

در مباحث عمومی و خصوصی دربارهٔ وضعیت جهان، فرهنگ، نهادهای اجتماعی یا خانواده به احتمال زیاد در صحبت‌ها ذکری از رسانه‌ها یا دین به میان می‌آید. در جو فعلی جنگ فرهنگ‌ها احتمالاً برخی، مشکلات یا راه‌حل‌ها را ناشی از محتوا یا عملکردهای رسانه‌ها می‌دانند؛ دیگران دین را مسئله یا راه‌حل هر چیزی که غلط است، می‌پندارند.

آن‌ها در موضع‌گیری «به بیان بیم‌ها و امیدهای خود دربارهٔ این مسائل می‌پردازند که امور چگونه است، چگونه خواهد بود، چگونه باید باشد یا احتمالاً خواهد بود». به احتمال زیاد هر طرف برای پیش‌برد استدلال خود به آمارهای برگرفته از تحقیقات دربارهٔ رسانه‌ها یا دین مجهز می‌شود. با این حال، آن‌چه در اکثر مباحث مغفول می‌ماند توجه جدی به امکان تأثیرات مشترک و دوسویهٔ بین رسانه‌ها (هم دینی و هم سکولار) و دین (در تمام انواع بی‌شمار آن) و نیز تأثیرات مشترک و دوسویه میان رسانه‌ها، دین، نهادهای دیگر و فرهنگ محیط است.^۱

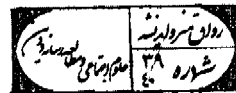
بخشی از تقصیر این گرایش به «مجزا و متعارض پنداشتن رسانه‌ها و دین و برخورد با-هر دو به صورت مجزا از دیگر نهادها و فرهنگ» را می‌توان به تمایل مردم به تفکر در قالب‌های دوگانهٔ این یا آن، درست یا غلط نسبت داد.^۲ با این حال بخشی زیادی از آن نیز به گردن پژوهشگران است.

در میان پژوهشگران این گرایش وجود داشته که رسانه‌ها و دین به صورت مجزا از یکدیگر و هر دو دست‌کم تا حدی جدا از دیگر نهادها و فرهنگ محیط، مطالعه شوند. با وجود آگاهی روزافزون از رسانه‌ها و دین به عنوان یک حوزهٔ ارزشمند تحقیق، بیشتر یافته‌ها هم‌چنان در ژورنال‌های رشته‌های مختلف پراکنده است. کسانی که دغدغهٔ اصلی‌شان رسانه‌هاست و کسانی که بیشتر به دین علاقه دارند، به ندرت دیدگاه‌های رشته‌های مرتبط را مورد استفاده قرار می‌دهند.^۳

مطالعه و بررسی دین و رسانه‌ها به صورت جدا از یکدیگر نتیجهٔ تصادفی و نیز طبیعی تقسیم کار در

● چودیت بودنیام (Judith M. Buddenbaum) استاد دپارتمان زورنالیسم و ارتباطات تکنیکال دانشگاه ایالتی کلرادو است. وی در زمینهٔ تالیف کتاب، همکاری‌های مشترکی با دکتر استوارت هوور داشته است.

1. Buddenbaum, 2001b, p.20
2. Buddenbaum, 2001b
3. Stout, 2001
4. Buddenbaum, 2001; Buddenbaum & Stout, 1996; Clark & Hoover, 1991; Hoover, 2001



دانشگاهها (که محل اجرای اکثر تحقیقات هستند) و علایق بسیار متفاوت نهادهای دینی و رسانه‌ای است که اغلب حامی این تحقیقات هستند. با این حال نتیجه، وفور اطلاعات و هم‌چنین تبیین‌هایی که در بهترین حالت ساده‌انگاری واقعیت و در بدترین حالت تحریف آن، بوده است.

آن‌چه برای توسعه و تعمیق درک تأثیر متقابل میان رسانه‌ها، دین و فرهنگ محیط لازم است، کار میان‌رشته‌ای واقعی است که هم رسانه‌ها و هم دین را جدی بگیرد، آن‌ها را در ارتباط با یکدیگر و با فرهنگ محیطی که در آن واقع شده‌اند ببیند و امکان تأثیرات مشترک و دوسویه میان دین، رسانه و فرهنگ را در سطح فردی، نهادی و اجتماعی در نظر گیرد.^۵

هرچند این روابط را می‌توان از دیدگاه‌های مختلفی مورد بررسی قرار داد، بهره‌گیری از رویکرد علوم اجتماعی به عنوان روشی برای توسعه و تعمیق، درک و شناخت، مزایای خاصی دارد. علوم اجتماعی به عنوان یک روش‌شناسی موجب کاهش آشفتگی و بدفهمی می‌شود؛ زیرا ما را مجبور به ارائه تعاریف مفهومی و عملیاتی روشن برای مفاهیم و سازه‌های پیچیده چون دین و رسانه‌ها می‌کند. مرتبط‌کردن این مفاهیم در پرسش‌های قابل پاسخ یا فرضیات قابل رد طراحی الگوها، بررسی روابط علی و پیش‌بینی را ممکن می‌سازد. با این حال، انجام هر یک از آن‌ها نیازمند توجه مناسب برای کنترل اشتباهات است. این به نوبه خود مانع از اتهام سوگیری می‌شود که اغلب به مطالعه پدیده‌های ایدئولوژیک و دارای بار عاطفی چون دین نسبت داده می‌شود.^۶ شاید مهم‌تر و مرتبط‌تر با این بحث این است که هم تحقیقات رسانه‌ای و هم تحقیقات درباره دین، ریشه‌های عمیقی در علوم اجتماعی دارند. محققان هر دو حوزه، نظریه‌های یکسان یا بسیار مشابهی را مورد استفاده یا بسط قرار می‌دهند. بنابراین، پرکردن شکاف میان رشته‌های خواهرخوانده علوم اجتماعی گاهی برای پیش‌برد درک و شناخت ضروری است.

گام‌هایی در این مسیر برداشته شده است^۷ ولی کارهای زیادی هم‌چنان باقی مانده است. در علوم اجتماعی، هم‌چون همه علوم، دانش انباشتی است. پیشرفت با بنا کردن بر روی آن‌چه در گذشته انجام شده به دست می‌آید. بنابراین، نگاه به گذشته می‌تواند ما را در حرکت به جلو یاری کند.

مرور کلاسیک‌ها

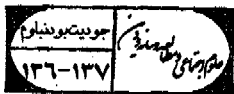
پژوهشگران در رشته‌هایی چون جامعه‌شناسی دین مرتب آثار اساتید بزرگ رشته را مرور می‌کنند. این نوع بررسی در رشته‌های ارتباطات رایج نیست. با این حال، در حوزه نسبتاً جدید رسانه‌ها و دین، مرور کلاسیک‌ها می‌تواند به عنوان روشی برای تأکید بر موضوعات نیازمند تحقیق بیشتر و پیشنهاد مسیرهای بعدی سودمند باشد.

هر چند هیچ‌گاه یک مسیر روشن تغییر و تحول در نظریه‌های علوم اجتماعی یا حتی چیزی که بتوان یک نظریه ارتباطات یا دین به صورت روشن، منسجم و مورد توافق عام شمرد، وجود نداشته است و قطعاً نظریه پخته رسانه‌ها و دین هم وجود ندارد، اساتید بزرگی در علوم اجتماعی هستند که

5. Buddenbaum 2001;
Hoover & Lundby, 1991;
Stout, 2001; Stout &
Buddenbaum 1996

6. Barker, 1995; King,
1991; Segal, 1985;
Shriver, 1995; Wheeler,
1996

7. Buddenbaum, 2001;
Buddenbaum & Stout,
1996; Hill & Bassett,
1992



تعمق در آثار آن‌ها سودمند است. برای نمونه آگوست کنت، امیل دورکهایم، ماکس وبر، ویلیام جیمز و کارل مارکس قابل ذکرند.

با این حال من تنها آثار دو نفر را مرور می‌کنم: الکسی دو توکویل و فردیناند تونیز. به این دلیل ایشان را انتخاب کردم که آثار اساسی‌شان در رشته‌های مختلف شهرت دارد ولی ارتباطهایی که بین رسانه‌ها و دین برقرار کرده‌اند عموماً مورد غفلت واقع شده است. در این جا هدف من شرح کامل آثار آن‌ها یا نقد آن‌ها نیست بلکه می‌خواهم از بدنه بزرگ آثار آن‌ها بخش‌هایی را خلاصه کنم که مسیریایی برای تحقیق درباره روابط میان رسانه‌ها، دیگر نهادها یا فرهنگ محیط ارائه می‌کند. در طول مسیر، برخی مشابهت‌ها با آثار دیگر نظریه‌پردازان را ذکر می‌کنم و به خطوط کنونی تحقیق ربط می‌دهم. با این حال، شرح کامل روابط و کاربردها کاملاً فراتر از قلمرو این مقاله است. من تنها می‌خواهم نشان دهم که چگونه مرور کار اساتید می‌تواند با گشودن مسیرهای پژوهشی جدید، شکاف‌ها را پر کند.

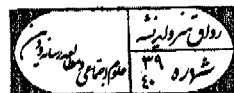
الکسی دو توکویل

هرچند دموکراسی در آمریکا^۸ اثر الکسی دو توکویل^۹ (۱۸۳۵/۱۸۸۹) هم‌چنان یک اثر کلاسیک و الگویی برای تحقیق مشاهده‌ای است، عمدتاً از سوی جامعه‌شناسان دین و محققان ارتباطات جمعی نادیده گرفته شده است. با این حال، هم چهارچوب طولی میان فرهنگی که دو توکویل بنیان گذاشت و هم بینش‌های مشخصی که درباره روابط میان ساختار سیاسی، دین و رسانه‌ها و همچنین میان دین، رسانه‌ها، افکار عمومی و فرهنگ ارائه کرد، آن را برای کار در رشته رسانه‌ها و دین ارزشمند می‌سازد. در واقع چهارچوب میان فرهنگی و طولی آشکار در بیان و نهفته در سراسر اثر وی است که به مشاهدات، تحلیل‌ها و گمانه‌زنی‌های او درباره آینده، غنا و عمق می‌بخشد.

دو توکویل مانند بیشتر عالمان اجتماعی عصر خود در یک چهارچوب تکاملی کار می‌کرد. آگاهی او از تغییرات سیاسی و اجتماعی در اروپا، به ویژه در وطنش فرانسه پس از انقلاب، باعث شد که به پیشرفتی طبیعی، اجتناب‌ناپذیر و تا حد زیادی ارزشمند از جامعه فئودالی و سلطنت به دموکراسی قائل شود؛ همراه با تغییر از شرایطی که در آن جایگاه فرد در جامعه عمدتاً از زمان تولد تعیین شده است به شرایطی که در آن افراد می‌توانند اراده خود را اعمال کنند.

الگوی تغییرات دو توکویل کاملاً شبیه پارادایم ارتباطات و توسعه ملی دنیل لرنر است که سال‌های زیادی پس از جنگ جهانی دوم به عنوان راهنمای اقدامات پیش‌برد دموکراسی در کشورهای جهان سوم و نیز الگویی برای سنجش و ارزیابی تلاش‌های معطوف به دموکراتیزاسیون و توسعه اقتصادی به کار می‌رفت. هرچند نه کار لرنر و نه مطالعات بعدی که با استفاده از پارادایم وی به عنوان راهنما انجام شد، هیچ توجه جدی به دین نداشت، رویکرد دو توکویل تغییرات دینی را در نظر می‌گیرد و واقعاً در برمی‌گیرد. از این نظر، چنان‌که دالتون و دیگران (۱۹۹۲) اشاره می‌کنند، نسبت به پارادایم

8. Democracy in America
9. Alexis de Tocqueville



سکولاریزاسیون - که جامعه‌شناسی دین را در بخش عمده قرن بیستم تحت تأثیر قرار داده است - برتری دارد.

از آن‌جا که دو توکویل می‌گوید «شاید دین تغییر کند ولی نابود نخواهد شد و حتی شاید با وجود مدرنیزاسیون و دموکراتیزاسیون، قوی‌تر نیز بشود»، کار او نشان‌دهنده ضرورت بررسی روابط فردی، مشترک و دوسویه بین دین، رسانه‌ها و ساختار سیاسی در یک زمان یا مکان خاص است. همچنین چهارچوبی برای مقایسه‌های میان‌فرهنگی به منظور رصد تغییرات در طول زمان فراهم می‌کند. ترکیب مقیاس‌های ذاتی، ساختاری و کارکردی دین و دینداری - برگرفته از جامعه‌شناسی دین - با مقیاس‌های آزادی مذهبی و مقیاس‌های ارتباطات، آموزش، دموکراتیزاسیون و توسعه اقتصادی که در مطالعات ارتباطات و توسعه ملی دیده می‌شود، می‌تواند مطالعاتی را که در قالب پارادایم‌های سنتی انجام شده به شدت تقویت کند.

با این حال همان قدر که این مسیر پژوهشی می‌تواند ارزشمند باشد، شاید این مشاهده دو توکویل که بارها گفته شده نیز برای گسترش درک و شناخت، ارزشمند باشد که تصمیم آمریکا به جدا کردن کلیسا از دولت، قدرت بزرگی به دین بخشید؛ زیرا کلیساها را مجبور کرد که به عنوان سازمان‌های داوطلبانه بر سر اعضا، پول و نفوذ با یکدیگر رقابت کنند. این بیش بیان‌گر ارتباط با رویکرد بسیج منابع است^{۱۰} که کاربرد آن در بررسی اقدامات سازمان‌های توده‌ای برای تأثیرگذاری بر تغییرات سیاسی و جنبش‌های جدید مذهبی برای کسب مشروعیت و نیز تلاش‌های جدیدتر برای استفاده از تحلیل اقتصادی به منظور تبیین تغییرات در سهم ادیان مختلف از بازار دیده می‌شود.^{۱۱}

هم‌چنین بیان‌گر ارزش بررسی رابطه بین ایدئولوژی مذهبی و ساختار سازمان و اقدامات معطوف به بسیج، کسب یا حفظ سهم بازار یا نفوذ در قانون و خطمشی یا تأثیرگذاری بر فرهنگ از طریق کاربرد رسانه‌های دینی، روابط عمومی و اعمال نفوذ (لابی) است.^{۱۲}

هر چند اعمال نفوذ، روابط عمومی و ارتباطات دینی بدون تردید تأثیرات خاص خود را دارند، شیوه‌های ظریف‌تر تأثیرگذاری دین بر فرهنگ نیز قابل توجه است؛ زیرا چنان‌که دو توکویل اشاره می‌کند، دین آداب و رسوم مردم را شکل می‌دهد هر چند نقش مستقیم رسمی در حکومت آمریکا ندارد. در این‌جا دو توکویل رابطه‌ای مستقیم بین دین و رسانه یافت. به گفته دو توکویل مطبوعات به سازمان‌های مذهبی به عنوان منبع خبری اعتماد می‌کنند با وجود این‌که نهادهای مذهبی به مطبوعات هم به عنوان راهی برای رصد محیط و هم برای ارزش‌شان در انتشار پیام‌های آن‌ها نیاز دارند:

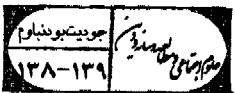
چیزی جز روزنامه نمی‌تواند یک فکر را در هزاران ذهن جا بیندازد. تأثیر روزنامه تنها القای یک مقصود در افراد بسیار زیاد نیست، بلکه تأمین وسیله برای اجرای مشترک طرح‌هایی است که شاید آن‌ها هر یک به تنهایی در ذهن داشته‌اند.

هرچند نقش مطبوعات در تأمین وسیله برای اجرای این طرح‌ها بیان‌گر پیوندی دیگر با رویکرد

10. Zald & Ash, 1973; Zwer, 1989; Zygmunt, 1972

11. Iannaccone, 1990

۱۲. در این‌جا آثار سوانوس و ولس (۱۹۹۹)، هرترزکه (۱۹۸۸) و هلفرینیک (۱۹۹۵) نقطه عزیمت خوبی برای مطالعه اقدامات روابط عمومی و اعمال نفوذ کلیساها با ساختار سازمانی و عقاید مذهبی متفاوت است.



بسیج منابع برای بررسی تأثیر متقابل بین دین و رسانه‌هاست، بحث دو توکویل درباره رابطه بین دین و روزنامه‌ها نشان‌دهنده ضرورت مطالعه تولید اخبار دین توسط روزنامه‌نگاران شاغل در رسانه‌های سکولار است؛^{۱۳} آن هم به عنوان روشی برای درک این که اخبار و ارزش‌های چه کسانی در «هزاران ذهن جا می‌افتد».

هم‌چنین استفاده از نهادهای مذهبی به عنوان منابع خبری، نشان‌دهنده نقش مطبوعات در ایجاد یا حفظ دین جمهوری^{۱۴} یا دین مننی^{۱۵} از طریق کاربرد زبان و موضوعات یا درون‌مایه‌ها و به طور کلی پشتیبان ارزش‌های دینی مشترک وسیع است.^{۱۶} بنابراین، بررسی تأثیر این «جا انداختن» از طریق تحقیق در سنت برجسته‌سازی نیز ضرورت دارد.^{۱۷}

فردیناند تونیز

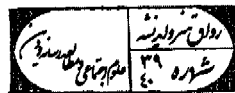
فردیناند تونیز پیش از هر چیز به خاطر اثر سال ۱۸۸۷ خویش با نام *اجتماع و جامعه*^{۱۸} شهرت دارد که بیشتر به نام آلمانی آن یعنی *گمین‌شفت و گزل‌شفت*^{۱۹} خوانده می‌شود. هر چند این اصطلاحات به سادگی قابل ترجمه به زبان انگلیسی نیستند، ولی *گمین‌شفت* به نوعی سازمان اجتماعی گفته می‌شود که مشخصه آن روابط نزدیک میان فردی است که ویژگی آن «احساسات دوسویه بیونددهنده‌ای است که انسان‌ها را به عنوان اعضای یک کلیت اجتماعی گرد هم می‌آورد».^{۲۰} کنترل اجتماعی قوی ولی غیررسمی است و از طریق سنت عمل می‌کند از جمله سنت دینی، خانواده و دوستان؛ در مقابل، مشخصه *گزل‌شفت* شکل بوروکراتیک‌تر و غیرشخصی‌تر سازماندهی و کنترل اجتماعی ناشی از قرارداد به پشتیبانی قدرت دولت است.

به دلیل ارجاعات تونیز به جامعه سنتی ماقبل صنعتی در توصیف *گمین‌شفت* و کشور صنعتی مدرن زمان خویش در ارتباط با *گزل‌شفت*، معمولاً این دو نوع سازمان‌دهی اجتماعی به عنوان دو سرِ مقیاس تکامل تلقی می‌شوند، به جای این که به عنوان گونه‌های آرمانی (تیپ ایده‌آل) تصور شوند که برای مقایسه نهادها و جوامع مفید هستند. بنابراین کار تونیز مسیری مهم در توسعه پارادایم سکولاریزاسیون است که در جامعه‌شناسی دین و نیز در طرح‌های توسعه ملی و اقتصادی در حوزه‌هایی چون اقتصاد، علوم سیاسی و ارتباطات جمعی غالب است.

با این حال، توصیف تونیز از انواع مختلف پیوند که میان مردم و بین مردم و نهادهای اجتماعی به وجود می‌آید نیز هم در جامعه‌شناسی دین و هم ارتباطات جمعی توسط مرتین و اعضای مکتب شیکاگو در جامعه‌شناسی ظاهر می‌شود.^{۲۱}

در جامعه‌شناسی دین مقیاس ترکیبی جهت‌گیری‌های محلی و جهانی مرتین (۱۹۵۰) که شامل پرسشی درباره ترجیح اخبار محلی و ملی یا بین‌المللی است، معمولاً به عنوان روشی برای ارزیابی درجه سکولاریزاسیون در جامعه هدف، مورد استفاده قرار می‌گیرد. همین مقیاس در مطالعات ادبیات ارتباطات جمعی نیز دیده می‌شود؛ ولی در این‌جا داشتن جهت‌گیری جهانی به ندرت با سکولاریزاسیون برابر انگاشته می‌شود. در عوض، این مقیاس عمدتاً به عنوان هم‌بسته موقعیت

13. Buddenbaum, 1987, 1998; Hoover, 1998
14. religion of the republic
15. civil religion
16. Mead, 1975; Bellah, 1967; Bellah & Hammond, 1980; Silk, 1995
17. Rogers & Dearing, 1988; Wanta, 1997
18. Community and Society
19. Gemeinschaft und Gesellschaft
20. Toennies, 1887/1957, p.47
21. Janowitz, 1952; Park, 1929



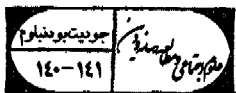


اجتماعی - اقتصادی در مطالعات ارزیابی ترجیحات مردم نسبت به محتوای گوناگون رسانه‌ای به کار می‌رود.^{۳۳} هم‌چون مطالعاتی که دوگانه محلی - جهانی را بر اساس اثر بعدی مرتن (۱۹۵۷) به کار می‌برند، کنکاش در سنت پیوندهای اجتماعی در ارتباطات جمعی نیز رد تونیز را از طریق تلاش ابتدایی مرتن (۱۹۵۰) و جانوتیز (۱۹۵۲) نشان می‌دهد. با این حال، در این‌جا پذیرفتن دین یا رسانه‌ها نشانه سنتی یا مدرن بودن، تلقی نمی‌شود^{۳۴} در عوض، تصور می‌شود که با رابطه‌ای کمابیش دوسویه با هم ظاهر می‌شوند: مشارکت در کلیسا و دیگر سازمان‌های محلی، پیوندی با اجتماع ایجاد می‌کند که به نوبه خود نیاز به اطلاعات رسانه‌های محلی را تشدید می‌کند و یا این‌که استفاده از رسانه‌های محلی پیوندهای اجتماعی را تشویق می‌کند که خود به صورت مشارکت در سازمان‌های محلی بروز می‌کند.^{۳۵} با این حال، باید توجه داشت که این رابطه فرضی فرمول کلاسیک می‌تواند به عنوان کارکرد آموزه‌های کلیسا و در یک سنت دینی، کارکرد نوع پیوند با کلیسا تعبیر کند.^{۳۶}

هرچند مطالعاتی که در این فضا به طور مستقیم یا غیرمستقیم از کار تونیز نشأت گرفته بسیار فراوان است، ولی در واقع آن‌ها تنها از بخش کوچک کار وی استفاده کرده‌اند. آن‌چه به طور کلی نادیده گرفته شده است نظریه ارتباطات وی و مفهوم‌سازی بی‌نهایت پیچیده افکار عمومی از سوی اوست که طرح آن را در گمین‌شفت و گزل‌شفت آغاز کرد و بررسی آن را در دو کتاب بعدی خود با نام‌های *Kritik der Oeffentlichen Meinung* و *Einfuehrung in die Soziologie* ادامه داد.^{۳۷}

22. Buddenbaum & Stout, 1996
 23. Buddenbaum & Stout, 1996
 24. Stamm, 1985
 25. Buddenbaum, 1996, 2001a Stamm & Weis, 1986

۲۵. توضیحات و تحلیل‌های نسبتاً کوتاه البته به زبان انگلیسی از این کتاب‌ها را می‌توان در آثار کرتز و اسپیکال (۲۰۰۰)، آرنت (۱۹۷۹) و کاتمن (۱۹۷۲) یافت.



تونیز (۱۹۲۲) در مجموعه آثارش سه شکل از چیزی را توصیف کرد که *ارادة اجتماعی* و ابزارهای آن در اجتماعات گمین شفت و مشابه‌های آن در گزل شفت خوانند. هم عقیده/مذهب و هم دکترین/افکار عمومی در توانایی خود برای ایجاد و حفظ یک جهان‌بینی به ارتباطات وابسته‌اند و از طریق آن به شکل اجتماعی ایجاد و حفظ می‌شوند. ارتباط از طریق زبان رخ می‌دهد که متشکل از نمادها و نشانه‌هایی است که قدرت آن‌ها در ارزش اخلاقی‌ای است که با اشتراک وسیع معنای‌شان به دست می‌آید. ارادة اجتماعی از طریق این معانی مشترک گسترده، ظهور می‌کند. چنان‌که دو شکل از این ارادة اجتماعی، یعنی دین و افکار عمومی رقابت دارند:

دین و افکار عمومی می‌کوشند که به برتری اخلاقی دست یابند، به طوری که انواع گوناگون عقاید دینی تمایل شدیدی دارند که به دین اصلی تبدیل شوند و همه مظاهر افکار عمومی تمایل دارند که به افکار عمومی غالب تبدیل شوند. هر دو درگیر تبلیغات هستند. تبلیغات افکار عمومی، به ویژه تبلیغات سیاسی، از تبلیغات دینی الگو می‌گیرد. چنان‌که تبلیغات دینی ایمان را اشاعه می‌دهد، تبلیغات سیاسی نیز به دنبال اشاعه افکار است.^{۲۷}

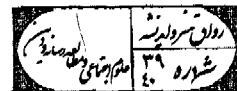
در جست‌وجو به دنبال تسلط و برتری اخلاقی، دین و افکار عمومی از نمادها و نشانه‌های متفاوتی استفاده می‌کنند. هم‌چنین درگیر انواع مختلف ارتباطات می‌شوند.

به گفته تونیز (۱۹۲۲) اصول و عقاید به صورت سلسله‌مراتبی، از طریق ارتباطات میان‌فردی در اجتماعات گمین شفت و به ویژه درون اجتماعات مذهبی منتقل می‌شود. این مسئله قدرت عظیمی به رهبران مذهبی در توزیع اطلاعات و افکار در درون اجتماع می‌بخشد. در این نوع ارتباط، قدرت و اقتدار ناشی از ارتباط نمادها با مافوق طبیعت به منظور پشتیبانی و حفظ یک جهان‌بینی سنتی محافظه‌کار است.

در جامعه گزل شفت، قدرت افکار عمومی ناشی از توانایی مطبوعات در انتشار عقاید و افکار به شکل ناشناس‌تر، غریبه به غریبه، به شیوه‌هایی است که توهم عینیت ایجاد می‌کند. جهان‌بینی‌ای که بدین طریق تبلیغ می‌شود یک جهان‌بینی لیبرال است که تونیز به عنوان یک دیدگاه شکاکانه (لاادری‌گرایانه) مرتبط با علم تعریف می‌کند.

هر چند تونیز اعتقاد داشت که شناخت (سنت و ایمان) از طریق توافق، عرف و دین جمع می‌شوند و این که گمین شفت ناگزیر جای خود را به قرارداد، هنجار و دکترین گزل شفت می‌دهد و از این تغییرات استقبال کرد، ولی یک هشدار هم داد. او گفت کارکرد مطبوعات، انتشار اطلاعات سیاسی و اقتصادی در جامعه است. بنابراین این خطر متوجه مطبوعات هست که از سوی رهبران قدرتمند سیاسی و نیز نظام اقتصادی سرمایه‌داری مورد سوءاستفاده قرار گیرند؛ چرا که رسانه‌ها نوعی کسب و کار هستند و به انگیزه سود (که ذاتی جامعه گزل شفت است) کار می‌کنند. برای سوددهی، مطبوعات باید نسبت به علایق مخاطب حساس باشند و نیز اطلاعات سیاسی و مالی منتشر سازند که مراقب نیازهای اطلاعاتی دولت و رهبران تجاری باشد، علایق آن‌ها را محترم بشمارد و کلاً حامی خواسته‌های آن‌ها

27. Toennies, 1922, p. 261, quoted in Hardt, 1979, p. 153



باشد، از جمله این خواسته که افکار خودشان را به افکار عمومی تبدیل کنند تا اهداف سیاسی و اقتصادی آن‌ها را به پیش ببرد. بنابراین فشارهای سیاسی و اقتصادی می‌تواند بازار افکار را به شدت محدود سازد به گونه‌ای که آزادی افکار عمومی تبلیغ‌شده توسط مطبوعات در واقع پشتیبان وضع موجود است. وقتی مالکیت فردی رسانه‌ها زمینه شکل‌گیری زنجیره‌های مطبوعاتی و مجتمع‌های رسانه‌ای را فراهم می‌کند این خطر افزایش می‌یابد.

این مشاهدات درباره کارکرد و ساختار مطبوعات و جایگاه آن در جامعه سرمایه‌داری نشان‌دهنده سودمندی واردکردن متغیرهای مذهبی در نوع تحلیل میان‌فرهنگی، سیاسی و اقتصادی از کارکرد و محتوای مطبوعات است که توسط آنتشول (۱۹۹۵) انجام شد. همچنین امکان یک تحلیل مارکسی واقعی از ارتباطات جمعی و نیز دینی را فراهم می‌کنند^{۲۸} در حالی که نیاز به بررسی تصاویر رسانه‌ای دین و ارزش‌های دینی را به عنوان آزمون فرضیه مارییچ سکوت نوتل نومان^{۲۹} (۱۹۸۴) متذکر می‌شوند.

از آغاز که تونیز آینده دین را ناگزیر گره‌خورده به وضعیت افکار عمومی می‌دید، کار وی همچنین چهارچوبی برای بررسی تلاش‌های دینی ارائه کرد که به دنبال شکل‌دادن به افکار عمومی از طریق ارتباطات دینی، روابط عمومی و اعمال نفوذهاست (که در بخش دو توکویل ذکر شد)، همچنین آن‌هایی که برای بررسی قدرت نسبی آن‌ها به عنوان تعیین‌کننده دستور کار طراحی شده است. با این حال، چون تونیز، دین (که از طریق مجاری میان‌فردی تبلیغ می‌شود) و افکار عمومی (که از طریق رسانه‌های جمعی اشاعه می‌یابد) را در تعارض دائمی با یکدیگر می‌دید، اثر وی همچنین بیانگر ضرورت مطالعه تأثیرات پیام‌های رسانه‌های جمعی و دینی بر پردازش شناختی و تعبیر افکار است.^{۳۰}

همین‌طور، اساس طرز تلقی تونیز (۱۹۳۱) از زبان، بیان‌گر امکان مطالعه نشانه‌شناختی رسانه‌های جمعی و دینی و همچنین تحلیل محتوای کیفی یا کمی تطبیقی است که تحلیل پیام را با رویکردهای ساختاری-کارکردی درباره دین، رسانه‌ها و جامعه ترکیب کند.^{۳۱}

به هر روی آثار کلاسیک، چه به سبک دو توکویل یافته‌ها را ارائه کنند و چه مانند تونیز نظریه‌پردازی کنند، می‌توانند چهارچوبی تحلیلی فراهم سازند که با قراردادن یافته‌ها در چشم‌اندازی وسیع‌تر، تحقیقات جدید را بیشتر معنادار می‌کند. مرور کلاسیک‌ها همچنین می‌تواند مسیرهای پژوهشی جدیدی بگشاید و راه‌های پرکردن شکاف‌های ادبیات پژوهشی را بنمایاند.

با این حال، حتی کلاسیک‌هایی که از آزمون زمان سربلند بیرون آمده‌اند نیز ممکن است ناقص باشند. در بهترین حالت، ممکن است در این باره که امور چگونه بوده یا چگونه است به ساده‌سازی بیش از حد دست بزنند. آن‌ها با تمرکز بر برخی امور، موارد دیگر را حذف یا گاهی سوءتعبیر می‌کنند. بنابراین هرگز نباید به عنوان تبیین کاملاً درست و واقعی درباره این‌که امور چگونه بوده، هست یا برای همیشه خواهد بود، پذیرفته شوند. بهتر است آن‌ها را، هم‌چون نظریه‌هایی که توسط آن‌ها توصیف یا پیشنهاد می‌شود، به عنوان توصیفی احتمالی از وضعیت گذشته یا حال در نظر گرفت.

28. Marx, 1909; see also Grossberg, 1984
29. Noelle-Neumann
30. Hill, 1994; Petty & Cacioppo, 1981
31. P. Berger, 1967; Durkheim, 1912/1965; Lasswell, 1948/1960; Mitchell, 1967; Parsons, 1937

