست و جوی روش* می پردازد و جنبه های هستی شناسانه دین را مورد توجه قرار می دهد و روان شناسی معنوی *ویلیامسون* را در ارتباط با بستر تاریخی و فرآیندهای مدرنیزه شدن و جهانی شدن ارزیابی می کند. *لایب نیتز* معتقد است ما موجوداتی تاریخی هستیم که با گفت و گو درباره گذشته و پیش بینی آینده، برای زمان حال معناسازی می کنیم. سارتر مبنای این گفت و گو را هستی شناسانه می داند. وی بر این اعتقاد است که ما موجودات دلالت گری هستیم. دلالت از لحاظ مادی، ریشه در تاریخ و ساختارهای اجتماعی دارد که به واسطه حال و گذشته آدمی به وجود می آید. آدمی هم کارگزار تاریخ است و هم محصول تاریخ.

فصل دوم *یک آرمان گرا در مین استریت* است که به اندیشه ها و افکار *فینینیستی* در فلسفه و دین شناسی و برداشت انتقادی زنان از متون قدیمی یا مقدس می پردازد.

فصل سوم، با نام *دریافت معنای دین از تلویزیون*، از پایان نامه دکترای *آلف لیندرمن*، پژوهشگر دانشگاه آپسالا برگرفته شده که درباره تلویزیون دینی و دین در تلویزیون و معناسازی در نزد مخاطبان تلویزیون تحقیقاتی انجام داده است.

فصل چهارم، با نام *رسانه ها و شکل گیری جوهره عمومی دینی*، توسط استوارت ام هوور، ویراستار کتاب و استاد تحقیقات رسانه ای و دین پژوهی دانشگاه *کلرادو*، به نگارش در آمده است. نویسنده بر انسان شناسی دینی مخاطب تأکید می کند و آن را نظریه *مابعد اثبات گرایسی رسانه* می نامد که با کنار رفتن رویکرد *پوزیتیویستی* فرهنگی، مورد توجه قرار گرفته است.

فصل پنجم، با نام *خلاصه مطالب دین رسانه ای* آخرین فصل کتاب به شمار می آید. طبق نظر نویسنده، تمامی نویسندگان مقالات کتاب بر مفهوم دین رسانه ای تأکید کرده اند.

این کتاب از آن رو که امروزه بحث های دین و رسانه بسیار اهمیت یافته اند و همچنین به دلیل آنکه از نگاه متفکران غربی، به رابطه دین و رسانه پرداخته، خواندنی و قابل تأمل است.

