

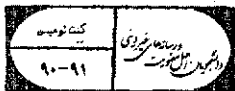
دانشجویان، اصل معنویت و رسانه‌ها غیردینی

کنت لومیس
برگردان: رحیم قاسمیان

• کنت دی لومیس (Kenneth D. Loomis) استاد دپارتمان رادیو، تلویزیون و سینما در دانشگاه تگزاس شمالی است.

این رساله بینشی را دربارهٔ درک این نکته عرضه می‌کند که چگونه پیام‌های رسانه‌ای و معنویت فردی می‌توانند با هم ترکیب شده و معانی یگانه و بی‌همتایی خلق کنند. این رساله از خلال گفت‌وگو با ۱۹ دانشجوی دانشگاهی به بررسی این امر می‌پردازد که چگونه بعضی افراد با توسل به محتوای رسانه‌های غیردینی، به کاربردها و برداشتهای معنوی از آن دست می‌یابند. با کدبندی و تجزیه و تحلیل متن گفت‌وگوها، شش مقولهٔ گوناگون از کاربردهای معنوی شناسایی شد:

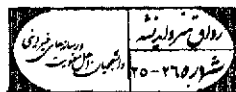
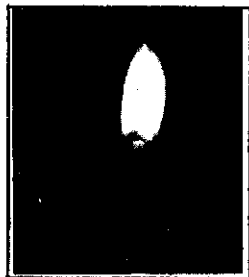
۱. رشد، تعمق و تصمیم‌گیری؛
 ۲. آموزش و اوانجلسیم؛
 ۳. خلق استعاره؛
 ۴. تقویت باورهای موجود؛
 ۵. خودشناسی؛
 ۶. سرگرمی و دوست‌یابی.
- برای انجام این بررسی، انواع دست‌مایه‌های غیردینی در زمینهٔ فیلم و برنامه‌های تلویزیونی در اختیار دانشجویان قرار داده شد. بعضی وقت‌ها این تعبیر مطرح می‌شود که دین و رسانه در دو سپهر جداگانه - و معمولاً در رقابت با یکدیگر - عمل می‌کنند. این دیدگاه را انتشار کتاب‌هایی که در عنوان آن‌ها عبارت در برابر قرار دارد، تقویت می‌کند؛ نظیر کتاب هالیوود در برابر آمریکا (مدود، ۱۹۹۲) یا دین در برابر تلویزیون (نیومن، ۱۹۹۶).

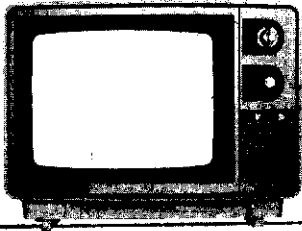


تفکر دربارهٔ دین و رسانه‌ها به این شکل در سطح خاصی بی‌مناسبت هم نیست، چون به این ترتیب راحت‌تر می‌توان دید که بخش عمدهٔ محتوای چنین رسانه‌هایی در تضاد با بسیاری از مبانی اولیه ارزش‌های دینی قرار دارند و رسانه‌ها بعضی اوقات با تفکر دینی خصومتی بارز نشان می‌دهند. ولی این رویکرد یک جور تفکر مبتنی بر ثنویت با خود همراه می‌آورد که این تفکر در نهایت درک ما را از این‌که پیام‌های مندرج در رسانه‌ها عملاً چگونه دریافت و سپس درک می‌شوند، محدود خواهد کرد (استیوارت، ۲۰۰۱). همان‌طور که هورور (۲۰۰۱) نشان داده است، امروزه بسیاری از کسانی معتقد به معنویت هستند که از نهادهای سنتی و خود دین سنتی فاصله گرفته‌اند و مستقل عمل می‌کنند. از نظر این افراد، درک دینی معمولاً با انواع متفاوتی از پیام‌های رسانه‌ای تجربه می‌شود. بنابراین، دین و رسانه‌ها را در واقع باید به عنوان عناصری که با هم و در یک فضای متافیزیک یگانه و محدود به خود عمل می‌کنند، در نظر گرفت. به دین و رسانه‌ها نباید به صورت دو قطب مخالف همدیگر نگریست؛ رابطهٔ این دو بیشتر بر اساس هم‌زیستی است، رابطه‌ای که می‌تواند به این صورت ادراک شود که فرد، مهم‌تر از هر چیز دیگری، چگونه پیام رسانه‌ها را درک و تجربه می‌کند، نه این‌که آن پیام در اساس چه بوده و چگونه عرضه شده است ولی مشاهدهٔ این رابطه از این منظر، پدیدهٔ نسبتاً تازه‌ای است. در نتیجه، لازم است به خوبی و به طور کامل درک کنیم که فصل مشترک دین و رسانه در کجاست. این رساله سر آن دارد که درست همین کار را انجام دهد و روش کار مورد استفاده، مشاهده و تعیین شیوه‌هایی بود که دریابیم دانشجویانی با ذهنیت مذهبی چگونه با پیام‌ها و محتوای رسانه‌ها برخورد کرده و از آن‌ها برای اهداف دینی خود بهره می‌برند. برای انجام این کار، روش تحقیقی استفاده و کانت سودمند تشخیص داده شد، زیرا این روش بر برخورد فعالانهٔ مخاطب تمرکز می‌کند و بنای آن بر این است که ببیند چگونه افراد محتوای پیام‌های رسانه‌ای را به نفع اهداف خود مورد استفاده قرار می‌دهند. (کتر، یلامر و گورویچ، ۱۹۷۴؛ روبین، ۲۰۰۲).

نگاهی به پژوهش‌های پیشین

نارضایتی برخی از محققان از تحقیقات انجام شده دربارهٔ تأثیر رسانه‌ها بر مخاطبان در سال‌های پس از جنگ دوم جهانی - که فرض را بر این می‌گذاشتند که پیام‌های رسانه‌ای تأثیر اندکی بر رفتار مخاطبان دارند - به این محققان انگیزهٔ تازه‌ای داد تا شیوه‌های جدیدی بجویند که به مدد آن‌ها





بتوانند رابطه میان محتوای پیام‌های رسانه‌ای و مخاطبان رسانه‌ها را بهتر درک کنند. این جست‌وجو به ابداع شیوه موسوم به *استفاده و لذت منتهی* شد که در آن بر استفاده مخاطب از رسانه‌ها، نه این که رسانه‌ها چگونه بر مخاطب اثر می‌گذارند، تأکید می‌شود.

همان‌طور که کتزر و همکاران (۱۹۷۴) خاطر نشان کرده‌اند، روش استفاده و لذت، بنا را بر این می‌گذارد که رسانه‌ها برای جلب نظر مخاطبانی که منفعل و پذیرا نبوده بلکه در برخورد با رسانه‌ها فعال هستند و اهداف خاص خود را در رسانه‌ها دنبال می‌کنند، با دیگر منابع اطلاع‌رسانی در رقابتی تنگناگت قرار دارند. از آن‌جا که مخاطبان می‌توانند نیازهای خود را به شیوه‌های گوناگونی برآورند و همین کار را هم می‌کنند، در نتیجه خود آنان هستند که در ارتباط گرفتن با محتوای رسانه‌ها و آن‌چه از آن لذت می‌برند، پیش‌قدم می‌شوند و ابتکار عمل را در دست می‌گیرند. این اعضای فعال جامعه مخاطبان به خوبی قادرند اطلاعات دقیق درباره نیازها و انگیزه‌های رسانه‌ای خود را برآورند و در نتیجه محققان هر وقت که وسوسه می‌شوند تا به داوری‌های ارزشی درباره رابطه پیام‌های رسانه‌ای و استفاده یا لذت کسب شده از آن‌ها اقدام کنند، باید پیش از آن به برداشت‌های مخاطبان فعال رجوع کنند. این محققان در ضمن باید این نکته را هم مدنظر قرار دهند که چون مخاطبان فعال هستند و دستیابی به اهداف مشخصی را در نظر دارند، استفاده یا لذت منفرّد از هیچ پیام رسانه‌ای خاصی مطرح نخواهد بود.

پژوهش‌های اخیر روبین (۲۰۰۲) نشان داده است که در تعیین الگوها و پیامدهای استفاده از رسانه‌ها نیز افراد معمولاً مؤثرتر از خود رسانه‌ها هستند، هرچند باید اذعان کرد که رسانه‌ها می‌توانند بر موقعیت‌ها و عادت‌های فردی اثر بگذارند. تجارب اجتماعی، روانی و محیطی افراد آنان را به این سمت سوق می‌دهد که انتظارات و کاربردهای مشخصی از رسانه‌ها داشته باشند و در ضمن مشخص می‌کند که رسانه‌ها تا چه اندازه می‌توانند نیازهای خاص افراد را برآورده کنند و در این کار به چه میزانی از موفقیت دست می‌یابند.

به طور کلی، پژوهش‌های انجام شده نشان می‌دهند که استفاده مردم از رسانه‌ها را می‌توان به دو دسته آیینی و ابزاری دسته‌بندی کرد. به عبارت دیگر، مردم به این سمت تمایل یافته‌اند که رسانه‌ها را معمولاً برحسب عادت مورد استفاده قرار دهند یا این که گزینشی با آن برخورد کنند و به قصد نیل به

هدفی خاص به آن توجه نمایند. بر همین اساس، هر چه سن آدمها بالاتر می‌رود، استفاده آیینی کاهش می‌یابد و استفاده‌ها گزینشی‌تر و پیگیری اهداف خاص رایج‌تر می‌شوند. از سوی دیگر، نشان داده شده است که استفاده ابزاری از رسانه‌ها با رشد میزان تحصیلات رابطه مستقیم دارد. (روبین، ۲۰۰۲).

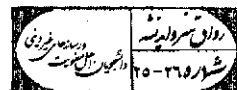
همچنین تحقیقات انجام یافته درباره دانشجویان دانشگاهی نیز عموماً با این یافته هماهنگی دارد. روبین (۱۹۸۵) چهار انگیزه کاربردی مورد استناد دانشجویان دانشگاه‌ها را در توجیه تماشای سریال‌های صبحگاهی تلویزیونی موسوم به *Soap Opera*، به این ترتیب مورد شناسایی قرار داده است:

تشخیص موقعیت، اجتناب، منحرف کردن توجه و استفاده از آنان برای برقراری ارتباط‌های اجتماعی.

از سوی دیگر، پرز (۱۹۸۶) نیز در مطالعه‌ای که خود درباره تأثیرهای پرورشی مشاهده سریال‌های مشابه به عمل آورده است، به این نتیجه رسید که استفاده‌های ابزاری از رسانه‌ها در میان دانشجویان دانشگاه‌ها رواج بیشتری دارد. ولی کاروت و الکساندر (۱۹۸۵) به این نتیجه رسیده‌اند که آن عده از دانشجویانی که به طور آیینی به مشاهده این سریال‌ها می‌نشینند در زمینه برداشت‌های غلط از واقعیت‌های رایج روز، آسیب‌پذیرتر از بقیه بوده‌اند.

این یافته اخیر به درد بررسی ما هم می‌خورد، چون تحقیقاتی که لیلین (۱۹۸۷) نشان داده، حاکی از وجود رابطه‌ای قوی و مستحکم میان باور دینی و تماشای آیینی تلویزیون است. گرچه بررسی‌های او نشان داد که در آدم‌هایی با باورهای راسخ دینی این احتمال بیشتر است که برحسب عادت برنامه‌های مذهبی تلویزیون را تماشا کنند، این هم هست که آدم‌های مذهبی محتوای غیردینی را کاربردی‌تر مورد استفاده قرار می‌دهند. این امر به ویژه درباره نسل جوان مصداق دارد که هنوز هویت فردی و دینی خود را تثبیت نکرده و روی آن کار می‌کنند.

همان‌طور که بودین (۱۹۹۸) خاطر نشان کرده است، نسل جوان، تعصب دینی و خشکه‌مقدسی را از طریق فرآیند کاربرد نمادهای قدیمی در چهارچوب‌های جدید بررسی می‌کند؛ برای نمونه *منا* که



گردن‌بند صلیب به گردن می‌آویزد. آنان این نوع ابهام و دویپلویی بین نمادهای قدیمی و چهارچوب‌های جدید را به عنوان لازمه‌ی درک معنوی می‌فهمند، چون خودشان بر این عقیده‌اند که تجربه‌های خودشان معتبرتر از قصه‌هایی است که از تجارب دیگران بیان می‌شود. بنابراین، آنان فرانت‌های معنوی خلاقه‌ی خود را براساس، مثلاً نمادگرایی دینی در ویدیو کلیپ‌های موسیقی پاپ شکل می‌دهند. در این تردیدی نیست که تعداد فراوانی از این نمادها در دور و اطراف آنان وجود دارد؛ یاردن و مک‌کی (۱۹۹۵) در بررسی‌های خود دریافتند که حدود ۴۰٪ تمامی کلیپ‌های ویدیویی پخش شده از کانال MTV حاوی نوعی نماد مذهبی بوده است.

این نوع بررسی محدود به ویدیو کلیپ موسیقی نیست. دوتنو (۱۹۹۸) نشان می‌دهد که بسیاری از مردم امروزه به شیوه‌های پیچیده و با استفاده از تنوع گسترده‌ای از منابع غیردینی، به باورهای دینی خود شکل می‌دهند. این تلفیق باور دینی به این شکل می‌تواند نوع تعصب دینی مطبوع‌تر و بی‌خطرتری فراهم آورد که به آدم‌ها این احساس را می‌دهد که هم اهل معنویت هستند و باوری دینی دارند و هم این‌که ناگزیر نیستند به خدا یا محفلی دینی پاسخگو باشند و در قبال هیچ‌کدام مسؤلیتی ندارند. کلارک (۲۰۰۲، ۲۰۰۳) هماهنگ با چنین برداشتی، دریافته است که شیوه‌ی برخورد جوانان و نوجوانان سیزده تا نوزده ساله با مرزهای میان دین رسمی شده و تصویری که رسانه‌ها از ماوراءالطبیعه به دست می‌دهند، تعیین‌کننده‌ی سرشت باورهای معنوی و دینی آن‌هاست. کلارک تحقیقات خود را عمدتاً با افرادی از همین گروه سنی انجام داد که پیوستگی اندکی به دین رسمی شده داشتند ولی انجام تحقیقات با گروه سنی مشابهی که با دین رسمی شده پیوند تنگاتنگی دارند، به درک بهتر و جامع‌تری از این‌که در فصل مشترک دین و رسانه‌ها چه اتفاقاتی به وقوع می‌پیوندد، منجر خواهد شد. از همین رو بود که بررسی اخیر طراحی شد تا اطلاعات بیشتری در این زمینه حاصل شود که چگونه افراد از رسانه‌ها برای اهداف معنوی خود استفاده می‌کنند. هدف این بود که این فرآیند از دیدگاه کسانی که گرایش مسیحی سنتی یا عرفانی دارند، ارزیابی شود.

به منظور انجام این بررسی، پرسش‌های تحقیقاتی زیر طراحی شد:

۱. با توجه به این فرض که شیوه‌ی تحقیقی استفاده و لذت در میان دانشجویان دانشگاه‌ها نشان‌گر

کاربردهای ابزاری گسترده‌ای بوده است، آیا کاربردهای ابزاری محسوسی از رسانه‌های غیردینی در میان دانشجویان مذهبی هم دیده می‌شود؟

۲. اگر چنین است، آیا برخی استفاده‌های ابزاری از بقیه متداول‌تر و شایع‌تر است؟

۳. آیا این کاربردها به درک و رشد دینی یا معنوی کمک می‌کنند؟

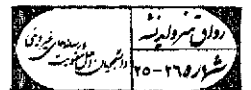
۴. آیا مدارکی مبنی بر این‌که این استفاده‌ها توسعه و گسترش بیشتر درک دینی یا معنوی از خلال منابعی غیر از رسانه‌ها را تشویق و ترغیب می‌کنند، وجود دارد؟

روش تحقیق

طی ماه‌های فوریه و مارچ سال ۲۰۰۱، با چهار گروه مذهبی دانشجویی در دانشگاه ملاقات کرده و از آنان خواستم تا برای انجام مصاحبه‌هایی درباره استفاده‌های شخصی از رسانه‌های غیردینی داوطلب شوند. گروه‌هایی که با ایشان دیدار کردم، عبارت بودند از: گروه دانشجویان متدیست، گروه دانشجویان باپتیست، ورزشکاران پیرو مسیح و راهبان. از مجموع این سازمان‌های دانشجویی، نوزده دانشجو (۱۰ پسر و ۹ دختر) داوطلب همکاری شدند. دو تن از این دانشجویان بیست و چند ساله بودند و بقیه همان سن رایج دانشجویان دوره لیسانس را داشتند که بین هیجده سالگی تا بیست و یکی دو سالگی است.

ظاهراً فرهنگ دانشجویی دانشجویان وابسته و متعهد به کلیساها در دانشگاهی که این مطالعه در آن صورت گرفت، تعلق خاطر نه چندان متعهدانه‌ای را به گروه‌های مسیحی که دانشجویان برداشت‌های معنوی خود را در آن‌جا شکل می‌دادند، ایجاد می‌کرد و در همان حال آنان به ندرت به طرح پرسش‌های بنیادین درباره دین و نقش کلیسا مبادرت می‌ورزیدند.

گرچه گروه‌های مذهبی دانشجویی حاضر در این دانشگاه عناوین مشخصی داشتند و در نتیجه هر کدام از این گروه‌ها راه و رسم خاص خود را در پیش می‌گرفتند، ولی خیلی از دانشجویان هم بودند که با بیش از یک گروه ارتباط داشتند و نشست و برخاست می‌کردند. از آن‌جا که ظاهراً دانشگاه فاقد گروه‌های دانشجویی سازمان‌یافته و با برنامه‌ای سوای این گروه‌های دانشجویی مسیحی و محافظه‌کار بود، در نتیجه به احتمال خیلی زیاد، دانشجویان متدین، درک و فهم دینی خود را از همین گروه‌ها و



تجربه‌های مشترکی که این گروه‌ها کسب کرده بودند اخذ می‌کردند. در نتیجه بررسی کاربردی معنوی رسانه‌های غیردینی هم متکی به همین تجربه مشترک بود.

جمع‌آوری اطلاعات در دو مرحله انجام شد. در مرحله اول پرسش‌نامه‌ای کتبی برای داوطلبان ارسال شد تا درباره استفاده آنان از رسانه‌ها پرسش‌هایی شود و از آنان خواسته شد تا سر فرصت به همگی پرسش‌های مندرج در پرسش‌نامه پاسخ دهند. این کار به این نیت انجام شد تا پیش از انجام مصاحبه حضوری، اطلاعاتی به داوطلبان داده شود و تردیدهای آنان نیز برطرف گردد. در این پرسش‌نامه‌ها از داوطلبان خواسته شده بود تا فهرستی همراه با توضیح مختصری از برنامه‌های تلویزیونی، فیلم‌های سینمایی، نوارهای صوتی و کتاب‌هایی را که به تازگی مشاهده کرده یا خوانده‌اند و اعتقاد دارند که آن‌ها حاوی محتویات دینی یا معنوی بودند، ارائه دهند. گرچه تنها شرط شرکت در این بررسی، عضویت در یکی از سازمان‌های دینی فعال در دانشگاه بود، ولی در طی بررسی‌های انجام شده، اطلاعاتی درباره انجام مراسم دینی و عبادی هر شرکت‌کننده نیز گردآوری شد.

مرحله دوم شامل مصاحبه و گفت‌وگوی رودررو و تک‌به‌تکی با هر کدام از دانشجویان بود و از آنان خواسته شده بود تا در روز مصاحبه، پرسش‌نامه‌ای را که کامل کرده بودند، همراه خود بیاورند. در طی این مصاحبه‌ها که به طور متوسط حدود یک ساعت طول کشید و روی نوار ضبط‌صوت هم ضبط می‌شد تا متن آن بعداً پیاده شود، پاسخ‌هایی که دانشجویان به پرسش‌های پرسش‌نامه داده بودند، با تفصیل بیشتری بررسی شد. در طی این مصاحبه‌ها، از آنان خواسته شد تا داستان، شخصیت‌های اصلی، تضادهای موجود در داستان و ماهیت محتوایی معنوی موجود در اثر را که خود دیده یا تجربه کرده بودند، شرح دهند. سپس از دانشجویان خواسته شد تا هرگونه تأثیر آن مواد رسانه‌ای را بر درک و باورهای دینی و معنوی خود تشریح کنند و مشخص کنند که آیا این تأثیر سبب شده است که آنان به دنبال کسب اطلاعات بیشتری درباره آن موضوع خاص بروند یا خیر و در حال حاضر در باره آن موضوع معنوی ویژه که در اثر موردنظر وجود داشت، چه فکر می‌کنند.

ایپلمن (۱۹۸۷) دریافته بود که ارتباط مستقیم قدرتمندی میان باورهای دینی و تماشای آیینی برنامه‌های تلویزیونی وجود دارد که در آن افرادی با باورهای قوی و عمیق دینی احتمالاً برنامه‌های مذهبی تلویزیونی را به طور مرتب‌تری تعقیب و به تماشای آن‌ها عادت می‌کنند. او معتقد بود که این



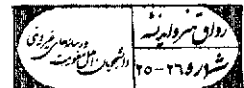
امر مورد تأیید محققان دیگری (گریتر، گراس، هوور، مورگن و سینیوری، ۱۹۸۴) هم بوده است که نشان داده‌اند مردم به جای آن که به کلیساها بروند، ترجیح می‌دهند در خانه‌های خود بمانند و برنامه‌های مذهبی تلویزیون را تماشا کنند.

گزارشی که در پی می‌آید، تجزیه و تحلیلی است که تنها دربارهٔ گفت‌وگوهای مطرح شده در این مصاحبه‌ها انجام یافته است. طی تجزیه و تحلیل متن پیاده شده این گفت‌وگوها، چهارچوب‌ها و قالب‌هایی دربارهٔ مضامین گوناگونی که در هر گفت‌وگو مطرح شد، ارائه داده‌ام. هر بار که دانشجویی توضیح داد که چگونه از رسانهٔ خاصی استفاده کرده است، آن رسانه را هم مشخص کرده‌ام.

یافته‌ها

شرکت‌کنندگان در این بررسی تحلیلی، به بیست و هشت رسانهٔ گوناگون، عمدتاً سینما، فیلم‌های ویدئویی و برنامه‌های تلویزیونی به عنوان رسانه‌های حاوی داستان اشاره کردند که شخصاً آن‌ها را واجد اهمیت دینی یا معنوی می‌دیدند. ولی باید اشاره کرد که بیش از نیمی از آن‌ها تنها یک بار از سوی هر دانشجویی مورد اشاره قرار گرفته بود. همان طور که جدول شماره ۱ نشان می‌دهد، نمونه‌هایی از همهٔ رسانه‌هایی که به تصور درمی‌آید، مطرح شده است: از فیلم‌هایی براساس داستان‌های کلاسیک نظیر *بی‌نویان* و *کنت مونث کریستو* گرفته تا کمدی‌هایی مانند *مرد خانواده* و فیلم‌های تلویزیونی افسانهٔ علمی نظیر *بیستازان قضا*، فیلم‌های پرزده‌خورد با بازی *آرنولد شوآرتزنگر*، سریال‌های قدیمی تلویزیونی مانند *مشر* و نظیر آن‌ها. افزون بر آن، معدودی از شرکت‌کنندگان به برنامه‌های رادیویی، موسیقی و کتاب‌های مسیحی هم اشاره کردند که در این‌جا آورده نشده است. با پیشرفت کار تجزیه و تحلیل مصاحبه‌ها، شش کاربرد مشخص مشهود شد. در این رساله تأکید ما بر کاربردهای معنوی قرار داده شده است:

۱. رشد، تعمق و تصمیم‌گیری؛
۲. تقویت باورهای موجود؛
۳. آموزش و اوانجلیسم؛
۴. استعاره‌سازی؛
۵. خودیابی.



گرچه رشد، تعمق و تصمیم‌گیری بیش از بقیه کاربردها مورد اشاره قرار گرفت، اما درست‌همنای تنوع آدم‌های حاضر در این نظرسنجی که هر کدام برخورد متفاوتی با فرآورده‌های رسانه‌ای داشتند، کاربرد هر کدام از این فرآورده‌ها نیز نشان‌گر تفاوت‌های گسترده‌ای بود.

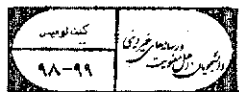
همان‌طور که از جدول شماره ۱ برمی‌آید، فیلم‌های *تنهامانده* و *آمیستاد* در زمره آثار بی‌ارزشی بودند که بیش از هر اثر دیگری از آن‌ها نام برده شد. برای نمونه، چهار دانشجوی مختلف، به کاربردهای متفاوت فیلم *تنهامانده* اشاره کردند. سه نفر آن را در مقوله رشد، تعمق و تصمیم‌گیری، یک نفر در مقوله تقویت باورهای موجود و یک نفر هم در مقوله آموزش و اوانجلیسم به آن اشاره کردند. درباره فیلم *آمیستاد*، هر دانشجویی که آن را از نظر معنوی اثری مهم و صاحب معنا دانست، به کاربرد متفاوتی از آن اشاره کرد، بنابراین برای رشد، تعمق و تصمیم‌گیری، آموزش، استعاره‌سازی و خودیابی یک مورد ذکر شده است.

گرچه هر کدام از کسانی که در این ارزیابی شرکت کرده بودند، اثر محبوب خود را داشته‌اند و شیوه ارجحی را برای ارتباط با محتوای رسانه‌ها به کار برده‌اند، ولی می‌توانیم در این مورد که چگونه این دانشجویان متدین دانشگاه‌ها از روایت‌های رسانه‌ای برای کاربردهای معنوی استفاده می‌کنند به درک بهتر و دقیق‌تری برسیم. در این بررسی، برای دانشجویان نام‌های مستعار برگزیده‌ایم تا هویت آنان محفوظ بماند.

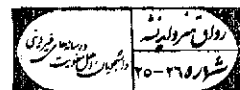
جدول ۱

کاربرد معنوی محتوای رسانه‌ها براساس هر مقوله

نام اثر	رسانه	دفعات	ر.ت.ت.	ا و	استعاره	تقویت	خود
آمیستاد	فیلم/ویدیو	۴	۱	۱	۱		۱
تنهامانده	فیلم/ویدیو	۴	۳	۱	۱		
آسمان هفتم	تلویزیون	۴	۱	۲			
ماتریکس	فیلم/ویدیو	۴	۱	۱	۱	۲	



		۱	۱	۱	۳	فیلم/ویدیو	ببرخیزان، ازدهای پنهان
		۱	۱	۱	۳	کتاب	تنهامانده
				۱	۲	فیلم/ویدیو	پایان ایام
		۲		۱	۳	فیلم/ویدیو	بینوایان
۱			۱	۱	۲	فیلم/ویدیو	تایتان‌ها را به خاطر بسپار
۱				۲	۲	فیلم/ ویدیو	نجات سرباز رایان
	۱			۱	۲	تلویزیون	پیشتازان فضا
				۲	۲	تلویزیون	لمس شده با فرشته
				۱	۱	فیلم/ویدیو	زیبای آمریکایی
	۱	۱			۱	کانال تلویزیونی	سیاره حیوانات
				۱	۱	فیلم/ویدیو	تماس
			۱	۱	۱	فیلم/ویدیو	کنت مونت کریستو
		۱	۱		۱	فیلم/ ویدیو	انجمن شاعران مرده
				۱	۱	فیلم/ ویدیو	هوادار شیطان
		۱			۱	فیلم/ ویدیو	احکام جزمی
				۱	۱	فیلم/ویدیو	دراکولا ۲۰۰۰
				۱	۱	فیلم/ ویدیو	مرد خانواده
			۱	۱	۱	ویدیو	عیسی مسیح
	۱			۱	۱	فیلم/ ویدیو	آخرین بازمانده قبیله موهیکان
۱					۱	تلویزیون	مش



			۱		۱	فیلم / ویدیو	دیدار با والدین
				۱	۱	فیلم / ویدیو	پیچ آدامز
			۱		۱	فیلم / ویدیو	رستگاری شوشانک
				۱	۱	فیلم / ویدیو	پیشوا
۶	۸	۸	۱۱	۲۵	۵۰		جمع

توجه: سر جمع مقولات منفرد بزرگ‌تر از تعداد دانشجویان است، چون برخی از آنان برای هر کدام بیش از یک کاربرد قید کردند.

حروف اختصاری

تعداد: مجموع دانشجویانی که به هر مورد خاص اشاره کردند.

ر.ت.ت: رشد، تعمق و تصمیم‌گیری؛

ا و ا: آموزش و اوانجلیسم؛

استعاره: استعاره سازی؛

تقویت: تقویت باورهای موجود؛

خود: خودیابی.

رشد، تعمق و تصمیم‌گیری

جدول شماره ۱ نشان می‌دهد که مقوله رشد، تعمق و تصمیم‌گیری که ۲۵ بار مورد اشاره قرار گرفت، محبوب‌ترین کاربرد معنوی میان دانشجویان بوده است. در این زمینه به ۲۱ فیلم سینمایی، برنامه تلویزیونی یا کتاب اشاره شد. این دانشجویان گهگاه قادر بودند با تعمق در سرشت معنویت فردی خود به تصمیم‌گیری‌هایی درباره مسائلی که در زندگی آنان رخ می‌داد یا مشکلاتی که با آن روبه‌رو می‌شدند، دست پیدا کنند و معمولاً حس رشد به آنان دست می‌داد. آنچه که در پی می‌آید، شرح کوتاهی از رسانه‌های غیردینی است که در این زمینه به آنان کمک کرده است.

نجات سرباز رایان: این فیلم برنده جایزه اسکار به کارگردانی *اسیون اسپیلبرگ* که درباره یک واحد از ارتش است که قصد دارند جان یک سرباز را نجات بدهند، از سوی دو پاسخ‌دهنده به عنوان اثری که به آنان کمک کرد تا به ارزش فعالیت‌ها و اهداف معنوی فردی خود پی ببرند، مورد اشاره قرار گرفت. در فیلم، سربازانی جان خود را فدا می‌کنند تا سربازی - سرباز رایان - بتواند زنده به خانه بازگردد و زندگی کند.

تونی مرد جوانی که در سنین بین ۲۰ و ۳۰ سالگی است، بین نجات سرباز رایان و کوشش‌هایش برای شریک کردن دیگران در مبانی دینی و اعتقادی خود، مشابهت‌هایی یافته است. او از این واقیعت

که سربازانی که جان خود را برای سرباز رایان فدا کردند و فرصت آن را نیافتند تا ثمره فداکاری‌های خود را ببینند و به عبارت دیگر، شاهد زندگی ثمربخشی نبودند که رایان از سر خواهد گذراند، احساس آرامش می‌کند. این امر تونی را برانگیخت تا به ارزش رابطه خود با دیگر آدم‌ها بیشتر فکر کند:

من هم همان‌طور فکر می‌کنم و معتقدم که وقتی به دیگران کمک می‌کنیم، شاید همان موقع شاهد ثمره کمک معنوی خود نباشیم... ولی من به دراز مدت می‌اندیشم، به وقتی که لحظه مرگ فرا می‌رسد و در آن موقع تصویر خوبی از کارهایی که کرده‌ایم به دست می‌آوریم؛ یک جور میراثی که از خود در زندگی آدم‌ها به جا می‌گذاریم.

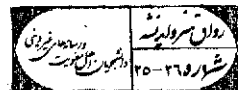
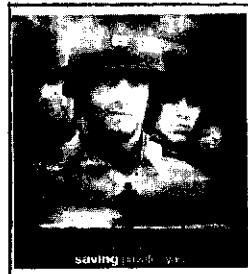
در حالی که تونی با سربازانی که جان خود را به خاطر سرباز دیگری فدا کردند ارتباط معنوی برقرار کرده بود، آندریا - یکی از اعضای گروه ورزشکاران پیرو مسیح - خود را در قالب سرباز رایان دیده و از آن زمان به بعد کوشیده است تا خود را به ادامه یک زندگی پزیرمتر متعهد کند. او می‌گوید:

احساسم این است که باید جویری زندگی کنم که مرگ عیسی مسیح بر صلیب تلف نشود. وقتی فیلم تمام شد، به خودم گفتم، باید جویری زندگی کنم که هر روز زندگی من ارزش مرگ مسیح را داشته باشد. دلم می‌خواهد بر زندگی مردم اثر بگذارم. می‌خواهم بر ابدیت اثر بگذارم.

مرد خانواده: این فیلم با بازی نیکلاس کیج درباره مدیر موفق یک شرکت تجاری است که در زندگی خود اهل افراط و تفریط و مادی‌گرایی است. او به خاطر اشتباهاتش، رابطه عمیق و پرمعنای شخصی خود را با نامزدش به هم می‌زند. او در خواب می‌بیند که اگر این همه به مادیات فکر نکند، می‌تواند زندگی متفاوتی داشته باشد.

جنیفر می‌گوید که از این فیلم درس‌های اخلاقی بسیاری آموخته است. او به چند تصمیم قاطعی که در زندگی اتخاذ کرده اشاره می‌کند و می‌گوید که موقعیت خطیر شخصیت اول فیلم را به خوبی درک کرده و با او همذات‌پنداری می‌کند. در هنگام مصاحبه حضور، جنیفر تازه تصمیم گرفته بود که از یک مأموریت و سفر دینی به یک کشور خارجی صرف‌نظر کند. اتخاذ چنین تصمیمی برای او بسیار دشوار بود. جنیفر که چند ماه پیش از آن، فیلم مرد خانواده را دیده بود، معتقد است که تماشای این فیلم به او کمک کرد تا تصمیم نهایی خود را اتخاذ کند. او می‌گوید:

و حالا که قصد رفتن ندارم، آزادی خیال و آرامش فوق‌العاده‌ای در خود احساس می‌کنم.



این احساس موقعی به من دست داد که فهمیدم به خاطر دلایل غلطی تصمیم به رفتن گرفته بودم. در عین حال نمی‌خواستیم دست به دعا بردارم و از خداوند بپرسم، آیا واقعاً می‌خواهی که من به این سفر بروم یا نه...؟ این فیلم به من کمک کرد تا در مسیر کارهایی قرار گیرم که پروردگار برای من مقرر می‌دارد.

دراکولا ۲۰۰۰: مت یک جوان پرتازگی و رهبر پاره‌وقت ارکستر در یک کلیسای کوچک روستایی، با این فیلم همذات‌پنداری کرده است. او از این رو از فیلم دراکولا ۲۰۰۰ خوشش آمد چون که این فیلم بین شخصیت تاریخی یهودای اسخریوطی و شخصیت تخیلی داستان‌ها و فیلم‌های ترسناک، یعنی دراکولا پیوند برقرار کرده بود. مت فرض می‌کند که فیلم به خاطر خیانت یهودا به عیسی مسیح او را به دراکولا مبدل می‌کند. مت گرچه متوجه بود که داستان فیلم تخیلی است و به واقعیت ربطی ندارد، با این همه برای کسب اطلاعات بیشتر دربارهٔ یهودای اسخریوطی به انجیل مراجعه کرده بود.

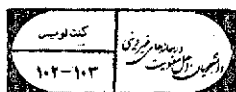
تقویت باورهای موجود

در ردیف دوم محبوب‌ترین کاربردها، تقویت باورهای موجود قرار داشت. پاسخ‌دهندگان پیام‌های رسانه‌های غیردینی را برای تقویت باورهای معنوی و دینی خود مورد استفاده قرار داده بودند. از ده روایت رسانه‌ای به این صورت استفاده شده بود. در زیر به چند مورد نمونه‌ای اشاره می‌شود:

دیدار با والدین: این یک فیلم کمدی دربارهٔ مرد جوانی است که یک تعطیلات آخر هفته را با خانوادهٔ نامزدش می‌گذرانند. این دیدار، فاجعه‌بار است و انواع اتفاقات کمدی رخ داده در آن، در نهایت تصور بدی از داماد آینده برای پدر و مادر نامزد به جا می‌گذارد. این فیلم در *آندریا* این باور او را که پیروان ادیان گوناگون نباید با هم ازدواج کنند، بیش از پیش تقویت کرد.

فیلم به این نکته اشاره می‌کند که مرد جوان، که نقش او را بن استیو بازی می‌کند، یهودی است، حال آن که خانوادهٔ نامزد او یهودی نیستند. گرچه این نکته عموماً به عنوان نکته‌ای فرعی در داستان دیده شده است، ولی برای آندریا نکتهٔ مهم و بارزی بود. او می‌گوید:

به نظر من موضوع بسیار مهمی است. از نظر من این نکته بیش از هر نکتهٔ دیگری در فیلم اهمیت داشت. این واقعیت که او یهودی بود در فیلم نقش مهم و تاثیرگذاری داشت. تا متوجه آن شدم، در ذهنم به خودم گفتم، می‌بینی، این رابطه درست بشو نیست. نمی‌تواند باشد.



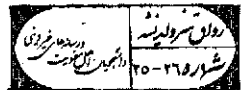
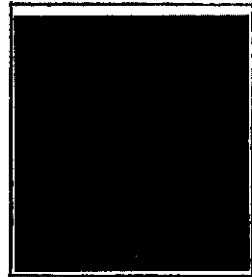
آندریا گفت که در سال‌های دبیرستان با چند پسر مختلف که هم‌دین او نبودند دوستی و معاشرت کرده بود و فکر می‌کرد که می‌تواند جهان‌بینی آن‌ها را عوض کند. از آن موقع به بعد، در انجیل به مطالعه این نکته پرداخته و به این نتیجه رسیده بود که مسیحیان نباید با افرادی که به ادیان دیگری اعتقاد دارند، ازدواج کنند. او این فیلم را با چنین ذهنیتی دید و نتیجه هم گرفت که فیلم باعث تقویت باورهای موجود در او شده است. آندریا خیلی مایل بود بداند که اگر دو قهرمان زن و مرد فیلم با هم ازدواج کنند، زندگی آنی کودکان آنان چه شکلی خواهد بود.

ببر خیزان، ازدهای پنهان: این فیلم درباره رقابت دو گروه رقیب بر سر تصاحب شمشیری ویژه است. داستان فیلم حاوی ورزش‌های رزمی و ارزش‌های معنوی خاصی است که گاه درک کامل آن‌ها برای مخاطبان غربی دشوار می‌نماید.

برای جولی که در نیمه راه بیست و سی سالگی خود قرار دارد و رهبر یک گروه مسیحی در دانشگاه است، مشاهده فیلم ببر خیزان، ازدهای پنهان، تعهد او را به مطالعه بیشتر انجیل تقویت کرد. او مهارت و دلبستگی دو دسته رقیب در این فیلم را به مهارت و تعلق خاطر مورد نیاز برای برخورد درست و مناسب با سخنان پروردگار، یکسان دانسته و اضافه می‌کند:

آنان با چنان مهارت و دقتی ورزش‌های رزمی را انجام می‌دادند که حتی تماشای آن آدم را گیج و سیهوت می‌کرد. آنان همیشه آرزوی آن را داشتند که در مهارت‌های خود به استادی برسند تا بتوانند به آن شمشیر ویژه دست پیدا کنند. من نیز این فیلم را از صافی درک خود عبور می‌دهم و آرزوهای خود را در آن می‌بینم. من آرزو دارم که بتوانم با دقت نظر با کلام خداوند برخورد کنم و واقعاً در این هنر به مهارت برسم.

ماتریکس: به خاطر علاقه مارک به تاریخ الهیات مسیحیت، این فیلم علایق او را درباره مطالعه پیرامون فلسفه غنوصی تقویت کرد. این مکتب بر این باور است که هر آن چه هست شر است و انسان تنها می‌تواند به مدد نوعی تعالی معنوی بر این شر برتری یابد. مکتب غنوصی، بسیاری از مسیحیان اولیه را گیج و متحیر کرده بود و مارک مایل بود بداند که آیا ممکن است تعالیم آن بر آموزه‌های به جامانده از عیسی مسیح هم تأثیر مخربی گذاشته باشد یا نه. در نهایت، او به این مسأله فکر می‌کند که آیا فیلم ماتریکس صرفاً یک کالای ساخته شده دست بشر برای گیج کردن مسیحیان از طریق استفاده از نمادگرایی مسیحی نیست؟



او پس از مشاهده این فیلم، به مطالعه انجیل یوحنا مبادرت کرد و باور او نسبت به این مسأله تقویت شد که اندیشه‌های دینی باید به طور مستمر از بابت اصالت فکری مطرح شده در آن، مورد کاوش و بررسی قرار گیرند. او اضافه می‌کند:

بنابراین من همیشه این چیزها را می‌آزمایم و هر بار به این نتیجه می‌رسم که مسیحیت عین حقیقت است. با این همه، همیشه این آزمایش را انجام می‌دهم.

آسمان هفتم: ملیسا پس از مشاهده بخشی از این مجموعه تلویزیونی که درباره هم‌خوابگی پیش از ازدواج بود، به انجیل مراجعه و به مطالعه آیاتی در آن پرداخت که به موضوع هم‌خوابگی پیش از ازدواج می‌پردازد و آن را منع می‌کند. او در آن روزها با پسری دوست بود و احساس می‌کرد که برای هم‌خوابگی، از سوی او تحت فشار روحی قرار دارد. تماشای این مجموعه تلویزیونی و رجوع به انجیل این اراده را در او تقویت کرد که از فعالیت‌های جنسی پیش از ازدواج دور بماند. جوسلین یکی دیگر از پاسخ‌دهندگان نیز می‌گوید که برای تقویت دیدگاه‌های خود درباره تشخیص تفاوت میان کار درست و غلط، به تناوب به این مجموعه تلویزیونی مراجعه کرده است.

آموزش و اوانجلیسم

دانشجویان، هشت روایت رسانه‌ای را که از آن‌ها برای توضیح اصول و مبانی معنویت به دیگران استفاده کرده بودند، مورد اشاره قرار دادند. آن‌چه در پی می‌آید، شرح توصیفات آنان در این مورد است که چگونه رسانه‌های غیردینی برای آموزش یا تنویر افکار دینی مورد استفاده قرار گرفته است:

ماتریکس: فیلمی که پیش‌تر هم به آن اشاره شده بود. ماتریکس بیش از هر روایت رسانه‌ای غیردینی دیگری در این مطالعه مورد استاد قرار گرفته است. چهار دانشجو به آن در همه مقولات معنوی، جز یک مورد، اشاره کرده‌اند. این فیلم درباره ابر کامپیوتری است که با استفاده از انرژی انسانی، همه کره زمین را تحت کنترل خود دارد. این کامپیوتر انسان‌ها را در حالتی خواب‌گونه نگاه می‌دارد، به نحوی که برداشته‌های آنان از واقعیت، موهوم و خیالی است. ماتریکس پیچ و تاب‌های زیادی دارد و از بیننده می‌خواهد تا مرز میان واقعیت و توهم را مورد پرسش قرار دهد. در این فیلم مضامین دیگری چون فداکاری فردی و مبارزه میان خیر و شر نیز مطرح است.

جنیفر از فیلم ماتریکس برای توضیح اندیشه‌های دینی به دانشجویان دیگر استفاده کرده است. او می‌گوید:

ما این فیلم را با چند دانشجوی غیرمسیحی مشاهده کردیم و به این ترتیب این فیلم بهانه خوبی برای شروع گفت‌وگو بود. من می‌توانم با استفاده از آن اندیشه‌ها و تصاویر مشابهی را به آدم‌ها بدهم تا بتوانند تصور بهتری از حرف‌های انجیلی به دست بیاورند. او می‌گوید که این فیلم در آموزش مفاهیم انجیلی به کسانی که وقت نمی‌گذارند تا به ابتکار شخصی آن‌ها را یاد بگیرند، کمک زیادی کرده است و اضافه می‌کند:

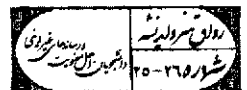
بله، این آدم‌ها به مدد این فیلم بهتر از پیش با این مفاهیم ارتباط برقرار می‌کنند. این فیلم به آنان کمک می‌کند تا چشم‌های‌شان را بگشایند و این مفاهیم را عمیق‌تر از ظواهر متنی آن‌ها بفهمند.

احکام جزمی: این فیلم کم‌دی با بازی بن افلک، مت دیمن و چندین ستاره دیگر، با فرقه کاتولیک شوخی می‌کند. این فیلم به آندریا که حتی کاتولیک هم نیست برخورد کرده است. او به کسانی که عقاید و مناسک دینی دیگران را به سخره می‌گیرند، شک دارد. با این همه، با وجود بی‌اعتمادی او نسبت به این فیلم، آندریا آن قدر تحت تأثیر آن قرار گرفته بود تا با دو تن از دوستان آمریکایی لاتینی تبار خود درباره سادگی دین مسیحیت گفت‌وگو کند. آندریا در شهری در مجاورت مرز تگزاس و مکزیک متولد شده است. او دوستانی داشت که در خانواده‌های کاتولیک بزرگ شده بودند، ولی ظاهراً از برخی مراسم دینی خود سر خورده بودند. آندریا توضیح داد که این فیلم در او انگیزه‌ای ایجاد کرد تا با این دوستان خود در این باره که لزومی ندارد مسیحیت در این مراسم دینی مقید و محدود شود، گفت‌وگو کند.

استعاره‌سازی

پاسخ‌دهندگان به شش فیلم حاوی نمادهای انجیلی به عنوان وضعیت‌های گوناگون در زندگی روزمره اشاره کردند. این عده تلاش نکردند تا بین این آثار و زندگی خود پیوندی برقرار کنند و بیشتر به معرفی این تجلیات بسنده کردند. آنچه در پی می‌آید، اشاره به سه نمونه از کاربردهای رسانه‌های غیردینی در قالب استعاره‌های معنوی است.

سیاره حیوانات: یکی از این نمونه‌ها، برداشت خاص جول از یکی از بخش‌های مجموعه‌هایی است که از این کانال تلویزیونی پخش شد. وقتی جول برنامه‌ای درباره زندگی شیرها دید، به این فکر



افتاد که در انجیل از شیطان به صورت شیر یاد می‌شود. او می‌گوید:

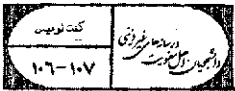
هر وقت شیری در حال غرش می‌بینم، ذهنم در من این انگیزه را ایجاد می‌کند که به
مواردی که در آن انجیل، شیطان را با شیری در حال غرش مقایسه می‌کند، فکر کنم.
این یک جور سرزندگی خاص به انجیل می‌دهد.

انجمن شاعران مرده: جول هم فیلم انجمن شاعران مرده را با دقت نظر چشمگیری به طور
کامل از نظر گذراند و درباره آن ساعت‌ها به تحقیق و تفکر پرداخت. انجمن شاعران مرده، داستان
آموزگاری در یک دبیرستان خصوصی است که با تشویق و ترغیب شاگردان خود به تفکر انتقادی و
تقویت روحیه فردگرایی، در واقع خود را با مدیریت مدرسه درگیر می‌کند. در جریان این ماجرا، ۱۲ تن
از شاگردانش، با وجود بدبینی‌های مسئولان مدرسه، به پیروان وفادار او بدل می‌شوند. جول در این
فیلم شخصیت‌هایی چون عیسی مسیح، جان تمپیدهنده، یهودای اسخریوطی، ۱۲ حواری عیسی،
فریسیان و ریش‌سفیدهای متدین مخللف با عیسی مسیح را تشخیص می‌دهد. او در نهایت داستان
فیلم انجمن شاعران مرده را به صورت بازگویی داستان زندگی عیسی مسیح ارزیابی می‌کند.

ماتریکس: پیش‌تر از این فیلم در بخش تقویت باورهای موجود و آموزش یاد شده بود. این فیلم
در ضمن به عنوان اثری غنی در نمادگرایی معنوی هم مورد اشاره قرار گرفته است. اسکات در آن،
چندین نماد مضامین انجیلی را تشخیص داده و بین سفینه نیوجانزور و پادشاهی در بابلی که در کتاب
عهد عتیق انجیل از او نام برده می‌شود، پیوند برقرار می‌کند. اسکات در عین حال به این نکته اشاره
دارد که در فیلم، زیون نام آخرین شهر روی زمین است که هنوز انسان‌هایی در آن زندگی می‌کنند. در
انجیل، زیون نام چند جای قدسی است که همه آن‌ها نماد مکان‌های گردهمایی معتقدان وفادار به
خداوند هستند. اسکات اعتقاد دارد که نیو شخصیت اصلی فیلم، نماد عیسی مسیح است، از این رو که
نیو پس از آن که مُرد، دوباره زنده می‌شود. دانشجوی دیگری که در این تحقیق شرکت داشت، برخی
از شخصیت‌های این فیلم را با جان تمپیدهنده و یهودای اسخریوطی معادل دانسته است.

خودیابی

در شش مورد، پاسخ‌دهندگان با چالش‌هایی که شخصیت‌های حاضر در رسانه‌ها با آن‌ها روبه‌رو



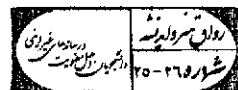
بودند، همذات‌پنداری کردند؛ گرچه هیچ دانشجویی به طور کامل با تمامی وضعیت‌ها و شرایط یک روایت خاص احساس همدلی نکرده است، ولی به مشابهت‌هایی میان مشکلات و مسائل شخصیت‌ها و مشکلات و مسائلی که خود پاسخ‌دهندگان با آن‌ها مواجه بوده‌اند، اشاره شده است. در زیر به دو مورد نمونه‌ای اشاره می‌شود:

تماس: این فیلم با بازی جودی فاستر، داستان زندگی دانشمندی را بازگو می‌کند که با موجوداتی از کرات دیگر ارتباط برقرار می‌کند، ولی نمی‌تواند دیگران را به قبول ادعاهای خود مجاب کند. اسکات که عاشق داستان‌های علمی - تخیلی است، با دیدن این فیلم آرامش خاطر یافت. چون با بحرانی که شخصیت جودی فاستر در فیلم با آن مواجه است و سردرگمی‌های خودش در هنگام گفت‌وگو با دیگران درباره مسائل دینی مورد علاقه خودش، ارتباط عمیقی یافته بود. او می‌گوید:

من واقعاً از این فیلم خوشم آمد، چون خیلی از چیزهایی که مردم درباره مسیحیت می‌گویند، عموماً حاوی این است که این اتفاقات اصلاً رخ نداده و هیچ دلیل و مدرکی هم مبنی بر وقوع آن‌ها وجود ندارد. من از این فیلم به این خاطر خوشم آمد، چون واقعاً دوست دارم درباره اعتقادات دینی خودم حرف بزنم و آن را با دیگران مطرح کنم و بگویم، تو هر چقدر دلت می‌خواهد بگو که چنین چیزی وجود خارجی ندارد، ولی من می‌دانم که این اتفاقات افتاده است. این که قبول کنی که من حقیقت را می‌گویم یا نه، بحث بی‌ربطی است، چون این اتفاقات که تو منکرش هستی، واقعاً رخ داده است.

مش: البوت با این مجموعه تلویزیونی به شدت همذات‌پنداری کرده است. او جوانی معاشرتی، خون‌گرم و حساس است که نیازهای دیگران را بر نیاز خود ارجح می‌شمارد. او ادعایی ندارد که صاحب یک ایمان به بلوغ رسیده مسیحی است، ولی برای رشد معنوی خود، روی کمک به دیگران تمرکز کرده است. برای البوت خیلی مهم است که اطرافیانش احساس راحتی کنند. او در فعالیت‌های گروه، یکی از اولین کسانی است که به دیگران خبرمقدم می‌گوید و همیشه با رویی گشاده نظرات دیگران را از چشم‌اندازهای معنوی گوناگون پذیرا می‌شود.

البوت به شدت تحت تأثیر یک بخش از این مجموعه تلویزیونی قرار گرفت و آن هم بخشی بود که پدر مولکاووی برای تحت تأثیر قرار دادن یکی از اعضای سلسله مراتب کشیشان کاتولیک که به



دیدار سربازان رفته است، موعظه‌ای آماده می‌کند ولی ظاهراً مولکاوای این موعظه را برای خودنمایی نوشته، نه تهذیب و تعلیم مخاطبان و در پایان موعظه، متوجه خطای خود می‌شود. ایوب توضیح داد که این بخش از مجموعه تلویزیونی مش، در یکی از جلسات گروه دانشجویی مورد بحث قرار گرفت و او در این جلسه، احساسات عمیق خود را مطرح کرد. او در این مورد که از این مجموعه تلویزیونی چه چیزی آموخته است، پاسخ داد:

فداکاری و از خودگذشتگی، زحمت زیادی می‌طلبد و این چیزی است که من در زندگی روزمره خود انجام می‌دهم یا سعی می‌کنم که انجام دهم. اگر خودم احساس می‌کنم که حالم خوب نیست، اما دوستی دارم که او هم حالش خوب نیست، در آن صورت نباید به حال خود ترحم و دلسوزی کنم. باید سعی کنم به دوستم برسیم و خیلی وقت‌ها با کمک کردن به دوستم، در واقع به خودم کمک می‌کنم.

نتیجه گیری

این چند مورد نمونه، نشان‌گر تنوعی از کاربردهای معنوی رسانه‌های غیردینی در میان دانشجویان شرکت‌کننده در این تحقیق است. فرضیات اساسی شیوه تحقیقی لذت و استفاده که توسط کتر و همکاران مطرح شد و سپس با تحقیقات روبین گسترش بیشتری یافت، در این جا هم مشهود بود. دانشجویان محتوای رسانه‌ها را در خدمت اهداف مورد نظر خود گرفتند و در موارد بسیاری از رسانه‌ها به شیوه‌های گوناگونی که حامی و در مواردی حتی تقویت‌کننده اندیشه‌های از پیش شکل گرفته آنان بوده استفاده کردند. عوامل اجتماعی و روانی که نمایان‌گر تعلق خاطر و تعصب دینی دانشجویان حاضر در این تحقیق بود، ظاهراً به عنوان فیلتری برای درک محتوای رسانه‌ها عمل می‌کرد. در این بررسی نیز دستاوردهای پیشین در استفاده از رویکرد استفاده و لذت مورد تأیید قرار گرفت. در این تحقیق نیز مدارکی در تأیید این فرض وجود دارد که کنترل مفاهیم - دست‌کم وقتی که مخاطب با یک گرایش معنوی به رابطه دین و رسانه نگاه می‌کند - در دست مخاطب است. از سوی دیگر، شواهدی در تأیید این نظر وجود دارد که کنترل در اصل برای اهداف کاربردی منتهی به هدف مورد استفاده قرار می‌گیرد.

نگاه به دین و رسانه‌های غیردینی به عنوان دو عنصر جداگانه و رودرروی همدیگر نه تنها می‌تواند



بیش از حد ساده‌انگارانه، بلکه در ضمن بی‌ثمر هم باشد. علم به این‌که برداشت هر فرد از محتوای رسانه‌ها یا دیگری متفاوت است، هرگونه کوششی در معرفی رسانه‌های غیردینی به عنوان عناصر خطرناک برای باورهای دینی می‌تواند - در کسانی که از پیش آدم‌های مذهبی بوده‌اند - مانع از آن شود که درست همان اعتقادات دینی که قرار بوده مورد محافظت قرار گیرند، تقویت شوند.

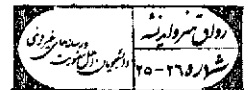
هیچ‌کدام از دانشجویانی که در این تحقیق شرکت کردند، نگفتند که تحت تأثیر عناصر بی‌سلیقه (صحنه‌های سکسی یا بددهنی) در روایت داستانی قرار گرفتند، یا کمترین توجهی به این مسائل نشان ندادند که رسانه‌های غیردینی ممکن است اعتقادات معنوی آنان را خدشه‌دار کند. دانشجویان روی مضامینی که با آنان موافق نبودند، چندان مکث نمی‌کردند و به لحاظ ذهنی از آن مسائل می‌گذشتند تا به مفاهیمی برسند که مفید می‌یافتند.

این نکته تا حدودی با یافته‌های کلارک که نشان داده بود در میان بسیاری از نوجوانان مرز مخدوشی میان باورهای دینی و اسطوره‌های داستانی وجود دارد، فرق می‌کند. این امر شاید ناشی از آن باشد که بخش عمده شرکت‌کنندگان در بررسی‌های او جوان‌تر از شرکت‌کنندگان در تحقیق ما بودند و در ضمن به مفهوم سنتی کلمه، الزاماً مذهبی شناخته نمی‌شدند. برخی از شرکت‌کنندگان در آن تحقیق به شدت با تفکر دینی مخالفت می‌ورزیدند، حال آن‌که دانشجویان شرکت‌کننده در بررسی ما اساساً براساس تعلقات دینی دست‌چین شده بودند. آنان هیچ ابهامی درباره تفاوت میان داستان‌های تخیلی و ایمان از خود نشان ندادند و در همان حال با داستان‌های تخیلی هیچ مشکلی نداشتند و از آن‌ها لذت می‌بردند. جالب این‌جاست که این دانشجویان مرزها و محدودیت‌هایی برای خود خلق کرده بودند که در اثر ارتباط متقابل با این عناصر تقویت هم می‌شد.

درباره پرسش‌های تحقیقاتی مطرح در این بررسی نیز باید گفت که بله، دانشجویان مذهبی دانشگاه از روایات رسانه‌ای استفاده معنوی می‌کنند. از آن‌جا که تنها یکی از شش کاربرد مشخص شده - استفاده از مفاهیم رسانه‌ای برای کسب لذت و دوست‌یابی - را می‌توان به کاربرد آیینی رسانه‌ها مربوط دانست، در نتیجه چنین به نظر می‌رسد که کاربرد معنوی این دانشجویان عمدتاً آزاری است.

ولی در پاسخ به پرسش‌های دوم و سوم در بررسی، کاربرد معنوی رشد، تعمق و تصمیم‌گیری بیش از بقیه کاربردها مطرح می‌شود. این امر نشان‌گر فرآیندی درونی شده است که به نظر می‌آید در وجود تمام دانشجویان شرکت‌کننده در این بررسی رخ می‌دهد. در نتیجه در پاسخ به پرسش چهارم در بررسی، چنین به نظر می‌رسد که عمومیت، قوت و عمق این نوع کاربرد نشان‌گر آن است که استفاده از رسانه‌های عمومی، دست‌کم در نزد این دانشجویان، می‌تواند زمینه‌ساز درک و رشد دینی یا معنوی را تسهیل کند.

یافته‌های ما هم‌چنین پیشنهاد می‌کنند که پاسخ به پرسش چهارم هم می‌تواند مثبت باشد. مدارک و شواهدی هست که نشان می‌دهد کاربرد معنوی روایت‌های رسانه‌ای خاصی می‌تواند از طریق منابعی غیر از رسانه‌ها، به توسعه و تعمیق بیشتر باورهای دینی یا معنوی منجر شود. در مصاحبه‌هایی



که برای این بررسی انجام گرفت، منابع تحقیقی متعددی مطرح شد که ورای روایت‌های رسانه‌ای مورد اشاره دانشجویان بود و این عده برای تحقیق بیشتر به آن منابع مراجعه کرده بودند. برای نمونه مارک برای تقویت دیدگاه‌های خود درباره مکتب غنوصی به انجیل متی مراجعه کرده و مت پس از مشاهده فیلم دراگولا ۲۰۰۰ درباره یهودای اسخریوطی تحقیقاتی انجام داده بود ولی به نظر می‌آید که بیشتر دانشجویان پس از مشاهده یا مطالعه روایات رسانه‌ای، آن‌قدرها تحت تأثیر قرار نگرفته بودند که به منابع دیگری مراجعه کنند. آن عده که تحت تأثیر قرار گرفتند، غالباً به متن‌های دینی فرقه اعتقادی خود مراجعه کردند.

این توسل به منابع دیگر در ترکیب با تعداد روایت‌های رسانه‌ای مطرح‌شده و همراه با آن استفاده‌های چندگانه از روایات، اندیشه کثار هم گذاشتن را که در بررسی‌های پیشتر مطرح شده بود (کلارک، ۲۰۰۳، ۲۰۰۲؛ هورر، ۲۰۰۱ و ورتناو، ۱۹۹۸) مورد تأیید قرار می‌دهد. در همان حال، ارجاع به متون دینی برای کسب اطلاعات بیشتر، که درباره مارک و مت رخ داد و همچنین تعدد دفعاتی که از رسانه‌ها برای کاربرد آموزش و تقویت باورهای دینی موجود استفاده شد، این پرسش را مطرح می‌کند که در میان افرادی با هویت مشخص مذهبی، چقدر از این کثار هم گذاشتن اتفاق می‌افتد.

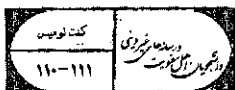
نقاط ضعف این پروژه از این نظر که نباید بنا را بر آن گذاشت که نتایج آن جز درباره همان کسانی که مورد بررسی و مصاحبه قرار گرفتند، درباره همگان مصداق دارد، مشابه بیشتر مطالعات کیفی دیگر است. از آن‌جا که تعداد مشارکت‌کنندگان اندک بود - و بسیاری از افراد از چندین روایت رسانه‌ای برای بیش از یک مورد کاربرد نام بردند - اطلاعات کافی در این مورد وجود ندارد که ببینیم چگونه می‌توان شش کاربرد معنوی مورد نظر را با ترکیب جمعیتی (دموگرافیک) یا شرایط اعتقادی افراد ارتباط داد.

تحقیقات دیگری لازم است تا ارتباط میان کاربرد ابزاری، سن و میزان تعصب دینی را مورد بررسی قرار دهد. تحقیقات نشان داده است که کاربرد ابزاری رسانه‌ها به سن بستگی دارد (روبین، ۱۹۸۴). هر چه سن فرد بالاتر می‌رود، از نظر کاربرد رسانه‌ها هدف‌مندتر می‌شود. جالب خواهد بود که به دقت دریابیم که تعصب دینی در این رابطه چه نقشی ایفا می‌کند. مطالعات مشابهی نیز باید در مورد بررسی کاربردهای معنوی از رسانه‌های غیردینی در دیگر گروه‌های دینی انجام گیرد.

ترجمه شده از: *journal of media and religion* 3(3)151-1641

منابع

- Abelman, R. (1987). Religious television uses and gratifications. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 31, 293-307.
- Beaudoin, T. (1998). *Virtual faith: Their reverent spiritual quest of Generation X*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Carveth, R., & Alexander, A. (1985). Soap opera viewing motivations and the cultivation process. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 29, 259-273.



- Clark,L.(2002).U.S. adolescent religious identity, the media, and the "funky" side of religion. *Journal of Communication*, 52(4), 794–811.
- Clark,L.(2003).From angels to aliens:Teenagers, the media, and the supernatural. New York:Oxford University Press.
- Gerbner,G.,Gross,L.,Hoover,S.,Morgan,M.,&Signorielli,N.(1984).Religion and television.Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Hoover,S.M.(2001).Religion, media, and the cultural center of gravity.In D.A.Stout & J.M. Buddenbaum(Eds.), *Religion and popular culture:Studies on the interaction of worldviews* (pp.49–60) Ames: Iowa State University Press.
- Katz,E, Blumler,J. & Gurevitch,M.(1974). Utilization of mass communication by the individual.In J. Blumler&E.Katz(Eds.), *The uses of mass communications:Current perspectives on gratifications research*(pp. 19–31). Beverly Hills: Sage.
- Medved, M. (1992).Hollywood vs. America. New York: Harper Collins.
- Newman, J. (1996).Religion vs. television: Competitors in cultural context. Westport, CT: Praeger.
- Pardun,C.,& McKee,K.(1995).Strange bedfellows: Symbols of religion and sexuality on MTV. *Youth & Society*, 26,438–449.
- Perse,E.(1986).Soap opera viewing patterns of college students and cultivation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 30,175–193.
- Rubin,A.(1984).Ritualized and instrumental television viewing. *Journal of Communication*,34(3),67–77.
- Rubin,A.(1985).Uses of daytime television soap operas by college students. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 29,241–258.
- Rubin,A.(2002).Theuses-and-gratifications perspective of media effects.In J. Bryant & D.Zillman (Eds.),*Media effects: Advances in theory and research* (pp.525–548).Mahwah,NJ:Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Stout,D.(2001).Beyond culture wars:An introduction to the study of religion and popular culture.In D.Stout & J.Buddenbaum(Eds.),*Religion and popular culture:Studies on the interaction of worldviews* (pp. 3–15). Ames: Iowa State University Press.
- Wuthnow,R.(1998). After heaven:Spirituality in America since the1950s. Berkeley:University of California Press.

