

ارتباطات سیاسی و فرهنگی مذهبی در ایران

حسام‌الدین آشنا

چکیده

نویسنده با روش توصیفی-تحلیلی و با ارایه تعاریف و رویکردهای مختلف ارتباطات سیاسی به بررسی تأثیر استفاده از مفاهیم، نمادها و ارزش‌های مذهبی در ارتباطات سیاسی پرداخته است. مقاله با دیدگاهی سیستمی و نمادگرا و با استفاده از مدل‌های «منبع معنی» و «پاسخ پویا» مسایل معرفتی و اجتماعی ناشی از ارتباطات سیاسی-مذهبی را کتاویده است. پیشنهادهایی در مورد نحوه بهره‌گیری بهینه از قابلیت‌های بالقوه و بالفعل مذهب برای گسترش و تعمیق مشارکت عمومی در توسعه ملی بخش پایانی نوشته را تشکیل می‌دهد.

پیدایش انقلاب دینی در کشوری مثل ایران پدیده‌ای غیر قابل پیش‌بینی می‌نمود اگر چه برخی محققان خبر از خیزش یک موج مذهب‌گرایی داده بودند. اما این تحلیلها هرگز از سوی مسئولان کشور و تحلیل‌گران خارجی جدی گرفته نشد.

تنها پس از پیروزی انقلاب اسلامی بود که توجه کارشناسان سیاسی و محققان ارتباطات جمعی به وسایل و کانالهای ارتباطی مذهبی و نقش آن در بازسازی، به روز رسانی و برجسته سازی یک اندیشه سیاسی-مذهبی جلب شد.



روحانیت شیعه به رهبری امام خمینی (قدس سره) بالاترین توانایی را در شناخت روان شناسی توده مردم و سببهای دینی و سیاسی مؤثر بر عواطف و رفتار اجتماعی آنان داشت. از طرف دیگر بکارگیری رسانه های سنتی و اختصاصی شیعه برای مقاصد اجتماعی تأثیر پیام را عمیق و فراگیر ساخت.

بررسی علمی مفاهیم کلاسیک و مدرن ارتباطات سیاسی شناخت تواناییهای بالقوه مذهب و کاربرد هوشمندانه این تواناییها یکی از شرایط لازم برای رسیدن به اهداف مقدس نظام جمهوری اسلامی است.

ارتباطات سیاسی (مروری بر تاریخچه یک علم)

ارتباطات سیاسی به عنوان شاخه ای از علوم اجتماعی، بسیار جوان است. اولین تحقیقات در این حوزه به مطالعات پل لازرسفلد^(۱) در مورد انتخابات مربوط می شود. در سالهای دهه ۱۹۵۰ ارتباطات سیاسی به «پیامهای سیاسی که توسط رسانه های گروهی منتشر می شود» اطلاق می گردید. هدف پژوهش در ارتباطات سیاسی بررسی «تأثیر» پیامهای سیاسی بر متغیرهای سیاسی چون هویت حزبی، شناخت و انتخاب داوطلبان در انتخابات سیاسی از طرف رأی دهندگان بود. پژوهشهای اولیه نشان داد که ارتباطات سیاسی به مفهوم بالا تأثیرات اندکی داشته است و رأی دهندگان بطور ارادی و آگاهانه خود را در معرض اطلاعات و اخبار مرتبط با گروهها و احزابی که از پیش انتخاب کرده بودند، قرار می دادند. عوامل چون مذهب، موقعیت اجتماعی، اقتصادی و جغرافیایی، به عنوان مهم ترین انگیزه های انتخاب یک گروه سیاسی شناخته شد. در همین دوران بود که مفهوم بسیار مهم «جریان دو مرحله ای اطلاعات» و نقش رهبران افکار عمومی در نشر و پذیرش عقاید سیاسی در توده مردم بازشناسی شد.

مطالعه نحوه انتشار اخبار سیاسی پدیده دیگر بود که در کنار مطالعات انتخاباتی-مورد توجه پژوهشگران ارتباط جمعی قرار گرفت. بررسی روزنامه‌ها و رادیو و تلویزیون، معیارهای گزینش اخبار توسط سر دبیران نوع پوشش خبر را مشخص کرد.

مروری بر تعاریف

آلموند و کلمن این نظریه را مطرح کردند که کلیه کارکردهای نظام سیاسی مثل اجتماعی کردن، نقش آفرینی، دادخواهی و داوری، همگی از راه ارتباطات صورت می‌پذیرد در نتیجه هر امر سیاسی در واقع یک امر ارتباطی است.^(۲) فکین در سایه تحلیل سیستمی تعریفی به شرح زیر برای ارتباطات سیاسی ارائه داده است. «فعالتهای ارتباطی که به نوعی بالفعل یا بالقوه دارای حیثیتی سیاسی بوده و دارای نتایجی برای کارکرد نظام سیاسی باشند».^(۳)

آلموند و کلمن این نظریه را مطرح کردند که کلیه کارکردهای نظام سیاسی مثل اجتماعی کردن، نقش آفرینی، دادخواهی و داوری، همگی از راه ارتباطات صورت می‌پذیرد در نتیجه هر امر سیاسی در واقع یک امر ارتباطی است.^(۴) بلومر و گورویچ پیوستگی ارتباطات و سیاست را اینگونه بیان کرده‌اند: اگر سیاست به قدرت می‌پردازد پس باید به وسیله قدرت سازان همراهی شود. اگر سیاست به مشارکت مربوط است، پس خواسته‌های شهروندان باید به گونه‌ای به رهبران مستقل شود. اگر سیاست به بحث دربارهٔ مشروعیت می‌پردازد پس باید هنجارهای حکومت به صورت سمبلیک و نمادین بیان شود. اگر سیاست به انتخابات اهمیت می‌دهد باید انتخاب‌های سیاسی ممکن برای مردم در دسترس ایشان قرار گیرد.^(۵)

در این مقاله تعریف میدو از ارتباطات سیاسی مورد توجه قرار گرفته است؛ «هرگونه تبادل نمادها یا پیامها که به میزان بالایی بوسیله کارکردهای سیستمهای سیاسی شکل گرفته یا عواقبی برای کارکردهای سیستمهای سیاسی داشته باشد».^(۶)

رویکردهای بررسی ارتباطات سیاسی

از میان رویکردهای متفاوت در بررسی ارتباطات سیاسی سه رویکرد برای شناخت رابطهٔ مذهب و ارتباطات سیاسی مفید است.

الف- دیدگاه زبان شناختی

در دیدگاه زبان شناختی، زبان وسیله‌ای است که از طریق آن کنترل اجتماعی اعمال می‌شود. مولر بر اساس این دیدگاه معتقد است تصمیم گیرندگان جامعه فعالیت‌های خود را از طریق زبانی خاص بیان می‌کنند و نخبگانی که خارج از حوزه تصمیم گیرندگان سیاسی هستند نیز به همین زبان خاص سخن می‌گویند، در نتیجه خواسته‌ها و مطالبشان شنیده، فهمیده و مورد توجه اولیای امور قرار می‌گیرد. اما غیر نخبگان و مردم عادی که فاقد این زبان خاص هستند از مشارکت فعال سیاسی و تعامل با حکومت محروم هستند.^(۷)

ب- دیدگاه سمبلیک و نمادگرا

انسان، حیوانی اجتماعی است. بر مبنای دیدگاه مکتب تعامل نمادین، زندگی اجتماعی مبتنی بر نماد سازی است. نماد سازی هم در بعد زندگی فردی و هم در سطح نظام‌های سیاسی کارآیی دارد. بر اساس همین ویژگی است که برخی معتقدند یکی از کارکردهای نظام‌های سیاسی تولید نمادهای سیاسی خاص خود است.^(۸) همین نمادها هستند که موجب بقای اقتدار حکومت می‌شوند. وقتی قانون را پذیرفت و درونی کرد، برای اداره جامعه استفاده از سمبل‌های قانون کافی است. به همین دلیل است که یک پلیس یا حتی چراغ راهنمایی برای کنترل ده‌ها وسیله نقلیه و پیاده کافی است.

در سیاست دو نوع نماد مورد توجه قرار می‌گیرد. نمادهای ارجاعی Referential مشخص، عینی و نمایانگر واقعیاتی خارجی هستند. مثلاً وقتی گفته می‌شود کاخ سفید منظور رئیس جمهوری امریکا و همکاران اوست. نمادهای استنتاجی Inferential یا متراکم Condensational دارای معانی هیجانی و ارزشی هستند. چون پرچم جمهوری اسلامی که نمود حماسه، صلح‌جویی، اسلام‌گرایی و دیگر مفاهیم «قراردادی» است. نمادهای سیاسی در سطوح مختلف تحلیل دارای مفاهیم متعددی هستند. پرچم به عنوان یک نشانه، اشاره به یک شیء مشخص دارد ولی در سطح بالاتر نشانه ارزشهای نمادینی است که بسته به زمینه کاربرد و عقیده مخاطب تعیین می‌شود.

یکی از مهمترین ویژگیهای تبلیغات سیاسی پردازش یا دستکاری Manipulation نمادها است. از آنجا که کاربرد وسیع و دقیق نمادها می‌تواند موجب پذیرش نماد به

جای مفهوم آن شود، تبلیغ‌گران سیاسی سعی می‌کنند از ابهام و تفسیرپذیری نمادها در جهت منافع خود استفاده کنند. دو نکته بسیار مهم در مورد نمادها این است که اولاً هر چه ابهام و انتزاع در نماد بیشتر باشد دارای توان بیشتری در انتقال معنی و جذب مخاطبان است. ثانیاً مردم همیشه نمادها را با ذهنیتی کاملاً متأثر از دیگر پیامهای پیرامونی دریافت می‌کنند و همواره می‌توان تعداد زیادی را تحت لوای یک نماد، جمع و بسیج کرد.

نمادهای سیاسی از جهان گوناگون قابل ارزیابی هستند. کوب والدر برای ارزیابی نمادها ملاکهایی را پیشنهاد کرده‌اند:

الف- توانایی بالقوه سمبلها برای تحریک افراد یا گروهها به عمل.
ب- سمبلها دارای سطوح متفاوتی از کارایی هستند از یک طرف کارایی نماد با افزایش ابهام (تا حدی معین) افزایش می‌یابد و از طرف دیگر اگر یک سمبل، نادرست به کار رود نه تنها قدرت تحریکی خود را از دست می‌دهد بلکه از معنای خود نیز تهی می‌شود.

ج- نمادها حد مصرف دارند. کاربرد بیش از حد یک نماد موجب محدود شدن کارایی و در نهایت غیر قابل مصرف شدن آن می‌شود.

د- نمادها بر دو نوعند: نوع اول نمادهایی که دارای محدودیت زمانی و مکانی کمی ولی قدرت تحریکی بالا هستند و نوع دوم نمادهایی که محدودیت زمانی و مکانی در کاربردشان وجود دارد ولی قدرت تحریک کمتری دارند. شعاری مانند «مرگ بر شاه» دارای معنای سمبلیک با قدرت بسیج و تحریک بالا است اما تنها در یک شرایط خاص اجتماعی و سیاسی توان خود را نشان می‌دهد. در مقابل سمبلی مانند حقوق بشر اگر چه احساسات آتشین را بلافاصله بر نمی‌انگیزد اما همواره قابل مصرف است.^(۹) طراحی و آفریدن نمادها نمی‌تواند به تنهایی موفقیت یک حرکت یا حزب سیاسی را تضمین کند، بلکه کاربرد مناسب و دقیق آن است که موجب موفقیت می‌شود.

ه- توجه به مخاطبان یکی از مسائل اصلی است. توده‌های سازمان نیافته معمولاً پاداش‌های نمادین دریافت می‌کنند؛ این پاداشها در طیفی از احساس غرور نسبت به میهن تا احساس مشارکت سیاسی در انتخابات و دریافت مدال شجاعت هنگام جراحت در جنگ قرار می‌گیرد. اما نخبگان سازمان یافته پاداش‌های دیگری را طلب می‌کنند.

برای آنها قدرت سیاسی و تواناییهای اقتصادی برتر از پاداش‌های نمادین، است. از دیدگاه رویکرد نمادگرا، ساختن نمادهای مورد نیاز، تفسیر مجدد نمادهای سنتی و انتخاب مخاطبان، انتخاب زمان و مکان مناسب، بهره‌برداری ماهرانه از نمادها، مهمترین کارکردهای ارتباطات سیاسی است. حکومت با استفاده از سمبها، ارتباط خود را با توده و اقشار مختلف مردم تسهیل کرده و با ارایه پاداشها و تنبیهات نمادین، نظام اجتماعی را تداوم می‌بخشد.

ج- رویکرد سیستمی

تئوری عمومی سیستمها، منطقی برای توضیح روابط بین متغیرهاست. سیستم از درون داد، مجموعه زیر سیستمها و برون داد تشکیل شده است. در این رویکرد، اجتماع نیز دارای سیستم است. خانواده هسته اصلی سیستم و گروههای مختلف اجتماعی و ملی اشکال بزرگتر آن هستند بدون در نظر گرفتن نوع سیستم، عناصر هر سیستم دو ویژگی دارند؛ اول آنکه رفتار هر عنصر سیستم بر رفتار کل عناصر سیستم مؤثر است و دیگر آنکه هیچیک از عناصر سیستم تأثیر مستقل و یک سویه بر کل سیستم ندارد چرا که تأثیر هر عنصر به روابط دو طرفه آن با دیگر عناصر سیستم وابسته است. در نتیجه عملکرد یک سیستم ناشی از کنش متقابل عناصر و برآیند عملکرد هر یک از آنها است. در رویکرد سیستمی، ارتباطات به معنای انتقال پیام نیست بلکه مفهومی است برای توضیح تعامل میان عناصر یک سیستم. در این دیدگاه ارتباطات و کنترل، دو مفهوم کاملاً به هم پیوسته تلقی می‌شوند و ارتباطات سیاسی وسیله‌ای است برای کنترل اجتماعی. در نهایت قدرت سیاسی در رأس مفهوم سازی سایبرنتیکی قرار گرفته و بقیه اعضای سیستم در خدمت قدرت سیاسی عمل می‌کنند.

بررسی ارتباطات سیاسی از دیدگاه سیستمی با گسترش مدل نظام سیاسی که با عنوان «پاسخ پویا» توسط استون طراحی شده است^(۱۰) مناسب می‌نماید. این مدل نظام سیاسی را به عنوان یک سیستم بسته و بدون ارتباط با عوامل دیگر مثل فرهنگ و اقتصاد بررسی می‌کند. این کار اگر چه واقع‌گرایانه نیست اما در مرحله تحلیل لازم می‌باشد. ویژگی دیگر این مدل تأکید بر فراگرد ارتباطات سیاسی به جای توجه به پیامهای مبادله شده است.

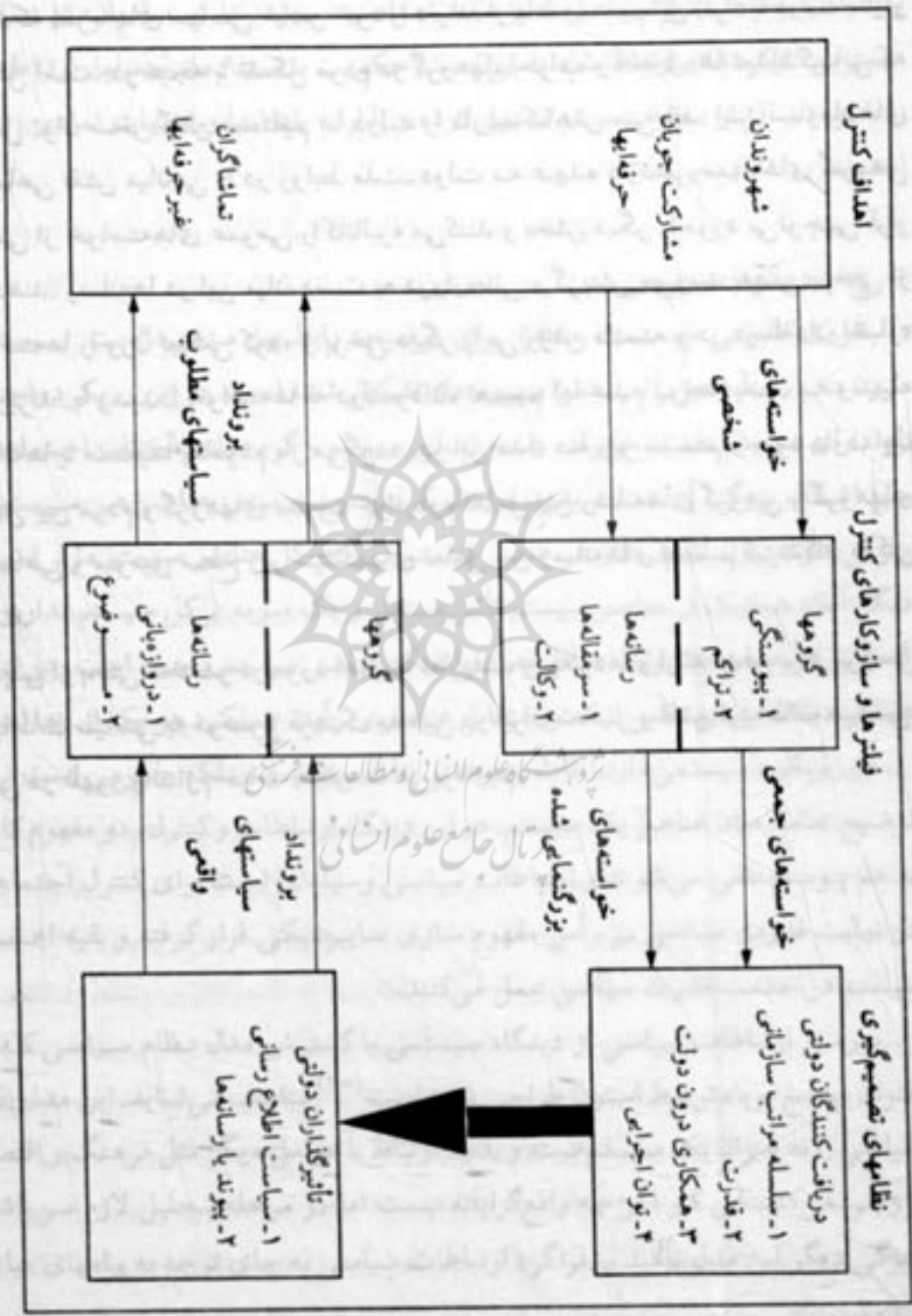
شهروندان در نظامهای اجتماعی مختلف اعم از دمکراتیک یا غیر دمکراتیک به عنوان فاعلان و مفعولان کنترل اجتماعی عمل می‌کنند. تعداد زیادی از شهروندان وجود دارند که نظریه‌های سیاسی خاص خود را دارند. ارتباط مستقیم این افراد با دولت بسیار مشکل است. در نتیجه با تشکل مردم در گروهها، احزاب و اتحادیه‌ها تعداد کسانی که بالفعل توان سخن گفتن مستقیم با دولت را دارند کاهش می‌یابد. این سازمان‌های اجتماعی نقش میانجی را در روابط ملت-دولت به عهده دارند. رسانه‌های گروهی بخشی از خواسته‌های عمومی را کانالیزه می‌کنند و بخش دیگر را مورد بی‌توجهی قرار می‌دهند. رسانه‌ها در این میان دست به دروازه‌بانی و گزینش می‌زنند بعضی برخی از خواسته‌ها را وزن بخشی کرده و برخی دیگر را بی‌ارزش دانسته و در «زباله‌دان اخبار» می‌ریزند. با رسیدن خواسته‌ها به دولتمردان، تصمیم (یا عدم توجه) آنان به وسیله رسانه‌ها یا مستقیماً به مردم باز می‌گردد. در این مدل سه زیر سیستم وجود دارد. اول تعامل بین مردم و گروههای منفعت‌خواه دوم تعامل بین رسانه‌های گروهی و گروههای اجتماعی و سومین سطح زیر سیستمهای تعامل بین رسانه‌ها و تصمیم‌گیرندگان دولتی است.

پس از بحثی مختصر در مورد اهمیت تعاریف، رویکردها و ارائه مدلی برای بررسی ارتباطات سیاسی به موضوع فرهنگ مذهبی در ایران معاصر و نقش ارتباطات سیاسی-

دینی در ظهور و تداوم حیات حکومت می‌پردازیم. *نات فرنگی*

رتال جامع علوم انسانی





تشیع و سیاست

شکی نیست که اسلام دینی است سیاسی: پیامبر اسلام مردم را به ترک شرک و پرستش خدای واحد دعوت کرد و در اولین فرصت ممکن به تأسیس یک حکومت منطبق با اهداف و محتوای دعوت خود پرداخت. در دوران ۱۰ ساله حکومت رسول الله (ص) در مدینه؛ جنگها، صلحها، ارسال وفود، اجرای حدود و ... همه نشانگر ماهیت کاملاً سیاسی دین جدید بود. اما در طول تاریخ اسلام به تدریج مسئله جدایی نهاد حکومت - خلافت) از امامت موجب تلاش برای تأسیس حکومت مطابق ارزشهای دینی شد.

در این میان تشیع به سبب در اقلیت بودن و عدم امکان تصور قدرت‌گیری از نظر فقه حکومتی و فلسفه سیاسی بسیار عقب‌تر از اهل سنت بود. اگر عامه به علت درگیری عملی با مبحث حکومت، دارای کتبی چون الاحکام السلطانیه ماوردی بود، شیعه در این زمینه فاقد انسجام لازم بود. اما باید توجه داشت که ضعف فقه شیعه در این زمینه ناشی از شرایط اجتماعی خاص بود و الا از حیث روایات ائمه و منابع دینی، شیعه از توان بسیار بالایی برای سیاسی شدن برخوردار است. مسئله ولایت که مهم‌ترین مابه‌الختلاف بین تشیع و تسنن بود در سه بعد حکومتی (سیاسی)، بیان معارف و احکام اسلامی و ارشاد معنوی می‌توانست سلامت دینی جامعه اسلامی را بعد از پیامبر تضمین کند. به دلیل همین تلقی از ولایت، مباحث عمده‌ای تحت عنوان «امامت» در ادبیات کلامی (و نه فقهی) شیعه شکل گرفت. شیعه با اعتقاد به ولایت انحصاری ائمه تنها منبع مشروعیت هر حکومت را رضایت امام معصوم (علیه السلام) می‌دانست. در نتیجه هر حکومتی که به دست دیگران شکل می‌گرفت غیر مشروع و غاصب تلقی می‌شد.

با غیبت امام دوازدهم «علیه السلام» (۲۵۵ هـ ق) فرهنگ جدیدی از نظر سیاسی و اجتماعی در میان شیعه به وجود آمد و غیبت به یکی از عناصر اساسی ساخت فرهنگ سیاسی شیعه تبدیل شد. غیبت پیامدهای چندی را به دنبال داشت. از نظر اجتماعی گفتمان‌هایی نظیر نفی مشروعیت هرگونه رهبری، نفی مشروعیت قیام برای حکومت اسلامی قبل از ظهور و بتایجی سیاسی چون غیر

سیاسی شدن جامعه و انفعال در مواجهه با قدرت مسلط و حکام منتمگر پیامدهای نبودن یک تفسیر سازنده از مفهوم غیبت و وظایف شیعه در عصر غیبت بود. خلاء رهبری سیاسی در طول تاریخ سیاسی با روشهای مختلفی به چالش طلبیده شده است. این روشها گاه از سوی علما، گاه از سوی مردم و گاه از طرف سیاسیون ابداع شد. جنبش انتظار ظهور در طول تاریخ شیعه و وجود کسانی که هر جمعه با شمشیر آخته آماده پیوستن به سربازان امام زمان (عج) بوده اند شیوه‌ای مذهبی برای شکست بن‌بست غیبت بوده است. دومین مظهر این مبارزه که بیشتر شکل غیر مشروع به خود گرفت حرکت‌های متعدد مدعیان مهدویت بود. قرون هشتم و نهم هجری فرقه‌های نصیری، حروفیه، مشعشعیه و نور بخشیه را به خود دید و در دوران اخیر قادیانی، سنوسی، مهدی سودانی و... نمودهای این حرکت بوده‌اند. سومین راه حل ایجاد رهبری بالفعل، ادعای باییت بود. «باب» از طریق ارتباط مستقیم می‌توانست بین خلق و امامشان رابطه برقرار کند. گسترش نهضت باییه - اگر چه با ممانعت شدید علمای شیعه مواجه شد - در اثر وجود خلاء مذهبی و سیاسی در شیعه بسیار سریع بود. نظریه رکن رابع شیخیه نیز راهی چهارم برای حل مشکل بود. رکن رابع بر این اساس طراحی شد که غیبت امام نباید مانع استمرار فیض امامت باشد. با قبول سه رکن توحید، نبوت و امامت، شیخ احمد احسائی (۱۲۴۲-۱۱۶۷) شیعه کامل را به عنوان رکن رابع تفکر دینی و واسطه دائمی فیض بین امام و امت معرفی کرد. این رکن رابع در هر زمان برترین شیعه موجود در جامعه اسلامی بود. یکی دیگر از مهمترین راههای حل مشکل که مستند به روایات نیز بود مسئله نیابت خاصه و عامه بود. در این دیدگاه، فقهاء نواب عام امام زمان (عج) و دارای اختیارات محدودی در امور حسبیه و حق افتاء بودند. آخرین راه حل که به خصوص از زمان مرحوم ملا احمد نراقی در زمان قاجار اوج گرفت ولایت فقیه بود. بر اساس این نظریه فقیه قدرت بیشتری یافت و با طرح تدریجی مسئله اجتهاد، مرجعیت و اعلییت رهبری در وجود یک فرد متمرکز شد. در نتیجه فقیه موظف بود با تکیه بر ولایتی که از طریق علم و تقوا (و در بررسیهای جدیدتر، مقبولیت عمومی) بدست می‌آورد وظایف امام غایب را در جامعه به عهده گیرد. جنبش تحریم تنباکو و نهضت امام خمینی (قدس سره) نمونه‌های برجسته توانایی طرح ولایت فقیه در رهبری جامعه، ایجاد جنبشهای سیاسی - اجتماعی و حتی تأسیس حکومتی تمام عیار است. در این میان

ارتباطات سیاسی در موفقیت‌های سیاسی و اجتماعی نظریه ولایت فقیه تأثیر بسزایی داشته است.

ارتباطات سیاسی در شیعه
 اگر تشیع را مذهبی سیاسی و در مفهوم جدید آن مدعی تشکیل و اداره حکومت بدانیم ناچار باید در مورد کانالها، وسایل و محتوای ارتباطات سیاسی آن نیز به بررسی پرداخت. چرا که در بحث قبلی غیر قابل جایگزینی ارتباطات سیاسی در ایجاد و بقای حکومت روشن شد.

ارتباطات سیاسی شیعه از کلیه دیدگاهها خصوصاً دیدگاه سمبلیک قابل بررسی است. در واقع این دیدگاه کلید فهم موفقیت شیعه در برانگیختن احساسات توده مردم است. از طرف دیگر مطالعه رسانه‌های شیعی و جایگاه ویژه آن در ارتباطات سیاسی ضروری است.

سمبلیکها در ارتباطات سیاسی شیعی

اساساً ویژگی اصلی زبان دینی نمادین بودن آن است^(۱۱) رمز جاودانگی متون دینی تفسیرپذیری، ابهام و تقدس آنهاست. نمادهای دینی بعد ژرف واقعیت را نمایان می‌کند. نمادهای دینی دارای مرتبه متعالی یا فراتر از واقعیت تجربی و مرتبه درونی یا مرتبه‌ای که در رویارویی با واقعیت بر ما عیان می‌شود، می‌باشند. در مرتبه متعالی مفهوم صفات و افعال خداوند نمادینه شده است و در مرتبه درونی یعنی تجلی امر الوهی در زمان و مکان، موجودات مقدس اسطوره‌های دینی آیین‌های دینی و نشانه- نمادها وجود دارد^(۱۲). در تشیع نیز نمادهای دینی در هر دو بعد متعالی و درونی جایگاه ویژه‌ای دارند. خدا در مذهب شیعه به گونه‌ای متفاوت از خدای اهل سنت تصویر می‌شود. این امر تا به آنجا اهمیت دارد که عدل به عنوان یکی از اصول اعتقادی شیعه پذیرفته می‌شود^(۱۳). در بعد درونی نیز پذیرش ۱۴ معصوم، مراسم عزاداری و اعیاد و تقدس برخی اشیاء از ویژگیهای خاص تشیع است. در واقع وجود عنصر امامت در اصول دینی شیعیان تجلی نمادین تحقق عدل الهی در عرصه اجتماع است. بر اثر وجود چنین امکانات بالقوه‌ای در تشیع، نمادهای قابل استفاده در سیاست چنان فراوان است که

برای تفکیک و شناخت بهتر کارکردهای آنها باید دست به یک تقسیم‌بندی ابتدایی زد.

الف- دولت ستیزی- واگرایی

- ۱- شهادت: نماد عدم پذیرش حکام جور ولو به قیمت از دست دادن جان.
- ۲- انتظار ظهور: نماد اعتراض به وضع موجود و عدم مشروعیت حکومتها.
- ۳- مظلومیت: علی(ع)، فاطمه(س) و حسین(ع) نماد و اسطوره اصلی مظلومیت شیعه هستند.

- ۴- مقاومت: اسارت، شکنجه و تحمل زندان در زندگی اهل بین از جمله زینب(س)، امام سجاد(ع) و موسی بن جعفر(ع) نمایان است.

ب- مصلحت سنجی دینی- همگرایی

- ۱- مدارا: استناد به خانه نشینی ۲۵ ساله علی(ع) برای حفظ وحدت امت.
 - ۲- صلح: پذیرش صلح امام حسن(ع) با معاویه به خاطر جلوگیری از ریختن خون مسلمانان.
 - ۳- صبر: پذیرش ولایت عهدی مأمون توسط امام رضا(ع) در اثر اجبار و تلاش برای اصلاح درونی حکومت.
- این سمبلاها در بقای تاریخی شیعه نقش بسیار زیادی داشته‌اند. کاربرد آگاهانه هر یک از این نمادها در مقاطع خاص تاریخی، اقلیت شیعی را در برابر تهاجمات اکثریت سنی حفظ کرده است.

تجدید حیات رسانه‌های سیاسی- مذهبی شیعه

رسانه اصلی شیعه- مانند کلیه مذاهب اسلامی- مسجد است؛ اما شیعه در کنار مساجد، اماکن مذهبی خاص را به عنوان حسینیه تأسیس کرده است که کارکردی اعم از مسجد دارد. مساجد به عنوان یک مکان مقدس برای برگزاری نمازهای جماعت، جمعه و اعیاد (فطر و قربان) و برگزاری سخنرانیها مورد استفاده قرار می‌گیرد. مهم‌ترین ابزار تبلیغاتی در مسجد «منبر» است. منبر به عنوان یک رسانه عمومی در نفوذ بر افکار عامه مؤثر بوده و پیامهای جهت‌دار و سیاسی از طریق آن به جامعه تزریق می‌شده است. در

دوره جدید استفاده سیاسی از منبر فزونی گرفت. نقش منبر در جنبش مشروطیت ایران غیر قابل انکار است.

در طی ده ماه محاصره تبریز، واعظان سیاسی از طریق منبر مردم را به مسلح شدن تشویق کردند. نقش خبر رسانی نهضت، تفسیر وقایع و حتی به تناسب، آرام ساختن مردم را نیز بر عهده گرفتند. به همین سبب منبریان از اولین قربانیان استبداد صغیر بودند و مسئله مشروعیت ایجاد ارتباطات سیاسی از طریق منبر در خلال این سالها برجستگی بیشتری کسب کرد. (۱۲)

در جریان انقلاب اسلامی ایران مساجد و منابر نقش مدیریت میدانی انقلاب را بر عهده داشتند و شبکه گسترده روحانیت از طریق رابطین اصلی امام خمینی (قدس سره) و با استفاده از نوارهای کاست و اعلامیه تغذیه می شد و محتوای این گفته ها و نوشته ها در قالب خطابه های آتشین و با استفاده فوق العاده ماهرانه از سببلهای مختلف موجود در فرهنگ شیعه و توده مردم منتقل می شد و از طریق اثر تشدید، روز به روز تهاجمی تر و در نتیجه مؤثرتر می شد.

ارتباطات سیاسی در دوران انقلاب اسلامی از چند ویژگی اساسی برخوردار بود که با توجه به آن می تواند در تحلیل وضع فعلی ارتباطات مذهبی- سیاسی در جمهوری اسلامی مفید باشد.

۱- جریان تحرک مذهبی- سیاسی ناشی از پیوند دانشگاهیان و روحانیون بود. سخنرانیهای مذهبی دانشگاهیان و متقابلاً سخنرانیهای ایدئولوژیک روحانیون در دهه های سی تا پنجاه مخاطبان جدیدی را برای منبر و تریبون (که حالا در مسجد قرار داده شده بود) فراهم کرد.

۲- تقدس تاریخی منبر و لباس روحانیت عامل دیگری بود که بر اعتبار منبع پیام در ارتباطات سیاسی می افزود.

۳- هدف حمله منبر رژیم بود که به تدریج از هرگونه مشروعیت تهی می شد و اقدامات ضد مذهبی آن به شدت مورد نقادی قرار گرفت.

۴- پیامهای سیاسی- مذهبی که از طریق منبر منتشر می شد عموماً در جهت انتقاد به نظام حاکم و ترسیم چهره با شکوه اما نیمه مبهمی از آینده حکومت و مردم بود.

۵- تعارضات موجود در جناح اپوزیسیون و وزن هر جناح در جذب مخاطبان باعث

شد که موضع‌گیری روحانیت برآیندی از کلیه موضع‌گیریهای موجود در جامعه با نوعی جهت‌گیری مذهبی باشد.

ارتباطات مذهبی-سیاسی پس از انقلاب اسلامی در این دوران قبل از آنکه نمادهای مذهبی مورد استفاده در دوران انقلاب، کارآیی خود را از دست بدهد، شرایط سیاسی جامعه امکان بهره‌گیری مجدد از نمادها را فراهم کرد. واژه «منافق» از کاراترین سمبلها بود و یک گروه سیاسی برانداز را به قعر جهنم و تنفر توده‌های مذهبی سوق داد. «۷۲ تن» نماد دیگری بود که برای بیان مظلومیت شهدای هفتم تیر طراحی و اجرا شد.

آغاز جنگ عراق علیه ایران موقعیت ویژه‌ای را برای بهره‌گیری از نمادهای مظلومیت، مقاومت و مبارزه فراهم کرد. در طول ۸ سال «دفاع مقدس» این نوحه خوانان مذهبی و منادیان نمادگرایی چون صادق آهنگران، حاج منصور ارضی و سعید حدادیان بودند که شور مذهبی بی‌نظیری را ایجاد کرده و خون جوانان شیعه را برای دفاع از حریم ولایت و امامت به جوش آوردند.

اما در دوران پس از جنگ، وضع به گونه‌ای دیگر است. استفاده بیش از حد و کاربرد دایم نمادهایی چون شهادت، حکومت عدل و ... از یک طرف و نارسا بودن این سمبلها برای دوران سازندگی باعث شد که کارایی نمادهای مذهبی برای مصارف سیاسی به شدت کاهش یابد.

وضع موجود و چالشهای آن

در دوران فعلی ارتباطات مذهبی و سیاسی با مسایل زیر روبرو است.

۱- اعتبار منبع پیام

عدم تفکیک سطوح طولی و عرضی قدرت سیاسی و روحانی اگر چه در دوره انقلاب و جنگ عامل مهم در پیروزی و مقاومت بود اما در دوره سازندگی و پس لرزه‌های ناشی از شرایط بعد از جنگ موجب شد که عملکرد ضعیف مسئولان روحانی و غیر روحانی به حساب دین گزارده شود.

این موضوع به نوبه خود موجب تضعیف توان ارتباط دینی شد. این نیز به نوبه خود موجب تضعیف اعتبار منبع پیام سیاسی - مذهبی است.

وحدت ناپایدار حوزه اقتدار سیاسی و مذهبی



تضعیف توانایی ارتباطات

کاهش انعطاف حکومت

سیاسی رهبران مذهبی

در مدیریت تغییرات



تضعیف وجهه مذهبی رهبران سیاسی

امروزه بهره‌گیری سیاسی از مفاهیمی چون زهد، ساده‌زیستی و پیوندهای مردمی علی (ع) می‌تواند به سرعت تبدیل به اقدامی ضدحکومتی شود.

۲- کاهش ذخیره سمبلها

مدلهای ارتباطی محسنیان راد به یک زیر سیستم در عنصر گیرنده و فرستنده پیام پرداخته است. این زیر سیستم «منبع معنی» نام دارد از دید محسنیان هر یک از انسانها یا گروههای اجتماعی حامل مجموعه پویایی از معانی هستند که از طریق ایجاد مشابهت در طرف مقابل برقراری ارتباط را ممکن می‌سازد. (۱۵) این معنی‌ها حاصل تجربیات مشخص، پیامهای اجتماعی و تربیت خانوادگی است. با این مقدمه سمبلها نیز در این منبع معنی جای می‌گیرند. این سمبلها و معانی نمادین ذخیره فرهنگی و سرمایه معنوی جامعه برای رویارویی با تغییرات محیطی است. اگر منبع معنی را کیسه‌ای انباشته از گوی‌های رنگارنگ تصور کنیم هر بار که از یک گوی استفاده می‌شود، بسته به نوع استفاده، آن «گوی معنی» دچار «استهلاک» می‌گردد. یا اگر منبع معنی را به یک باطری ماشین شبیه کنیم استفاده مداوم از آن موجب «دشارژ» شدن باطری می‌شود. حال با توجه به وضع موجود باید گفت در طول ۲۰ سال حکومت جمهوری اسلامی بیشتر تمایل به مصرف بی‌حد و حصر سمبلهای ذخیره شده برای هر مسئله ریز و درشتی بوده

است و کمتر به بازسازی و بهینه‌سازی سمبلها، پرداخته شده است. تکرار بیش از حد برخی سمبلها موجب کاهش شدید تأثیر آن شده است.

۳- مسئله نماز جمعه

تشیع قبل از انقلاب از برگزاری نماز جمعه محروم بود و با پیروزی انقلاب اسلامی نماز جمعه در کلیه شهرستانها راه یافت. شاید نماز جمعه را بتوان مهمترین شیوه برقراری ارتباط سیاسی-دینی در میان اهل سنت دانست. تشیع نیز علیرغم تازگی بکارگیری نماز جمعه به سرعت اصول آن را شناخت و با استخدام رادیو و تلویزیون، تمرکز سیاست‌گذاری و انتخاب ائمه جمعه توسط بالاترین مرجع مذهبی سیاسی کشور به برقراری یک ارتباط سیاسی-مذهبی دائم بین حکومت و مردم پرداخت. طبق آمار ستاد نماز جمعه آقای هاشمی رفسنجانی (رئیس مجلس، رئیس جمهور و رئیس شورای تشخیص مصلحت) با ۲۳۸ خطبه و آیت‌الله العظمی خامنه‌ای (رئیس جمهور و رهبر) در صدر جدول امامت جمعه قرار گرفته‌اند. این آمار بیانگر توانایی نماز جمعه برای انتقال مستقیم پیامهای سیاسی در بالاترین سطوح ملی به توده مردم در سراسر کشور است. گزارشهای هفتگی شورای سیاست‌گذاری ائمه جمعه نشان می‌دهد که نوع اخبار و تحلیل‌هایی که به ائمه جمعه می‌رسد بیشتر از آنکه اطلاع‌رسان باشد دارای جهت‌گیری تبلیغاتی است.

مسئله دیگر عملکرد بعضاً نارسانا و نامشخص بودن حدود مسئولیت و اختیارات ائمه جمعه است. درگیریهای مکرر و ائمه جمعه با مسئولان شهرها و استانها، دفاتر عریض و طویل برخی ائمه جمعه در برخی نقاط و بند و بستهای سیاسی-اقتصادی این دفاتر می‌تواند آسیب دیدن تقدس نماز جمعه در اذهان توده مردم شود.

دو عامل بالا یعنی کم محتوا بودن خطبه‌ها (ضعف پیام) و افت شخصیت برخی ائمه جمعه (پایین بودن اعتبار منبع) موجب افت کیفیت مراسم، حضور نمازگزاران و در نهایت اثر بخشی پیامهای سیاسی مذهبی نماز جمعه شده است.

۴- اشباع رسانه‌ها از پیامهای مستقیم مذهبی

یکی از نتایج حاکمیت دین، ظهور پیامهای دینی و اخلاقی در رسانه‌هاست. این

وجهه دینی در همه برنامه‌ها، طرح‌ها، سیاست‌ها، خط مشی‌ها و در نهایت تولیدات جلوه‌گر می‌شود. گرایش‌های دینی برنامه‌سازان، مدیران تولید و سردبیران در مواجهه با ارزش‌های دینی موجب شد تا صفحات مذهبی در مطبوعات و مجلات، چاپ کتاب‌های دینی، برنامه‌های خاص و معارف دینی در رادیو و تلویزیون شکل بگیرد. اشاره کرد.

الف - برنامه‌های مشخص مذهبی .
 ب - برنامه‌های اجتماعی که در قالب‌های دینی ارائه می‌شود.
 ج - بسیاری از فیلم‌ها و مجموعه‌های تلویزیون و نمایشنامه‌های رادیویی .
 د - برنامه‌های خاص ایام سوگواری یا اعیاد مذهبی .
 این برنامه‌ها از نظر شکل و محتوا دارای اشکالاتی اساسی هستند. این اشکالات را می‌توان به شرح زیر خلاصه کرد.

۱- برنامه‌های مذهبی تلویزیون عموماً ساختی رادیویی دارند و فاقد جذابیت تصویری می‌باشند.

۲- این برنامه‌ها عمدتاً زیاده‌گو و طولانی هستند.

۳- برنامه‌ها مستقیماً تبلیغی هستند و شنونده یا بیننده کاملاً احساس می‌کند گوینده بنا را بر القاء مطالب بر او گزارده است. اوم‌الشان و مطالبات فرنگی

۴- بار سیاسی برنامه‌ها بسیار بالا است و استفاده‌های نابجا از عناصر مذهبی برای مقاصد سیاسی در آن به چشم می‌خورد (۱۶) در نتیجه طبق آمار غیر رسمی درصد بینندگان برنامه‌های مذهبی بطور متوسط پایین‌تر از بقیه برنامه‌ها است.

چه باید کرد؟

۱- طراحی و بازآفرینی نمادهایی از گنجینه فرهنگ ملی و مذهبی که در دوران بازسازی بکار آید نمادهایی چون امام صادق (ع)، امام باقر (ع) و امام علی (ع) که حکایت از دانش‌گستری، سعه صدر و تلاش فردی و اجتماعی دارند باید با توجه به مقتضیات جامعه پردازش شده و مورد استفاده قرار گیرد.

۲- نهادینه کردن مشارکت اجتماعی از طریق رسانه‌های مذهبی چون نماز جمعه،

شرکت مسئولان سیاسی و اداری در نماز، بیان چهره به چهره مشکلات و راه حل‌ها بجای سخنرانی پیش از خطبه‌ها روش بسیار پسندیده‌ای برای جلب مشارکت است.

۳- کاربرد مساجد به عنوان پایگاه مشارکت اجتماعی و تشکیل و سازماندهی شوراهای محلی به شیوه‌ای که محور بودن مذهب در امور محلی محفوظ بماند. در این مورد بخصوص بر نقش محلی امام جماعت و لزوم ساکن بودن او در محله نزدیک به مسجد تأکید می‌شود. روحانیون شاغل در ادارات که همیشه دیر به نماز جماعت مسجد خود می‌رسند و هیچگاه آمادگی و وقت کافی برای رسیدگی به امور مردم و ارایه مباحث جدیدی و مناسب را ندارند خود بالاترین ضدتبلیغ هستند. لذا باید امامت مسجد تنها شغل یک روحانی مرتبط با مسجد باشد. (۱۷)

۴- بازپروری روحانیون سنتی و جایگزین کردن تدریجی روحانیون جوان و تحصیلکرده. پاسخگویی به نیازهای جدید، امام جماعتی را می‌طلبد که زبان نسل جدید را فهمیده و توان انتقال پیامهای مناسب را برای آنان داشته باشد. تشکیل مؤسسه‌ای مذهبی - ارتباطی که وظیفه تربیت ائمه جماعات را بر عهده داشته باشد تجربه‌ای است که مصر و عربستان با موفقیت به آن دست یافته‌اند. و از آن گریزی نیست.

۵- افزایش خدمات فرهنگی و اجتماعی روحانیت: روحانیت به عنوان مهمترین زیربخش نهاد دین در جامعه دارای نقش تاریخی و فرهنگی است. ازایه خدمات دینی و اجتماعی یکی از مهمترین کارکردهای روحانیت است. نظام سنتی مرید و مرادی و خدمات جتبی که مساجد و ائمه جماعات به محله خود ارایه می‌کردند یکی از لوازم بقای روحانیت به عنوان یک عنصر مفید اجتماعی بود. متأسفانه تلاشهای دولتهای مختلف در دوران پهلوی برای کاهش کارکردهای اجتماعی روحانیت، افراط در سیاسی شدن روحانیت را پس از انقلاب اسلامی به دنبال داشت. در نتیجه بسیاری از کارکردهای خدماتی روحانیت کاهش یافته است. اگر روحانیت غیر حاکم به خدمات عمومی پرداخته و در عین خدمت رسانی به تبلیغ دین و نظام مدد رساند بسیاری از مشکلات مربوط به مشروعیت حل خواهد شد. تأسیس مؤسسات خیریه، نگهداری ایتم، شیرخوارگاهها، مدارس، کانونهای تربیتی و آسایشگاهها و سرپرستی آن توسط روحانیون خدمتگزار یکی از شیوه‌های کارآیی است که قرن‌ها روحانیت مسیحیت و دیگر ادیان را بدون داشتن اقتدار سیاسی (ظاهری)، مورد احترام

جامعه نگاه داشته است.

۶- پرهیز از دنیا زدگی و لذت جویی

اگر بتوان تلاش برای کسب قدرت سیاسی را از مصادیق وجوب کفایی دانست رعایت دقیق حریمهای اجتماعی و شئون فرهنگی توسط روحانیت حاکم واجب عینی و یکی از شرایط اساسی جلب اعتماد مردم است. اگر مردم روحانیت حاکم را شریک درد، پناه رنج و مشکل گشای خود بدانند تا پای جان از حکومت دینی برخواسته از عواطف خود حمایت می کنند. اما اگر دنیا طلبی، زراندوزی، راحت طلبی، فامیل بازی و ... دیگر خصایل منفی حاکمان قبلی را در زندگی مدعیان دین سالاری ببینند طبیعی است که نه تنها از حکومت که چه بسا از دین نیز روی گردان شوند.

رویکرد و استقبال عظیم مردم از سید محمد خاتمی شاید یکی از مهمترین فرصتهای تاریخی روحانیت برای مردم داری باشد. اگر خاتمی در تلاش خود برای ارایه الگوی عملی حکومت دینی - مردمی ناموفق بماند امکان میل شرایط جامعه به سوی حکومت مقتدر و سرکوبگر یا بی دین و بی بندوبار وجود دارد.

ده ماه حکومت خاتمی نشان داده است که علیرغم عدم توفیق وی در حل معضلات اقتصادی محبوبیت وی محفوظ مانده است. بنظر می رسد خاتمی نمادهای مذهبی مناسب برای دوران گذار به سازندگی سیاسی را بخوبی بکار گرفته است.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
مرکز آرای
مركز جمع علوم انسانی

پی نوشت

- 1 - Lazarsfeld, 1948
- 2 - Almond, 1960
- 3 - Fagen, 1966, P.20
- 4 - Almond, 1960
- 5 - Blumer & Gurevitch, 1975
- 6 - Meadow, 1980, P.4
- 7 - Muller, 1975
- 8 - Laswell, 1935
- 9 - Cobb & Eldeer, 1972
- 10 - Easton, 1964

۱۱. هیک، ۱۳۷۲، ص ۱۷۶

۱۲. نیلیش، ۱۳۷۶، ص ۷۲-۷۰

۱۳. برای تفصیل موضوع ر.ک معالم المدرستین

۱۴. فتحی، ۱۳۵۸

۱۵. محسنیان، ۱۳۶۹، ص ۳۲۱

۱۶. محمدی، ۱۳۷۰

۱۷. مهدوی کنی، ۱۳۷۵

منابع

- ۱- مهدی محسنیان راد، ارتباط شناسی، تهران سروش، ۱۳۶۹.
- ۲- مجید محمدی، آسیب شناسی دینی، تهران، تفکر، ۱۳۷۳.
- ۳- صنعت تصویر، تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۷۲.
- ۴- اصغر فتحی، منبر یک رسانه عمومی در اسلام، پژوهشکده، ۱۳۵۸.
- ۵- حسن سینا، نگاهی به اندیشه سیاسی شیعی در گذر زمان، احیاء، ش ۵، ۱۳۷۰.
- ۶- فرهاد ناظرزاده کرمانی، نمادگرایی در ادبیات نمایشی، برگ، ۱۳۶۸.
- ۷- پل تیلیش، الهیات فرنگ، ترجمه فرهادپور، طرح نو، ۱۳۷۶.
- ۸- محمد حسین فضل الله، گامهایی در راه تبلیغ ترجمه احمد بهشتی، سازمان تبلیغات اسلامی، ۱۳۶۷.
- 9- Robert G. Meadow, *Politics As Communication*, (ABLEX, New Jersey, 1980).
- 10- Fred Inglis, *Media Theory*, (BlackWell, Oxford, 1991).
- 11- Richard R. Fagen, *Politics and Communication*, (Little Brown, Boston, 1966).
- 12- Denis Mcquail and Sven Windahl, *Communication Models*, (London: Longman, 1990).
- 13- David L. Paletz and Robert M. Entman, *Media, Power, Politics*, (New York: Free Press, 1982).
- 14- Haggay Ram , *The Myth of Early Islamic Government: Iranian Studies*. Vol. xx17, 1991.