



درباره یک مقاله: دین منزله یک ساختار پایایی فهم پذیر

سید سعیدرضا قادری، آرش جلالی منش

اشاره

هر ساله در گوشه گوشه دنیا، نشریات علمی مختلف علمی اقدام به انتشار مقالاتی با رویکرد رسانه‌ای در حوزه دین و فرهنگ می‌کنند؛ گرچه تعداد این ژورنال‌های آکادمیک آن‌چنان زیاد نیست. به هر روی در این مجال تلاش می‌کنیم برخی از مقالات را حال چه به‌روز یا چه قدیمی ولی دارای ارزش‌هایی متنی یا حاشیه‌ای معرفی کنیم تا دست پژوهشگر در تعیین مسیر مطالعات خود بازتر باشد.

و اما بعد...

مطالعات جدید، دین را در متن یک ساختار پایایی فهم‌پذیر مورد مطالعه قرار داده است. ساختاری که روشن می‌کند مردمان، چگونه با اطلاعات برخورد کرده و آن را فراخوانی می‌کنند. از طرفی پیوند خوردن رسانه با مسائل سیاسی و حضور همیشگی دین در کنار رسانه باعث یک برهم کنش از سه عنصر سیاست، دین و رسانه می‌شود که مخاطب را متاثر کرده و گاه از جامعه مخاطبین خود هم تاثیر می‌گیرد. در مقاله‌ای با نام دین به منزله یک ساختار پایایی فهم‌پذیر نوشته بیری هالندر یک ارزیابی در سطح ملی - آمریکا - بر این اساس انجام شد تا مشخص کند آیا دینداری و احساس وابستگی مذهبی به یک کاندیدای ریاست‌جمهوری، با ایمان مذهبی آن کاندیدا ارتباط بیشتری دارد یا نه؟

نقش توجه به رسانه‌های خبری در ترکیب با دین مورد مطالعه قرار گرفت. گرچه توجه به

رسانه‌های خبری با میزان دانش وابستگی دارد ولی میان آن و دین رابطه‌ای متقابل وجود ندارد. متغیرهای دینی عمومی بیشتر با پرسش از ایمان مذهبی نامزدها ارتباط دارند تا پرسش از مسایل غیر مذهبی مورد نظر نامزدها. گرچه وجود شهروندان آگاه، یکی از فروض مبنایی نظریه دموکراتیک است ولی یک تحقیق آکادمیک درباره میزان اطلاعات عامه آمریکاییان، تصویری ناامیدکننده در برابرمان قرار می‌دهد.

نویسنده به نقل از دو پژوهشگر - دلی کارپینی و کیتز (۱۹۹۶) اذعان دارد که «گفتن این که اکثر مردم از ذات سیاست‌ورزی و سیاست‌های عمومی، ناآگاهند، سخن جدیدی نیست». در نقطه مقابل این نظر، برخی معتقدند که مردم، نسبت به مسایلی که مهم فی‌شمارند یا برخی امارات بیرونی آنان را به توجه بدان مسایل برمی‌انگیزند، آگاهی قابل‌قبولی دارند. این بدان معنا است که مردم هنگامی به اخبار و اطلاعات سیاسی توجه می‌کنند که برای‌شان اهمیت بسیاری داشته باشد. یک مجموعه از ارزش‌ها یا علاقه‌ها، هر قدر در حافظه شخص از لحاظ شناختی فهم‌پذیرتر باشد، آن گاه در ادراک و قضاوت‌های اجتماعی او بدل به عواملی تاثیرگذارتر خواهد شد. نویسنده در پایان بخش نخست مقاله‌اش هدفش از شکل‌گیری مقاله را این گونه شرح می‌دهد:

دین، یکی از ساختارهای شناخته‌شده و آزموده‌شده در محیط‌های نمونه‌ای است. در این جا از یک ارزیابی نمونه‌ای فراتر رفته و اطلاعات یک ارزیابی ملی را برای آزمون این که آیا دین واقعا به منزله یک ساختار پایای فهم‌پذیر عمل می‌کند یا نه، به کار می‌گیرم و نیز در صورت مثبت بودن پاسخ، نقش رسانه‌های خبری را در تکمیل این فهم‌پذیری، بررسی خواهم کرد.

نویسنده سپس در بخش دیگری از مقاله‌اش با نام *آن چه مردم می‌دانند*، معتقد است که «محققان دیرزمانی است کمبود آگاهی سیاسی را مستند کرده و عواملی را که می‌تواند به بهترین شکل، توانایی پاسخ صحیح به پرسش‌هایی درباره روابط اجتماعی و ساختار کلی حکومت را

مشخص کند، مشخص کرده‌اند». وی در فرازی از مقاله‌اش می‌نویسد:

با خواندن این سخن روساو که «حق رای، وظیفه بخشی از افکار عمومی بودن را به من تحمیل می‌کند، گرچه رای من تاثیر اندکی در افکار عمومی داشته باشد»، نه تنها نگران می‌شود بلکه به این احساس رنج‌آور دچار می‌شود که مسئله میزان آگاهی عموم هیچ‌گاه به نتیجه رضایت‌بخشی ختم نخواهد شد.

مطالعاتی بی‌شمار، قابلیت شناخت را بهترین تک‌شاخص برای آگاهی سیاسی دانسته‌اند و اغلب آن را بر اساس میزان تحصیلات کلاسیک اندازه‌گیری کرده‌اند. برخی دیگر از عوامل موثر عبارتند از میزان در معرض رسانه‌های خبری بودن، میزان علاقه به سیاست و متغیرهای جمعیت‌شناختی - اجتماعی. بنابر ادعای نویسنده مقاله این نتایج به گونه‌ای قابل ملاحظه، در گذر زمان هم‌سان بوده و نیز اندازه نمونه‌ها و تکنیک‌های روش‌شناختی، آن‌چنان خللی در سازگاری آن‌ها به وجود نمی‌آورد. ولی، نحوه سنجش متغیرهای وابسته آگاهی سیاسی، بیشترین تاثیر را در سازگاری نتایج فوق دارد. مقاله نویسنده می‌افزاید:

تا کنون مطالعه مذهب از منظر میزان آگاهی مردم از روابط اجتماعی، به ندرت انجام شده ولی گاهی آن را به عنوان یک متغیر کنترلی در نظر گرفته‌اند. بنت (۱۹۹۵)، ارتباط میان حضور در کلیسا و معرفت سیاسی را به طور غیر مستقیم به بوته آزمون نهاده است. او بدین منظور، حضور در کلیسا را به شاخصی نهایی از فعالیت انتخاباتی تبدیل کرده است. حضور در مراسم عبادی با فعالیت انتخاباتی پدیده‌تر ارتباطی پررنگ ندارد ولی این ارتباط از لحاظ آماری بسیار مهم است و به نوبه خود، با میزان آگاهی فعالان از روابط عمومی رابطه‌ای مستقیم و مثبت دارد. هر چند به نظر می‌رسد که اعتقادات مذهبی قوی (به ویژه در میان محافظه‌کاران مذهبی) با آگاهی سیاسی کمتر، در ارتباط است ولی این ارتباط نه به دلیل تاثیر ذاتی مذهب بر آگاهی بلکه از این روست که دینداری متضمن

پرداختن به متغیرهایی مثل تحصیلات و وضعیت اجتماعی-اقتصادی است و آزمون‌ها نشان می‌دهند که این متغیرها خود با آگاهی از روابط عمومی، رابطه منفی دارد. از این منظر، برخی مطالعات صورت‌گرفته درباره تفاوت آگاهی سیاسی میان محافظه‌کاران و لیبرال‌های پروتستان و نیز تفاوت آگاهی سیاسی میان قدرت‌طلبان و کمتر قدرت‌طلبان این دیدگاه را تایید می‌کند.

نویسنده در بخش دوم از مقاله خود با نام *فهم‌پذیری شناختی و دین*، مدعی می‌شود دین در رفتار سیاسی آمریکا، اغلب نقش مهمی بازی کرده است و برای برخی مسیحیان محافظه‌کار می‌تواند به عنوان یک عامل ذهنی برای همانندسازی گروهی عمل کند.

زبان اخلاقی و معنوی، اغلب از باورهای مذهبی سرچشمه می‌گیرد. هم‌سان‌شدن از روی میل با یک گروه، آن گروه را از منظر شناختی فهم‌پذیر می‌سازد و این به نوبه خود، می‌تواند بر قضاوت اجتماعی فرد تاثیر بگذارد. مطالعات جدید، میان مفاهیم دیانت و فهم‌پذیری شناختی پیوند برقرار ساخته و معتقد است که دین می‌تواند به منزله یک ساختار پایایی فهم‌پذیر عمل کرده و به ادراک و قضاوت اجتماعی، جهت دهد.

این دیدگاه یادآور نظرات ویلیام جیمز است که معتقد بود «هر آن که این حس را به قوت در خود بیابد، طبیعتاً می‌اندیشد که کوچک‌ترین جزئیات این دنیا به موجب رابطه‌شان با یک نظم نادیدنی الهی، اهمیتی نامتناهی می‌یابند».

آن دسته از اطلاعات که در حافظه ذخیره شده و توانایی جهت‌دهی به قضاوت‌های فرد را داشته باشند، نمی‌توانند نو باشند و باید مدتی را در حافظه سپری کرده باشند. مذهب نیز در حافظه ذخیره می‌شود و از این رو همانند دیگر کیفیات ذخیره‌شده در حافظه، در معرض تاثیرها و تاثراتی است که دیگر اطلاعات موجود در حافظه در معرضش قرار دارند. برخی معتقدند که تجربیات دینی در شبکه‌هایی از ارتباطات شناختی ذخیره می‌شوند. تعداد زیادی از مطالعات، با بهره‌گیری از



ابزار اطلاعات میدانی، فهم‌پذیری دین را ثابت کرده‌اند. نویسنده مقاله بر اساس تحقیقی صورت‌گرفته مدعی است که دینداران، در اتخاذ تصمیمات با محتوای دینی، سریع‌تر و دقیق‌تر از غیردینداران عمل می‌کنند و این ناشی از آشنایی ادراکی ایشان با انگیزه‌هاست. دینداران فعالاته به تصاویر و اطلاعات مذهبی مشخصی دست می‌یازند و این امر بر قضاوت‌های اجتماعی آنان تاثیر می‌گذارد.

این نتایج این احتمال را تقویت می‌کند که برای برخی اشخاص، دین به واقع یک ساختار دیرپای فهم‌پذیر است که ادراک و قضاوت‌های ایشان را متاثر می‌سازد. اگر چنین باشد، دین بایستی باعث شود تا در سپهر آگاهی سیاسی، پرسش از مذهب با دقت و صحت بیشتری انجام شود. از این‌رو:

فرضیه اول: هر قدر که کنش‌گر مذهبی‌تر باشد، در یک مبارزه سیاسی با دقت بیشتری از مذهب خواهد پرسید. همچنین توجه به رسانه‌های خبری بایستی فرصت‌های بیشتر و آگاهی بیشتری از این فاکتورهای مذهبی ایجاد کند و با قدرت مذهبی کنش‌گران، تعامل داشته باشد.

فرضیه دوم: توجه به رسانه‌های خبری با فاکتورهای مذهبی در تعامل خواهد بود و از این طریق در مبارزه سیاسی، پرسش از مذهب را با دقت و صحت بیشتری همراه خواهد کرد.

پس:

هر قدر دین در زندگی شخص، برجسته‌تر باشد او در برابر پرسش‌هایی با رویکرد مذهبی نسبت به پرسش‌هایی در باب موضوعات خنثی‌تر، دقیق‌تر خواهد بود.

نویسنده مقاله پس از بیان فرضیات اقدام به شرح روش آزمون خود می‌کند که در آن «اطلاعات مورد نیاز از مطالعه ملی انتخابات آمریکا در سال ۲۰۰۰ (ANES) - که تحقیقی است بر روی ۱۸۰۷ کنش‌گر در قیل و پس از برگزاری انتخابات - استخراج شده است. از



کنش‌گران دو سوال درباره نامزدهای انتخابات ریاست‌جمهوری آمریکا پرسیده شده است: وابستگی مذهبی نامزد مورد نظر و محل سکونت آن‌ها. این دو پرسش مشخص می‌کند که آیا برجسته‌بودن مذهب در زندگی کنش‌گران، آنان را به توجه بیشتر به اطلاعاتی خاص (که در این‌جا مذهبی است) تحریک می‌کند یا فاکتورهای دنیوی‌تری مثل محل سکونت نقش مهم‌تری در این کارزار دارند. متغیرهای وابسته اولیه عبارت بودند از: میزان تعصب مذهبی که توسط یک‌سلسله از پرسش‌ها تعیین شدند تا مشخص شود اولاً مذهب در زندگی مخاطبان تا چه اندازه پراهمیت است و دوماً دفعات حضور آنان در مراسم مذهبی، چه اندازه است. دومین نتیجه مذهبی، مشخص می‌کند که آیا اشتراک وابستگی مذهبی با یک کاندیدا، کنش‌گر را از مذهبی‌بودن کاندیدا مطمئن‌تر می‌کند یا خیر؟ دسترسی به رسانه‌های خبری، تبلیغات سیاسی و دیگر صورت‌های وسایل ارتباط جمعی، باعث می‌شود تا کسانی که با یک کاندیدا در یک سنت ایمانی قوی مشترکند، برای جمع‌آوری و ذخیره این اطلاعات در حافظه‌شان و نیز پاسخ صحیح به پرسش‌ها در آمارگیری‌ها آمادگی بیشتری داشته باشند». جالب آن‌که در این انتخابات نامزدهای ریاست‌جمهوری آمریکا هر یک از یک دین بودند: مسیحی متدیست (بوش و چنی)، مسیحی بابتیست (ال‌گور) و یهودی (جو لیبرمن).

البته خواننده ایرانی که قصد برداشتی کلی از این مقاله و سیاق مطالعاتی آن را دارد باید بداند که در جامعه دینی ایران که عمدتاً (۹۸٪) مسلمان بوده و ۹۰٪ از مسلمان‌ها هم شیعه هستند، شاید چنین اهمیتی برای گرایش‌های دینی متفاوت وجود نداشته باشد (برعکس جامعه پر دین و فرقه آمریکا) ولی همین مقاله می‌تواند در راستای تنوع قومی ایران کاربرد داشته باشد. به هر روی در بخش پایانی مقاله نتایج این آزمون ارائه شده است:

۱. نزدیک به ۷۰٪ از پاسخ‌دهندگان، مذهب لیبرمن را درست اعلام کردند در حالی که تنها

چیزی حدود ۳۸٪ وابستگی دیک چنی را به طور صحیح اعلام داشته‌اند.^۱

۲. پاسخ‌دهندگان، در پاسخ صحیح به محل سکونت کاندیداها بهتر عمل کرده‌اند و بیشترین میزان جواب صحیح در این بخش برای بوش (۷۷.۱٪) و کمترین جواب صحیح برای چنی (۱۸.۵٪) بوده است.

۳. همچنین تحقیق نشان می‌دهد که دینداری با آگاهی از وابستگی مذهبی کاندیداها رابطه مثبت نشان می‌دهد در حالی که با اطمینان از محل سکونت یا آگاهی سیاسی سنتی رابطه‌ای منفی یا غیرمهم نشان می‌دهد.

۴. دینداری با صحت آگاهی از محل سکونت کاندیداها، به‌جز درباره لیبرمن، رابطه‌ای ندارد که آن نیز یک رابطه منفی است.

۵. در یک مقایسه مبنایی، دینداری با محک‌های دانش سیاسی سنتی رابطه منفی دارد در پایان نتیجه نهایی را نویسنده مقاله این گونه بیان می‌کند:

به طور خلاصه، فاکتورهای مذهبی عموماً با آگاهی کمتر درباره سیاست و موضوعات عمومی ربط می‌یابند مگر در مواردی خاص. برای نمونه درباره برخی کاندیداها مشخص ریاست‌جمهوری و وابستگی مذهبی آنان. این نتایج از فرضیه اول به صورتی ضعیف و محدود پشتیبانی می‌کند.

به هر روی این مقاله را گرچه نمی‌توان مقاله‌ای شاخص قلمداد کرد ولی نتایج آن و همچنین شیوه آن و از طرفی اهمیت داشتن متغیرها و سنجها برای محقق که در تعامل با دنیای رسانه معنا می‌یابند (برای نمونه تاثیر رسانه‌ها در پررنگ کردن برخی شاخصه‌های فردی افراد سیاسی مانند دین، محل زندگی، نحوه زندگی، نوع پوشش، علائق دینی وی و...) می‌تواند در شکل گرفتن دیگر مطالعات رسانه‌ای ایران موثر باشد. به ویژه آن دسته از مطالعات که از خاستگاه دین به سوی فهم رسانه حرکت می‌کنند.

۱. باید توجه داشت که بوش و گور، هیچ یک نماینده رسمی مذهبی که بدان وابسته‌اند، نیستند. گور از بسیاری از بابتیست‌های جنوبی (مثلاً بیل کلیتون) لیبرال‌تر است و بوش به یک گروه متدیست تعلق دارد که از بسیاری از نطفه‌های جریان اصلی متدیست، جزمی‌تر و از لحاظ سیاسی محافظه‌کارتر است.