



پرویشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

آیات تلویزیون یک دین جدید است؟

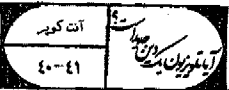
آنت کوپر
برگردان: احمد شاکر رشاد

درآمد مترجم

متن زیر معرفی نوشتاری است که در زمینهٔ دین و ارتباطات نگاشته شده و در آن مسئله‌ای مربوط به قرن حاضر، یعنی نسبت دین و رسانه طرح شده است. مولف این نوشتار از افرادی است که سخنانی جدید در این حوزه دارد و نسبت دین و رسانه را به دقت موشکافی کرده و در کنار تحلیل‌هایی در این خصوص، آفات آن را برشمرده است. از جملهٔ این آفات مواردی چون تبدیل شدن تلویزیون به دین مردم، جایگاه قدسی یافتن آگهی‌های بازرگانی، فروختن معنویت از طریق رسانه، درست به کار نگرفتن این ابزار توسط متولیان دین و ... است. این مولف یعنی کوپیتین جی. شولتز،^۱ استاد رشتهٔ ارتباطات در کالج کالوین، کتب و مقالات بسیاری در این باره نوشته که می‌توان به مواردی از آن اشاره کرد: ارتباطات به منزلهٔ یک دین؛^۲ رسانه، پست‌مدرنیته و مسیحیت؛^۳ مسئلهٔ خدا در علم ارتباطات؛^۴ ایمان، تعلیم و تربیت و تکنولوژی ارتباطات؛^۵ تکنیک در ورای ایمان؛^۶ بی‌نوستی پریشان اونجلیست‌ها با رسانه؛^۷ درام تلویزیونی به منزلهٔ متنی مقدس؛^۸ تلویزیون سکولار به منزلهٔ دینی عامه‌پسند؛^۹ بررسی و تحلیل تله‌ونجلیسم؛^{۱۰} سیاست‌های پخش برنامه‌های دینی^{۱۱} و ...

مولف این جستار، که در آن به معرفی کتابی از کوپیتین جی. شولتز و برخی از دغدغه‌های او پرداخته، به شکلی دردمندانه وضعیت دین و رسانه را در جامعهٔ مسیحی بیان کرده است. سخن اصلی او را می‌توان این گونه خلاصه کرد که اگر متولیان دین در جامعه از رسانه به درستی در راستای مفاهیم دینی بهره نبرند، رسانه با برخی از کارکردهای سکولار خود، جای دین را در میان مردم می‌گیرد. توجه به برخی از مطالب این جستار می‌تواند دربارهٔ نحوهٔ ارتباط دین و رسانهٔ تلویزیون، به نکاتی اشاره کند که جامعهٔ ما نیز بدان مبتلا است.

1. Quentin J. Schultze
2. "Communication as Religion: In Memory of James W. Carey." *Journal of Media and Religion*, Vol. 6 (No. 1, 2007): 1-15.
3. "He-Man and the Masters of the Universe: The Media, Postmodernity, and Christianity." In Hans Boersma (ed.) *Imagination and Interpretation* (Vancouver: Regent Publishing Company, 2005).
4. "The 'God-Problem' in Communication Studies." *Journal of Communication and Religion*, Vol. 28, (March 2005): 1-22.
5. "Faith, Education and Communication Technology." *The Journal of Education & Christian Belief*, Vol. 8 (No. 1, Spring 2004): 9-21.
6. "Technique over Virtue: The New Context for Communication in the



رسانه بخش فراگیری از فرهنگ ماست ولی آیا جای خدا را اشغال کرده است؟ آنت

گوپر^{۱۲} به این موضوع می‌پردازد:

سال گذشته، یک روز من در حال گشت در کتابفروشی اتحادیه دانشجویی بودم و کتابی پیدا کردم که نام آن *ایمان ارتباطی در عصر تکنولوژیک* (انتشارات سنت پل، ۱۹۸۹)^{۱۳} بود. آن را خریداری کرده و در قفسه کتابخانه‌ام گذاشتم. کریسمس به سراغش رفتم و چند فصل از آن را خواندم. این کتاب جذاب و سرشار از بحث و جدل درباره فرهنگ و مسیحیت بود. فصلی که مرا بیشتر به فکر واداشت مربوط به مسیحیت و رسانه بود. دو سخنران دیدگاهشان را درباره این موضوع بیان داشته بودند که چگونه جامعه غرب در طول یکصد سال گذشته، به جای پیروی از دین جمعی، به سمت پیروی از رسانه جمعی حرکت کرده است. یک اظهارنظر بسیار جالب این بود که تلویزیون جانشین نقش دین در زندگی بسیاری از مردم شده است.

استدلالی که سخنرانان در تأیید دین جدید بودن تلویزیون ارائه دادند عبارت بود از:

۱. شکلی از مرجعیت^{۱۴} که مردم آن را قبول دارند؛

۲. جایی که خیلی از نمادها، نشانه‌ها و اسطوره‌ها برای زندگی‌مان ایجاد می‌شود؛

۳. جایی که می‌توانیم شاهد انعکاس یافتن واقعیت اجتماعی‌مان و تأیید آن باشیم.

مثالی که برای پشتیبانی از این استدلال ارائه شده این بود که ما کلمات گویندگان اخبار تلویزیون را اغلب به گونه‌ای باور می‌کنیم که گویی آنان روحانیونی دینی هستند. من بعد از این که دوستانم، به خاطر ندانستن این که در فلان برنامه کذایی چه کسانی نقش ایفا می‌کنند یا چه اتفاقی می‌افتد، مثل کودکی مرا دست انداختند، حالا می‌توانم با این ایده که تلویزیون، دینی جداگانه است، ارتباط برقرار کنم. بعدها من چندان تصمیم گرفتم که درباره این دنیای تلویزیون چیزهایی بیاموزم و سعی کردم هر چیزی را که همه از تلویزیون تماشا می‌کنند، تماشا کنم. سخت بود ولی عاقبت موفق شدم تا به حد کافی گفتمان حاکم بر تلویزیون را دنبال کنم. با این وجود، نمی‌توانم واقعاً بگویم که مشاهده تلویزیون خلایی را در زندگی من پر کرد ولی باعث شد که

Information Age."The Journal of the Evangelical Homiletics Society, Vol. 2 (No. 1, June 2002): 4-30.

7. "Evangelicals' Uneasy Alliance with the Media." In Daniel A. Stout and Judith M. Buddenbaum (eds.), *Religion and Mass Media: Audiences and Adaptations* (Thousand Oaks, CA: Sage, 1996): 61-73

8. "Television Drama as a Sacred Text." In John Ferne' (ed.), *Channels of Belief: Religion and American Commercial Television* (Ames: Iowa State University Press, 1990): 3-28.

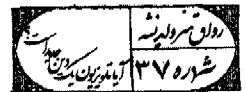
9. "Secular Television as Popular Religion." In Robert Abelman and Stewart M. Hoover, (eds.), *Religious Television: Controversies and Conclusions* (Norwood, NJ: Ablex Publishing Corporation, 1990): 239-248.

10. "Researching Televangelism." *Critical Studies in Mass Communication*, Vol. 5, No. 3 (September 1988): 271-275.

11. "The Politics of Religious Broadcasting." *The Reformed Journal*, Vol. 32 (October 1982): 19-22.

12. Annette Cooper
13. *Communicating Faith in a Technological Age* (St Paul Publications, 1989)

14. authority



احساس بهتری به من دست دهد؛ چرا که من قسمتی از یک جماعت بودم ولی غیر از این چیز دیگری برای من نداشت.

تلویزیون به عنوان یک دین، واقعیتهای غم‌انگیز است؛ زیرا مناسک عبادی آن به ندرت مردم را خواه با رودررو شدن با آن‌ها و یا با امکان واکنش نشان دادن به آن‌چه می‌بینند یا می‌شنوند، مشارکت می‌دهد. ما تلویزیون را روشن و مغز خود را خاموش می‌کنیم. آگهی‌های بازرگانی یک نوع *اوتجلیسیم کالایی*^{۱۵} است چون سعی در جذب ما دارد و به ما چیزی را پیشنهاد می‌دهد که بدون آن گویا نمی‌توانیم کاری از پیش ببریم.

برنامه‌هایی مانند *Neighbours* (همسایه‌ها) با نظر به نواحی برون‌شهری استرالیا، جایی که خیلی از افراد به هم دیگر کمک می‌کنند، ما را به نوعی تشبیر می‌کنند. بدین شکل این آسان است که ببینیم چگونه تلویزیون می‌تواند برای جامعه چیزی را تأمین کند که ما با از دست دادن دینمان آن را از دست داده‌ایم.

مطابق کتاب *ایمان ارتباطی در عصر تکنولوژیک* به مسیحیان ممکن است این گونه نگریسته شود که در دو فرهنگ دینی غوطه می‌خورند؛ یکی کلیسا و دیگری تلویزیون. نمی‌گوییم که هر کسی (خواه مسیحی یا غیر مسیحی) عملاً به تلویزیون به عنوان دین خود می‌نگرد ولی اگر بعضی عناصر وجود داشته باشند، آن‌گاه تلویزیون می‌تواند یک تأثیر عمیق دینی روی فرد داشته باشد.

حال ما به عنوان مسیحیانی که تفاوت بین این دو فرهنگ دینی را دریافته‌ایم، واکنش‌مان به تلویزیون چه خواهد بود؟ نویسنده دو واکنش اصلی را پیشنهاد کرده است. اصرار بر رد آن و اصرار بر اثر متقابل بر آن. کسانی هستند که فکر می‌کنند تلویزیون وقت ما را هدر می‌دهد و ما را از واقعیت مسیحی بودنمان دور نگاه می‌دارد. به این علت اصلاً آن را تماشا نمی‌کند و کسانی هستند که فکر می‌کنند تماشای آن در حد کم لذت‌بخش و بی‌ضرر است پس به میزان کمی تلویزیون تماشا می‌کنند ولی واقعاً با آن‌چه که تلویزیون با جامعه ما می‌کند، موافق نیستند. همچنین واکنش‌های دیگری نیز ممکن است که یک مسیحی داشته باشد ولی به هر حال این

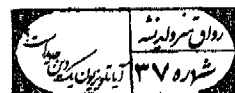
امر مشهود است که تلویزیون بخش عظیمی از جامعه امروز ماست و با آن تأثیر متقابل دارد و از تلویزیون به عنوان راهی برای دستیابی به مردم استفاده می‌کنند.

البته از اونجلیسم تلویزیونی یا تبلیغات برای کلیسا حمایت نمی‌کنیم؛ فقط دنبال دستاویزی هستیم تا توجه مردم را جلب کنیم. دانش‌آموزان و به ویژه افراد جوان درباره آگهی‌های تلویزیونی، بیشتر از رساله‌های کتاب مقدس آگاهی دارند. بحث درباره آن است که اگر رسانه‌های گروهی جای نمادهای اصلی و اسطوره‌ها را بگیرند، ما به عنوان کلیسا نیاز داریم که ادعای بازیگری آن نمادها و اسطوره‌ها را داشته باشیم. ما نمی‌توانیم این کار را بکنیم و انتظاراتی که از تلویزیون می‌رود را نادیده بگیریم ولی ما به عنوان کلیسا می‌توانیم از پیام‌هایی که در تبلیغات و در برنامه‌های تلویزیون وجود دارد، استفاده کنیم تا موضوعات حائز اهمیت را به مردم معرفی نماییم. گروه‌های جوان و یا اعضای یک خانه می‌توانند از یک برنامه به عنوان نقطه آغازی برای بحث و گفت‌وگو بهره‌برند؛ صفحات این ابزار چندرسانه‌ای می‌تواند به شکلی گسترده در امر عبادت و پرستش به کار آیند. ما می‌توانیم مردم را در هر جا که هستند، ملاقات کنیم و سپس به عنوان فردی مسیحی به خاستگاه خود (یعنی به تعالیم مسیحیت) اشاره نماییم. این ایده بیشتر برای اشخاصی است که مسیحیت را در فرهنگ و زندگی خود عجین می‌دانند تا اشخاصی که از طریق توجه به سنت، جایگاه مسیحیت را در اعصار و قرون گذشته فرض می‌کنند.

البته استدلالاتی در دفاع از این مطلب نیز وجود دارد که رسانه و تلویزیون نباید کاری به کار فرهنگ مسیحی داشته باشند. کلیسا خانه خداست و عبادت پیش از مد روز بودن باید مقدس باشد. تلویزیون وسیله‌ای کم‌مایه و سطحی است که می‌تواند به مسائلی مهم دست‌اندازی کند ولی خداوند چیزی است که همیشه باید در مرکز توجهات باشد. در این بین من با نویسنده کتاب موافقم که مسیح باید به عنوان امری فوق فرهنگ^{۱۶} ترویج شود نه چیزی برخاسته از فرهنگ. این بدان معنی است که عیسی می‌تواند در فرهنگی وارد شود ولی با آن مخلوط نشود و مسیح، همان پسر خدای باقی بماند. مسیح به عنوان یک یهودی در فرهنگ خود به ایفای نقش پرداخت و حتی آن موقعی که با مأموران وصول مالیات دمخور می‌شد، قدم به فرهنگ‌های دیگر

16. above culture

۱۷. این متن صرفاً انعکاس‌دهنده نظریات نویسنده و چارچوب تفکرات مسیحیت است و با نگاه مسلمانان مغیر است.



نیز گذاشت. شاید اگر او در جامعه ما متولد می‌شد در خانه‌اش و در اوقات بیکاری تلویزیون تماشا می‌کرد؟! ولی من مطمئنم او مردم را وادار به پذیرش فرهنگی می‌کرد که در اصل به آن تعلق دارند و این یعنی پذیرش این که آنان فرزندان خدا هستند.

زمان خواندن کتاب *ایمان ارتباطی در عصر تکنولوژیک*، چیزی که واقعاً در ارتباط با کلیسا و رسانه مرا مجذوب خود ساخت، تقسیم‌بندی سترگی بود که بین دو فرهنگ، یعنی فرهنگ مدرن و فرهنگ کلیسا، انجام شده بود (البته اگر بتوان آن دو را بدین نام خواند). به نظر می‌رسد که مسیحیان و افراد دیگر با دستان خالی انتظار دارند که بتوانند پلی ارتباطی بین فرهنگ مدرن و کلیسا ایجاد کنند بدون این که سنگی روی سنگ چیده باشند.

به نظر من صرف نظر کردن از این حقیقت که خیلی از افراد هنوز عبادت را با سرودهای مذهبی و موعظه‌ها و به عنوان یک سبک عبادی ریشه‌دار می‌نگرند، کاری احمقانه است ولی آیا لزوماً عبادت باید این گونه باشد؟

حرمت قائل شدن برای خداوند و برای کلیسا مهم است و سنت دینی نیز یک روش برای ابراز ایمان و اعتقادمان است ولی راه‌های دیگری نیز وجود دارند. شاید کلیسا به این نیاز داشته باشد که نگاه دقیق‌تری به کیفیت زندگی مردم و این که چه شکل از پرستش با زندگی آن‌ها تناسب دارد، بیندازد. گرچه تلویزیون دارای خطاهای زیادی است ولی باید چیزهای درستی نیز داشته باشد تا میلیون‌ها بیننده را هر روز به خود جذب کند.

• این یادداشت از منبع زیر برداشت و ترجمه شده است:

www.christis.org.uk/archive/issue71/television.php Lastmodified: 25th November 2005

