



مرکز تحقیقات اسلامی

اصفهان

گامی



عمران

www. **Ghaemiyeh** .com
www. **Ghaemiyeh** .org
www. **Ghaemiyeh** .net
www. **Ghaemiyeh** .ir

رہنما عصری

پولیسٹا انٹرنیٹ ڈاٹ کام
پیر گوگل
طی عالمی میڈیا، الفلاح محمدی
اسٹیمپل ایسوسی ایشن
ڈاکٹر احمدی کو
ڈاکٹر سعید سعید کو



مکتبہ اہل سنت، کراچی، پاکستان

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

دین در عصر رسانه

نویسنده:

دانیل استوت

ناشر چاپی:

مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران

ناشر دیجیتال:

مرکز تحقیقات رایانه‌ای قائمیه اصفهان

فهرست

| | |
|-----|---|
| ۵ | فهرست |
| ۱۱ | دین در عصر رسانه |
| ۱۱ | مشخصات کتاب |
| ۱۱ | اشاره |
| ۱۴ | درآمد ویراستاران |
| ۱۵ | دین در عصر رسانه |
| ۱۶ | درباره کتاب |
| ۱۹ | در نسبت دین و ارتباطات |
| ۳۰ | سپاس نامه |
| ۳۴ | درآمد |
| ۴۶ | پاره اول: این کتاب درباره چه چیزی می توانست باشد؟ |
| ۹۰ | پاره دوم: از رسانه تا معنا: تحولات نظریه های رسانه، دین و فرهنگ |
| ۹۰ | اشاره |
| ۹۸ | تکامل نظریه و تحقیقات رسانه ای |
| ۱۰۵ | تحقیقات درباره دین و رسانه |
| ۱۱۱ | از رسانه به معنا |
| ۱۱۸ | معنا و هویت |
| ۱۳۱ | پاره سوم: رسانه ها و مذاهب در مرحله انتقالی |
| ۱۳۱ | اشاره |
| ۱۳۲ | تحول در رسانه ها |
| ۱۴۵ | تحولات مذهبی |
| ۱۵۷ | رسانه ها و فهرست نمادین |
| ۱۵۹ | اخبار |
| ۱۶۶ | پخش برنامه های مذهبی و تله ونجلیسم |

| | |
|-----|---|
| ۱۷۱ | نشر مذهبی |
| ۱۷۵ | رسانه های سرگرمی |
| ۱۸۲ | روش های نگرش به مذهب و رسانه ها |
| ۱۸۲ | اشاره |
| ۱۸۳ | ۱. کهن الگوها (Archetypes) |
| ۱۸۴ | ۲. واقع گرایی بازنمایانه (Representation Realism) |
| ۱۸۵ | ۳. ابزارانگاری (Instrumentalism) |
| ۱۸۶ | ۴. جمع طلبی/جهان باوری (Totalism/Universalism) |
| ۱۸۷ | ۵. تحول گرایی (Transformationism) |
| ۱۸۹ | ۶. دوگانگی یا دوگانه باوری (Dualism) |
| ۱۹۱ | ۷. فرمالیسم (Formalism) |
| ۱۹۲ | ۸. اساس گرایی (Essentialism) |
| ۱۹۳ | رسانه ها و دانش پژوهی نوین مذهبی |
| ۲۰۲ | آن چه رسانه ها می توانند انجام دهند |
| ۲۰۸ | جویندگی به وسیله رسانه ها |
| ۲۰۸ | اشاره |
| ۲۰۹ | مسیحیان بازمتولد ۱ |
| ۲۱۲ | مؤمنان معاصر ۱ |
| ۲۱۵ | معتقدان و جویندگان مابعدالطبیعه |
| ۲۱۷ | جزم اندیشان |
| ۲۱۹ | سکولار ها |
| ۲۲۳ | پاره چهارم: تبیین زندگی و فرهنگ در عصر رسانه ها: روایات موجه درباره خود |
| ۲۲۳ | اشاره |
| ۲۲۸ | گفت و گو درباره رسانه ها |
| ۲۴۰ | هویت و متن روایی |
| ۲۴۲ | روایات در حکم ابزار پژوهشی |

| | |
|-----|---|
| ۲۵۱ | چه انتظاری می‌توانیم داشته باشیم؟ |
| ۲۵۴ | مصاحبه‌ها و روایات |
| ۲۸۵ | پاره پنجم: درک مذهب و رسانه‌ها |
| ۲۸۵ | اشاره |
| ۲۸۸ | فراگیربودن رسانه‌ها |
| ۲۹۹ | زندگی با رسانه‌ها |
| ۳۲۳ | یک سنت گرا؟ |
| ۳۳۸ | گذشته‌گراها؟ |
| ۳۵۷ | حضور رسانه‌ها در زندگی معنوی روزانه |
| ۳۶۹ | پاره ششم: ابژه‌های فرهنگی و هویت مذهبی نزد مسیحیان بازمتولد و مومنان معاصر |
| ۳۶۹ | اشاره |
| ۳۷۴ | رده‌بندی‌های روف |
| ۳۷۶ | مسیحیان بازمتولد |
| ۳۷۶ | اشاره |
| ۳۷۷ | خانواده میلیکین |
| ۴۰۰ | خانواده کالاهان |
| ۴۱۱ | خانواده آلبرت |
| ۴۱۹ | مؤمنان معاصر |
| ۴۱۹ | اشاره |
| ۴۲۰ | خانواده باسول |
| ۴۳۳ | خانواده آلن |
| ۴۴۲ | زندگی در شرایط معاصر |
| ۴۴۴ | مرکزی‌گسترده |
| ۴۴۸ | پاره هفتم: ابژه‌های فرهنگی و هویت مذهبی در بین معتقدان به ما بعدالطبیعه، جزم‌اندیشان و سکولارها |
| ۴۴۸ | اشاره |
| ۴۵۰ | معتقدان و جویندگان مابعدالطبیعه |

- ۴۵۰ اشاره
- ۴۵۱ خانواده استیونز _ وُن گلدنر
- ۴۶۸ خانواده تیبر _ کالینز
- ۴۷۶ چند خانواده دیگر
- ۴۸۵ جزم اندیشان
- ۴۸۵ اشاره
- ۴۸۵ خانواده مولر
- ۴۹۳ خانواده دانگل
- ۴۹۵ سکولارها
- ۴۹۵ اشاره
- ۴۹۵ خانواده مرفی _ گوردن
- ۵۰۲ خانواده آبراهام
- ۵۰۵ نتیجه گیری و اظهار نظر درباره هر پنج رده بندی
- ۵۱۶ پاره هشتم: بازنمایی نتایج
- ۵۱۶ اشاره
- ۵۲۳ «مرا به شدت تحت تأثیر قرار می دهند»
- ۵۲۶ «رسانه ها به من الهام می بخشند»
- ۵۳۲ «مرا به تفکر یا رفتار خاصی هدایت می کنند»
- ۵۳۵ «رسانه ها (درباره دیگران و...) به من اطلاعات می دهند»
- ۵۴۵ «می خواهم با رسانه ها احساس صمیمیت کنم»
- ۵۵۰ «رسانه ها مرا توصیف می کنند»
- ۵۵۶ «با استفاده از رسانه ها خود را توصیف می کنم»
- ۵۶۲ «می خواهم رسانه ها را به چالش بکشم و رد یا تأیید کنم»
- ۵۶۸ «من از رسانه ها برای صحبت با فرزندانم یا دیگران درباره ارزش ها و اخلاق استفاده می کنم»
- ۵۸۲ پاره نهم: رسانه و فرهنگی دینی عمومی پس از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ و دوم نوامبر ۲۰۰۴
- ۵۸۲ اشاره

- تغییر در هزاره ۵۸۷
- دین و رسانه ها در ۱۱ سپتامبر و پیامد آن ۵۸۹
- رسانه ها هم چون منبع تجربه ۵۹۲
- شناخت ما از آن ها و شناخت آن ها از ما ۵۹۶
- رسانه ها هم چون منبع انتقاد های اسلام گرایان ۶۰۰
- دین عرفی جدید ناظر بر مراسم یادبود و عزاداری ۶۰۶
- رسانه ها، دین و سیاست ۶۳۷
- پاره دهم: نتیجه گیری: چه حاصل شده است؟ ۶۵۸
- اشاره ۶۵۸
- همه گیری رسانه ها ۶۶۱
- رسانه ها به منزله فرهنگ مشترک ۶۶۵
- توافق با رسانه ها و فرهنگ ۶۷۵
- اشاره ۶۷۵
- تمایز ها ۶۷۶
- یک موجودی نمادین ۶۸۳
- رویه بازگوشانه ۶۸۵
- کودکان و استقلال ۶۸۶
- طبقه اجتماعی ۶۸۷
- موجودی نمادین چیست؟ ۶۹۰
- چه دستاوردی حاصل شده است؟ ۶۹۶
- رابطه رسانه ها با دین ۷۰۴
- پیوست ۷۲۲
- فهرست اعلام ۷۳۵
- اشاره ۷۳۵
- فیلم ها/سریال ها/برنامه ها ۷۳۶
- فهرست اعلام ۷۴۲

۷۶۰ Bibliography

۷۹۲ درباره مرکز

سرشناسه: هوور، استوارت، ۱۹۵۱ Hoover, Stewart M-

عنوان و پدیدآورنده: دین در عصر رسانه / نوشته استوارت ام. هوور؛ ترجمه علی عامری مهابادی، فتاح محمدی، اسماعیل اسفندیاری؛ تهیه شده در مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما، خانه هنر و اندیشه.

مشخصات نشر: قم، دفتر عقل، ۱۳۸۸.

مشخصات ظاهری: ۴۵۳ ص _ (مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما؛)

شابک: ۰_۷۶_۲۷۶۱_۹۶۴_۹۷۸

عنوان اصلی: Religion in the Media Age, ۲۰۰۶

موضوع: رسانه های گروهی _ جنبه های مذهبی؛ رسانه های گروهی و فرهنگ؛ دین و فرهنگ.

شناسه افزوده: عامری مهابادی، علی، مترجم.

شناسه افزوده: محمدی، فتاح، مترجم.

شناسه افزوده: اسفندیاری، اسماعیل، مترجم.

شناسه افزوده: صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما. خانه هنر و اندیشه.

شناسه افزوده: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، دفتر مطالعات و برنامه ریزی رسانه ها.

رده بندی کنگره: P۹۴/الف۵د۹

رده بندی دیوئی: ۲۳/۳۰۲

ص: ۱

اشاره

ص: ۳

دین در عصر رسانه

Religion in the Media Age

(Publisher: Routledge/۲۰۰۶)

پدیدآورندگان

نویسنده: استوارت ام. هوور (Stewart M. Hoover)

مترجمین: علی عامری مهابادی، فتاح محمدی، اسماعیل اسفندیاری

تهیه شده در خانه هنر و اندیشه مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما،

دفتر مطالعات و برنامه ریزی رسانه ها

ناشر: دفتر عقل

گرافیکست: سید حسن موسی زاده

طراح جلد: سید محمدهادی قادری

صفحه آرابی: احمد نوری

حروف چینی و نمونه خوانی: ماهنامه رواق هنر و اندیشه

ویرایش: زینب علیزاده (با سپاس از همکاری سیده بنت الهدی دقیقی)

نوبت چاپ: اول / پاییز ۱۳۸۸ / قم

شمارگان: ۲۵۰۰ نسخه

قیمت: ۴۰۰۰ تومان

نشانی: قم. بلوار امین. مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما

تلفن: ۰۲۵۱ _ ۲۹۱۹۶۷۰

درآمد ویراستاران

درآمد ویراستاران

مجموعه بینارشته ای رسانه، دین و فرهنگ، به تحلیل نقش رسانه در تاریخ و دینداری معاصر می پردازد. کتاب های این مجموعه به بررسی دقیق اهمیت رسانه های گوناگون در اعمال مذهبی از زمان چاپ سنگی و فیلم تا تلویزیون و اینترنت می پردازند. مطالعات انجام گرفته در سراسر دنیا بر اهمیت بستر فرهنگی، اجتماعی و مذهبی رسانه تاکید دارند. کتاب های این مجموعه با صرف نظر از تلقی صرف رسانه به عنوان ابزاری برای انتقال اطلاعات به طرق گوناگون، کمک شایانی به شکل گیری الگویی برای فهم رسانه به منزله جزو جدایی ناپذیر دین معاصر می کنند. نویسندگان این مجموعه با بهره گیری از روش های متنوع به بررسی این نکته می پردازند که چگونه اعتقادات در تولید، توزیع و پذیرش ارتباطات تاثیرپذیر شکل می گیرند.

استوارت هوور، دانشگاه کُلرادو

جولین میچل، دانشگاه ادینبورگ

دیوید مورگان، دانشگاه والپارایسو

دین در عصر رسانه

دین در عصر رسانه

کتاب دین در عصر رسانه با نگاهی به تعامل هر روزه دین و رسانه در محیط فرهنگی ما، ارزیابی جدیدی از موقعیت دینداری مدرن ارائه می دهد. در سال های اخیر شاهد دور بودن از فضای مذاهب نهادینه شده و حرکت به سوی قالب های فردی و مستقل تحقیق در جست و جوی مفهوم معنویت بوده ایم. فیلم، تلویزیون، صنعت موسیقی و اینترنت با گذر از تاکیدات یکپارچه مذاهب جهان و امکان دسترسی آسان به آرمان های متنوع و پراکنده، از جایگاه ویژه ای در این فرآیند برخوردارند. در حالی که این کتاب و دیگر منابع اطلاعاتی متنوع، با گردش در رسانه های جمعی، قالب فکری مذهبی و تعهد را تغییر داده اند، آرزوی انسان برای رسیدن به معنویت نیز جانی تازه به فرهنگ مردمی بخشیده است و با خلق دوباره کالاهای اساسی از فیلم های پرفروش، ورزش جهانی و موسیقی پاپ بستری مناسب برای درک مفهوم دینی ساخته است.

استوارت ام. هوور با انجام تحقیقی جذاب درباره مصرف خانگی رسانه، مسیر تلاقی دین و رسانه در تجربه فرهنگی مخاطبان رسانه را نشان می دهد. نتیجه تلاش وی، خوانشی جذاب برای علاقه مندان رسانه های جمعی امروزی در ارتباط با زندگی مذهبی و معنوی معاصر خواهد بود.

درباره کتاب

درباره کتاب

رخداد دومین همایش دین و رسانه باعث شد تا خانه هنر و اندیشه از زیرمجموعه های پژوهشی مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما پس از سال ها کار فکری بر مقوله دین و هنر، دین و رسانه (با تجربه انتشار مکتوباتی چون ماه نامه رواق هنر و اندیشه به عنوان تنها ماه نامه تخصصی موجود با محوریت دین و رسانه و هم چنین برگزاری دو دوره همایش رسانه تلویزیون و سکولاریسم) و به عنوان یکی از اصلی ترین بانیان برگزاری دومین همایش دین و رسانه، در اندیشه تدوین مجموعه ای از مکتوبات علمی، ترجمه کتاب دین در عصر رسانه نوشته دکتر استوارت هوور، را به اهالی پژوهش عرضه نماید.

از آن جا که کتاب دین در عصر رسانه به تفحص در سه حوزه دین، رسانه و فرهنگ مشغول است در نتیجه با توجه به ماهیت بینارشته ای اش از هر نحله علمی چیزی را اخذ کرده است که همین، کار ترجمه کتاب را دقیق تر نمود. به هر حال تلاش مولف برای اخذ مفاهیمی از دین شناسی، مردم شناسی، جامعه شناسی و رسانه شناسی به همراه عنایت خاص کتاب به فرهنگ جاری و ساری در جامعه امریکا _ که با توجه به بعد مسافت جغرافیایی و عقیدتی، برای ما غریب است _ لازم می آورد تا کتبی از این دست بیشتر متکی بر پاورقی هایی باشند که بتوانند در گشایش مفاهیم و روان کردن مطالب، خواننده را یاری دهند.

به دلیل پیش گفته و از آن جا که این کتاب در برخی پاره هایش بر محور گفت و گوها تنظیم شده است و در میان گفتارها نام بسیاری از فیلم های سینمایی و برنامه های تلویزیونی برده شده، تلاش شده تا در اندازه ای مقبول، اولیه ترین اطلاعات درباره آن آثار به خواننده داده شود. در این مسیر از منابعی چون کتاب راهنمای فیلم اثر بهزاد رحیمیان (انتشارات روزنه)، پایگاه اطلاع رسانی IMDB.com و TVland.com استفاده کافی و وافی برده شده است.

در ترجمه کتاب از همکاری مترجمینی چون آقایان اسماعیل اسفندیاری (با ترجمه درآمد کتاب و دو پاره اول)، علی عامری مهابادی (ترجمه پاره سوم تا هشتم) و فتاح محمدی (ترجمه پاره نهم و دهم به همراه بخش نکاتی درباره روش) سود جستیم تا بتوانیم در فرصت محدود تا برگزاری همایش، کتاب را با ترجمه ای قابل قبول و روان به سرانجام برسانیم. همچون هر کتاب مترجم دیگر، نواقصی وجود دارند که امیدواریم اهل فن گوشزد کنند تا در آینده رفع شوند.

به هر روی حاصل تلاش یک ساله اکنون در دستان شماست و در مظان قضاوت شما. امیدواریم مطلوب افتد. می ماند سپاس از کسانی که در این مدت یاری شان دلیل ثمر رسیدن کتاب بود؛ که کمترین کار، یادکردی از همراهی و تلاش آنهاست:

استاد منصور ابراهیمی: که پیشنهاد ترجمه کتاب از او بود.

حجت الاسلام دکتر هادی صادقی ریاست مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما، حجت الاسلام سلمان رضوانی و برادر احمد اسفندیار مدیریت پیشین و کنونی خانه هنر و اندیشه که از آغازین روزهای کار به نیکی همراهی مان کردند.

و دیگرانی که هر کدام در روند به پایان رسیدن این پروژه ما را یاری نمودند:

برادران وحید حیاتی (مسئول واحد پژوهش خانه هنر و اندیشه)، سید حمیدرضا قادری، امیرحسین پیش آهنگ (که در خوانش چندباره کتاب و رفع نواقص آن به دقت کوشا بود)، روح الله عطایی، محمد رفعتی، مرتضی سمیع زاده و علی حایری (مدیریت چاپ و نشر مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما)؛

به ویژه از دفتر مطالعات و برنامه ریزی رسانه ها جهت همکاری در چاپ این کتاب؛

امیدواریم این سلسله آثار در حرکت علمی و پژوهشی اهالی ایران زمین مفید واقع شوند.

ان شاءالله

پاییز ۱۳۸۸

در نسبت دین و ارتباطات

در نسبت دین و ارتباطات

این کتاب درباره رسانه ها و دین است و نه دین و رسانه ها. در واقع در این تعبیر، محور اصلی رسانه ها بوده و نسبت دین با رسانه ها بررسی شده است. در یک کلام می توان گفت اثر حاضر به بررسی تطبیقی یا چندفرهنگی خارج از حوزه امریکا و اروپا _ به ویژه جوامع اسلامی _ در آن دیده نمی شود. نگاه کوتاهی به فهرست منابع و کتاب شناسی اثر حاضر نشان می دهد که این فهرست فاقد آثار دیگر اندیشمندان _ به ویژه اندیشمندان جهان اسلام _ درباره دین و رسانه است.

دین در جامعه امریکا و به طور کلی در غرب، امر محوری نبوده و در حاشیه قرار دارد. البته این امر در کشورهای مختلف اروپایی و امریکا متفاوت است. این در حالی است که در جوامع اسلامی (و نه لزوماً در دول و نظام های حاکم بر کشورهای اسلامی) دین امری محوری بوده و با فرهنگ کاملاً آمیخته شده است. بدین ترتیب واژه دین در میانه مسلمانان بیان کننده راه زندگی است نه یک سازمان و یا بخشی از جامعه.

گرچه قرن هاست دین مسیحیت بر امریکا تسلط دارد ولی در تاریخ، جامعه و نظام امریکا دین رسمی و ملی وجود ندارد. در واقع یکی از مشخصه های اصلی جامعه امریکا این است که فرقه ها، ادیان و مذاهب مختلف بیش از هر کشور دیگری در آن جلوه می کنند. این امر _

همان گونه که در کتاب حاضر نیز به آن اشاره شده است _ تنوع مذهبی و دینی امریکا را نشان می دهد.

در یک قرن اخیر، دانش ارتباطات و اطلاعات در غرب در چند مسیر اصلی شکل گرفته است که می توان آن را در ۱۰ رویکرد اصلی زیر خلاصه و طبقه بندی کرد:

رویکرد ریاضی و فرمانش شناسی (سایرنیتیک)، رویکرد سیاسی و جامعه شناختی، رویکرد مردم شناختی و زبان شناختی، رویکرد روان شناختی، رویکرد اقتصاد سیاسی، رویکرد حقوقی، رویکرد ادبی و فرهنگی، رویکرد فلسفی و پدیدارشناختی، رویکرد بیولوژیک و ژنتیک و نهایتاً رویکرد روزنامه نگاری. نمونه این گونه رویکردها را می توان در آثار افرادی همچون کلاذ شانون، وارن ویور، نوربرت وینر، هارولد لاسول، رابرت پارک، کارل هاولند، ادوارد هال، نوام چامسکی، هارولد اینیس، مارشال مک لوهان، ژان فرانسوا لیوتارد، ژاک الول، یورگن هابرماس، والتر لیپمن و دیگران مشاهده کرد.

آنچه ما در این گونه مطالعات و ادبیات نمی بینیم، چیزی است که نام آن را رویکرد معنوی و دینی در ارتباطات می گذارم؛ در واقع موضوعات مربوط به دین و معنویت با رویکردهای جامعه شناختی، روان شناختی، مردم شناختی و اقتصاد سیاسی و... بررسی می شود. متأسفانه این رویکرد در کشورهای اسلامی نیز _ که روزگاری مشعل

علم، حکمت، اطلاعات و ارتباطات را در دست داشته اند و دارای رویکردهای معرفت شناختی خاص خود هستند _ متداول و در بسیاری از حوزه های علمی و دانشگاهی حاکم شده است.

حاصل این نگاه تقلیل گرایانه، استحاله مفهوم و رشته ارتباطات در دنیای غرب در طی چند دهه گذشته بوده است. این امر به تدریج در طی چند مرحله صورت گرفته است. مرحله اول این استحاله، جدا کردن حکمت از دانش بود. در واقع در لایه ای عمیق تر، جدایی دانش و ارزش بود که حکمت را از دانش جدا ساخت. مرحله دوم این روند ترجمه و تبدیل دانش به اطلاعات و جمع آوری اطلاعات و داده ها به صورت پراکنده و متفرق بود. بدین ترتیب وحدت بین انسان و دانش او شکسته شد و معنویات و دین (به عنوان راه کامل زندگی) از دنیا جدا گردید و آسیب دید. در این زمینه دو موضوع را باید در نظر داشت؛ نخست اینکه ادیان الهی در جوامع مختلف بشری سیر متفاوتی داشته اند. جریان کلیسای کاتولیک و پروتستان در مسیحیت با جریان دین در جوامع اسلامی کاملاً متفاوت است. بنابراین مفهوم دین در دنیای غرب و دنیای اسلام دو چیز مختلف است ولی می تواند جوانب مشترکی نیز داشته باشد.

موضوع دومی که باید یادآور شد، این است که رشته ارتباطات در دنیای غرب در یک محیط سکولار (غیردینی و در برخی موارد ضد

دینی) و تحت نظام سیاسی و اقتصادی معروف به ملت _ دولت که متضمن مجموعه ای از تفکرات سرمایه داری و سوسیالیستی بود، پرورش پیدا کرد و شاخه های آن اغلب به صورت مجزا و عمودی بوده و در جهت حفظ نظام موجود و زیرساخت های آن عمل می کرد؛ برای نمونه رویکرد ریاضی و سایبرنتیک ارتباطات از مطالعه فن آوری ها و به ویژه تلفن، رادار و رایانه به وجود آمد ولی همین الگوی ریاضی بر حوزه ها و بخش های دیگر جوامع مانند سیاست، اقتصاد و جنگ حاکم شد. رویکرد سیاسی ارتباطات در نتیجه مطالعات تبلیغات سیاسی و جنگ روانی و توسعه مفهوم دموکراسی و مشارکت در غرب شکل گرفت. رویکرد دوم شناختی و زبان شناختی و به ویژه ارتباطات میان فرهنگی برای حل و فصل مشکلات دنیای استعمار و سلطه گرایی در اروپا و امریکا توسعه پیدا کرد و سپس جوانب تئوریک و نظری را در بر گرفت. روش جامعه شناسی ارتباطات با نظریات ماکس وبر جامعه شناس آلمانی درباره اخلاق پروتستان و تأثیر آن بر توسعه نظام سرمایه داری و تجدیدگرایی (مدرنیته) در آمیخت و نظریات متداول امروزی ارتباطات و توسعه و... را به وجود آورد. بسیاری از رویکردهای ارتباطات در تقویت ملی گرایی (ناسیونالیسم)، سوداگرایی، مصرف گرایی و دنیاگرایی عمل کرد. آنچه می توان این خطوط عمومی رویکردها را ریشه بندی کرده و وحدت بخشید، مفهوم و عامل

جهان بینی است. عامل جهان بینی در رویکردهای متداول ارتباطات غرب نیمه پنهان است. دین به معنای راه زندگی و به معنای وحدت خالق، مخلوق و طبیعت در عامل جهان بینی خود را نشان می دهد.

نسبت دین و ارتباطات با این پرسش اساسی آغاز می گردد که اصل و پیدایش انسان از کجاست و رابطه او با خالق خود، با جامعه، با انسان های دیگر و با طبیعت، محیط و جهان چیست؟ در این چهارچوب دینی و اسلامی، ارتباطات ابعاد مختلف ولی به هم پیوسته ای دارد. اطلاعات در جامعه با ارزش رابطه دارد و نمی تواند بی طرف و خنثی باشد. از دیدگاه اسلام، ارتباطات با حکمت علم دانش اطلاعات و داده ها سروکار دارد و همه اینها باید به هم پیوسته باشند.

علم در معنا و مفهوم غربی آن، به مشاهده ها و بررسی عوامل حسی و خارجی اکتفا می کند. این نوع نگاه به علم باعث می گردد که انسان به عنوان نتیجه تکامل حیوان ها معرفی گردد. در مقابل این نوع نگاه، دین، پیدایش و اصل انسان را در خلقت می بیند. در واقع غرب موضوع خلقت را کنار گذاشته و از تکامل انسان و مطالعه نظم اجتماعی و فردی صحبت می کند.

به تدریج، رشته ارتباطات در غرب _ که در دوران باستان و قرون وسطی با هنر مترادف بود _ جنبه علمی به خود گرفت. می توان گفت از منظری اسلامی، سکه ارتباطات دو رو دارد که عبارت است از علم و

هنر؛ ارتباطات از دیدگاه دین، هنر، شعر، معماری، عرفان و فلسفه با دیدگاه امروزی علم ارتباطات در غرب کاملاً متفاوت است. مطالعه ارتباطات از منظر قرآن، مولوی، ابن سینا، رازی، فارابی و... همگی نظریه های امروزی متداول ارتباطات در غرب را به حاشیه می راند. در واقع، تمدن ادامه توسعه و تکامل ابزارآلات و جوانب فیزیکی انسان است در حالی که فرهنگ و ارتباطات با پرسش های معنوی و غیرمادی بشر سروکار دارد.

می توان گفت تنها فرهنگ اسلامی است که توازن ظریف میان فرهنگ های شفاهی و خطی ارتباطات میان فردی و واسطه ای را حفظ نمود. فرهنگ چاپی و الکترونیک در غرب به جمع شدن قدرت در دست عده ای محدود کمک کرده و تمرکز تأسیسات دولتی و ایجاد انحصارهای شرکتی را موجب شد. هر چند توسعه علم و آموزش و صناعی همچون چاپ، انحصارگری کلیسای مسیحیت و دیکتاتوری شاهان آن زمان را شکست داده و به انقلاب صنعتی، انقلاب فرانسه و تجددگرایی منجر گردید ولی این جریان سکولار ارتباطی در گسترش معنویت در جامعه، همانیت از دین، ایجاد مساوات اجتماعی و اقتصادی و سیاسی، جلوگیری از سلطه گری، امپریالیسم و جنگ های جهانی موفق نشد.

امروزه تعارض بنیادین هستی‌شناختی و انسان‌شناختی میان دو الگوی متفاوت دینی و سکولار در علوم اجتماعی، بیش از همه در عرصه فرهنگ اجتماعی، مطبوعات و رسانه‌های جمعی خود را نشان داده است. با ملاحظه مسائل و مشکلاتی همچون خودبیگانگی مردم از تمدن ماشینی، ناهنجاری‌های ناشی از زندگی به اصطلاح مدرن و کمبود عاطفه و محبت بین افراد، طبیعتاً توجه به مطالعه درباره رسانه‌ها و دین افزایش پیدا کرده است ولی توجه به ارتباط‌شناسی معنوی و دینی از طلوع انقلاب اسلامی ایران احیا گردیده است. در واقع چند دهه پیش بود که اندیشمندان رشته ارتباطات به اهمیت فرهنگ به عنوان یک مفهوم اجتماعی پی بردند ولی پژوهشگران و محققان ارتباطات در حال حاضر اغلب از یک منظر معرفت‌شناختی قوم‌مدار به فرهنگ و دین می‌نگرند. در چنین وضعیتی تفاهم بینا فرهنگی حاصل نخواهد شد مگر اینکه رویکردهای نظری به این رشته اهمیت مکاتب فکری دیگر را به رسمتی بشناسد. بنابراین نیاز به شناخت فرهنگ و دین در سطوح بنیادین و به ویژه معرفت‌شناختی وجود دارد.

نظریه پردازی درباره ارتباطات و اسلام در چهارچوب یک اسلوب معین، سال‌ها پیش از پیروزی انقلاب اسلامی ایران از طرف نگارنده این مقدمه آغاز گردید و این موضوع در دهه‌های اخیر چه در غرب و چه در کشورهای اسلامی توسط دیگران دنبال شده است. در حقیقت

برای من شناخت ارتباطات اسلامی و دینی دریچه‌ای برای درک پدیده انقلاب اسلامی بود. پیروزی انقلاب اسلامی ایران در مقاله‌ای که این جانب با نام ارتباطات جمعی، نخبگان و نظام‌های ملی در خاورمیانه به کنگره جهانی علوم ارتباطات و روابط بین‌الملل در سال ۱۹۷۴ میلادی (۱۳۵۳ شمسی) ارائه دادم، پیش‌بینی می‌شد. پنج سال بعد و در آستانه پیروزی انقلاب اسلامی ایران مقاله نگارنده با نام تکنولوژی در مقابله با سنت: (Journal of Communication) به چاپ رسید که در آن به بررسی نقس سنت و دین در پیروزی انقلاب اسلامی ایران پرداخته بودم.

با همه این باید دانست که ترویج و توسعه نظریه‌ها و الگوهای جدید و نوآورانه هیچ‌گاه آسان نبوده است. در سال ۱۹۹۰ میلادی (۱۳۶۹ شمسی) در آستانه فروپاشی شوروی و یوگسلاوی در یک سمینار بین‌المللی با موضوع جامعه مدنی و جامعه اطلاعاتی _ که با حضور کارشناسان ۲۳ کشور در شهر لوبلیانا در جمهوری اسلوانیا تشکیل شده بود _ شرکت داشتم. شرکت کنندگان ممالک اروپایی و آمریکایی نه تنها از شنیدن گزارش من با نام جامعه مدنی، جامعه اطلاعاتی و جامعه اسلامی؛ یک مطالعه تطبیقی اظهار شگفتی کردند، بلکه عده قابل توجهی از این استادان جامعه‌شناسی و ارتباطات غرب از اینکه اسلام از آغاز ظهور، حکومت، دولت و جامعه مدنی ویژه‌ای را

تشکیل داده و دین را از سیاست جدا نکرده است، اظهار بی اطلاعاتی کردند. نکته جالب توجه این بود که این اجلاس بیش از یک دهه پس از پیروزی انقلاب اسلامی ایران برگزار می شد. عدم آگاهی و درک این عده از دانشگاهیان غرب از اسلام و ارتباطات در آن جلسه به قدری خجالت آور بود که فصل نامه علمی رسانه، فرهنگ و جامعه (Media, Culture Society) از بنده دعوت کرد که شماره ویژه ای با نام اسلام و ارتباطات به سردبیری این جانب و پروفیسور فیلیپ شلزینجر از بریتانیا (اسکاتلند) منتشر شود. این شماره ویژه که حاوی مقاله های برخی از دانشمندان جهان اسلام بود، نخستین شماره یک فصل نامه غربی درباره نظریه های ارتباطات و رسانه های اسلامی بود. متأسفانه این شماره _ که پرتیراژترین شماره در تاریخ این نشریه بوده است _ چندان مورد توجه مجلات رسانه ای و ارتباطی ایران قرار نگرفت و تا امروز نیز اقدامی جهت ترجمه و توزیع آن صورت نگرفته است.

در سال های اخیر، موضوع دین و ارتباطات بیش از پیش مورد توجه و مطالعات و تحقیق دانشگاهیان، فرهنگیان، دولت مردان و رسانه ها قرار گرفته است؛ برای نمونه در سال ۲۰۰۳، فصل نامه معروف ارتباطات بین الملل (The Journal of International Communication) مقاله اصلی خود را به نوشتار بنده با نام ارتباطات، فلسفه و دین اختصاص داده و بدین وسیله از استادان رشته

ارتباطات درخواست کرد که در این باره و آینده تحقیق در ارتباطات بین الملل مقاله ها و نظریه های خود را جهت شماره ویژه ای که در سال ۲۰۰۴ در این باره منتشر خواهد شد، ارسال دارند.

بی تردید بحران سیاسی و مطبوعاتی چند سال اخیر در جامعه ما بی ارتباط با این مسائل نیست. دیدگاه های دینی، اسلامی و بومی از جمله مباحثی است که نیاز به بررسی و تبیین بیشتری دارد و من کوشش کرده ام به سهم خود چه در غرب و چه در ایران و کشورهای اسلامی مطالعه و تحقیق را در این حوزه ادامه داده و همکاران و دانشجویان خود را به این امر تشویق نمایم. از آن جمله در دو کتاب ارتباطات جهانی در حال گذر: پایان چندگونگی؟ و الگوی مطبوعات و رسانه های اسلامی که به زبان فارسی منتشر شده و در دسترس علاقه مندان است، تلاش نموده ام تا به بررسی نسبت دین و رسانه ها پردازم.

زمانی که ناشر پیشنهاد نگارش مقدمه ای بر این اثر را ارائه داد، آن را پذیرفتم؛ زیرا هم با نوشته ها و دیدگاه های مؤلف آشنایی دارم و هم با خود ایشان به عنوان یک استاد دانشگاه و هم قطار در رشته ارتباطات. از سوی دیگر معتقدم که ترجمه هر کتاب خارجی به زبان فارسی در هر رشته ای که باشد، باید با یک مقدمه همراه باشد تا خوانندگان، آن کتاب را در چهارچوب محدودیت های فرهنگی، زبانی، سیاسی و

اقتصادی و میزان وسعت و عملیاتی بودن یا نبودن آن ملاحظه و قضاوت کنند.

آشنایی من با پروفیسور استوارت هوور به بیش از دو دهه پیش برمی گردد. در این مدت ما در بسیاری از همایش های مربوط به رشته ارتباطات و حوزه دین و رسانه در امریکا و اروپا با همدیگر شرکت داشتیم. پروفیسور هوور یکی از چهره های شناخته شده این رشته در امریکا است و سال هاست با حوصله و صبر توانسته با کمک همکاران و دانشجویان خود در دانشگاه کلرادو اهمیت دین در عصر رسانه را در جامعه دانشگاهی، علمی و دینی تبیین نماید. این اثر ایشان که به زبان فارسی ترجمه و در اختیار علاقه مندان قرار گرفته است، یک خدمت مهم در دانش و آگاهی ما درباره نقش رسانه ها و دین در عصر به اصطلاح اطلاعات در جامعه امریکا است.

بیا تا گل برافشانیم و می در ساغر اندازیم

فلک را سقف بشکافیم و طرحی نو دراندازیم

سید حمید مولانا

مهرماه ۱۳۸۸ / تهران

سپاس نامه

سپاس نامه

به ثمر رسیدن چنین پروژه ای بدون حمایت بسیاری از افراد غیر ممکن بود. به ویژه وقتی که کار، تعاملی بوده و مدت زمانی طولانی تر از آنچه که باید، بطلبد. هنگام انجام این پروژه من با دو سمت مدیر موقت گروه ژورنالیسم و ارتباطات جمعی دانشگاه کلرادو مشغول به کار بودم. این تجربه باعث سپاس گزاری پیش از پیش من از تعهدات مدیریت دانشگاه در قبال تحقیقات علمی شد. تحقیق انجام شده را مدیون کمک های مالی سازمان اوقاف لیلی به ویژه کمک و حمایت دکتر کریگ دیکسترا و دکتر کریس کوبل هستیم و متشکرم از این سازمان به خاطر تعهد و باورش نسبت به ما. از همان ابتدای کار، کریگ دیکسترا علاقه خود را برای همکاری نشان داد. تاملات و تشویق های ایشان دارای ارزش مضاعف هستند؛ زیرا خود، فرهیخته ای ارزشمند در زمینه دینداری معاصرند.

در این چند صفحه، سپاس گزار کمک های فراوان تیم تحقیقاتی ام هستم. لین شافیلد کلارک، همکار و محقق همراه من در این پروژه بود. از لین به خاطر اطلاعات ارزشمند، نظرات و تشویق های وی در مراحل

گوناگون پروژه و همچنین تلاش های بی وقفه اش در جایگاه مدیر و عضو تیم های تحقیقاتی متشکرم.

رویکرد ما به تحقیق، شامل محققان میدانی و تحلیل گر است. در اینجا دوست دارم از زحمات هنریک بوئه، دایان آلترز، جو چمپ، لی هود، دنیس واکر، میچل مایلز، کریستوف دمونت هاینریش، اسکات وبر، آنا ماریا روسو لمور، جین کیو پارک، مونیکا امریش، کورتیس کوتس و کاری اسکاگیرگ در مراحل گوناگون پروژه و تحقیقات میدانی قدردانی کنم.

همکاران من در رشته های مطالعات رسانه، مطالعات فرهنگی و مطالعات دینی کمک های فراوانی به این پروژه کرده اند. از نظرات، تاملات، عکس العمل ها و تشویق های افراد زیر، قدردانی می کنم:

کاترین آلبانس، نانسی آمرمان، کوئابنا آسامووا گیادو، لیز برد، برندا برشر، هاییدی کمپل، جیم کری، جوی چارلتن، کلیف کریستینز، جرج کانکلین، نیک کولدري، دنیل دیان، جی دِمرات، فرد دنی، اریکا داس، مارا اینشتین، ژان فرنبک، جان فره، دنا نس فرانتر، فای گینزبرگ، اریک گورملی، ران گرایمز، لری گراس، اینگون هاگن، سیز هاملینک، دان هندلمن، ماری هس، بیرگیتا هویر، هورسفیلد، ژانت جاکوبس، کلاوس جنس، الیهو کتز، باربرو کلین، شاون لندرس، برایان لارکین، پتی لیمریک، الف لیندرمن، سونیا لیونگستن، میا لوهایم، جیم لال، نات

لاندهای، دنیس مک گیلوری، بیل مک کینی، جفری ماهان، مارتین مارتی، کارولین ماروی، آدان مدرانو، بیرثیت میر، جولین میچل، دیوید مورگان، هوراس نیوکامب، تورلیف پترسن، سالی پرومی، کلازک روف، میشل روزنتال، اریک رزنباهرل، رالف ساتیر، راجر سیلورستین، جوئیس اسمیت، جودیت استیسی، دن استوت، ربکا سولیوان، گوران تربورن، گونتر توماس، پرادیپ توماس، شام توماس، استیو وارنر، هیلاری وارن، مایکل ولکر، دایان وینستن، مالوری وبر، لیندا وودهده، باب وتاو، باربی زلیزر و آنجلا زیتو.

اگر اسم کسی جا افتاده است، معذرت می خواهم. بسیاری از اطلاعات و گفت و گوهای مفید در کنفرانس های انجمن ارتباطات بین المللی، انجمن بین المللی رسانه و تحقیقات ارتباطات، انجمن محققان اینترنت، انجمن آموزش ژورنالیسم و ارتباطات جمعی، آکادمی دین امریکا و انجمن مطالعه علمی دین ردوبل شدند. کنفرانس های ادواری رسانه، دین و فرهنگ در بولدر، ادینبورگ و لویزیویل و نشست های تخصصی اُپسالار سوئد، هایدلبرگ در آلمان و جیواسکیپلا در فنلاند تشکر ویژه ای داشته باشم.

هیئت مطالعات بین المللی رسانه، دین و فرهنگ نیز با حمایت های مالی بنیاد استیچینگ پورتیکوس توانست نقش مهمی در این میان داشته باشد.

این کتاب در میان اولین مجموعه جدید رسانه و دین قرار دارد. دوست دارم از همکاران ویراستارم، دیوید مورگان و جولین میچل به خاطر زحماتشان و بازبینی پروژه تشکر کنم. همچنین می‌خواهم از راجر تورپ ویراستار انتشارات راتلیج یاد کنم که کل مجموعه را بازبینی کرد و از اهمیت نقش این کتاب گفت. همچنین از ویراستار مجموعه حاضر لیزلی ریدل بی نهایت سپاس گزارم.

در آخر اینکه خانواده هر فرد نقش مهمی در به سرانجام رساندن پروژه ای مانند این دارد. در یکی از کتاب هایم اشاره کردم که پدرم ویلبر آر. هوور که هنگام نوشتن این کتاب فوت شد، نقش مهمی در علاقه مندی من به رسانه به خاطر علاقه خودش به اخبار داشت؛ او به دلیل روحیه جست و جوگرش مرا به تحقیق علاقه مند کرد و او که خودش معلم دینی و مبلغ بود، آتش جذبه دینی را در من شعله ور کرد. متشکرم از مادرم، خواهرم، برادرانم و اقوام نزدیکم که نوشته های مرا می‌خوانند.

و در آخر سپاس گزارم از همسرم کارن که یار، هم سفر، رفیق شفیق و دوست من در همگی لحظه ها حتی پیاده روی و اسکی بود. حمایت او از من در این پروژه نقش به سزایی داشت.

استوارت ام. هوور

مزرعه آراپاو، کُلرادو

در امتداد قرن بیست و یکم، دین و رسانه روز به روز بیشتر با یکدیگر مرتبط می‌شوند. بخش اعظم مذهب و معنویت دوران معاصر، از طریق رسانه درک می‌شود و رویدادها و نمادهایی مهم، با فراوانی روزافزون ظاهر می‌شوند. تنها در سال‌های اخیر، شاهد رویدادهای رسانه‌ای حملات تروریستی ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ و ۷ ژوئیه ۲۰۰۵، پوشش وسیع رسوایی‌های کلیساهای کاتولیک آمریکا و اروپا، درگیری‌های عمومی گروه‌های مذهبی درباره ارزش‌های اجتماعی‌ای چون حقوق هم‌جنس‌بازان، غلبه گفتمان‌های رسانه‌ای دین بر مبارزات سیاسی آمریکا و ظهور مجدد دین در حیات سیاسی و اجتماعی اروپا بوده‌ایم. هم‌چنین [فیلم] مصائب مسیح اثر میل گیسن (۱) و فیلم چه ناگفته‌ای می‌دانیم اثر ویلیام آرتز، (۲) پیوستن تام کروز به جان تراولتا به عنوان نماد

۱- The Passion of the Christ .

۲- . فیلم What the Bleep Do We Know? محصول سال ۲۰۰۴. ساخته William Arntz's. این فیلم، فلسفه، عرفان و علم را در جست‌وجوی معنای حیات به هم می‌آمیزد. در آمریکا به عنوان نقطه مقابل اثر دگماتیک و سنتی‌تر گیسن بینندگان زیادی کسب کرد.

۱) Scientology، ایفای همین نقش توسط میدونا در ارتباط با ۲) Kabbalah، نمایش روزافزون معنویت و دین به صورت گوتیک، وحشتناک، علمی - تخیلی، جادویی، اسرارآمیز و غیر متعارف در تلویزیون و سینمای عامه پسند و مشاجرات درباره نفس حضور دین - به انحای گوناگون - در رسانه نیز از همین نمونه است؛ بنابراین، دیگر نمی توان حوزه های دین و رسانه را به آسانی از یکدیگر تفکیک کرد. این کتاب به دنبال آن است که شیوه های امتزاج و برخورد رسانه و دین در تجربه فرهنگی مخاطبان رسانه را ترسیم کند.

اندیشیدن درباره روابط میان دین و رسانه در قالب های نهادی، برای ما آسان بوده است. ما، دین را به عنوان مجموعه ای از سنت ها، عقاید، اعمال و نهادها تلقی کرده ایم که در جایگاهی مستقل و مشابه فرهنگ قرار دارند. هم چنین فرهنگ را صرفاً به عنوان میسرکننده ارتباط، تعامل، خاطره و تاریخ در درون روابط اجتماعی، از طریق تأمین زبان و موقعیت های تعاملی به حساب می آوریم. در این دیدگاه رایج، جامعه دارای مجموعه طبقات سخت و محکمی است که انسان ها باید عمل کردن در داخل آن را بیاموزند. جامعه، ساختارها و مرزهایی فراهم می کند که در درون آن ها مقولاتی چون فرهنگ و دین کار خود را انجام می دهند و هویت فردی، به نوعی نتیجه این عوامل است و توسط آن ها محدود و حتی تعیین می شود.

-
- ۱- . دین فلسفی که از فنون گوناگون روان درمانی برای ایجاد رهایی معنوی و عاطفی استفاده می کند و در سال ۱۹۵۴ توسط L. Ron Hubbard در کالیفرنیا بنیان گذاشته شد. (م.)
 - ۲- . مجموعه ای از آموزه های عرفانی یهود. (م.)

این قیاس اجتماعی _ نظری، توسط روندهایی در حیات سیاسی و اجتماعی معاصر، به دلیل تغییر و تکامل رسانه در حال تضعیف است. شخصیت های رسانه ای و سرگرم کننده برای جلب توجه و نفوذ، با نهادهای اجتماعی سنتی و رهبران آن ها رقابت می کنند. امروزه بازار، در حیات اجتماعی و فرهنگی، نقشی تعیین کننده دارد. تجربه های مشترک رسانه ای هستند که طرح و شرایط گفتمان اجتماعی و سیاسی را تعیین می کنند. از طریق این روندها، فرهنگ به شکلی فزاینده و با نوعی استقلال، عمل می کند که از جهات گوناگون بی سابقه است.

هم زمان، اعمال دینی در حال تغییر است و افراد، مسئولیت بیشتری در جهت گیری جست و جوی معنوی خود بر عهده می گیرند. با این جست و جوی، نفوذ و مشروعیت همه ادیان رسمی به شکلی فزاینده زیر سؤال رفته است. قدرت مشروعیت بخشی، بیشتر و بیشتر در دستان جست و جوگر قرار گرفته است؛ زیرا وی برای کسب بینش دینی یا معنوی، به دامنه وسیع تری از منابع و زمینه ها _ فراتر از موارد سنتی _ می نگرد. همه این مسایل، رسانه را در کانون این روندها و درک ما از آن ها قرار داده است.

مجموعه ای از ناظران، درباره روابط در حال تکامل دین و رسانه اندیشیده اند. برخی به خاطر نفوذ رسانه در اشکال سنتی تر و اصیل تر بیان و عمل دینی، تأسف خورده اند. بقیه هم، نفوذ منافع دینی در رسانه و از طریق رسانه را محکوم کرده اند؛ با این حال، برخی دیگر، از آن چه جهت گیری ضد دینی رسانه می خوانند، انتقاد کرده اند. در این میان با مشهورتر شدن منافع، جنبش ها و افراد دینی در حیات اجتماعی و

سیاسی معاصر، دین بیشتر و بیشتر به موضوع تبعات ژورنالیستی تبدیل شده است.

آن چه در گفتمان عمومی (۱) عمدتاً مغفول مانده است، تمرکز بر نقش دریافت (۲) و معناسازی توسط مخاطبان رسانه در این روندهاست. در میان کسانی که به فصل مشترک رسانه و دین پرداخته اند، نام جون پیک (۳) هنرمند کره ای - آمریکایی تولیدکننده ویدیویی قابل ذکر است. او چندین اثر تولید کرده که مجسمه ای از بودا، ما را به گفت و گویی دربارهٔ به تصویر کشیدن، (۴) بازنمایی و دریافت، وارد می کند. در دو مورد از این آثار، بودا به یک دوربین و صفحه نمایش می نگرد که صحنهٔ جلوی دوربین، خود بودا را نشان می دهد. (۵) این استعارهٔ دایره ای، می تواند بسته یا باز دیده شود. تفسیر بسته، نفس گرایی (من گرایی) (۶) یک دین را در کانون توجه قرار می دهد که از طریق جذابیت تکنولوژی، بر خود تمرکز دارد. تفسیر باز، بر این معنا تمرکز دارد که تعلیمات دارما، (۷) از طریق تکنولوژی، آرمانی و بازنمایی می شود و در نتیجه، این سؤال طرح می شود که کدام یک واقعی تر است: تعلیمات یا تصویر؟ و نیز این

۱- اما، چنان که خواهیم دید، نه در گفتمان دانشگاهی بلکه در آن مجموعه جهت گیری های بحث برانگیز و مولد، تحت تأثیر فرهنگ گرایی، توسعه یافته است.

۲- .reception

۳- .Nam June Paik

۴- .visualization

۵- . می توانید این آثار را در <http://www.paikstudios.com> ببینید.

۶- ۰. نفس گرایی ((Solipsism نظریه ای مبنی بر این که تنها چیز موجود یا قابل شناسایی، نفس انسان است. (م.)

۷- ۱۱. دارما (dharma) یا دکتین بودا (بودیسم). (م.)

پرسش که آیا بازنمایی تعلیمات، بیشتر از خود تعلیمات اصیل است یا کمتر؟ وارد کردن تکنولوژی به دین، چنان که در کار جون پیک دیده می شود، مجموعه پرسش های جالبی برای ما ایجاد می کند. مانند این که، آیا بازنمایی و دریافت سنت بدین طریق، به نوعی ماهیت دین و عمل دینی را تغییر می دهد؟ می توان این گونه برداشت کرد که پیک خاطر نشان می کند تکنولوژی، در واقع موضوع را در سطح بنیادین عمل دیدن متمرکز می کند و این که دیدن، عمل اصیل است و نه بازنمایی؛ بنابراین به جای تهدید سنت، با تکنولوژیزه کردن آن یا برگرداندن نگاه سنت به خودش، می توان این گونه استدلال کرد که حقایق، ادعاها و جست و جوی های بنیادین دین، در عصر رسانه باقی می ماند، ولی در اشکال جدید و با تأکیدی نو. بنابراین توجه پیک بر زمینه و عمل دریافت به عنوان نقطه حیاتی ورود به تحلیل، متمرکز است. برای وارد شدن به روابط احتمالاً دایره وار میان دین و رسانه، باید یک جا بایستیم و شیوه های درک دین رسانه ای در حیات معاصر را بررسی کنیم.

پرسش اصلی این است که مردم با منابع دینی و معنوی چه می کنند و چه جایگاهی برای زمینه های وسیع تر خلق، توزیع و مصرف منابع دینی و معنوی _ در عصری که این عملکردهای فرهنگی در قلمرو رسانه هستند _ در نظر می گیرند؟

ورود به شیوه ای عمیق و نظام مند جهت تبیین این فرآیندها، شامل رویکردی مشخص نسبت به مجموعه ای از زمینه ها و روندهاست که شامل موارد زیر می شود: نقش فرهنگ به عنوان نیروی مستقل که در کالاها و بازارها ریشه دارد، بازیابی و تقویت فرهنگ عامه پسند به عنوان

زمینه ای ارزشمند برای جست و جو و مفهوم دینی، چرخش به فرد و جست و جوی فردی برای یافتن هویت به عنوان پروژه دینی اصلی، بازتعریف دین به شیوه ای غیرزمان مند با ایمان، معنا و معنویت و تبدیل نیروی مهم دریافت رسانه، به جست و جویی برای معنا و منابع معنادار فرهنگی و روایی. البته این دیدگاه، برخلاف انتظاری است که از بررسی دین در عصر رسانه ها می رود.

دین و رسانه تا حدی به عنوان نیروهایی نهادی در حوزه عمومی حضور دارند. دین، به شکلی فزاینده در طرف بازنده منازعات بعدی است؛ زیرا رسانه ها هستند که بیشتر و بیشتر قواعد و روال های ورودی نهادهایی چون دین به عرصه گفتمان عمومی را تعیین می کنند. این موضوع، تاریخ طولانی و جالبی دارد. با این حال، نشان خواهیم داد که نگاه به چنین پرسش هایی، واقعیت اجتماعی و فرهنگی بنیادی تری را نادیده می گیرد؛ افراد و گروه ها در سطحی کاملاً متفاوت _ سطح رویه های مبادله و مصرف فرهنگی _ از مدت ها پیش، نقشه نهادی بزرگ تر را رها کرده اند. اکنون فرهنگ بازاری (دم دستی) و رسانه، به شیوه هایی عمیق و برگشت ناپذیر در رویه های معنا و هویت ادغام شده اند. این کتاب به بررسی این شیوه ها بر اساس تحقیق میدانی ای می پردازد که در آن، خانوارهای دارای رسانه در بحث هایی درباره معنا، دین، ارزش ها و هویت در عصر رسانه ها وارد می شوند.

به این منظور، جهت گیری پژوهشی ای را دنبال خواهیم کرد که در سال ۱۹۸۸ در بررسی گام های بعدی تحقیق در دین و رسانه و در

نتیجه تمرکز آن دوره بر پدیده جدید تله و نجلیسیم (۱) ترسیم شده بود:

نیاز به یک سطح میانی (۲) تحلیل را احساس می‌کنم، سطحی که به درک و توسعه آن چه می‌توان درباره محتوای متراکم رسانه فهمید، پردازد و این واقعیت را بپذیرد که این فرآیند، ابزاری نیست؛ بلکه از شکل‌گیری معنا توسط مخاطب در برخورد او با متون رسانه‌ای نشأت می‌گیرد که از طریق آن، برداشت‌های متنوع امکان پذیر است. سطح تحلیل میانی من، با این گزاره ساده آغاز می‌شود که همه بینندگان به لحاظ اجتماعی یا فرهنگی یکسان نیستند. مخاطبان، ابعاد اجتماعی – فرهنگی‌ای دارند که نظام مند است؛ بنابراین به لحاظ کمی قابل تحقیق هستند. این نکته حیاتی، به ما در تعریف معنای فرهنگی‌ای که آنان از متون تلویزیونی استنباط می‌کنند، یاری می‌رساند. (۳)

این کتاب، مرحله‌ای مهم از آن سفر تحقیقاتی است؛ هرچند به هیچ وجه حرف آخر نیست. به علل مهمی، فاصله میان آن ایده و این واقعیت، طولانی و پیچیده بوده است. ایده سطح میانی، به رسمیت شناختن ظهور یک رویکرد فرهنگ گرایانه به مطالعات رسانه‌ای و چرخش به سوی رویکردهای کیفی و مردم‌نگارانه به دریافت رسانه بود. پیشرفت زیادی در آن مسیرها صورت گرفته و ادبیاتی مستقل در حال توسعه است. تحول حیاتی دیگر برای این پروژه، گفتمان شبکه رشدیابنده‌ای از دانشگاهیان بوده که فصل مشترک رسانه و دین را

۱- ۲. Televangelism

۲- ۳. middle level

۳- ۴. استوارت ام. هوور (۱۹۸۸)، اسطوره تلویزیونی و مناسک: نقش حالت فضایی و معنای اساسی، در جیمز دابلویو. کری (ادیتور) رسانه‌ها، اسطوره‌ها و روایت‌ها: تلویزیون و مطبوعات. انتشارات Sage، ص ۱۷۶.

اولویت کار پژوهشی خود قرار داده اند. بسیاری از آنان به دلیل سهمی که در این مطالعه داشته و تلاش هایی که انجام داده اند، دانش ما را درباره این موضوعات افزایش داده و به این دلیل نامشان در این صفحات ذکر شده است.

با این حال، برای ایجاد این نوع تحلیل باید برخی پرسش ها و چالش های اساسی در نظریه و روش شناسی طرح شود. این کتاب به مباحث نظری می پردازد و می کوشد از میان آن ها راهی بیابد. در این فرآیند، عدالت کامل نسبت به عمق، وسعت و پیچیدگی آن ها رعایت نشده است. این کار، خود کتابی جداگانه می طلبد. به همین ترتیب، چالش ها و چرخش های روش شناختی ای که در طول مسیر دیده شده نیز به طور کامل قابل بررسی نبوده است. تلاش شده که این موارد با برخی جزئیات تشریح شود؛ ولی مراجعه به پروژه بزرگ تری که این مطالعه بخشی از آن است، برای خوانندگانی که در ابتدا به روش توجه دارند، ضروری خواهد بود.

در این جا به ریشه های نظری و روش شناختی، توجه کمتری شده است، تا اندازه ای به دلیل این که هدف این کتاب، نگاه نزدیک به تجارب و عملکردهای مخاطبان است و باید درباره این که چگونه بهتر می توان به آن سطح از پژوهش، توصیف و تحلیل رسید، تصمیماتی گرفته می شد. چنان که با جزئیات بیشتر در صفحات بعدی خواهید دید، این مطالعات، دستاورد کار جمعی گروهی از محققان است. سهم زیادی از تفکر، حاصل کار جمعی است و من، هر چه در طول مسیر تلاش کنم، نمی توانم به طور کامل نشان دهم که تعامل و همفکری با همکاران، تا

چه اندازه در رسیدن به این سطح میانی تحلیل مؤثر بوده است. این کار، به صورت یک تلاش انفرادی امکان پذیر نبود؛ زیرا محصول تصمیماتی جمعی در طول مسیر است. برای بررسی عملکرد مخاطب، لازم بود به جایی برویم که عملکرد صورت می گیرد؛ [یعنی] حوزه داخلی خانوار و جایگاه انواع و اقسام گوناگون آن. برای درک این عملکردها در موقعیتشان، لازم بود ابتدا جایگاه پژوهشگر مشخص باشد، سپس نوعی همکاری میان پژوهشگر و مصاحبه شونده باشد که نقش تعیین کننده برای هیچ کدام در بر نداشته باشد؛ ولی شامل تعامل بین عناصر در آن موقعیت باشد.

هم چنین این کار نمی تواند کاملاً منفرد باشد؛ زیرا برگرفته از مجموعه بزرگ تری از کارهای تحقیقاتی جمعی است که بر معناسازی در عصر رسانه ها متمرکز است. به منظور زمینه سازی برای چنین مطالعه ای که بر پرسش های مربوط به دین و معنویت تمرکز دارد، ابتدا لازم است شرحی کلی و اساسی درباره فرآیندها و رویه های تجربه رسانه ای در حیات داخلی خانوار و خانواده ارائه شود که کتاب پیشین _ رسانه، خانه و خانواده _ (۱) به این زمینه پرداخت و ما در نقاط کلیدی در صفحات آینده به آن ارجاع می دهیم.

ضرورت آغاز با شرحی کلی تر، درسی مهم بود که از مراحل اولیه این تحقیق آموختیم. علاوه بر درک این نکته که روش های کیفی و تفسیری، بیشترین تناسب را با پرسش های مورد بررسی دارند، دریافتیم

۱- ۵. استوارت ام. هوور، لین شافیلد کلاک و دایان اف. آلترز با جوزف جی. چمپ و لی هود (۲۰۰۴) رسانه، خانه و خانواده، نیویورک: انتشارات Routledge.

که فرآیندها و رویه‌هایی که از طریق آن‌ها افراد به بیان، بازنمایی و تشریح تجارب رسانه‌ای خود می‌پردازند، پیچیده و ظریف است. به طور خاص، آن کتاب به‌ارایه‌توصیفی در این باره می‌پردازد که چگونه سطوح درگیری (۱) بیان شده با رسانه، بُعدی مهم از معانی ساخته شده است.

برخی خوانندگان خواهند دید که احتمالاً این کتاب در مسیرهای مورد انتظار آنان حرکت نمی‌کند. کوشیده‌ام در فصل اول توضیح دهم که چرا این گونه است و از چه نظر این کتاب با دیگر کتاب‌ها متفاوت است. آن چه درباره‌ی این پروژه بیشترین اهمیت را دارد، تمرکز آن بر رویه‌ها و پیامدهای مصرف رسانه است و تلاش می‌کند برای تحلیل نظریه اجتماعی، به آن موضوعات بپردازد. این تمرکز، هم رویکرد پژوهشی و هم دامنه پرسش‌ها و موضوعاتی که می‌توان به آن‌ها پرداخت را مشخص کرده است.

این مطالعه، مجموعه ادراکات مهمی درباره‌ی ماهیت عملکرد و ظرفیت‌های رسانه‌ای مربوط به دین و معنویت را فراهم می‌آورد تا انواع مشخصی از معانی و اعمال را پشتیبانی کند. در فصل آخر کتاب، برخی از نتایج بزرگ‌تر این کار، گردآوری و گفته شده که چگونه این آموخته‌ها می‌تواند برای دیگر مسیرها و پرسش‌های مهم، مفید باشد. چنین کتابی واقعاً نمی‌تواند به همه پرسش‌ها بپردازد؛ بلکه نمونه‌ای متمرکز از تحقیقات علوم اجتماعی است که می‌کوشد از منابع نظری و روش شناختی مهم و متمرکز، در زمینه مسایل اساسی روابط بین رسانه

و دین استفاده کند. هم چنین به شیوه های دینی و معنوی، به مسایل مربوط به تعامل و استفاده مردم از منابع رسانه ای پردازد. چند رویداد مهم در طی این مطالعات اتفاق افتاد. یکی از ارزش های رویکرد کیفی و تفسیری این است که به میزان کافی، انعطاف پذیر است تا خود را با چنین شرایط تاریخی ای وفق دهد. به دو مورد از این رویدادها _ حملات تروریستی ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ و انتخابات عمومی ۲۰۰۴ _ به طور خاص در فصل ۹ پرداخته شده است که می گوید هم به تحقیق میدانی مربوط به رویدادهای مورد نظر و هم ادراکات ظریفی که از این تحقیق در تحلیل معانی و نتایج بالقوه آن ها به دست می آید، پردازد؛ بنابراین خواننده، کتابی خواهد دید که قصد دارد متمرکز باشد؛ ولی با این حال، مقدار قابل توجهی پیچیدگی و وسعت به نمایش می گذارد. این کتاب از جهات گوناگون، تنها یک آغاز است، نه یک حرف آخر.

این کتاب، به دلیل نگاه جامع به رفتارهای رسانه ای در حوزه خانگی و تعهد به نگاه کلی به این موضوعات، مطالعه ای بی نظیر است. این کلیت تا حدی به این دلیل مدنظر بوده تا مولد، (۱) یعنی در خدمت پشتیبانی از توسعه مجموعه ای از تبعات و بررسی ها درباره موضوعات، جایگاه ها، پیامدها و نتایج باشد. حداقل هدف، این است.

همین طور که بیشتر و بیشتر در این قرن جلو می رویم، رسانه و دین هم چنان به تعامل و تکامل ادامه خواهند داد. اکنون بیش از سال ۱۹۸۸

می‌توانیم ببینیم که تعامل بین دین و رسانه، مجموعه‌ی مهمی از موضوعات و چالش‌های عمومی را برمی‌انگیزد. اهمیت نتایج این تعامل، قطعاً افزایش خواهد یافت. حوزه‌ی پژوهشی کاملاً جدیدی درباره‌ی رابطه‌ی آن-ها در حال ظهور است و باید در خدمت ما به عنوان محققان، شهروندان، والدین، یا افرادِ مسئول حوزه‌های رسانه و دین باشد تا بهترین راه‌پاسخ به این تحولات را بشناسیم. هدف من، این است که این کتاب به عنوان یک ایستگاه میانی در این گفتمان در حال تکامل عمل کند. در این زمینه چیزهای بیشتری می‌توان گفت. فرآیند مداوم پژوهش دانشگاهی و آگاهانه‌ی غیرکلیسایی (۱) ادامه می‌یابد و باید هدف چنین تبعاتی باشد. میزان خدمات این کتاب _ در سخن گفتن با آن گفتمان‌ها و پژوهش‌ها _ معیار موفقیتش خواهد بود.

پاره اول: این کتاب درباره چه چیزی می توانست باشد؟

پاره اول: این کتاب درباره چه چیزی می توانست باشد؟

کتابی با نام دین در عصر رسانه، بلندپروازانه به نظر می رسد. هم چنین شاید چستی محتوای آن، کاملاً روشن و مشخص به نظر رسد؛ ولی در واقع می توانست موضوعات متفاوتی داشته باشد. می توانست درباره تاریخ و چشم اندازهای آینده ادیان در عصری باشد که _ هم چون عصر کنونی _ تحت تسلط نهادهای رسانه های جمعی است. می توانست درباره اعمال دینی باشد؛ یعنی شیوه عمل به دین در فضای فرهنگ رسانه ای؛ حتی می توانست نوعی کتاب راهنما(۱) باشد. با این حال، عنوان کتاب، ایده مشخص تری نیز به ذهن می آورد؛ این پروژه، به دنبال کشف رابطه بین دین و رسانه است. به این ترتیب، شاید تصور شود که

می خواهیم نوع تأثیر احتمالی رسانه بر دین یا برعکس را بررسی کنیم. دلایل خوبی برای این حدس ها درباره جهت گیری کتاب وجود دارد. بیشتر چیزهایی که درباره دنیای رسانه و دین می دانیم، ظاهراً اصطکاک میان آن ها را پیش بینی می کند. می توان گفت که هر دو، یک قلمرو را اشغال می کنند و حتی به سادگی، می توان چگونگی تعارض منافع احتمالی آن ها را تصور کرد. بخش عمده تاریخچه رسمی ما درباره ریشه های رسانه ها در غرب _ که با توسعه چاپ در اروپا در قرن پانزدهم آغاز می شود (۱) _ معنای ضمنی تعارض با دین را به همراه دارد.

این گونه تصور می شود که چاپ، دوران کاملاً جدیدی برای ادیان حاکم آن زمان رقم زد؛ زیرا موقعیت دموکراتیک تری را میسر کرد تا عموم خوانندگان، بتوانند فارغ از کنترل قدرت کشیشان یا نهاد کلیسا، به آموزه ها و متون مقدس دسترسی یابند ولی تاریخ، بسیار پیچیده تر از این است. هر دو کلیسای کاتولیک و پروتستان، در نهایت به نحوی با حوزه در حال ظهور رسانه ها سازگار شدند.

این سازگاری، اجتناب ناپذیر بود؛ زیرا رسانه های به وجود آمده، نابودشدنی نبودند. چنان که الیزابت آیزنشتاین مورخ، نشان داده است (۲) که چاپ، هم برای نشر آثار چاپی و گسترش سواد اهمیت داشت و هم

۱- البته شواهد فراوانی وجود دارد که این فرآیند برای اولین بار قرن ها پیش در خاور دور ایجاد شده بود.

۲- Eisenstein, Elizabeth (۱۹۷۹) *The Printing Press as an Agent of Change*, New York:

Cambridge University Press, pp. ۲۲-۳۴. البته نتایج دیگری نیز از ظهور چاپ ایجاد شد از جمله تغییرات

هم زمان در شیوه های فهم و دانش دینی. برای نمونه نگاه کنید به: (Schneider ۲۰۰۱).

به دلیل سازماندهی ساختاری مجددی که در حوزه اقتصاد و بازار ایجاد کرد، مهم بود که این، همان ظهور کانون جدید قدرت برای ناشر در حوزه اجتماعی و فرهنگی بود.

هر چند کلیسای رُم _ که خود در آن زمان یک قدرت نهادی، اقتصادی و اجتماعی مستحکم بود _ پیش از ظهور چاپ، استقلال زیادی در قلمرو فرهنگی داشت، بعداً می بایستی برای خود، یک موقعیت جایگزین فرهنگی مستقل، در قالب صنعت چاپ تعریف می کرد. (۱) این مسأله، اجتناب ناپذیر شد؛ زیرا چاپ، یک فعالیت اقتصادی نیز بود که به تدریج، با پیشرفت مدرنیته اولیه به سوی صنعتی شدن، خود را در اقتصاد بازاری و تجارت در حال ظهور ادغام کرد. این واقعیت که چاپ _ و جانشین آن؛ یعنی رسانه _ تجاری بود و کالا تولید می کرد، در نتایج آن برای دین، اهمیت اساسی دارد. مرکزیت تدریجی آن در امور اجتماعی، مدنی و دولتی، چیزی است که ما امروز به عنوان یک امر بدیهی می پذیریم؛ ولی ریشه های آن به پنج قرن پیش باز می گردد.

در تحلیل این مطلب، باید بگوییم که ریشه و تجلی مرکزیت رسانه، هم در اقتصاد سیاسی آن و هم در رابطه آن با فرهنگ است. مبنای اقتصادی آن در سرمایه داری، استقلالی قوی و با ثبات به آن می بخشد که در کمتر تلاش انسانی به چشم می خورد. جایگاه فرهنگی رسانه، ناشی از ظرفیت آن است که می تواند هم شکل دهنده فرهنگ و هم محصول همان فرهنگ باشد. این جایگاه دوگانه رسانه، تعیین دقیق

۱- و البته با تهدیدی نوظهور نسبت به قدرت خود در قالب یک جنبش _ جنبش اصلاح دینی _ مواجه شد که این تکنولوژی رسانه ای جدید را پذیرفته و از آن سود برده بود.

نقش و تأثیر آن را به طور مشخص، دشوار می‌کند. این موضوع، یکی از دلایلی است که ما امروز، هنوز درباره ماهیت و میزان اهمیت رسانه، مطمئن نیستیم. برخی مفسران، از این ملاحظات ساختاری فراتر رفته اند تا رابطه تاریخی بین رسانه و دین را به شیوه ای بنیادی تر ببینند؛ مانند سخن معروف مارشال مک لوهان که گفت:

رسانه ها، به طور کلی چگونگی درک و شناخت ما را نسبت به امور، تغییر داده اند. (۱)

والتر آنگ (۲) بحثی پیچیده تر و دقیق تر در همین مسیر ارائه می‌کند و می‌گوید:

تغییرات پی در پی در شیوه غالب ارتباطات، توانایی های حسی بشر را از حاکمیت چشم، به حاکمیت گوش منتقل کرده است. (۳)

آنک و دیگران، مبنای نظریات خود را کاملاً در حوزه هایی قرار می‌دهند که برای دین، اهمیت حیاتی دارد. آنان، به چگونگی تغییر و تحول اعمال و موقعیت های اجتماعی می‌نگرند که برای دین سنتی،

۱- مک لوهان چیزی را در سطح خرد می‌گفت که پیش از آن در سطح کلان توسط هارولد اینیس همکار کانادایی اش درباره رسانه ها گفته شده بود: می‌توان مشاهده کرد که ساختار رسانه های یک عصر، ساختار ادراکات دینی آن عصر را شکل داده است (Innis, ۱۹۵۰). (جانشینان مک لوهان در مکتب تورنتو این خط فکری را دنبال کرده اند (مشخصاً De Kerchhove and Dewdney, ۱۹۹۵). آثار دیگر درباره ویژگی های ادراکی تلویزیون، عبارتند از: Reeves and Nass (۱۹۹۵) و (Sturken and Cartwright ۲۰۰۱) برای مرور این موضوع در بافت نظریه های روان شناختی جریان زندگی روزمره بنگرید: (Kubey and Csikszentmihalyi ۲۰۰۱)

۲- Walter Ong

۳- (Ong ۲۰۰۲)

اهمیتی بنیادین دارد از جمله فرهنگ شفاهی، فولکلور و داستان سرایی. در عصر ارتباطات جمعی مدرن، حاکمیت با تغییر اعمال و ادراکات است. (۱)

گرایش نگاه به رابطه دین و رسانه در قالب نهادی- ساختاری و گرایش دیگر که رابطه آن دو را بنیادی تر و تقریباً ارگانیک (۲) می بیند، در یک دوگانگی ضمنی با هم مشترکند. آن‌ها، دین و هم‌چنین رسانه را آشکالی منسجم، فراتاریخی و لایتغیر می‌شمرند که می‌توان آن‌ها را مستقل و با عملکردی بالقوه مستقل، از یکدیگر دید. این دوگانگی، در عمده تحقیقات مربوط به رسانه و دین، غالب است.

از نخستین تحقیقات در دهه ۱۹۵۰ (۳) تا جریان عظیم تحقیقاتی که پس از ظهور پدیده تله و نجلیسیم در دهه ۱۹۷۰ به راه افتاد، (۴) تا آثار متأخرتر درباره دین و مطبوعات، (۵) این فرض وجود داشته که می‌توانیم و باید، دین و رسانه را به عنوان حوزه‌هایی مجزا ببینیم. (۶) این واقعیت،

۱- ژاک ایول (Jacques Ellul, ۱۹۶۷) یکی از پیچیده‌ترین مباحث را در این حوزه طرح می‌کند که کاملاً در مدرنیته ریشه دارد. هم‌چنین ن. ک. (Babin ۱۹۷۰).

۲- من نسبت به تعارض بین اصطلاح ارگانیک که در این جا به کار می‌برم و صورت‌بندی کلاسیک دورکهمی آگاهم. در واقع آن چه به عنوان ارگانیک ذکر می‌کنم در بافت و معنا با مفهوم انسجام مکانیکی او بیشتر مرتبط است.

۳- پدر تمام این آثار، مخاطب‌شناسی کلاسیک دین رادیو - تلویزیونی است. (Parker et al, ۱۹۵۵).

۴- Bruce (۱۹۹۰), Frankl (۱۹۸۷), Hadden and Shupe (۱۹۸۸), Schultze (۱۹۹۰), Hadden and (۱۹۹۳) Peck (۱۹۸۸), Hoover (۱۹۸۴), Horsfield (۱۹۸۱), Swann

۵- (۲۰۰۵) Badarracco (۱۹۹۸), Hoover (۱۹۹۶), Stout and Buddenbaum (۱۹۹۵), Silk

۶- این واقعیت کنار گذاشته شده که می‌توان همین گرایش را در تحقیقات رسانه‌ای که شاید به شکل منطقی به دین نظر افکنده اند دید. برای نمونه مشخصاً بحث‌های من درباره کار (Dayan و Katz ۱۹۹۲) و (Fiske ۱۹۸۷) را در فصل‌های بعد ببینید.

یکی از اصلی ترین دلایلی است که سبب شده تا این گفتمان، در حواشی تحقیقات دانشگاهی بماند و نتواند جذابیت چندانی در نزدیک مراکز بیابد. چنین تصور می شد که بُعد دینی به منزله یک مقوله قیاسی یا آرمانی _ که در بافت دیدگاه‌های سنتی درباره سکولاریزاسیون دیده می شد _ به تدریج جذابیت خود را از دست می دهد. با این که برخی از این آثار به موضوعات و مفاهیم بحث برانگیزی نزدیک شدند که برای تحقیقات رسانه ای اهمیت داشت، (۱) ولی در نهایت چون موضوع آن‌ها مربوط به دین بود، به آن معنا بود که می توان آن‌ها را کنار گذاشت. با این حال، اکنون چنین به نظر می آید که این آثار، تنها مربوط به دین نبود.

بحث اصلی کتاب، این است که رسانه و دین، از جهات بنیادین به هم نزدیک شده اند. آن‌ها فضای یکسانی را به خود اختصاص می دهند، بسیاری از اهدافشان یکی است و رویه های یکسانی را در مدرنیته متأخر، احیا می کنند. امروزه بهتر است آن‌ها را مرتبط به شمار آوریم تا این که مجزا ببینیم. (۲) این بحث برای برخی خوانندگان، غیرقابل هضم به

۱- برای نمونه در هوور (۱۹۸۸) مقدمه بحثی درباره تله ونجلیسم را طرح کردم که با تحقیقات رسانه ای فرهنگ گرایانه امروزی هم جهت است؛ این که شاید اهمیت این موعظه ها کاملاً در رابطه ای باشد که با زمینه و تاریخ تماشای آن‌ها دارند تا در نوعی تأثیر ابزاری. هم چنین ن. ک. (Peck, ۱۹۹۳).

۲- البته بحث مهمی هست مبنی بر این که رسانه و دین هرگز مجزا نبوده اند و این که همه ادیان تا حدی رسانه ای هستند. هم چنین تحقیقات مهم و مؤثر نشان داده است که حتی در مدرنیته و مدرنیته متأخر، برای نمونه پروتستانتیسم هم چنان تولیدکننده بزرگ رسانه های خاص خود (به ویژه ن. ک. Morgan, ۱۹۹۸)، و هم چنین برای نمایش تصاویر خود در رسانه های سکولار نیز در حالت تهاجمی بوده است (Hendershot, ۲۰۰۴). این موضوعات با جزییات بیشتر در فصل های بعدی بحث خواهد شد. با این حال، در مجموع، ایده غالب قدرتمندی که می گوید قلمروهای دین و رسانه موجود بوده یا باید باشند، بیشتر کارکرد تعهدات علمای متاله و کلیسایی از یک سو و تفکر غالب در حوزه مطالعات رسانه ای از سوی دیگر است تا این که واقعیتی بنیادین باشد. این موضوع به شکل مفصل تر در فصل آینده طرح خواهد شد.

نظر می‌رسد و من چند فصل را به آن اختصاص خواهم داد؛ ولی اجازه دهید حالا به این مطلب پردازیم که این کتاب دربارهٔ چه چیزهای دیگری می‌توانست باشد. این بررسی، به این خاطر لازم است که طبیعتاً برای چنین پروژه‌ای از ابتدای کار، شیوه‌های گوناگونِ اندیشیدن به دین و رسانه در اختیار ما بوده است؛ ولی این شیوه‌ها در گفتمانِ دانشگاهی مربوط به رسانه‌ها _ که دین را به حاشیه رانده _ چندان موجود نیست. (۱) پس این کتاب، می‌توانست بر هر یک از پرسش‌های مربوط به رسانه متمرکز باشد که عالمانِ اجتماعی به آن پرداخته‌اند و بسیاری از آن‌ها، آشکارا با دین ارتباط دارند و باید پرسیده شوند. گفته شده که اهمیت اصلی رسانه در مناسبات تکنولوژیک و توانایی آن در عبور از فضا و زمان ریشه دارد. (۲) اگر چنین باشد، باید در رویه‌های اجتماعی و فرهنگی _ که بیشتر در گفتمان‌های زمانی و فضایی ریشه دارند _ مانند رویه‌های دینی، کاملاً دخیل باشند. گفته شده که امروزه رسانه‌ها، معتبرترین منابع اطلاعات اجتماعی و فرهنگی هستند که دستور کار و زمینه بسیاری از افکار و دانسته‌های ما دربارهٔ واقعیت را تعیین می‌کنند؛ (۳) در نتیجه، دین که خود را در معرض چنین پرسش‌هایی قرار می‌دهد، باید امروز به شیوه‌ای متفاوت بیان و تجربه شود. برخی مطالعات، نقشی

۱- برای بحثی جامع تر ن. ک. Hoover و (۱۹۹۶) Venturelli.

۲- برای خواندن شرح کلاسیک، ن. ک. Innis (۱۹۵۰)، ولی هم‌چنین ن. ک. Silverstone (۱۹۹۱) و Moores (۱۹۹۳)، صص. ۷۰-۱۱۶.

۳- بخش عمدهٔ این ادبیات در کار مؤثر اولیهٔ Berger و (۱۹۶۶) Luckman ریشه دارد.

کلیدی در انسجام اجتماعی و جمعی برای رسانه ها قائل شده اند. این مسأله به طور خاص، در رابطه با جوانان طرح شده است. (۱) به شکل سنتی چنین تصور می شود که دین و سازمان های دینی این نقش را ایفا می کنند. اگر اکنون این کار، به ویژه برای نسل های جوان تر، بر عهده رسانه است، پیامدهای آن چیست؟

درباره محتوای رسانه و ارزش های اخلاقی و فرهنگی مفروض آن، کارهای زیادی شده است. بیشتر این کارها، نقد رسانه و تأسف خوردن بر پیام های منفی و ضداجتماعی _ و حتی ضد دینی _ آن است که گفته می شود وجهه غالب آن است. (۲) در صورتی که بخش غالب گفتمان عمومی _ رسانه _ مرتب دیدگاه های مخالف و خصومت آمیز داشته باشد، چشم انداز دین و ارزش های دینی چه خواهد بود؟ ادعا شده که رسانه، یک نیروی روان شناختی منفی است که مثل اعتیاد، کیفیت حیات فردی و اجتماعی را پایین می آورد. (۳) هم چنین گفته اند که رسانه، ساختار جریان زندگی روزمره را تعیین می کند؛ چه زمانی بخوریم، بخوابیم، ارتباط اجتماعی برقرار کنیم و حتی تولیدمثل کنیم. (۴) این نقش ها و کارکردهای روشن و بدیهی _ که مورد علاقه دین سنتی است _ مطمئناً برای رسانه، کارکردی جدی خواهد بود که موقعیت یا

-
- ۱- برای خواندن مجموعه مؤثر متمرکز بر مورد فرهنگ جوانان، ن. ک. Hall (۱۹۷۶) و Jefferson). هم چنین ن. ک. Grossberg (۱۹۹۲). برای خواندن بحثی در ارتباط با دین ن. ک. Clark (۲۰۰۳)، صص. ۲۳-۳ و ۲۲۴-۳۶.
 - ۲- (Medved (۱۹۹۲), Meyers (۱۹۸۹), and Postman (۱۹۸۶)
 - ۳- Kubey و Csikszentmihalyi (۱۹۹۰). برای خواندن بیانی جدیدتر ن. ک. Csikszentmihalyi و Kubey (۲۰۰۲).
 - ۴- (Silverstone (۱۹۹۴), Moores (۱۹۹۳), and Couldry (۲۰۰۳).

زمینه ای ایجاد می کند که دین باید جایگاه خود را در آن بیابد. دیدگاه دقیق تر، این است که رسانه به منزله نوعی آیین فرهنگی یا حتی نشست فرهنگی عمل می کند که از طریق آن، روابط مهمی در فرهنگ، بحث، بیان و درباره آن ها گفت و گو می شود. (۱) این دیدگاه اخیر، با بیشتر آنچه گفتم، تضاد روشنی دارد. خوانندگانی که با تاریخ ارتباط جمعی و نظریه رسانه آشنا هستند، متوجه خواهند شد که مجموعه موضوعات قبلی، با پارادایم های به اصطلاح غالب سازگارند؛ آنهایی که بیانگر تأثیرات رسانه و رابطه آن با فرهنگ یا قرار گرفتن آن در فرهنگ هستند. ایده عملکرد رسانه به منزله یک نشست فرهنگی، دیدگاه جایگزین مهمی در حوزه نظریه رسانه ارائه می کند. این دیدگاه، رسانه را به عنوان بخشی از فرهنگ و حتی تشکیل دهنده آن می بیند نه مجزا از آن. چنین نقشی برای رسانه، چشم اندازها و رویه های دین را آشکارا تحت تأثیر قرار می دهد. رهبران، نهادها، مقیّدها، نمادها، ارزش ها، اعمال و ایده های دینی، خود را در این گفتمان جاری دخیل خواهند دید.

همچنین، آثار فراوان و فزاینده ای درباره تفاوت های نسلی در کارکردها، اهمیت و استفاده از رسانه وجود دارد. بخش عمده این آثار، بر کودکان و پیامدهای رفتاری و ارزشی رسانه ها از جمله فیلم، تلویزیون، اینترنت و بازی های ویدیویی، متمرکز بوده است. (۲) آثار فراوانی نیز مسیر متفاوتی را دنبال کرده اند و در پی درک چگونگی کارکرد،

۱- (Newcomb Hirsch (۱۹۸۳

۲- برای خواندن بحثی انتقادی درباره این ادبیات ن. ک. (Hoover et al. (۲۰۰۴.

استفاده و ادغام رسانه ها در حیات کودکان و به ویژه نوجوانان بوده اند.^(۱) آثار مهم اخیر به طور مستقیم به پرسش های مربوط به دین پرداخته اند که از چنین مسیری ایجاد می شود؛ اگر رسانه ها در اجتماعی شدن و فرهنگ سازی کودکان چنین منبع مهمی هستند، دین که به دنبال ورود مستقیم به این فرآیندهاست، چگونه باید واکنش نشان دهد؟ آثار مهم درباره استفاده نوجوانان از رسانه، چیزی عمیق تر از این تأثیرات مستقیم را نشان داده است؛ این که رسانه، تعیین جهت گیری و بیان بخش بزرگی از فرهنگ نوجوانی را بر عهده دارد.^(۲) چشم اندازهای دین چیست؟ چگونه خود را وفق می دهد یا باید خود را با چنین موقعیتی وفق دهد؟

ادعا شده که رسانه، در کانون مناسب اجتماعی و فرهنگی حیات معاصر است. بخشی از آن، تقریباً عرفی است و بدیهی انگاشته می شود. همه ما ایفای نقش رسانه در انتقال و بیان رویدادهای عمومی، بحران ها و تعارضات اجتماعی را می دانیم و تجربه می کنیم. با این حال، آثار دانشگاهی بنیادی تری تولید شده که می گوید این فرآیندها، به شکل بنیادین با تار و پود زندگی عادی معاصر پیوند خورده است.^(۳) حتی گفته شده که در دوره پس از ۱۱ سپتامبر، رسانه ها در حاشیه آن حادثه نقشی داشتند که بهترین توصیف آن، دین مدنی جدید برای یادبود و

۱- برای مروری بر این ادبیات ن. ک. (Seiter ۱۹۹۹). هم چنین ن. ک. (Clark ۲۰۰۳).

۲- Clark (۲۰۰۳)

۳- Dayan و (۱۹۹۸) Rothenbuhler، (۱۹۹۲) Katz). برای مرور و تحلیلی انتقادی ن. ک. (Couldry ۲۰۰۳).

سوگواری است. (۱) پیامدهای چنین موقعیتی برای دین سنتی و غیرمدنی، جالب توجه است. دین رسمی، به ویژه در آمریکا، همواره مجبور بوده بر تنوع مدنی فائق آید. وقتی _ چنان که شواهد نشان می دهد _ مناسک مدنی، مشارکت و توزیع وسیع تری از مناسک سنتی دارند، چه اتفاقی می افتد؟ لازم است اشاره کنیم که بیشتر محققان می گویند که چنین مناسکی، در توسعه و نگهداری انسجام اجتماعی و انتقال آرمان ها و ارزش های بنیادین، نقش اجتماعی مهمی ایفا می کنند؛ ولی تفکیک آن ها از دین _ به ویژه در زمینه ای دینی چون جامعه آمریکا _ هم چنان چالشی مهم برای درک در حال تکامل ما، از دین معاصر است.

هم چنین مطالب زیادی درباره رسانه ها و جهانی سازی (۲) گفته و نوشته شده است. ما در محیطی اجتماعی و اقتصادی ای زندگی می کنیم که به شکلی فزاینده، جهانی شده است و رسانه ها در این تغییرات، مستقیماً نقش دارند. (۳) جهان، دست کم برای برخی بخش ها و طبقات اجتماعی، کوچک شده و نوع دانش ما از جهان و دیگری (۴) با دانش والدین یا اجدادمان متفاوت است. دین به جهاتی بنیادین، به دیدگاه هایی درباره جهان، تفاوت، انسجام و شرایط معنا و حقیقت _ که در ادراکات ما از مکان، ریشه دارد _ وابسته است. تحقیقات در عالم دین، مدتی است که

۱- Hoover و Hoover (۲۰۰۲). Russo و Russo هم چنین می گویند این نقش در طول زمان تکامل یافته است، با ترور کندی آغاز شد ولی تدریجاً با بحران های بعدی توسعه یافت از جمله انفجار [فضایمای] چلنجر، بمب گذاری اوکلاهاسیتی، تیراندازی در مدرسه کلمباین، خاکسپاری پرنسس دایانا و البته رویدادهای مربوط به ۱۱ سپتامبر. هم چنین ن. ک. فصل ۸ این کتاب.

۲- globalization

۳- برای خواندن یک دیدگاه ظریف فرهنگی ن. ک. (Appadurai ۱۹۹۱).

۴- the other

تأثیرات جهانی سازی را به رسمیت شناخته، (۱) ولی تمرکز پایدارتر بر نقش و پیامدهای رسانه ها در این موضوعات لازم است. (۲) محققان می دانند که مباحث مربوط به پُست مدرنیته و مدرنیته متأخر، نقشی نیز برای رسانه ها طرح کرده اند که برای دین، پیامدهایی در بر دارد. اصطلاح نظریه (نگره) رسانه (۳) می گوید که یکی از پیامدهای مهم رسانه ها برای خودآگاهی اجتماعی، ریشه در تمایل آن ها به آشکارسازی پیش زمینه و پس زمینه عمل اجتماعی، مدنی، فرهنگی و سیاسی دارد. این مسأله، در ترکیب با سطوح فزاینده آموزش و دانش عمومی، شرایطی ایجاد کرده است که مردم نسبت به گذشته، واکنش و خودآگاهی بسیار بیشتری درباره جریان عمومی امور و جایگاه خود در آن دارند. (۴) این که آیا این مسأله، توانمندکننده است یا ناتوان کننده، موضوع برخی بحث هاست (۵) ولی در هر صورت، آشکارا دامنه وسیعی از رفتارها، عملکردها و موقعیت های اجتماعی را مشروط می سازد. تا جایی که دین، در آگاهی فردی ریشه دارد _ که به دلایل عامیانه و نیز آگاهانه تمایل داریم چنین بیندیشیم _ این دانش و واکنش، به روشنی پیامدهایی دارند؛ چه تنها به تردیدهای فزاینده درباره اقتدار نهادی

۱- برای نمونه ن. ک. Eck (۲۰۰۱).

۲- پیشرفت ویژه در حوزه انسان شناسی صورت گرفته است. برای نمونه ن. ک. Ginsburg et al. (۲۰۰۲).

۳- این سنت، اندکی بر اساس افکار مارشال مک لوهان است، ولی اخیراً با آثاری چون Meyerwitz (۱۹۸۵) شناخته می شود.

۴- Giddens (۱۹۹۱)

۵- برای خواندن این دیدگاه که چنین دانشی در واقع ناتوان کننده و مسأله ساز است ن. ک. Gergen (۱۹۹۱). گیدنز دیدگاهی متفاوت دارد که باید این را صرفاً از شرایط حیات معاصر تلقی کنیم.

منجر شود و زندگی مدرن را بیشتر به چالشی برای افراد تبدیل کند و چه فرآیندهای اجتماعی و ساختاری را به شدت پیچیده سازد، این واکنش پذیرِ حاصل از رسانه ها، موضوعی مهم برای درک ما از دین معاصر است. دیگر تأثیر ادعایی رسانه ها در مدرنیته متأخر،^(۱) نقش آن‌ها در تخریب دعاوی زبان شناختی سنتی درباره حقیقت است. بنا به فرض، پست مدرنیته تا حدی در این مفهوم ریشه دارد که رابطه بین کلمات، نمادها، تصاویر و چیزهایی که آن‌ها بیان می کنند، تخریب شده است. در عصری که تحت تسلط رسانه ها و شالوده شکنی و بازسازی شیطنت آمیز معانی سنتی از سوی آن‌هاست، استحکام روابط بین نشانه ها و چیزهایی که بیان می کنند _ مدلول ها _ مورد تردید قرار می گیرد.^(۲)

بودریار نظریه پرداز فرانسوی، در بیانی مشهور ادعا می کند که امروز ما در سطح روین زندگی، تعامل و ارتباط برقرار می کنیم که از تصاویر کالایی رسانه ای نشأت می گیرد؛ سطحی که او تمثال^(۳) می نامد.^(۴) چه این دیدگاه تمامیتی را بپذیریم که در پست مدرنیته ای زندگی می کنیم که صرفاً توسط سطوح و ظواهر تعریف می شود یا برخلاف آن بگوییم که

۱- باید در توصیف دوره معاصر، مدرنیته متأخر را بر پست مدرنیته ترجیح دهیم. نه تنها تا اندازه ای تردید دارم که عناصر ادعایی پست مدرنیته توانسته باشد به وسعت و عمق کافی در فرهنگ نفوذ کند تا به جایگاهی تمام یا دوران ساز برسد، بلکه تردید نیز دارم که این عناصر (به ویژه ادعاها درباره جایگاه نمادها و آرمان ها) جایی خارج از قالب های گفتمان دانشگاهی پست مدرن در تغییر دائم یافته شود. من، هم چون گیدنز و دیگران، معتقدم در دوره مدرنیته متأخری زندگی می کنیم که ابعاد بنیادین اجتماعی، مفهومی، و فرهنگی یک دوره را دارد.

۲- (Jameson (۱۹۹۲), Harvey (۱۹۸۹)

۳- simulacrum

۴- (Baudrillard (۱۹۸۳

صرفاً مشاهده می‌کنیم که چنین سطحی نشانه شناختی یا زبان شناختی در دوران ما معمول به نظر می‌رسد، پیامدهایی واضح برای دین وجود دارد. بسیاری از ادیان در دکتترین ها و اعتقاداتی ریشه دارند که رابطه بین نشانه ها و مدلول ها، بین استعاره ها و معانی عینی و بین کلمات و ایده ها را دقیقاً مشخص می‌کند. اگر امروز این ادعاها به طور روزافزون تخریب می‌شوند، مسأله ای مهم برای آن ادیان و به ویژه مشروعیت و اقتدار آنهاست.

ادعای دیگر درباره رسانه ها، که تحت تأثیر گفتمان های مدرنیته متأخر و پست مدرنیته مطرح شده، مربوط به موضوعات جهانی سازی و مرتبط با توانایی رسانه ها در مبهم کردن مرزهای میان فضاهای خصوصی و عمومی است. همان طور که جهانی سازی، تا حدی با تعویض پذیری فزاینده میان امر محلی، ملی و جهانی تعریف می‌شود و گرد هم آوردن این سه زمینه از ظرفیت های رسانه های مدرن است، رسانه ها نیز حوزه خصوصی را عمومی می‌کنند و برعکس. فارغ از این بحث که آیا این امر، تمایزی ارزشمند در مدرنیته متأخر است یا خیر، هم چنان پیامدهای عدم بقای این تمایز برای دین قابل بررسی است، برای نمونه در آمریکا و بیشتر کشورهای اروپای غربی، اجتماعی که سازگاری با تفاوت های دینی در گفتمان عمومی را از طریق ایجاد مجموعه ارزش های مشترک دینی مورد قبول احاطه کرده باشد، آزادی عمل زیادی برای دین در حوزه خصوصی فراهم آورده است. (۱) وقتی

۱- برای خواندن بحث کامل ن. ک. (۲۰۰۰) Carter. هم چنین ن. ک. (۱۹۸۶) Neuhaus.

تمایز بین این دو حوزه، دیگر به رسمیت شناخته نشود، آن سازگاری چه می شود؟ برای نمونه جنگ‌های فرهنگی که در دو دهه گذشته در چشم انداز سیاسی آمریکا به راه افتاده را می توان از نتایج محوشدن این مرز دانست که نمونه آن، مقاومت دین سابقاً خصوصی، برای خصوصی ماندن در بافت رسانه هاست که در آن، مجموعه ای از چشم اندازهای خصوصی به شکل بی رحمانه ای عمومی می شوند. (۱)

البته همه این‌ها را می توان در زمینه ای وسیع تر قرار داد تا جایی که رسانه ها را از شرایط ریشه ای پست مدرنیته یا مدرنیته متأخر بدانیم؛ بنابراین امروزه برای موقعیت تاریخی، دین ها اهمیت بنیادین دارند؛ آن‌ها تعیین کننده شیوه تولید و به اشتراک گذاشتن دانش، شیوه برخورد با نمادها، ایده ها و ارزش‌ها در زندگی خصوصی و دریافت ما از ماهیت مدرنیته متأخر هستند. برای این امر، پروژه ای بزرگ و پیچیده لازم است که این کتاب را می توان بخشی از آن پروژه دید.

امروزه رسانه ها به لحاظ اقتصادی تا جایی تکامل یافته اند که به شکلی فزاینده، با سرمایه های جهانی ارتباط نزدیک دارند. شرکت‌های رسانه ای از بزرگترین و بانفوذترین شرکت‌های موجود هستند. آن‌ها نفوذ اقتصادی و فرهنگی عظیمی دارند که حاصل مجموعه فزاینده ای از خدمات، شبکه ها و ابزارهای رسانه ای موجود است. تأثیر این امر در بافت زندگی های زنده، (۲) کالایی شدن روزافزون تجربه از طریق این رسانه هاست. رسانه ها خود کالا هستند و کالا تولید می کنند. نمادها و

(۱) Hunter (۱۹۹۲)

– lived lives

ایده‌هایی که در سطح داخلی و جهانی توزیع می‌شوند، نمادها و ایده‌های رسانه‌ای کالایی شده هستند. فرهنگ به شکل روزافزون، فرهنگی مادی (۱) می‌شود و رسانه‌ها، هم تولیدکنندگان آن هستند و هم توسط آن، تولید می‌شوند. این بدان معناست که یکی از دلایل اهمیت عصر رسانه‌ها برای دین، در ماهیت آن فرهنگ رسانه‌ای است. امروزه رسانه‌ها، گنجینه‌ی نمادها، ارزش‌ها و ایده‌هایی را تشکیل می‌دهند که معنا به شکل محلی و جهانی، از آن‌ها ساخته می‌شود. این موضوعات، به شکل عقیدتی توسط رسانه‌ها تولید نمی‌شود _ چنان‌که برخی ادعا می‌کنند _ بلکه بیشتر از فرهنگ‌هایی نشأت می‌گیرد که رسانه‌های گوناگون در آن قرار دارند. تا حدی می‌توان گفت که رسانه‌ها، توسط فرهنگ تولید می‌شوند. رسانه‌ها نمادها، ارزش‌ها و ایده‌های فرهنگ‌های خود را مبادله می‌کنند. این واقعیت که آن‌ها رسانه‌ای می‌شوند، قطعاً بدان معناست که به شکل بنیادین تغییر می‌کنند؛ ولی ادغام رسانه‌ها در فرهنگ و از طریق فرهنگ را نمی‌توان نادیده انگاشت.

رسانه‌ها را می‌توان منبع نمادهای جذاب و چشمگیر دانست. گنجینه‌ی نمادهایی که آن‌ها فراهم می‌کنند، از برخی جهات مواد خامی هستند که از طریق آن‌ها، ایده‌ها و ارزش‌ها در حیات معاصر مبادله می‌شود. هر چند شاید رسانه‌ها منشأ آن نمادها نباشند، ولی رسانه‌ها هستند که به بازتولید و انتشار آن‌ها تحت شرایطی که توسط مناسبات اقتصادی، اجتماعی و سیاسی تعریف می‌شود، می‌پردازند؛ پس این نمادهای

کالایی و رسانه ای، ظرفیت یا سرعت مشخصی دارند که از منشأ آن‌ها در عرصه رسانه‌ها ناشی می‌شود. این نمادهای رسانه ای، چون در بافت زندگی‌های زنده تجربه می‌شوند، اهمیت عینی مشخص و جایگاه معینی دارند. آن‌ها به شیوه‌های خاصی استفاده می‌شوند.

برای پروژه ای که به چشم اندازه‌های دین در چنین عصری توجه دارد، ماهیت این مجموعه نمادها و این پرسش که چه کسی و چگونه آن‌ها را استفاده می‌کند، اهمیت کلیدی می‌یابد. هم‌چنین قابل بررسی است که این نمادهای رسانه ای، تا چه حد می‌تواند برای اعمال دینی معاصر به کار رود. این موضوع را در فصل‌های بعدی مفصل‌تر بحث خواهیم کرد. این حرف تقریباً عادی شده که چیزها، به این دلیل در رسانه‌ها هستند که در سطحی بنیادین کار می‌کنند. رسانه‌های تجاری، کالایی وابسته به یافتن محتوا و شیوه‌های بیانی هستند که جالب، جذاب و گیرا باشد. رسانه‌ها هم‌چنین گرایشی فزاینده به بررسی طیفی از موقعیت‌های حسی دارند. فیلم و تلویزیون، بیشتر رسانه‌های تصویری (۱) خوانده می‌شوند و بررسی‌های زیادی درباره‌ی میزان نقش آفرینی آن‌ها در خلق یا تغییر فرهنگ تصویری یا سواد بصری فزاینده‌ی مخاطبان صورت گرفته است. (۲) ظهور رسانه‌های دیجیتال (اینترنت، وب و فن آوری‌های دیجیتال

۱- visual

۲- مک لوهان البته گفت که هر چند فیلم و تلویزیون هر دو دیداری هستند، از این جهت نیز تفاوت دارند که یکی جذاب (با حال) تر از دیگری است. برای دیدن بحثی روان‌شناختی درباره‌ی دیداری بودن ن. ک. (Messaris ۱۹۹۴). هم‌چنین ن. ک. Sturken و (۲۰۰۱ Cartwright)، صص. ۴۵-۶۹. برای خواندن بحثی درباره‌ی مسائل دیداری بودن در ارتباط با دین معاصر آمریکایی ن. ک. Morgan و (۲۰۰۱ Promey) و (۱۹۹۸ Morgan).

شخصی) گستره تجارب تصویری و صوتی را توسعه بخشیده است. آزمایش‌ها زیادی درباره ترکیب رسانه‌های دیجیتال با حواس لامسه و بویایی انجام شده و هر چند بسیاری از آن‌ها هنوز محقق نشده، ولی اکنون بازی‌های ویدیویی، تجارب رسانه‌ای دیجیتال لامسه‌ای و حرکتی را به کار برده‌اند.

اگر تعریف رسانه را اندکی گسترش دهیم تا چاپ و نشر، صنایع خدماتی، گردشگری، بازاریابی و تفریح و سرگرمی را نیز در بر گیرد، حتی شواهد بیشتری از ماهیت چندحسی ارتباطات مدرن را خواهیم دید. اکنون بیشتر برای مان‌عادی است که به مکان‌ها و نزد مردمانی سفر کنیم و عجایب آن‌ها را تجربه کنیم که پیش از این تنها در رسانه‌ها دیده بودیم. صنایع رسانه‌ای به شکلی روزافزون، با این بخش‌ها ادغام می‌شوند و انتشارات چاپی و الکترونیک را با چیزهایی چون جنبش‌های دوازده گام (۱) و خودیاری (۲) متصل می‌کنند که اکنون از طریق آن‌ها، گستره وسیعی از فرهنگ مادی – هم‌اشیا و هم‌تجارب مربوط به حواس – می‌تواند حفظ شود. رسانه‌هایی که مصرف می‌کنیم هم‌چنان – به‌طور روزافزون – به سمت افزایش جذابیت در طیفی از حوزه‌های لمسی، حرکتی و جسمانی گرایش خواهند داشت. این بدان معناست که مواد رسانه‌ای، هم‌زمان در قالب‌های خودشان به عنوان متون و اشیا جذابند و به‌طور روزافزون، برای موضوعاتی فرهنگی درباره نمادها،

twelve-step – ۱

self-help – ۲

ارزش ها، بدن، تجربه و طیفی از روش‌های دیگر تجربه نیز مهم هستند. ارتباط آن‌ها با دین، روشن و جالب است.

هدف این کتاب، بررسی هیچ یک از موضوعات گفته شده _ یا هیچ ترکیبی از آن‌ها _ به خودی خود نیست. نمی‌گوییم که پیامدهای رسانه‌ها برای دین به یکی از این حوزه‌ها محدود است. در مقابل، می‌خواهم پیش از طرح چنین پرسش‌هایی، به اهمیت رسانه‌ها برای دین، در بافت دریافت یا مصرف رسانه پردازم. به جای پرسش اهمیت عصر رسانه‌ها برای دین چیست؟، این پرسش طرح می‌شود که این اهمیت در کجا باید یافته شود؟ تفاوتی ظریف ولی عمیق بین این دو هست. از جهتی، پرسش کجا، پرسشی انسان‌شناسی (۱) است که پدیده‌ای را در فرهنگ مشاهده می‌کند و شروع به تبیین یا تفسیر آن می‌کند. این جا درباره‌ی من، می‌توان دید که رسانه‌ها وجود دارند و همه جا حاضرند. آن‌ها محتوای نمادین و فرهنگی مبادله می‌کنند که برای چیزی که زمانی دین می‌دانستیم اهمیت دارد و این که نهادهای دینی و کسانی که متولی فرهنگ دینی هستند، نگران این وضعیت هستند. پرسش چه خود را طرح می‌کند و اکنون وقت پرسیدن کجا؟ است که در آن پرسش جالب برای چه کسی؟ نیز قرار دارد. البته چنین رویکردی به لحاظ پارادایمی، از بیشتر آن چه پیش‌تر در مسیر تحقیقات درباره‌ی دین و رسانه‌ها انجام شده، متمایز است. به نظر می‌رسد که عمده

۱- به یکی از معلمان خود، ری بردویسل، مدیونم زیرا به کله ما فرو کرد که پرسش اول نباید این باشد که چه اتفاقی دارد می‌افتد؟ بلکه باید این باشد که کجا این اتفاق دارد می‌افتد؟

کار، به ویژه در رشته های ارتباطات جمعی و مطالعات رسانه ای، درباره پرسش های ایدئولوژی و تأثیر رسانه ها و دین بر یکدیگر است. جرج گربنر (۱) که تلویزیون را دین جدید دولتی خواند، پرسش را در قدرت اجتماعی و ایدئولوژیک می دید؛ جایی که زمانی دین، نقشی عمده در شکل دهی و اجرای ایده ها و ارزش های اجتماعی و انتقال ایده های بنیادین فرهنگ داشت. رسانه ها را اکنون می توان در آن نقش دید. (۲)

می توان گفت که پرسش از قدرت ایدئولوژیک یا نهایی، زیربنای نقدهایی چون مسیح و رسانه های کلاسیک اثر مالکوم ماگریج (۳) را تشکیل می دهد. این تفکر که رسانه ها و دین در وضعیت تعارض ایدئولوژیک به سر می برند، به طور ضمنی در آثار جدیدتر همان سبک وجود دارد که می توان موارد زیر را مثال زد: همه فرزندان خدا و کفش های جیر آبی اثر کن میرز، (۴) رقص در تاریکی اثر کوینتین شولتز و همکارانش، (۵) کار جدیدتر شولتز به نام راه و رسم قلب دارای تکنولوژی بالا، (۶) زندگی در عیش، مردن در خوشی اثر نیل پستمن، (۷) تلویزیون و دین اثر ویلیام فور (۸) و کارهای کمتر دانشگاهی ولی قابل توجهی چون هالیوود در برابر آمریکا اثر مایکل مدود (۹) و کتاب فضایل اثر ویلیام بنت. (۱۰)

George Gerbner – ۱

(Gerbner and Connolly ۱۹۷۸) – ۲

(Muggeridge ۱۹۷۷) – ۳

(Myers ۱۹۸۹) – ۴

(Schultze et al. ۱۹۹۱) – ۵

(Schultze ۲۰۰۲) – ۶

(Postman ۱۹۸۶) – ۷

(Fore ۱۹۸۷) and Fore (۱۹۹۰) – ۸

(Medved ۱۹۹۲) – ۹

(Bennet ۱۹۹۳) – ۱۰

تمام این‌ها در این ایده اشتراک دارند که به طور استقرایی می‌دانیم که دین چیست و پرسش‌های بنیادین تضادّ میان آرمان دین و واقعیتِ آشکال مختلف، رسانه‌های معاصر را احاطه کرده است. هم‌چنین بیشتر آن‌ها تأسف می‌خورند که ظاهراً رسانه‌ها در حال برنده شدن هستند. گربرنر در مسیر پژوهشی متمرکزتری نیز درگیر بود، مسیری که به تأثیرات رسانه‌ها بر دین و برعکس می‌پردازد و در پارادایم مسلطِ تأثیرات، در تحقیقات مربوط به رسانه‌های جمعی آمریکا ریشه دارد. ظهور تله ونجلیسم در دهه ۱۹۷۰، مباحث و پژوهش‌های زیادی را موجب شد. پروژه شاخص‌های فرهنگی گربرنر در دانشگاه پنسیلوانیا با همکاری محققان سازمان گالوپ و رابرت وُتناو، (۱) جامعه‌شناس برجسته دین، در پی مطالعه دقیق این پدیده بود. (۲) دیگر آثار مهم تأثیرمحور، شامل مجموعه‌ای از مطالعات توسط جودیت بودنباوم (۳) بر روی روزنامه‌نگاری دین و روزنامه‌نگارانی که دین را پوشش می‌دهند (۴) و دیگر مطالعات مربوط به دین و مطبوعات است. (۵)

سومین مکتب فکری مهم مربوط به دین و رسانه، در بطن تحقیقات رسانه‌ای ظهور یافت که در قالب کارکردهای دینی یا شبه دینی آیین‌های هویت و انسجام اجتماعی، به رسانه‌ها می‌نگرد. مهم‌ترین آن‌ها،

۱- Robert Wuthnow

۲- Gerbner et al. (۱۹۸۴). هم‌چنین ن. ک. (۱۹۸۹). Gerbner et al.

۳- Judith Buddenbaum

۴- Buddenbaum and Stout (۱۹۹۶)

۵- بنگرید به کار پیمایشی رابرت او. وایت که در Dart و Allen (۱۹۹۳) صص. ۲۱-۷ آمده است. Hoover et al. (۱۹۹۵)

پروژه بسیار پرنفوذ دانیل دیان و الیهو کتر است که تحت عنوان رویدادهای رسانه ای؛ پخش زنده تاریخ به چاپ رسید. (۱) ارتباطات آیینی از اریک رُزنباهلر، (۲) مروری جامع تر بر ادبیات انسجام و آیین ها بر اساس چهارچوبی دورکهمی است. هم‌چنین از حوزه ارتباطات جمعی و مطالعات رسانه ای، خون قربانی و ملت اثر کارولین ماروین (۳) و مرور انتقادی این ادبیات توسط نیک کولدري در آیین های رسانه ای (۴) قابل ذکر است. مفهوم ضمنی در این آثار و دیگر آثار که در کار امیل دورکهم، نظریه پرداز اجتماعی، اهمیت بنیادین دارد، این ایده است که دین برای حفظ شکل و حالت جامعه، لازم است. هم‌چنین، دورکهم می گوید که جامعه و دین، بر گرد پرسش های هویت و انسجام اجتماعی، به هم می رسند یا از هم دور می شوند و آیین های اجتماعی، زمینه ای است که این موضوعات در آن آشکار می شوند. (۵)

چهارمین حوزه پژوهش و نظریه پردازی در تحقیقات رسانه ای مرتبط با دین، در مقاله ای کلاسیک به نام رویکردی فرهنگی به ارتباطات از جیمز کری (۶) ریشه دارد. کری در این مقاله میان درک انتقالی و آیینی از ارتباط، تمایز قائل می شود. او می گوید که مدل انتقال، بیش از حد محققان رسانه را از شیوه های عمیق و ظریف تر ادغام ارتباطات در بافت

۱- (۱۹۹۲) Dayan and Katz

۲- (۱۹۹۸) Rothenbuhler. این کتاب توسط دکتر عبدالله گیویان در انتشارات دانشگاه امام صادق (ع) (۱۳۸۷) ترجمه و

منتشر شده است. (م.)

۳- (۱۹۹۹) Marvin

۴- (۲۰۰۳) Couldry

۵- (۱۹۹۵) Durkheim

۶- (۱۹۷۵) Carey

زندگی روزمره، غافل ساخته است. کری، با کاربرد تقریباً استعاری اصطلاح آیینی، (۱) دیدگاهی آیینی نسبت به ارتباط را خواستار شد که آن را به شیوه فرهنگ محور و ارگانیک تر درک کند. بسیاری از نوشته‌های کری، به عنوان پلی مهم میان تحقیقات رسانه ای فرهنگ محور نوظهور در آمریکا و یک سنت دانشگاهی قدیمی تر _ و از جهاتی اساسی تر _ در اروپا به ویژه انگلستان تلقی می گردد. این رویکرد اصطلاحاً مطالعات فرهنگی، نسبت به تحقیقات رسانه ای به شیوه‌های گوناگون در دو سوی اقیانوس اطلس _ آمریکا و اروپا _ تجلی یافته است، ولی به صورت نوعی، می توان آن را با جهت گیری های روش شناختی و نظری مشخصی در هر دو موقعیت، تشخیص داد. به لحاظ نظری، مطالعات فرهنگی در توجه به فرهنگ به عنوان یک زمینه و بافت زیسته، ریشه داشته و بیشتر به پیامدهای مادی و اساسی این بافت پرداخته است. این امر از آن جهت اهمیت دارد که مطالعات فرهنگی را در برابر رویکردهایی قرار می دهد که فرهنگ را بیشتر در قالب تولیدات آن دیده اند و طبقه بندی های هنجاری برای آن تولیدات به کار برده اند، برای نمونه هنوز اندیشیدن به فرهنگ سطح بالا (۲) (هنرهای ممتاز مانند نقاشی، مجسمه سازی، تئاتر جدی، موسیقی کلاسیک و حتی برخی فیلم ها) در تقابل با فرهنگ سطح پایین یا عامه پسند (تلویزیون، موسیقی عامه پسند، رمان های پیش پا افتاده و غیره) رایج است.

۱- برای خواندن یکی از نقدهای اخیر نسبت به استفاده کری از اصطلاح آیینی ن. ک. (۲۰۰۳) Saebo).

۲- high culture

مطالعات فرهنگی، چهارچوب بحث را تغییر می دهد. پرسش کجا که پیش تر طرح کردم را می پرسد و فرهنگ را به صورت انسان شناختی، به طوری که عمل و تجربه شده، می بیند. این امر، در ارتباط با آثار نوظهور درباره رسانه ها در حوزه انسان شناسی، (۱) نقشی بسیار متفاوت برای رسانه ها را ممکن می سازد؛ البته منظور، دیدن آن به صورت ادغام شده در زندگی است نه تأثیر بالقوه آن بر زندگی. (۲) هنوز می توان نقشی ایدئولوژیک برای رسانه ها در چنین چهارچوب فرهنگی ای تئوریزه کرد و این بحث، در درون تحقیقات فرهنگ محور، حل و فصل نشده است. برخی پژوهشگران بر استقلال مخاطبان رسانه تأکید می کنند و بر شیوه های معناسازی آنان از متون و تجارب رسانه ای تمرکز دارند. محققان دیگر بر صورت بندی های ایدئولوژیک درون آن متون و تجارب تمرکز دارند و به شیوه های تأیید یا مخالفت با این صورت بندی ها توسط مخاطبان می پردازند. (۳) به لحاظ روش شناختی، چرخش فرهنگ گرایانه در مطالعات رسانه ای، تحقیقات را در جهات انسان شناختی تر نیز برده است. (۴) در حالی که _ به اصطلاح _ پارادایم مسلط در علوم اجتماعی و

۱- به عنوان نمونه ای برجسته و پرنفوذ ن. ک. (۲۰۰۳) Bird). هم چنین ن. ک. (۲۰۰۲) Ginsburg et al).

۲- برای مرور دقیق نظریه مطالعات فرهنگی ن. ک. (۱۹۹۰) Turner). نمی خواهم یکی از ابعاد بسیار مهم بخش اعظم مطالعات فرهنگی را نادیده بگیرم: ریشه های تاریخی _ مادی گرایانه آن. هر چند رویکرد انسان شناختی که در این کتاب دنبال خواهم کرد بر عمل و عاملیت مخاطبان در تعیین معانی و نتایج متمرکز است، مسئله جبر هنوز حل نشده و هم چنان پرسش مهمی برای مطالعات فرهنگی است (ن. ک. یادداشت بعدی).

۳- ن. ک. بحثی که در (۱۹۹۵) Garnham و (۱۹۹۵) Grossberg) به چاپ رسید.

۴- لیلا- ابولقود این چرخش را از دیدگاهی انسان شناختی ارزیابی کرده است در مقاله ای که بر برخی تلاش های اولیه پژوهشگران رسانه متمرکز بود که وی آن ها را زیاده از حد نظری و نه به حد کافی انسان شناختی یافت. Abu-Lughod.

رسانه ای، ریشه در پوزیتیویسم و روش های ترجیحی استنتاج، سنجش و تجربه گرایی کمی دارد، تحقیقات فرهنگ گرایانه رسانه ای به سمت روش های کیفی و توصیفی چرخیده است. محققان فرهنگ گرا تمایل دارند روش های تفسیری، مشاهده ای، مردم نگارانه و انسان گرایانه تری به کار ببرند. (۱)

مطالعات موردی و گروه های تمرکز، رایج تر از پیمایش با نمونه های قابل تعمیم هستند. این روش های کیفی، به دلایلی _ به ویژه برای تحقیقی که در این جا بر عهده داریم _ مناسب تر هستند. اول این که آنها، رابطه ای علی بین رسانه به عنوان ابزار و تأثیرات در مخاطبان فرض نمی کنند و به مخاطب اجازه می دهند که با قالب های خودش درباره رابطه اش با رسانه سخن گوید. هم چنین آنها آن روش های مطالعاتی وقتی _ چنان که در بالا - گفتم _ دلایلی وجود دارد که روابط احتمالاً از دو طرف جریان دارد، مطالعه پدیده هایی چون دین را میسر می کنند.

دوم، محققان فرهنگ گرا، نوعاً به پرسش ها و موضوعاتی علاقه دارند که پیچیده تر و مفصل تر از آن است که بتوان به سادگی آنها را در یک ابزار پیمایشی عملیاتی کرد. چنان که دیده ایم، دین مسلماً چنین پرسش هایی برمی انگیزد و رابطه آن با زندگی اجتماعی، می تواند در چندین سطح باشد و عمل کند. دشوار است که بتوان از ابتدا گفت که رسانه ها در کدام یک از آن سطوح می توانند باشند.

۱- برای مطالعه بحثی جامع ن. ک. (Moores ۱۹۹۳) و (Bird ۲۰۰۳).

سوم، چنین روش‌هایی امکان تفسیر الگوهای عمل و تعامل، که تکرارشونده و متوالی هستند، را فراهم می‌کند. این موضوع آن‌گاه اهمیت می‌یابد که آیین و مناسک را مسأله‌ای مهم و قابل بررسی بدانیم.

چهارم، آن‌ها به پژوهشگر اجازه می‌دهند که الگوهای غیرمنتظره را هم در متون رسانه‌ای و هم در عملکرد مخاطب، تشخیص دهد؛ چون چیزهای زیادی هست که در مرحله کنونی تحقیقاتمان نمی‌دانیم، این باز بودن، یک ضرورت است.

پنجم، آن‌ها اجازه بررسی زمینه اجتماعی، فرهنگی، تاریخی و پرداختن به آن‌ها در قالب سهم‌شان در پیامدهای مصرف رسانه را می‌دهند، مسأله‌ای که می‌توانیم فرض کنیم تفاوت‌های مهمی ایجاد می‌کند. در نهایت، این روش‌ها امکان واکاوی پیامدهایی چون معنا و هویت را فراهم می‌کنند که خود موضوعاتی بسیار پیچیده هستند، چنان‌که در فصول بعدی کتاب خواهیم دید.

اهمیت این چرخش فرهنگ گرایانه در این کتاب _ مسائل رسانه و دین _ تا حدی فراتر از استفاده استعاری کری، از اصطلاحی کلاسیک در دین _ آیین و مناسک _ برای بیان جهت‌گیری جدید خود است. وی در موضوع دین، کمک بسیار کوچکی ارائه می‌کند. در مقابل، سهم فرهنگ‌گرایی در درک ما از رسانه‌ها و دین، در توانایی آن برای پرداختن به مسأله‌ای پیچیده، متنوع، پراکنده و متغیر چون دین معاصر ریشه دارد. به سادگی نمی‌توانیم تعریفی هنجاری برای دین معاصر به کار ببریم. یک محقق برجسته دین گفته است که این حوزه را باید

همواره حوزه مطالعه ادیان نامید. (۱) دیگر ناظران دین معاصر، اشاره دارند که خود برچسب دین در توصیف وضعیت معاصر، به شکلی فزاینده مسأله ساز است. مطالعات رسانه ای فرهنگ گرا، بیش از آثار گذشته اجازه می دهد که هم دین و هم رسانه نزدیک تر به قالب های خودشان بررسی و مطالعه شوند. فرهنگ گرایی در مطالعات رسانه ای، روندی افزایشی به سوی مطالعه مستمر و جدی تر دین و رسانه ایجاد کرده است و این کتاب، بخشی از آن روند است. با این حال، اشتباه خواهد بود که این جنبش را تنها به رشته های ارتباطات و مطالعات رسانه ای نسبت دهیم. رشته های دیگر به ویژه مطالعات دینی، تاریخ، تاریخ هنر، فولکلور و انسان شناسی، هر یک در حال آغاز به مشارکت در گفت و گویی غنی و لزوماً میان رشته ای درباره دین و رسانه هستند. (۲)

این گفت و گو از طریق کارهایی که محققان می کنند، تشویق و پروراند شده است: کنفرانس، چاپ و نشر، سمینار، تحقیق و تدریس. مجموعه ای از کنفرانس های تخصصی درباره رسانه، دین و فرهنگ با رویدادی در آپسالای سوئد در ۱۹۹۳ پایه گذاری شد و با جلساتی در بولدر کلرادو در آمریکا در ۱۹۹۶، ادینبورگ اسکاتلند در ۱۹۹۹، لویزیویل کنتاکی در آمریکا در ۲۰۰۴ و دوباره در سوئد در ۲۰۰۶ دنبال شد. جلسات آینده در ۲۰۰۸ در برزیل و در ۲۰۱۰ در هلند خواهد بود. (۳)

۱- (Albanese ۱۹۹۸)

۲- برای مرور ادبیات این روندها ن. ک. (Clark and Hoover ۱۹۹۷) و Clark (۲۰۰۲).

۳- برگزاری اولین همایش دین و رسانه در سال ۲۰۰۵ در ایران (تهران) و برگزاری دومین آن در شهرهای قم و تهران در سال ۲۰۰۹ تلاش هایی دیگر در این عرصه است. (م.)

انجمن های پژوهشی و حرفه ای نیز با میزگردهای منظم و بحث های دیگر در کنفرانس هایی که از رشته های مطالعات دینی و مطالعات رسانه ای تا حدی دورافتاده تر هستند، مشارکت داشته اند، از جمله جامعه مطالعه علمی دین، آکادمی آمریکایی دین، انجمن بین المللی تحقیق در ارتباطات و رسانه ها، انجمن آموزش روزنامه نگاری و ارتباط جمعی، انجمن بین المللی ارتباطات، انجمن ملی ارتباطات.

هم چنین قابل توجه است که در حوزه خاص تحقیق درباره دین و رسانه، منشأ بیشتر پیشرفت ها، پژوهشگران جوان تر بوده اند. آثار مهم این رشته از جمله تفتیده و پرهیزکار اثر دیان وینستن،^(۱) از فرشته ها تا بیگانه ها اثر لین شافیلد کلارک،^(۲) شیطان و منجی اثر میشل روزنتال،^(۳) رستگار کردن پیچ تنظیم: رادیو، دین و فرهنگ عامه پسند در آمریکا اثر تونا هانگن،^(۴) مؤنمان اثر جان شمالزباور،^(۵) ساختن ریشه دینی آمریکا اثر شان مک کلود،^(۶) صحبت تصویری اثر جولین میچل،^(۷) به لرزه انداختن جهان برای عیسی اثر هیتز هندرشات^(۸) و کتاب نمادهای پروتستانتیسم آمریکایی که توسط دیوید مورگان^(۹) اصلاح شده، همه در ابتدای کار نویسندگان شان ظهور یافته و بیشتر با کار دوره دکترای آنان ارتباط

۱- (Winston ۲۰۰۰)

۲- (Clark ۲۰۰۳)

۳- (Rosenthal ۲۰۰۴)

۴- (Hangen ۲۰۰۲)

۵- (Schmalzbaur ۲۰۰۳)

۶- (McCloud ۲۰۰۴)

۷- (Mitchell ۲۰۰۰)

۸- (Hendershot ۲۰۰۴)

۹- (Morgan ۱۹۹۶).

نزدیک داشته است. (۱) همه توجّهات اخیر به روابط میان رسانه ها و دین را نمی توان تنها به تحقیقات نسبت داد. رویدادهایی موجب شده که این پرسش ها به مرکز گفتمان نزدیک و نزدیک تر شوند. در اواسط قرن گذشته به نظر می رسد که توافقی ساده بر سر پرسش ها مربوط به دین _ و به طور گسترده تر، چهره عمومی آن در قلمرو رسانه ها _ حاصل شده است.

در اثری کلاسیک از ویل هربرگ (۲) این وضعیت در شرایط آمریکای شمالی به عنوان موقعیتی توصیف شد که دین در قالب سنت های مسلط مسیحیت و یهودیت، تنها در حدّ عنصری از فرهنگ عمومی حاضر بود که چندان آشکار و مناقشه آمیز هم نبود. این چهره عمومی دین _ بازنمایی آن در نهادهایش _ شاخصی بود که توسط آن، دین شناخته می شد و زمانی که نفوذ این نهادها رو به افول رفت، به آسانی می شد تصور کرد که پیش بینی های برخی نسخه های کلاسیک نظریه سکولاریزاسیون، در حال تحقق است. در همین دوره زمانی، سکولاریزاسیون آشکارا به صورت عمیق تری در اروپا در جریان بود.

اکنون این وضعیت به شکلی کاملاً عمومی تغییر یافته است. با انقلاب اسلامی سال ۱۹۷۹ ایران، تحوّل اساسی ایجاد شد. این رویداد برخی فرضیات آزمون شده و ثابت شده در حوزه های سیاسی، اجتماعی،

۱- البته همین را می توان برای برخی کلاسیک های قدیمی تر در مطالعات دین و رسانه گفت، از جمله Horsfield (۱۹۸۷)، Frankl (۱۹۹۰)، Schultze (۱۹۸۸)، Hoover (۱۹۸۴)، و Peck (۱۹۹۳).
 ۲- Herberg (۱۹۸۳).

فرهنگی و رسانه ای را متزلزل کرد. در گذشته به آسانی می شد نظریه مشخص مدرنیته، توسعه و سکولاریزاسیون (۱) را مسلم انگاشت که سیر بی وقفه ای برای پیشرفت در نظر می گرفت و در آن، جنبش های مذهبی و ایدئولوژی های دین محور، کم اهمیت و کم اهمیت تر می شدند، ولی انقلاب ایران نشان داد که دین احیاشده (۲) واقعاً می تواند به نیرویی در مدرنیته تبدیل شود. (۳)

به نظر می رسد از سال ۱۹۷۹ به بعد، جنبش های اجتماعی و سیاسی مذهبی، آشکار و آشکارتر شده اند. احزاب سیاسی با محوریت دین احیاشده، توجه فزاینده ای به خود جلب کرده اند. حتی در دنیای صنعتی نیز دین، آشکارتر شده است. گروه های محافظه کار مسیحی به مشخصه مهمی از سیاست آمریکا در طول دو دهه گذشته تبدیل شده اند. در فصل ۹ بحث خواهیم کرد که این جریان در انتخابات عمومی آمریکا در نوامبر ۲۰۰۴ به اوج خود رسید. مجموعه ای از رسوایی ها، کلیسای کاتولیک را، هم در آمریکای شمالی و هم در اروپا، به لرزه انداخته است. مشاجرات عمومی درباره اصول کلیسای انگلیکان بر سر اعطای سمت کلیسایی به هم جنس بازان در گرفته است. مسأله دین، در مباحث مربوط به قانون اساسی اروپا مطرح شده و اصطلاح Japanese

۱- برای مشاهده بیانیه کلاسیک ن. ک. (Lerner ۱۹۶۴). در یکی از فصل ها لرنر، جهان بینی یکی از بزرگان سنتی - قبیله ای را توصیف می کند و با ظرافت این واقعیت را منتقل می کند که چنین افرادی به زودی خود را گرفتار جریان بی امان مدرنیته خواهند یافت، چیزی که برای فهم و تبیین آن تقلا خواهند کرد. پیام ضمنی: چنین جهان بینی هایی به زودی به تاریخ خواهند پیوست چنان که مدرنیته این ایده ها و ارزش های (دین محور) را نادیده گرفت. جالب این که آن متن مربوط به ایران بود.

۲- resurgent

۳- برای مشاهده بحثی جامع تر درباره ظهور دین در گفتمان مطبوعاتی ن. ک. (Hoover ۱۹۹۸).

Doomsday Cult تقریباً به یک کلیشه تبدیل شده است. در آشکارترین و گریزناپذیرترین مورد، حملات گروه های تروریست اسلام گرا در گوشه و کنار جهان از جمله حملات ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ _ که با جزییات در فصل نهم بررسی خواهیم کرد _ دین را در اولویت های سیاسی و خبری قرار داده است. این رویدادهای خبری، با تحولاتی در فرهنگ عامه همراه بوده است. دین و معنویت، آشکارتر از همیشه در کتاب، فیلم، تلویزیون و موسیقی عامه پسند دیده می شوند. شخصیت های رسانه ای به شکلی علنی با ایده های گوناگون دینی و معنوی شناخته شده اند. (۱) به نظر می رسد دین، به طور روزافزون در دستور کار فرهنگ عمومی قرار گرفته است؛ هر چند در بیشتر موارد، انواع و اشکالی دارد که فراتر از این برچسب به نظر می رسند. این موضوع را به طور جزیی تر در فصول بعدی مورد بررسی قرار خواهیم داد.

برای این که هدف کتاب بهتر درک شود، باید کمی به چالش های مطالعه مشترکات رسانه و دین در چنین زمینه تاریخی، اجتماعی و دانشگاهی پردازیم. دین و نهادهای رسانه، پدیده هایی مفصل و پویا

۱-۵. چنان که در بحث بخش مقدمه روشن است، این امر لزوماً پدیده جدیدی نیست. با این حال، به نظر می رسد که رایج و رایج تر می شود. برای نمونه در آمریکا حرف های زیادی درباره ورود بازیگران برجسته چون جان تراولتا و تام کروز به کلیسای **Scientology** گفته شده است. در سال ۲۰۰۳ مطبوعات به این خبر توجه زیادی نشان دادند که مل گیسن بازیگر استرالیایی همراه با پدرش در ایجاد یک جنبش محافظه کار کاتولیک مشارکت دارد. در این میان، روزنامه های انگلستان در تابستان همان سال گزارش دادند که مدونا (خواننده)، شوهرش و تعدادی از دیگر چهره های مشهور آمریکایی و انگلیسی در تأسیس مرکزی در لندن مشارکت دارند که وقف آموزه های **Kabbalah** (مجموعه معارف عرفانی یهود. مترجم). است (آبزرور، یکشنبه، ۲۳ مه ۲۰۰۳، ص. ۳).

هستند. آن‌ها طوری که _ شاید _ ما بخواهیم ثابت نمی‌مانند تا تحلیل‌شان کنیم. هر دو، سیستم‌هایی پیچیده با مجموعه‌ای از ویژگی‌های ساختاری، تاریخی و فرهنگی هستند که به تعریف و نوع‌شناسی آن‌ها یاری می‌رساند.

بحث من این است که پژوهش‌های مربوط به دریافت مخاطب (۱) در درون سنت فرهنگ گرا، برای پیشبرد درک ما در این مقطع زمانی بسیار نویدبخش است. این بحث را در این جا بر دو مبنا استوار می‌کنم. اول، چنان که گفته‌ام، برای پرسش‌های خاص مربوط به رابطه بین دین و رسانه، آن جهت‌گیری کیفی تری مناسب است که به رویه‌های مصرف رسانه در درون بافت زندگی روزمره می‌پردازد. در فصل‌های بعدی، که به طور خاص به این مسایل اختصاص دارد، در این زمینه توضیحات بیشتری خواهیم داد.

دلیل قاطع دوم برای نگاه فرهنگ‌گرایانه به بافت رسانه و دین در زندگی روزمره، در پس چیزی است که آن را محدودیت برای سه پارادایم دیگری می‌دانم که پیش‌تر طرح کردم. (۲) در سطحی بنیادین، اگر قرار باشد چیزی را درباره پیامدهای ایدئولوژیک یا عملی یا آیینی رسانه‌ها برای دین _ یا برعکس _ بفهمیم، اول نباید به این امر پردازیم که چگونه این روابط در زندگی افراد تجربه می‌شوند، مصرف می‌شوند، بیان می‌شوند یا مورد مذاکره قرار می‌گیرند. برای نمونه اگر هم چون

۱-۶. audience reception

۲-۷. آن‌ها را چنین توصیف کردم: (۱) توجه به ایدئولوژی و قدرت (۲) توجه به تأثیرات رسانه‌ها بر دین یا بر عکس (۳) توجه به رسانه‌ها به منزله کانون انسجام و معنای اجتماعی دورکهمی.

بسیاری از ناظران، نگران ارزش‌هایی هستیم که در برنامه‌های سرگرم‌کننده تلویزیون به خانواده‌ها منتقل می‌شوند _ مسأله‌ای که انباشته از سوابق و پیامدهای دینی است _ بررسی این‌که چگونه و تحت چه شرایطی چنین پیام‌هایی توسط خانواده‌ها دیده و مصرف می‌شوند، مفید نخواهد بود.

اگر بخواهیم استدلال کنیم که برخورد مطبوعات با موضوعات دینی، احتمالاً تعیین‌کننده شیوه درک دین در زندگی معاصر است، چرا نباید از درکِ چگونگی تفکر خوانندگان و مخاطبان درباره دین، زمانی که اخبار را مصرف می‌کنند، آغاز کنیم؟ اگر، چنان‌که بدیهی به نظر می‌رسد، رسانه‌ها در کانون مناسک مهم عمومی هستند و انسجام اجتماعی را هدف قرار می‌دهند، چرا نباید به حدود مشارکت مخاطبان در این مناسک و شیوه‌هایی که آن‌ها را به لحاظ دینی معنادار می‌یابند، علاقه‌مند باشیم؟

هم‌چنین پرسش‌های مستقیم‌تر، چند موضوع در هر طرف دریافت و مصرف رسانه‌ها وجود دارد. چگونه افراد، خانواده‌ها، مخاطبان و خوانندگان به شیوه‌های گوناگون مصرف رسانه‌ها شرطی می‌شوند؟ تحت چه شرایط و برای چه اهداف ضمنی و آشکاری از رسانه‌ها استفاده می‌کنند؟ از جهت دیگر، با رسانه‌هایی که مصرف می‌کنند، چه می‌کنند؟ رویه‌های رسانه‌ای آن‌ها چگونه در روابط اجتماعی شان _ هم در موقعیت‌های خانگی و هم فراتر از آن _ جای گرفته است؟ در هر یک از این حوزه‌ها، توانایی اثبات ظرفیت رویه‌های رسانه‌ای برای پیوند با زندگی بینندگان و مخاطبان، مهم به نظر می‌رسد. پاسخ به این

پرسش‌ها به بهترین شیوه، با رفتن به محل زندگی افراد و مرور بافت فرهنگی‌ای که در آن زندگی می‌کنند، میسر می‌شود؛ درک این که چگونه عناصر گوناگون این بافت مانند رسانه‌ها، نمادها، روابط اجتماعی، هویت‌ها، معانی و غیره با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند. این موضوع، به روشنی بزرگ و پیچیده است، ولی می‌خواهم از شیوه متمرکزتر انجام آن نیز دفاع کنم؛ شیوه‌ای که در پروژه‌های جاری زندگی ریشه دارد. وقتی برویم و نگاه کنیم، انتظار برخورد با آن‌ها را داریم. رویکرد خاصی که در این جا در پیش می‌گیرم، تأمل و درک تلاش‌های مردم برای ساختن روایت‌هایی معنادار و منسجم از خودشان، به عنوان مشارکت‌کنندگان فعال در محیط اجتماعی و فرهنگی‌شان است و میزانی که رسانه و دین، به شکل فردی و در تعامل با هم، منبع این روایت‌سازی هستند. در نتیجه، چشم‌اندازی نظری و روش‌شناختی برای مطالعه و تفسیر این روابط پیچیده فراهم می‌شود. هم‌چنین، به دیدگاه‌ها و شیوه‌های خاص دیدن و انجام دادن، که در زندگی روزمره وجود دارند، نزدیک‌تر می‌شویم. چنین فرض می‌شود که در سطحی خاص، می‌توانیم از صحبت کردن با مردم، چیزهای زیادی بیاموزیم. هم‌زمان، راهی برای فهم این صحبت در رابطه با ایده‌های مربوط به معنا، ارزش و عمل فراهم می‌شود.

هیچ رویکرد یا روش واحدی نمی‌تواند به همه پرسش‌ها پاسخ دهد و چنان‌که در طول کار خواهیم دید، پرسش‌های زیادی باقی می‌ماند. با این حال، چیزهای زیادی هم هست که می‌توانیم از این طریق بفهمیم. بنابراین، هدف اصلی کتاب، شرح، بازگویی و تفسیر این روایت‌ها از خود،

خانواده _ به مفهوم وسیع کلمه _ و روابط اجتماعی و تلاش برای فهم جایی است که می توانیم برویم و کاری است که می توانیم با این اطلاعات و این تفاسیر انجام دهیم. این استراتژی ما، ریشه در محدودیت ضمنی این کار توصیفی _ کیفی (۱) دارد؛ این که تنها می توانیم شرحی را بدانیم که افراد از خود می سازند و مایلند یا قادرند در موقعیتی که آن ها را ملاقات می کنیم، مطرح کنند.

معتقدم که می توان از میان این هویت های ارائه شده، متوجه شد که اول، چگونه این هویت ها توسط معانی و انگیزه های دینی تنظیم شده یا تغییر می کنند و دوم، از طریق رویه و تجربه رسانه ای یا با ارجاع به آن، تنظیم می شوند یا تغییر می کنند. مرزها و حدود روش شناختی این رویکرد را با جزئیات بیشتر در فصل های آینده توضیح خواهم داد. هم-چنین خواهم گفت که این ساختن هویت فراتر از مداخله خاص یک مصاحبه یا مشاهده، اهمیت دارد و در ارتباط با دیگر پرسش ها، رویکردها و روش ها نیز اهمیت دارد.

چنان که گفته ام، برخی ادعاهایی که درباره رابطه رسانه با دین طرح شده، ماهیت نسبتاً بزرگ، کلان و تاریخی دارند. دلایلی عملی هست که رویکرد میدانی _ نظری را که در این جا طرح می کنم، پشتیبانی می کند، به ویژه زمانی که در ارتباط با پرسش های بزرگ تری که دیگران به آن ها پرداخته اند، به این مسایل می اندیشیم. از جمله این واقعیت مهم که به

۱-۸. در ضمن خواهم گفت که این محدودیت ها در دیگر رویکردها نیز وجود دارد؛ از جمله رویکردهای کمی، تجربه گرا و پوزیتیویستی تر.

هر حال، هرگز نمی‌توانیم به شکل کاملاً قطعی، پاسخ برخی از این پرسش‌های بزرگ‌تر را بدانیم.

این پرسش کلی که آیا تکنولوژی‌های رسانه‌ای به شکل بنیادین، ظرفیت‌های اجتماعی و ادراکی ما را تغییر داده‌اند؟ یا این که آیا به طور تاریخی، می‌توان فرهنگ‌ها را بر اساس رسانه‌های شان تعریف کرد؟ قابل پاسخ نیست؛ زیرا جهانی موازی بدون رسانه‌ها نداریم که بتوانیم این جهان را با آن مقایسه کنیم. در غرب صنعتی، به دلایل گوناگون عملی، کسی نیست که رسانه نداشته باشد و کسانی که شاید نداشته باشند، آن قدر از جهات دیگر متفاوت هستند که مقایسه تجربی را مسأله‌ساز می‌کنند. فرصت‌های زیادی برای اجرای مطالعات شبه پنل پژوهی در جوامع پیش و پس از تلویزیون - برای نمونه در آفریقای جنوبی که تلویزیون نسبتاً دیر رایج شد یا در فیجی - (۱) عمدتاً از دست رفت. بنابراین، چیزی که اکنون داریم، توصیفات مبهم رواج تدریجی تر رسانه‌ها در بافت زندگی روزمره خانوادگی است. توصیفات که احتمالاً بیشتر، پذیرای نوع تحلیل توصیفی نزدیکی است که در این جا پیشنهاد شده تا برخی رویکردهای دیگر.

دلیل روشن دیگر برای رفتن به میدان - موقعیت دریافت رسانه - در دسترس بودن آن است. البته میراث پژوهشی و مفهومی مهم و بزرگی وجود دارد که به این نوع مطالعه می‌پردازد، میراثی که آن را تصدیق

۱-۹. یک حکایت عجیب مرتبط با مباحث ما در این جا این است که وقتی پخش تلویزیونی در سال ۱۹۹۵ در فیجی آغاز شد، تعدادی دستگاه تلویزیون از پیش در آن-جا بود که - با دستگاه‌ها و نوارهای ویدیو - توسط حامیان استرالیایی یک کشیش تله ونجلیسم آمریکایی تأمین می‌شد.

می‌کنم و در نقاط مهم طول مسیر پژوهش به آن ارجاع می‌دهم. اطلاعات میدانی که طرح خواهم کرد، از مجموعه مطالعات بزرگ تر و جامع‌تری سرچشمه می‌گیرد. توصیفات فصول آینده، از مطالعاتی گرفته شده که بر عهده گروهی از محققان بود که به طور دسته‌جمعی کار می‌کردند. (۱) این همکاری، شامل روش‌شناسی و نظریه و نیز ابعاد عملی‌تر اجرای تحقیق میدانی و انجام مصاحبه‌ها و مشاهدات است. بنابراین، بخش زیادی از شناخت‌هایی که در این جا مطرح خواهم کرد نیز، به طور دسته‌جمعی حاصل شده و در طول مسیر تلاش خواهم کرد تا اهمیت کار همکاران خود را ذکر کنم؛ چه کار میدانی و چه بینش‌ها و ایده‌های شان.

پروژه بزرگ‌تر، به درک معناسازی در عصر رسانه‌ها اختصاص دارد که تصور می‌شود، معناسازی دینی یکی از مؤلفه‌های اساسی آن است. ما در طول مطالعاتمان، می‌خواستیم الگویی رویکردی به تحلیل اجتماعی و فرهنگی ترسیم کنیم که حق دین را ادا کند؛ زیرا بسیاری از آثار پیشین در مطالعات رسانه‌ای – و در واقع جامعه‌شناسی تفسیری – حق آن را ادا نکرده‌اند. توصیفی از این پروژه و روش‌شناسی آن، به عنوان ضمیمه این کتاب می‌آید.

پیش از خاتمه، باید موارد اندکی درباره موضوعات محوری این بحث – دین و رسانه – طرح کنم. به صورت رایج، چنین آثاری با تعریف اصطلاحات آغاز می‌شود و البته این‌ها، اصطلاحات اساسی این کار

۱- ۰۰. برای مطالعه شرح کامل این پروژه، از جمله بحثی همه‌جانبه درباره روش‌شناسی که در این جا نیز استفاده شده، ن. ک. (Hoover et al. ۲۰۰۴).

هستند. تعاریف عملی، هر چه که جلوتر برویم، روشن تر می شوند، ولی چیزهای مختصری را باید در این جا توضیح دهم:

اول تعریف من از دین است. آیا منظور من، ادیان مشخص غرب _ ادیان توحیدی _ است؟ آیا منظورم، ادیان رسمی دیگر موقعیت هاست؟ آیا منظورم ادیان جدید یا نوظهور است؟ آیا منظور من، سنت متداول آن ادیان است؟ آیا منظورم، ادیان سنتی هم چون ادیانی است که در بیرون توسط انسان شناسان مطالعه می شود؟ آیا منظورم عمل دینی صریح یا ضمنی است؟ آیا منظور من، چیزهایی است که گاهی شبه دین خوانده می شوند؟ دین به عنوان یک برجسب، اخیراً مسئله ساز شده است. آیا منظور من معنویت یا تعالی است؟ اصطلاحاتی که رایج تر است. آیا منظور من جوش و خروش (۱) _ اصطلاحی از دور کهیم _ است؟ یا منظورم، نوعی دین است که ویلیام جیمز _ و اخیراً چارلز تیلور _ درباره آن قلم فرسایی کرده اند؟ آیا منظورم، دین جوهری (۲) یا کارکردی _ اصطلاحات پیتر برگر _ است؟ آیا منظور من، یک چتر مقدس یا یک شاخه طلایی یا رستگاری یا امر قدسی، یا *axis mundi* است؟ آیا منظورم، اعمال مادی تر شبه دین یا مناسک خشک دین است که در بسیاری از نقدهای فرهنگ بورژوایی مدرن متأخر، به باد انتقاد گرفته شده است؟ آیا منظورم مریم مقدس است یا مدونا؟ (۳) فکر می کنم منظورم همه این موارد است و این، یک طفره روشنفکرانه نیست. البته

۱- ۰۱. effervescence

۲- ۰۲. substantive

۳- ۰۳. بازیگر، خواننده و ترانه سرای آمریکایی (اسم او در واقع نام حضرت مریم است) (م).

در دینی خواندن این-همه چیز، این خطر هست که دین به یک مقوله بی معنا تبدیل شود. در یک سطح، برای چنین پروژه ای مهم است که خود را در برابر تنوع تجربیات دینی، شبه دینی و تلویحاً دینی، چنان که توسط افراد مورد مصاحبه بیان و تجربه شده اند، با مسامحه عمل کند. یکی از مزایای چنین تداخل هایی، این است که می توانیم بفهمیم چگونه آن ها این چیزها را در موقعیت های شخصی تعریف می کنند؛ زیرا این تعاریف، بدون شک همراه با تعاریف در فرهنگ وسیع تر تغییر می کنند. هم چنین مهم است که بتوان شیوه های تعامل این تعاریف و ادراکات با منابعی چون رسانه را تبیین کرد.

مسأله تعریف دین، برای دانشمندان اجتماعی و به طور خاص انسان شناسان، مسأله جدیدی نیست. ذات گرایان و صورت گرایان دینی، از کلیفورد گیرتز _ محققى که عمده میراث مفهومی و نظری حاضر به وی باز می گردد _ انتقاد کرده اند که چرا تعریفی از دین اتخاذ کرده که بیش از حد استنتاجی است و تمایل دارد هر چیزی را که پاسخگویان، دین می خوانند، دین به شمار آورد. در واقع، تعریف گیرتز از دین، تعریفی است که دقیقاً بنیان مورد نیاز تحقیق ما را فراهم می کند. گیرتز، دین را چنین تعریف می کند:

نظامی از نمادها که از طریق تنظیم تصوراتی از نظم کلی هستی و آراستن این تصورات با هاله ای از واقعیت، حالات و انگیزه های قدرتمند، فراگیر و بلندمدت در انسان ها ایجاد می کند به

طوری که آن حالات و انگیزه ها، به شکل بی نظیری واقع گرایانه به نظر برسند. (۱)

معنای عملی این تعریف، آن است که اهمیت یافتن یک معنا یا عمل اجتماعی به عنوان یک امر دینی، در صورتی است که _ از منظر افراد دخیل _ فراتر از ساحت مادی، به سطح اهمیت ویژه می رود و چیزی است که خود فرد در آن قالب ها می بیند. البته در این باره، بحث وجود دارد که آیا این، تعریفی روشن است و یا چیزهایی که به دین _ یا معنویت، واژه ای با اهمیت نوظهور اجتماعی _ نسبت داده می شوند نیز نیازمند بررسی بیشتر خواهند بود؟ این موضوع، یکی از ارزش های تحقیق توصیفی از درون (۲) است که انجام خواهیم داد. ما می توانیم شیوه هایی را که مردم، به واسطه آن ها خود و اعمال خود را دینی می خوانند، بررسی کنیم. این امر، نه تنها درباره اعمال خاص رسانه محور برای این تحقیق اهمیت دارد، بلکه درباره ماهیت تکامل دینی معاصر نیز به ما اطلاعاتی خواهد داد. مسأله این نیست که آن چه درباره دین می گویند را در ارتباط با فرهنگ رسانه ای اثبات کنیم، بلکه آن است که این ایده ها را در موقعیت بزرگ تر حیات اجتماعی شان و _ به طور وسیع تر _ فرهنگ گسترده تر قرار دهیم. بنابراین، چه بخواهیم یا نخواهیم، تعریف گیرتر خواهد بود که به عنوان تعریف عملی دین در این مطالعه استفاده خواهد شد. هر چند ممکن است تصور شود که تعریف رسانه، شاید روشن تر از تعریف دین باشد، ولی باز هم

پیچیدگی‌هایی دارد. به طور سنتی و در گفتمان رایج، رسانه بیشتر در قالب‌های تکنولوژیک تصور می‌شود. رسانه؛ یعنی ابزارها، خدمات، انتشارات و کانال‌ها. تمایل دارم پیشنهاد دهم که رسانه‌ها را به عنوان اعمال، تصور کنیم نه تنها به عنوان نهادها، متون یا اشیاء.

مجموعه چیزهای مهمی برای مطالعه حاضر وجود دارد که از معنای سنتی رسانه فراتر می‌رود، مانند انواع گوناگون اجرای عمومی و نیز فضاها، مناسک، گروه‌های ملاقات، کلاس‌ها، سمینارها و اشیای مقدسی چون نقاشی‌ها، مجسمه‌ها و آن‌چه اشیای پر زرق و برق دینی (۱) خوانده شده است. همه این موارد در مصاحبه‌های ما و دیگر مطالعات به عنوان موارد دارای اهمیت دینی ظاهر می‌شوند. درک این‌ها شاید این‌ها دینی باشند، احتمالاً آسان‌تر است تا درک این‌ها که رسانه نیز هستند. چنان‌که در فصل بعد با جزئیات بیشتر بحث خواهیم کرد، یکی از نشانه‌های مدرنیته متأخر، صافی طولی از آن دسته اعمال و اشیای اجتماعی و فرهنگی است که کالا شده و تقریباً بنا به تعریف، بخشی از محیط فرهنگی رسانه‌ای هستند. بنابراین، می‌خواهم تعریفی از رسانه داشته باشم که کاملاً باز باشد و به نوعی همانند تعریف ما از دین باشد. تا جایی که یک عمل یا موقعیت اجتماعی، بخشی از فرهنگ عمومی شامل مداخله تکنولوژیک یا اجتماعی است و در دسترس موقعیت‌هایی است که بررسی خواهیم کرد، گزینه تصور آن به منزله یک رسانه را باز نگاه خواهیم داشت.

خواهم کوشید در این مطالعه بگویم که بسیاری از رویکردها، ایده‌ها و نقدهایی که در مدرنیته متأخر درباره پیوند دین و رسانه طرح شده، ناشی از فرضیات بررسی نشده و آزمون نشده درباره تعامل بنیادین، میان رسانه و تجارب مربوط به دین یا معنویت افراد و مخاطبان است. بیشتر چیزهایی که فکر می‌کنیم درباره شیوه تعامل و ارتباط رسانه و دین می‌دانیم، مبتنی بر ایده‌هایی درباره این تعامل است که می‌تواند با موقعیت زمینی، مرتبط باشد یا نباشد. تا وقتی نتوانیم نگاهی نزدیک تر و دقیق تر به تجربه واقعی بیفکنیم، مانند این است که حلقه‌ای از زنجیره معانی و پیامدها مفقود است.

بنابراین، فکر می‌کنم آن چه در این جا انجام خواهیم داد تأمین آزمون‌ها، ایده‌ها و منابعی مهم برای برخی فرضیات رایج است. اگر بیشتر بدانیم که چگونه مردم با شیوه‌های دینی و معنوی از رسانه‌ها استفاده می‌کنند و چه چیزهایی را به لحاظ دینی و معنوی مهم می‌یابند، خواهیم توانست با اطمینان بیشتر و چیزهای بیشتری درباره انواع احتمالات، پیامدها و تأثیرات بزرگ تر بگوئیم. در اساسی ترین سطح، این پروژه را تعیین کننده ظرفیت‌های رابطه نظام مند میان رسانه و دریافت می‌دانم تا معلوم شود که از چه نوع معانی و پیامدهای دینی و معنوی پشتیبانی کنیم. شاید از برخی جهات، معقول باشد که تأثیراتی را توصیف کنیم که در این موقعیت‌ها ظاهر می‌شوند. از جهات دیگر، شاید معقول باشد که درباره گفت و گوها و بازنمایی‌ها صحبت کنیم. با این حال، اکنون چیزهای زیادی هست که نمی‌دانیم و چنان که خواهیم

دید، برخی از مقبول‌ترین و متداول‌ترین فرضیاتی که با آن‌ها وارد میدان خواهیم شد، پیش از همه فرو می‌ریزند.

در این کار، محدودیتی وجود دارد که ناشی از تازگی پروژه است. در فصل‌های آینده خواهیم گفت که این مطالعه از بسیاری جهات، نشان‌دهندهٔ تعاملی میان پارادایم‌های نوظهور در مطالعات رسانه‌ای، فرهنگی و دینی است. منابع مفهومی و نظری که از آن حوزه‌ها در اختیار این تحقیق است، برای تعیین قالب‌ها و طرح‌های آن چه انجام خواهیم داد، بسیار مفید است ولی همراه با آن منابع، این مسئولیت هم هست که در تحلیل‌های خود، به شکل‌عینی از همهٔ آن‌ها استفاده کنیم. چنان که خواهیم دید، این فرضیات علمی در میدان [عمل] نیز تأیید نمی‌شوند یا قابل تأیید نیستند. البته این نیز، یک یافته خواهد بود، ولی برای این واقعیت، پرمعناست که هر تحقیق، همواره انتقالی – بینابینی – (۱) است. این کتاب را باید در ابتدای – نه نزدیک انتهای – مباحث دین و رسانه دید.

در فصل آینده، موضوعات زمینه‌های دینی و رسانه‌ای معاصر را با جزئیات بیشتر بررسی خواهیم کرد. اهمیت دارد که بدانیم چگونه تکامل این حوزه‌ها، شرایطی را ایجاد می‌کند که در آن، معناسازی – دربارهٔ دین و به طور کلی معنای اجتماعی – اتفاق می‌افتد.

پاره دوم: از رسانه تا معنا: تحولات نظریه های رسانه، دین و فرهنگ

اشاره

پاره دوم: از رسانه تا معنا: تحولات نظریه های رسانه، دین و فرهنگ

بیشتر مورخان ریشه شکل گیری ارتباطات جمعی مدرن را، قرن نوزدهم می دانند. در پایان قرن هجدهم، تکنولوژی حوزه رسانه بیشتر کتاب، نشریه، جزوه و پوستر، یعنی کلمات چاپی بود. با وجود نوآوری ها در حوزه تولید و توزیع، دسترسی به رسانه ها هم چنان به سبب جغرافیا، طبقه اجتماعی و توانایی اقتصادی مردم محدود می شد.

بنابراین، برای درک اهمیت یک رسانه، باید فراتر از ابزارها به زمینه ها، عملکردها و مخاطبان آن توجه کنیم. رسانه به طور کلی، هم در تولید و هم در مصرف، عملکردی اجتماعی دارد؛ به همین دلیل باید آگاه باشیم در کجا، به دست چه کسی و با چه نتایجی استفاده می شود.

در قرن هجدهم و نوزدهم فرهنگ دریافت، (۱) در حوزه چاپ، ظهور و توسعه یافت. یورگن هابرماس این امر را با ارجاع به حوزه سیاست و فرهنگ نخبگان توصیف کرد. (۲) دیوید نورد و داگ آندروود نیز در حوزه های نزدیک تر به موضوع ما - چاپ و روزنامه نگاری دینی - چنین کرده اند. (۳) هم چنین، در آن زمان شاهد ظهور استقبال مردمی پرشوری هستیم که به شکل جامع تر در اواخر این قرن، لاورنس مور و دیگران آن را توصیف کردند. (۴) گزارش کلاسیک توکویل در همین دوره، فرهنگ دینی ملموس و نیرومندی در ملت نوپای آمریکا یافت که از جنبه های گوناگون، مبنای روابط اجتماعی، سیاسی و مذهبی بود. (۵)

بنابراین، تفکر درباره چگونگی تعامل رسانه دین و دیگر رسانه های جامعه و فرهنگ و نوع رابطه آن دو، منطقی بوده است. با این حال، از ابتدا تفاوت هایی میان این دو به چشم می خورد. (۶)

در هر حال ویژگی قرن نوزدهم، تحولات عظیم تکنولوژیک بود و همین تحولات، زمینه را برای تکامل ارتباطات جمعی مدرن فراهم کرد.

۱- دریافت (reception) اصطلاحی است در مطالعات فرهنگی و رسانه ای که به فرآیندها، روش ها و موقعیت هایی می گویند که در آن افراد، رسانه ها را مصرف و از آنها استفاده می کنند.

۲- (Habermas ۱۹۸۹). درباره اثر هابرماس بحث داغی وجود داشته است، به ویژه درباره این پرسش که چه کسی در جامعه مدنی تو در تو که از چنین دریافتی برخاسته، شریک بوده یا هست. مقایسه کنید با (Fraser ۱۹۹۳).
۳- (Nord ۲۰۰۴), Underwood (۲۰۰۲).

۴- (Moore ۱۹۹۵). هم چنین نک: (McDannell ۱۹۹۸) و (Morgan ۱۹۹۸).

۵- (De Tocqueville ۲۰۰۰). هم چنین (Bellah ۱۹۸۶).

۶- این تفاوت هم چنان در اموری چون فهرست های جداگانه فروش کتاب ها که توسط صنعت چاپ و نشر نگهداری می شود، دیده می شود. هر چند کتاب های مذهبی جزو پر فروش ترین ها بوده اند، در فهرست پر فروش های نیویورک تایمز دیده نمی شوند، بلکه در یک فهرست جداگانه مذهبی ظاهر می شوند.

در این دوران، تکنولوژی های گوناگونی اهمیت داشتند. دانش عکاسی، در اواخر قرن هجدهم در اروپا توسعه یافت و تا نیمه قرن نوزدهم توزیع محدودی داشت. عکاسی، مانند بسیاری از رسانه های پس از آن، به دلیل همراه شدن با رویدادهای خاصی، توجه عموم را به خود جلب کرد که جنگ های داخلی آمریکا، نقطه عطف آن بود؛ زیرا این جنگ ها به وسیله عکاسی، به ویژه عکاسی ماتيو برادی، به نخستین جنگ واقعاً تصویری (۱) تبدیل شد. باید توجه داشت که ارتباط میان برادی، عکس ها و جنگ، دارای جهات مختلفی است. عکاسی، امکان تجربه جنگ به شیوه ای بی سابقه را فراهم ساخت و با جلب توجه عموم، تصاویر آن را در ذهن مردم ثبت کرد. بنابراین، تحول برخاسته از تکنولوژی، از جهت شرایط تاریخی، رویه اجتماعی مصرف و ترکیب این ابعاد، اهمیت داشت.

همچنین در قرن نوزدهم، پس از رام شدن اسب [پایان جنگ و آشوب ها] _ نخستین پیشرفت اساسی در سرعت ارتباطات، اختراع تلگراف _ نخستین رسانه الکتریکی _ بود. پیش از تلگراف، سریع ترین وسایل ارتباطی، کبوتر نامه بر و تلگراف ساحلی (۲) بودند. تلگراف ساحلی با وجود سرعت زیاد، در مسافت های طولانی سرعت چندانی نداشت. کبوتر نامه بر، مسافت زیادی را به خوبی می پیمود؛ ولی قادر به حمل حجم انبوهی از اطلاعات نبود. تلگراف نیز همان زیرساخت نظام مند را داشت که نظام پستی روم را به چنین عنصر مهمی در آن امپراتوری تبدیل کرده بود. ارتباط سریع، با توسعه نظام های جاده ای و پستی، مطمئن و _

مهم‌ترین که _ عمومی شد. تلگراف، پیشرفت‌های شگرفی در سرعت و حجم این نظام‌ها ایجاد کرد و درک اجتماعات، ملت‌ها و در واقع جهان از خود را برای همیشه تغییر داد.

سایروس فیلد، با شاهکاری مهندسی که یکی از بزرگ‌ترین موفقیت‌های تکنولوژیک دوران مدرن به شمار می‌رود، توانست در سال ۱۸۶۶ یک کابل تلگراف، در عرض اقیانوس اطلس قرار دهد. این عمل، در جهان بینی نخبگانی که به این وسیله دسترسی داشتند، تغییر مفهومی بزرگی ایجاد کرد؛ برای نمونه جدیدترین خبری که پیش‌تر، از آن سوی اقیانوس به روزنامه‌های آنان می‌رسید، مربوط به ده تا چهارده روز پیش بود؛ ولی اکنون آخرین خبر، مربوط به ساعات اخیر است. بنابراین دیگر محدودیت در انتقال اخبار خام نیست، بلکه در تألیف، ویرایش و توزیع آن است. این تفاوت زمانی، با رسیدن نخستین کابل به استرالیا در دهه ۱۸۷۰ عمیق‌تر شد. باز هم یک شب، فاصله زمانی اخبار لندن از بیش از یک ماه به چند ساعت کاهش یافت.

سومین تکنولوژی مهم قرن نوزدهم، تلفن بود. شاید بیشتر ما تلفن را مهم‌ترین تکنولوژی بدانیم؛ زیرا جزیی ضروری از زندگی ماست. تلفن از جهت سرعت، در مقایسه با تلگراف، پیشرفت‌چندانی نداشت؛ ولی به دلیل سهولت و سادگی استفاده از آن در زندگی روزمره و تجارت و هم‌چنین به دلیل شباهت بیشترش به انسان _ انتقال مستقیم صدای انسان از آن سوی خط _ کاربرد گسترده‌ای یافت. تلفن، آشکارا خانگی‌ترین تکنولوژی بود که به سرعت وارد زندگی روزمره شد و تحولی

اساسی در مجموعه ای از روابط اجتماعی و فرهنگی ایجاد کرد،^(۱) در نتیجه الگوی حوزه هایی چون دوستی دختر و پسر، وظایف والدین و ارائه انواع خدمات تجاری و اجتماعی را برای همیشه تغییر داد.

آخرین تحول مهم ارتباطی _ تکنولوژیک قرن هجدهم، ماشین چاپ پرسرعت بود. نخست در لندن، در دهه ۱۸۶۰ نظریه های جدید تولید انبوه که از صنعت نساجی سرچشمه گرفته بودند، با چاپ ادغام شد و کشف نیروی بخار و سپس برق، امکان چاپ در حجم بسیار بالا را افزایش داد. روزنامه هایی چون **Illustrated London News**، تأثیر این تحول تکنولوژیک بر نشر را از طریق ارائه اشکال جدید محتوا و توزیع نشان دادند. به این ترتیب، رسانه یک باره توانست به رسانه ای توده ای تبدیل شود و پرشمارتر از گذشته در دسترس خوانندگان بسیاری قرار گیرد. دوره مطبوعات توده ای، سه ویژگی داشت که نشانه ارتباطات جمعی مدرن است. نخست این که تولید انبوه، امکان فروش روزنامه، جزوه و کتاب را به قیمت بسیار نازل تر از گذشته فراهم کرد. این امر، تحولی بزرگ در ماهیت خوانندگان به وجود آورد؛ در حالی که پیش تر طبقات متوسط و بالا، بیشتر روزنامه می خواندند، اکنون روزنامه در دسترس توده ها نیز قرار داشت، در نتیجه دوره ای شکل گرفت که برخی آن را دوره دموکراتیک تر در توزیع اخبار می خوانند.^(۲)

ویژگی دوم این که، دگرگونی وسیعی در محتوای اخبار پدید آمد و همه چیز از نوع مطالب نشریه گرفته تا سطح خوانش خوانندگان را

۱- (Fischer (۱۹۹۴

۲- برای خواندن بحثی ترکیبی و جدید نک: (Schudson and Tifft (۲۰۰۵).

تغییر داد. سوم این که، توده ای شدن رسانه ها، شیوه بهره برداری و تأمین مالی آن‌ها را نیز برای همیشه تغییر داد. پیش‌تر، روزنامه‌ها با بهای تک فروشی تأمین می شدند، ولی با تکامل مطبوعات توده ای، آگهی های بازرگانی منبع مهم درآمد آن‌ها شد و اکنون نیز منبع اصلی درآمد رسانه‌ها به شمار می‌رود. هر یک از ویژگی های دوره رسانه های توده ای که کم و بیش با آغاز قرن بیستم ظهور یافت؛ مانند توده ای شدن مخاطب، عامه پسند شدن (۱) محتوا و اهمیت یافتن آگهی های بازرگانی به عنوان منبع درآمد، از همان زمان به جنبه ای مهم و بحث برانگیز تبدیل شدند؛ به گونه ای که هر سه در بحث ما درباره روابط میان دین و رسانه اهمیت دارند.

با پیشرفت رسانه های رادیو - تلویزیونی، تصویری و دیجیتالی در قرن بیستم، هنوز نظریه مخاطب توده ای به نوعی مطرح است؛ ولی این رسانه ها به گونه ای کاملاً ملموس و سازمان یافته به جزء پیوسته و مؤثر بر محیط بزرگ تر فرهنگی تبدیل شده اند (۲) و ظرفیت آن‌ها برای چالش، بازسازی یا جایگزینی نهادها و اعمالی که زمانی، خاص دین بودند، در همین واقعیت ریشه دارد.

فرهنگ سلیقه ای (۳) که در رسانه های گوناگون ظهور یافته نیز موضوع بحث های فراوان است. رسانه به اصطلاح عامه پسند تلویزیون و هم چنین

۱- popularization

۲- Thompson, John B. (۱۹۹۵) *The Media and Modernity*, Stanford: Stanford University. ۱۲
 ۱ (Press, (especially Part

۳- taste culture

فیلم و موسیقی عامه پسند، به بحث های مهم مربوط به هنجارهای فرهنگی و روابط اجتماعی وارد شده اند و _ از نظر برخی _ اکنون نشان دهنده تعریف فرهنگ و ارزش های فرهنگی هستند که باید در هر پروژه مربوط به ارزش های هنجاری، مورد توجه و پرسش قرار گیرند، همان طور که دین نیز به ارزش های هنجاری، مربوط است. (۱)

نقش آگهی های بازرگانی در رسانه نیز، پر اهمیت است. مهم تر از هر چیز، آگهی های بازرگانی به رسانه های نوظهور قرن بیستم استقلالی داد که رسانه های چاپی گذشته از آن بی بهره بودند. رسانه های مسلط قرن نوزدهم، مدیون سازمان های دیگری بودند؛ در انگلستان و آمریکا رسانه مدیون حکومت ها، احزاب سیاسی، نهادها و سازمان های اجتماعی از جمله سازمان های دینی بود؛ ولی اکنون با استفاده از آگهی های بازرگانی توانسته از این وابستگی ها رهایی یابد، هر چند بی شک آگهی ها با خود تعهدها و انتظارات مشخصی نیز به دنبال می آورند. (۲) شاید یکی از مهم ترین نتیجه های آگهی ها برای رسانه های جمعی _ که برای بحث

۱- برای مطالعه بحث های جامع تر درباره این مطالب در پروتستانتیسم آمریکایی نک: (Promey ۱۹۹۶) و Rosenthal (۱۹۹۳) Bennett. (۲۰۰۱) دو جریان فکری برجسته را نمایندگی می کند (این اثر قرائتی اخلاق گرایانه از فرهنگ معاصر، از جمله رسانه هاست) و (Robert Putnam ۱۹۹۶) عقیده دارد محتوا و موقعیت فرهنگی بیشتر برنامه های تلویزیونی برای مشارکت اجتماعی و مدنی مضر است. توضیح این که، هم چنین رویکرد اصطلاح Leavisite به فرهنگ، که مطالعات فرهنگی معاصر خود را در برابر آن قرار می دهد، این رسانه های عامه پسند و فرهنگ عامه پسند را چیزی می داند که فرهنگ سطح بالا یا فخیم باید بر آن چیره شود.

۲- البته آگهی دهندگان، مستقیماً و بی شرمانه در تولید برنامه های رادیو _ تلویزیونی اولیه وارد شدند و این موقعیت تنها با رسوایی مسابقات تلویزیونی دهه ۱۹۵۰ پایان یافت (برای مطالعه بیشتر نک: Barnouw ۱۹۹۰). دیگران به شکل قانع کننده ای می گویند جهت گیری تجاری رسانه های آمریکا این رسانه ها را از اعمال نفوذ آزاد نساخته، بلکه آن ها را در ساختارهای نفوذ اقتصادی مسلط ادغام کرده است. نک: (McChesney ۱۹۹۵) و (Alterman ۲۰۰۳).

فعلی ما نیز اهمیت دارد_ این واقعیت است که تمام ابعاد رسانه ها در طول قرن بیستم به گونه‌ای فزاینده کالایی شد و مرز میان کالاهای غیررسانه ای و تصاویر، برنامه ها، نشانه ها، محتوا و خدمات رسانه ای روزبه روز بیشتر محو شد؛ برای نمونه، در رادیو _ تلویزیون آمریکا، سنت خدمت عمومی (۱) و دیگر تعهدهای رادیو _ تلویزیون، تا پایان قرن بیستم به [سنت و در واقع ابزار] توجه به بازارها و نیروهای بازار تبدیل شد. (۲)

تبلیغ ضمنی (۳) کالاها در برنامه های تلویزیونی کودکان، نمایش و تبلیغ فزاینده کالاها در فیلم و تلویزیون و تبلیغ ضمنی فیلم ها و موسیقی عامه پسند، همه نمونه هایی از محو مرزهای سنتی هستند. (۴) رسانه‌ها در برنامه‌های کلان اقتصادی خلق، بازاریابی و مصرف کالاها فرهنگی، ادغام شده و از جهت‌های گوناگونی مبنای آن هستند.

آغاز قرن بیستم شاهد نوجوانی _ و برخی زیاده روی های _ (۵) رسانه های جمعی نوظهور بود. همراه با رسانه ها، مجموعه ای از نظریه‌ها و ادراکات اجتماعی درباره قدرت، تأثیر و اهمیت آن‌ها ظهور یافت. با گذشت زمان، رسانه ها اهمیت جدیدی می یافتند و بر اساس

۱- public service

۲- یک چنین تمایلی در بنگاه های خبری بریتانیایی و سامانه خدمات عمومی هم موجود بود. نک: (۱۹۹۵) McChesney

۳- cross-promotion

۴- برای توصیف پدیده بازاریابی جوان گرایانه نک به: Goodman, Barak, Dretzin, PBS Frontline Video "The Merchants of Cool" WGBH, ۲۰۰۱

۵- تاریخ عوامانه و گفتمان عامه، نقش ویلیام رندورف هرست و روزنامه های وی در جنگ اسپانیا- آمریکا را به رسمیت می شناسد. نک: (۱۹۸۹) Sloan et al. هم چنین نک: (۲۰۰۵) Schudson and Tifft صص ۴-۲۰.

تکنولوژی ها و تحولات تکنولوژیک، به گونه ای روزافزون تعریف می شدند. تلفن، تصاویر متحرک، ضبط صوت، رادیو، رمان های بازاری (۱) و بعدها تلویزیون _ خود ابزارها _ بیانگر تمام تحولات اجتماعی و فرهنگی به شمار می آمدند که با توسعه آنها شکل می گرفت. بنابراین، عجیب نیست که تمرکز گفتمان عامه _ و بعدها علمی _ نخست بر خود رسانه یا رسانه ها بود. گرایش خاصی به این گفتمان وجود داشت.

در سطح گفتمان عمومی مردم، رسانه بر اساس قدرت یا نفوذ فرضی آن شناخته می شد. در زمان فاجعه تایتانیک در سال ۱۹۱۷ رادیو، توجه وسیع عموم را به خود جلب کرد. رادیو برای نخستین بار در یک حادثه مهم، خبررسانی به عموم را به عهده داشت.

همچنین، در ۱۹۳۷ با پخش برنامه جنگ دنیاها (۲) تخیل عموم به کار گرفته شد. مردم تصور می کردند رادیو با قدرت هدایت و فریبی که دارد، اضطراب و نگرانی وسیعی ایجاد کرده است.

تکامل نظریه و تحقیقات رسانه ای

تکامل نظریه و تحقیقات رسانه ای

بررسی علمی و جدی تر رسانه های نوظهور در چندین شکل متفاوت _ هر چند مرتبط _ صورت گرفت. یک مکتب فکری مهم _ که در

۱- Dime novel

۲- War of the Worlds یک نمایش رادیویی که داستان آن حمله موجودات فضایی به زمین بود و ترس و اضطراب وسیعی در شنوندگان خود ایجاد کرد. مجری این برنامه اورسن ولز بود که فیلم همشهری کین وی هنوز در صدر فهرست بهترین آثار سینمایی تاریخ قرار دارد. (م).

مکتبی ریشه داشت که امروزه در محافل علمی، مکتب فرانکفورت (۱) خوانده می شود. بر نقش رسانه ها در توسعه آن چه جامعه توده وار خوانده شده تمرکز داشت. در پس این تفکر، این ایده مؤثر نظریه اجتماعی قرار داشت که تکامل مدرنیته در غرب صنعتی باید در پس زمینه حیات اجتماعی - آرمانی (و آرمانی شده ای) دیده شود که پیش از آن وجود داشت. این تفکر، به مؤثرترین شکل توسط فردیناند تونیز در اثر کلاسیک وی گمین شافت و گزل شافت بیان شده است. (۲) تونیز معتقد بود که جامعه، پیش از صنعتی شدن با مجموعه ای از روابط اجتماعی تعریف می شد که ارتباط نزدیکی با محل زندگی، خانواده و جهان بینی داشت. با عقلانی شدن فزاینده جامعه، به دلیل صنعتی شدن، آشفتگی های اجتماعی ای ایجاد شد که این شرایط آرمانی اصیل را تضعیف کرد.

نظریه جامعه توده وار می گوید یکی از این آشفتگی ها، تراکم جمعیت در اطراف مراکز تولید انقلاب صنعتی است. این امر به مهاجرت کارگران از مزرعه و روستا به شهر و حتی خارج از کشور انجامید. مراکز جمعیتی جدید - شهرهای صنعتی - فاقد ارتباط اجتماعی و حس تعلق بودند که برای ثبات و خودآگاهی اجتماعی انسان اهمیت دارد. بنابراین، یک

۱- چنین نامی به دلیل شکل گیری در سال های ۱۹۳۰ تا ۱۹۶۵ از یک پروژه تحقیقاتی مربوط به پژوهش و نظریه اجتماعی بر آن نهاده شد که در مؤسسه تحقیقات اجتماعی دانشگاه فرانکفورت آلمان مستقر بود. شخصیت های اصلی این مکتب، از جمله تئودور آدورنو با رشد نازیسم گریختند و همراه دانشجویان شان، نظریه اجتماعی مربوط به رسانه ها را ادامه دادند.

۲- Tonnies (۱۹۵۷) in *Gemein Schaft und Gesellschaft*

جامعه توده وار، جایگزین جوامع مستقر گوناگونی شد که این نیروی کار، از سوی آن‌ها آمده بودند. در این جامعه توده وار، تأثیر عوامل تفاوت مانند زبان، فرهنگ، دین و غیره که به شکل سنتی اساس هویت و جهان بینی افراد بود، به تدریج کمتر می شد. گمان می رفت رسانه ها در این جا وارد می شوند و روابط گمشده را با روابط جدیدی جایگزین می کنند که افراد را به محل جدید خود می رسانند. نظریه جامعه توده وار، در واقع نگران پیامدهای این موقعیت بود و می گفت رسانه ها، قادر به اجرای درست چنین کارکردهایی نیستند و توان ایجاد سلطه ای ایدئولوژیک را ندارند. (۱)

دومین جهت گیری پژوهشی نیز، در نیمه قرن بیستم بر خود رسانه ها تمرکز داشت، ولی به دنبال مطالعه تأثیرات فرضی آن‌ها در بعدی فردی تر و روان شناختی تر بود. امروزه، این جهت گیری در تحقیقات رسانه ای آمریکا، پارادایم مسلط خوانده می شود. تصور می شد رسانه های گوناگون در بهترین حالت، بر اساس تأثیرات مورد نظر خود بر مخاطبان، مطالعه و درک می شوند؛ برای نمونه، روزنامه به دنبال اطلاع رسانی است؛ بنابراین، تحقیق و پژوهش باید بررسی کند که آیا در انجام این کار موفق بوده است یا خیر. پیامدهای ناخواسته و منفی مواجهه با رسانه ها نیز مطالعه شد. برجسته ترین نمونه آن، پروژه تحقیقاتی گسترده ای است که چندین دهه بر مسئله تأثیرات خشونت

۱ - (Horkheimer and Adorno ۱۹۷۲), صص ۱۲۰-۶۷؛ (Adorno ۱۹۹۱). برای خواندن تحلیلی - انتقادی نک:

(Kellner ۱۹۸۹)، فصل های ۵ و ۶.

رسانه بر بینندگان، به ویژه کودکان پرداخته است. (۱) در سنت تأثیرات، موضوع‌های دیگری نیز از جمله آثار روان‌شناختی فردی، (۲) مشارکت سیاسی و مدنی، (۳) جامعه‌پذیری نوجوانان، (۴) نقش‌ها و هویت‌های قومی و جنسیتی بررسی شده است. (۵) نکته‌ای که برای ما اهمیت دارد این است که در بیشتر این کارها تأثیرات فرضی یک رسانه خاص، بدیهی انگاشته می‌شود. تمرکز، بیشتر بر ابزارها، پیام‌های آن و بررسی پیامدهایی در مخاطبان است که با تأثیرات مورد نظر آن ابزارها و پیام‌ها هماهنگ است. سنت تأثیرات، تا اندازه‌ای به دلیل دامنه وسیع و عمر طولانی آن، سنت مسلط خوانده می‌شود. مطالعات علمی مهم درباره تأثیرات تصاویر متحرک بر مخاطبان جوان، در دهه ۱۹۲۰ منتشر شد. (۶) از آن زمان تا کنون، هر تحول جدید در تکنولوژی رسانه، پرسش‌ها و نگرانی‌هایی مخصوص به خود را ایجاد می‌کند که در نتیجه، تقاضا برای تحقیق درباره آثار آن ایجاد کرده است. (۷)

-
- ۱- گزارش‌های بسیاری درباره این تحقیق در دسترس است؛ از جمله (Liebert and Sprafkin ۱۹۸۸) و برای خواندن یک ارزیابی انتقادی نک: (McGuire ۱۹۸۶).
 - ۲- برای نمونه و برای مرور ادبیات جامع نک: (Kubey and Csikszentmihalyi ۱۹۹۰). هم‌چنین نک: Gunter (۱۹۹۴), Bryant and Zillmann (۱۹۹۷), and McAleer (۱۹۸۶) و (Huesmann and Malamuth).
 - ۳- (۲۰۰۰) Jamison, (۲۰۰۲) Jamison و (۲۰۰۰) McDevitt and Chaffee
 - ۴- (۱۹۹۱) Arnett, (۱۹۹۲) Arnett
 - ۵- مقایسه کنید با تألیف (۲۰۰۴) Andersen and Collins. هم‌چنین نک: (Morgan ۱۹۸۷).
 - ۶- (۱۹۳۳) Charters
 - ۷- نمی‌گوییم این رسانه‌ها بی تأثیرند یا تحقیقات گذشته در این باره معتبر نیستند. در حقیقت شواهد قانع‌کننده‌ای از تأثیرات مستقیم رسانه‌های مختلف بر مخاطبان گوناگون در موقعیت‌های متفاوت وجود دارد. در نتیجه بسیاری از این مطالعات، اطلاعات اندکی درباره رسانه‌های دیگر، مخاطبان دیگر یا موقعیت‌های دیگر داریم. افزون بر این، چنان که در فصل ۱ گفتیم و بعد هم با جزئیات بیشتر بحث خواهیم کرد، برخی پرسش‌ها را نمی‌توان به سادگی در قالب تأثیرات فرضی آن‌ها بررسی کرد.

یکی از دلایل دیگر نفوذ وسیع تأثیرات منطق قانع کننده آن است. بسیار منطقی خواهد بود که تصور کنیم رسانه ها، تأثیرات ابزاری دارند. خود رسانه ها نیز چنین ادعایی دارند. فرض بر این است که آگهی های بازرگانی، قدرت فروختن اجناس؛ روزنامه ها، قدرت اطلاع رسانی؛ برنامه های سرگرم کننده تلویزیون، توانایی گریز دادن ما از واقعیت ها و فیلم های مستند، قدرت بردن ما به مکان های جدید را دارند. هم چنین، گرایشی به این تفکر (هم چون نظریه پردازان جامعه توده وار) وجود دارد که این رسانه ها، به گونه ای با اجتماع و زندگی خانوادگی سالم و به هنجار غریبه و تا حدی بیگانه هستند. در تفاوتی که هابرماس میان جهان زیست و جهان سیستم (۱) قائل می شود، رسانه ها ویژگی های دومی را دارند، هر چند نمادها و ارزش های اولی را به یاد می آورند. همان طور که در فصل های بعد خواهیم دید، بیرون دانستن رسانه ها از زندگی سالم و معنادار، همواره در لفافه دیده می شود. (۲) بنابراین، توجه فراوان به تأثیرات رسانه ها طبیعی است.

در هر دو گفتمان علمی و عامه، همواره رسانه ها به نوعی جدید شمرده می شوند. این امر، یکی از نتایج ظهور آن ها در قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم به عنوان جزیی از فرآیند صنعتی شدن و سیر مدرنیته

- ۱- (Habermas ۱۹۸۵). از نظر هابرماس جهان زیست، حوزه پرمعنا، طبیعی و ارگانیک تجربه اصیل است؛ محلی که در آن به دنیا می آییم، رشد می کنیم، فرزندان خود را پرورش می دهیم و در جست و جوی فردی خود به دنبال معنا و ارزش هستیم. جهان، سیستم تجربه ما از عقلانی شدن، تکراری شدن و بوروکراتیک شدن زندگی مدرن است.
- ۲- برای مطالعه بیشتر نک: Hoover et al. (۲۰۰۴).

است. به این دلیل می‌توانیم حدود زمانیِ روشنی ترسیم کنیم که رسانه‌ها را (در بیشتر کشورهای صنعتی غرب) با تحولات اجتماعی بزرگ صنعتی شدن پیوند می‌دهد و در حافظه فرهنگی، در طبقه بندی مشخصی قرار می‌گیرند. در نتیجه، به طور طبیعی به تأثیرات آن‌ها توجه می‌شود.

مارشال مک لوهان و دیگران که درباره عصر رسانه‌ها، بزرگ نظریه (۱) را مطرح کرده‌اند، نماینده تلاشی متفاوت برای توضیح تکامل رسانه‌ها در مدرنیته هستند. آن‌ها نیز مشابه سنت تأثیرات، این ابزارها را جدید و دارای جایگاهی مشخص در مسیر طولانی مدرنیته می‌دانند و می‌کوشند رموز اهمیت آن‌ها برای افراد و جوامع را کشف کنند. هم‌چون سنت تأثیرات، این فرض وجود دارد که چیزی در نفس این رسانه‌هاست که ریشه اهمیت آن‌ها به شمار می‌رود. (۲) از همان اوایل، شکل‌گیری نظریه رسانه و ارتباط جمعی، فقط بر اساس تکنولوژی‌ها و ترتیبات تکنولوژیک آن، قانع کننده نبود. سنت تأثیرات به زودی با مجموعه‌ای از سنت‌های تأثیرات محدود (۳) همراه شد که مسائل را به شکلی متنوع‌تر می‌دید.

یک نقطه چرخش مهم، مطالعه انتخاب مردم در دهه ۱۹۵۰ بود که پل لازارسفلد و الیهو کتزر آن را انجام دادند. (۴) مطالعه رفتار رأی دهندگان، به جای بیان نقش عمده رسانه‌ها و تأثیر آن در

۱- grand theory

۲- Thompson (۱۹۹۵)، Pages: ۷-۸

۳- limited effects

۴- (Katz and Lazarsfeld (۱۹۵۵)

نگرش های سیاسی، تأثیر محدود آن‌ها را اثبات کرد. یک تغییر مفهومی و کلیدی از این فرض که رسانه ها نقش مستقل و تعیین کننده دارند، به این دیدگاه صورت گرفت که رسانه ها باید چون عنصری در مجموعه کلان تر پویایی اجتماعی، که بیانگر رفتار رأی دهندگان است، دیده شوند. کتر در چرخشی کلیدی پیشنهاد کرد تصمیم گیری رأی دادن باید در کسانی دیگر، یعنی رهبران افکار(۱) دیده شود که این رهبران افکار، رسانه ها را منبع اطلاعات خود قرار می دهند. در نتیجه، این تفکر به وجود آمد که تأثیرات رسانه ها، دست کم تا حدی که در این حوزه قابل تشخیص است، الگویی چندمرحله ای دارد که از طریق شبکه های اجتماعی جریان می یابد نه مستقیماً از رسانه به فرد. مجموعه ای از دیدگاه های نظری در دهه های بعد شکل گرفت؛ از جمله آثاری که بر نوع استفاده مردم از رسانه ها و رضایت حاصل از آن تمرکز داشت.

در این جا نیز تغییر دیدگاه اهمیت دارد. بسیاری از این تحولات جدید نظری، دیدگاهی متفاوت درباره موقعیت اجتماعی رسانه، پیام و دریافت داشتند. از این رو بیشتر، این تفکر رواج یافت که مخاطبان، افراد یا اجتماعات با رسانه های مورد استفاده خود چه می کنند، به جای این که بررسی کنیم رسانه ها با آن مخاطبان، افراد و جوامع چه می کنند. این دیدگاه، هم چنان نوعی شیء انگاری(۲) رسانه و مخاطب یا گیرنده به شمار می آمد، [چرا که] این دو عامل، مستقل از یکدیگر بودند. در حالی که منابع و پتانسیل ها تأثیر مشخصی برای رسانه تصور می کردند و

۱- opinion leader

۲- objectification

نیازها و خواسته ها _ یا کارکردهای مربوط به آن منابع یا تأثیرات _ در عملکرد گیرندگان دیده می شود، باز هم رسانه تعیین کننده بود؛ دست کم تا این اندازه که هر رسانه در ظاهر هدف های ویژه ای را دنبال می کند.

تحقیقات دربارهٔ دین و رسانه

تحقیقات دربارهٔ دین و رسانه

بیشتر مطالعات و تحقیقات دربارهٔ دین و رسانه، مسیرهای قابل پیش بینی را درون پارادایم رسانه پیموده‌اند؛ برای نمونه، بررسی رسانه های گوناگون، بر اساس توانایی آن‌ها در انتقال پیام های مذهبی به خوانندگان. تعدادی پژوهش تأثیرمحور، دربارهٔ مسائلی چون تأثیر تماشای تلویزیون دینی بر کلیسا رفتن و کمک به کلیسا انجام شده و پژوهش های نوع بازاریابی نیز، دربارهٔ پیام های دینی گوناگون و محتوای مذهبی در رسانه های مشخصاً دینی انجام شده است؛^(۱) ولی چنین تحقیقاتی در بررسی مسائل دینی، رضایت بخش نبود. به دلیل این امر ضمنی _ نظریهٔ روان شناسی یا جامعه شناسی دین _ در واقع دین می تواند ساختهٔ چیزی چون رسانه ها باشد.^(۲)

با این حال، از ابتدا در برخی آثار دینی و رسانه ها آمده بود که رابطه میان رسانه و مخاطب را می توان به گونه ای دیگر دید. مورخی به نام جوئل کارپنتر در مطالعهٔ رادیوهای بنیادگرا در دههٔ ۱۹۲۰ شواهدی

۱- (Blumer ۱۹۷۵)؛ نک: (McQuail ۱۹۷۰).

۲- برای نمونه این امر در بحث های میان کلیساهای تشکیلات مستقر پروتستان و جنبش انجیلی نوظهوری که به چنین پیام های با تأثیر مستقیم بسیار بیشتر علاقه مند به نظر می رسید، آشکار بود. برای مطالعهٔ شرحی از این دیدگاه ها نک: Ellens (۱۹۷۴). برای خواندن دفاعی از رویکرد انجیلی نک: (Armstrong ۱۹۷۹).

یافت که نشان می‌داد بعضی از این رادیوها، هدفی غیر از تأثیر مستقیم بر رستگاری گناهکاران از طریق امواج در نظر داشته‌اند. او از مبلغ رادیوی بنیادگرا نقل می‌کند که مهم‌ترین تأثیر پخش رادیویی، ارائه یا تبلیغ پیام مسیح (ع) برای مؤمنان و کافران نیست؛ بلکه کمک به غلبه فرهنگی بنیادگرایی و بعدها مسیحیت انجیلی (اونجلیسم) (۱) است. به گفته وی، رادیو آن‌ها را در پنجره نمایشی تبلیغات مدرن قرار می‌دهد. (۲) بنابراین، این خودآگاهی وجود داشت که رسانه‌ها می‌توانند به شیوه‌ای فراتر از انتقال مستقیم پیام عمل کنند. هم‌چنین، برنامه‌ای فرهنگی _ نمادین وجود داشت که در دوران محاکمه اسکوپ‌ها (۳) و به حاشیه رانده شدن اساسی جنبش اجتماعی بنیادگرایی در آمریکا، معتقد بود رادیو می‌تواند برخی زمینه‌های گمشده جنبش را از طریق وارد کردن آن به حوزه‌ای فرهنگی با اهمیت روزافزون _ حوزه رسانه‌های جمعی، تفریح و سرگرمی و بازاریابی مدرن _ باز یابد.

مطالعه مهم پارکر، باری و اسمایت در ۱۹۵۴ درباره رادیو _ تلویزیون دینی (۴) نیز، شواهدی فراتر از تأثیرات در بر داشت. پارکر و همکارانش افزون بر این که به شیوه تأثیرمحور بررسی موفقیت رادیو _ تلویزیون‌های دینی مختلف علاقه مند بودند، به شیوه‌های متعدد بررسی معنا و اهمیت رادیو _ تلویزیون‌های خاص در زمینه‌های اجتماعی، طبقاتی و فرقه‌ای نیز توجه کردند. رسانه‌ها تا جایی اهمیت داشتند که با چنین اموری مرتبط

۱- Evangelism

۲- نقل شده در: (carpenter ۱۹۸۵)، ص ۱۵؛ هم‌چنین بنگرید به: (Dorgan ۱۹۹۳).

۳- Scopes

۴- (Parker et al. ۱۹۵۵)

بودند. برای نمونه، موضوع مهم در زمان پژوهش پارکر و دیگران، ظهور اسقف فالتون شین، شخصیت مهم تلویزیون ملی بود. برجسته شدن شین که پیرو کلیسای کاتولیک رُم بود، از دو جهت مهم شمرده می‌شد. مسئله نسبتاً ساده، قدرت و تأثیر پیام او بود. جالب تر و مهم تر از آن، معنای حضور وی برای آیین کاتولیک آمریکا، یعنی انتقال آن از حاشیه به مرکزیت فرهنگی بود.

همان طور که پارکر، باری و اسمایت گفته اند، روشن بود که فهم شیوه های گوناگون استفاده و تفسیر چنین رادیو-تلویزیون هایی، مهم تر از بدیهی انگاشتن تأثیر واحد آن‌ها بر عقاید یا رفتارهای مخاطبان است. (۱) پس از ظهور تله ونجلیسم (تلویزیون انجیلی) در دهه ۱۹۷۰، دیدگاه های مشابهی در موج بزرگ تحقیقاتی ظاهر شد. این پدیده در اولین مقاله علمی در یک ژورنال مهم مطالعات رسانه ای منتشر شد. کوینتین شولتز بررسی کرد که این کشیشان باید بر اساس اسطوره قدرت رسانه ها که در پس آن‌ها قرار دارد، درک شوند، نه این که فقط در ارتباط با تأثیرات فرضی یا ادعایی آن‌ها بر مخاطبان پذیرفته شوند. (۲) در اولین کتاب علمی که در این باره منتشر شد، پیترو هورسفیلد، این رادیو-تلویزیون های جدید دینی را در بافت تاریخی و فرقه ای تحلیل کرد و نشان داد که تنها راه ارزیابی اهمیت آن‌ها، در تعامل میان ادعاها و نمادهای آن‌ها و فرهنگ دینی کلی آن زمان بوده است. (۳) درباره

۱- Parker et al. (۱۹۵۵)

۲- Schultze (۱۹۸۷)

۳- Horsfield (۱۹۸۴)

تله ونجلسم (۱) درمی یابیم که اهمیت این کشیشان، فراتر از هر دلیل معتبری، بر دسترسی آن‌ها به تعداد یا نوع مخاطب مورد ادعایشان مبتنی است. در حقیقت، چگونگی کمک رادیو-تلویزیون‌ها به بینندگان در درک، تبیین و جهان بینی دینی ایشان در موقعیت‌هایی که اغلب احساس بیگانگی داشتند، اهمیت داشت.

در اثری که از جهات مختلف فصل الخطاب علمی درباره تله ونجلسم بود، جانیس پِک پیشنهاد کرد این برنامه‌ها، بحث‌هایی پیچیده درباره ماهیت و اهمیت محیط‌های فرهنگی و جهان بینی‌های متضاد آن‌ها در نظر گرفته شود. به عقیده پِک، موفقیت ادعایی آن‌ها در دسترسی به تعداد زیادی از بینندگان بی‌ایمان بی‌اهمیت است. (۲) این رویکردهای گوناگون در واقع سبب تغییر موضوع تحقیقات رسانه و دین، از رسانه، به مسائل دیگری چون مخاطب، بافت اجتماعی وسیع‌تر معناها و نمادها و نیز روابط قدرت و ایدئولوژی در مدرنیته شد و در این مسیر، محدودیت‌ها و رویکردهایی را نشان داد که به رسانه و تأثیر آن توجه می‌کنند. اولین محدودیت، نظریه‌ای ضمنی درباره انسان مذهبی، این باور بود که مخاطب، لوح سفیدی (۳) است که با ترکیب درست رسانه و پیام می‌توان روی آن معنی و مقصود نگاشت. این تفکر، هم درک متعارف ما را از دین (که دوست داریم آن را چیزی عمیق‌تر و پرمعنا تر ببینیم) به چالش می‌کشد و هم بیشتر تحقیقات کنونی و رایج درباره

۱- (Hoover ۱۹۸۸)

۲- (Peck ۱۹۹۳)

۳- blank slate

مجموعه نمادها، ارزش ها، ساختارها، اعمال و نظریاتی که دین می نامیم به چالش می کشد.

بیشتر آن چه در فصل اول با عنوان چرخش فرهنگ گرایانه در آثار رسانه و دین شرح دادیم، با شناخت این پیچیدگی و ظرافت، ظهور یافت. راه حل فرهنگ گرایانه، تمرکز دوباره بر دریافت مخاطبان و بی توجهی به فرآیندها و محصولات تولید است، که لزوماً به دو موضوع ضمنی تاریخ – که در این فصل ذکر شد – نمی پردازد. این موضوع ها شامل روابط اجتماعی – ساختاری میان افراد، جامعه و رسانه هاست که شیوه های احتمالی ادغام رسانه ها در حیات اجتماعی و هم چنین رویه های معنایی و انگیزه های فردی و حتی روان شناختی که دریافت رسانه را شکل می دهند، در برمی گیرد. جایگزین های جهت گیری رسانه ای – که در بیشتر قرن بیستم حاکم بودند – منابع بالقوه ای ارائه می دهند. ایده جالب ویژه ای از آمریکای لاتین، در تفکر عیسی مارتین باربرو و ایده میانجی (۱) او دیده می شود. مارتین باربرو معتقد است جایگزین قانع کننده برای نظریه های رسانه ای، این ایده است که رسانه ها به جای این که منابع و تأثیر مشخصی برای فرهنگ داشته باشند، میان فرد و فرهنگ او میانجی باشند. (۲) در حقیقت، مجموعه ای از میانجی گری ها سبب می شود افراد جایگاه خود را در فضا، زمان اجتماعی و فرهنگی بیابند. تصور می شود زبان، ایدئولوژی، تاریخ مرسوم، ارزش های اجتماعی و فرهنگی، اسطوره ها و آگاهی از موقعیت ها در

۱ – mediation

۲ – (Martin-Barbero) ۱۹۹۷

شکل‌گیری فرهنگ ما و ایجاد یکپارچگی مؤثرند و ما را به مکان و زمان خود پیوند می‌زنند. این ایده‌های مشترک میانجی، تجربه ما از جهان مادی است و ما را به تعامل، رشد روان‌شناختی و اجتماعی، یادگیری و نیل به نوعی استقلال اجتماعی قادر می‌سازد که پایه انسانیت و آزادی است. کاربرد ایده میانجی برای رسانه‌های جمعی، نقشی برای این ابزارها و فرآیندها در زندگی اجتماعی و فرهنگی و خودآگاهی قائل می‌شود که بیشتر، وابسته و کمتر مستقل از زندگی اجتماعی و فرهنگی است. آن‌ها جزیی از بافت آگاهی اجتماعی هستند نه فقط تأثیری بر این آگاهی.

نوعی دیگر از پژوهش و نظریه که با رویکردهای متمرکز بر رسانه تضاد دارد نیز، در مسائل مربوط به رسانه و دین اهمیت یافته است؛ مانند جهت‌گیری انسان‌گرایانه‌تر در نگاه به دین و معنویت بر اساس محصولات فرهنگی که آن‌ها را پشتیبانی و معنادار می‌کنند. آثاری چون پژوهش لاورنس مور درباره کالاهای مذهبی قرن نوزدهم،^(۱) کار برجسته کالین مک‌دائل درباره مسیحیت مادی،^(۲) مطالعات دیوید مورگان درباره فرهنگ تصویری پروتستان‌های آمریکا در قرن نوزدهم و بیستم،^(۳) تاریخچه فرآیند هبه دادن از لی اشمیت،^(۴) تاریخچه ارتش رستگاری هم چون کالایی عمومی اثر دایان وینستین^(۵) و تاریخچه رسانه‌های انجیلی

۱- Moore (۱۹۹۵)

۲- McDannell (۱۹۹۸)

۳- Morgan (۱۹۹۸); Morgan and Promey (۲۰۰۱)

۴- Schmidt (۱۹۹۵)

۵- Winston (۲۰۰۰)

اثر هیتر هندرشات، (۱) نمونه‌هایی هستند که نشان می‌دهند مسائل زیادی باید با تمرکز بر رویه‌های مربوط به محصولات دین آموخته شوند. (۲)

از رسانه به معنا

از رسانه به معنا

در فصل گذشته گفتیم که در میان مجموعه‌ای از نظریه‌ها درباره رسانه‌ها و جامعه، پرسش‌های مهمی وجود دارد که هنگام مواجهه افراد با رسانه‌ها و استفاده از آن‌ها، واقعاً چه اتفاقی می‌افتد. این جایگزینی اساسی برای رویکردهای رسانه‌محورتری ارائه می‌شود که در این حوزه غالب بوده‌اند. کانون مسئله این است که میان عمل میانجی‌گری و اعمال دینی درهم‌وابستگی یا تعامل بنیادین وجود دارد. آنت دو وریس در درآمد مجموعه تألیفی خود درباره دین و رسانه می‌گوید:

دیگر نباید تنها به معنای تاریخی و فعلی دین توجه کنیم _ معنای ایمان و عقیده و متضادهای فرضی آن مانند دانش و تکنولوژی _ بلکه باید بر مفهوم فرآیندهای میانجی‌گری و رسانه‌ای شدن متمرکز شویم که بدون آن و خارج از آن، هرگز دینی نمی‌تواند خود را آشکار سازد. برخلاف تحلیل‌هایدگر، رسانه‌ای شدن و تکنولوژی همراه آن، شرایط امکان‌مکاشفه _ و به تعبیری شرایط آشکار شدن آن - را شکل می‌دهد، عنصری فنی که به حوزه متعالی

۱- (۲۰۰۴) Hendershot

۲- مسلماً رسانه‌ها را می‌توان محصول دانست. نک: بحث (۱۹۹۳) Moores) تکنولوژی‌های رسانه‌ای، اشیایی در موقعیت فضاهای خصوصی و داخلی. تفاوتی در این جا هست که احتمالاً تفاوتی جزئی است. اندیشیدن به محصولات دینی، هم چنین امکان‌اندیشیدن به رویه‌های دینی و معنوی را _ که آن محصولات را در تجربه فردی ادغام می‌کند _ نیز فراهم می‌کند؛ دیدگاهی که با نسبت دادن استقلال در این فرآیند به رسانه، بسیار متفاوت است.

تعلق دارد و بالعکس. (۱)

نظریه های میانجی گری و محصولات و کالاها نشان می دهند وقتی افراد با تولیدات رسانه ای تعامل دارند، در فرآیندی وارد می شوند که همزمان آن‌ها را به فرهنگ های گوناگون خود، گذشته های واقعی و تخیلی و منابع بینش و معنا پیوند می دهد؛ ولی باز خلأیی در دانش ما باقی می ماند. هم چنان دوست داریم بدانیم میانجی گری چگونه در موقعیت های گوناگون زندگی روزمره احساس، درک و استفاده می شود. در واقع می خواهیم بدانیم رسانه ها در این موقعیت ها، چه معانی اجتماعی ای دارند.

تمرکز بر معنا، هم متضاد و هم مکمل بالقوه دیگر رویکردهاست. به وسیله آن درمی یابیم رسانه ها و پیام های گوناگونی که در حوزه خصوصی در دسترس افراد است، چگونه در دیگر حوزه های زندگی اجتماعی و فرهنگی دریافت، درک و بالقوه استفاده می شوند. با این حال، مهم تر این است که تمرکز بر معنا، به اصل ارتباط رسانه با فرهنگ مربوط است. یکی از مسئولیت های نظریه فرهنگ گرایانه، درک شیوه های تولید و بازتولید معانی فرهنگی از طریق ابزارها و موقعیت های فرهنگ است. البته بخش مهمی از آن فرآیند بزرگ تر این است که چه معنایی از طریق منابع میانجی ساخته می شوند. با این حال مسئله بنیادین این است که بررسی فرآیندهای معنا سازی باید امکان تفسیر آن

۱- (۲۰۰۱.۱) Hent De Vries، ص ۲۸. هر چند با DeVries (و دیگر نویسندگان آن کتاب) موافقم که مسائل گیرایی یا رموزی که به طور سنتی با دین همراهند و التزامات تکنولوژی در این زمینه، مهم هستند؛ ولی شاید اساساً آن‌ها به آن چه در زمان برخورد یا تعامل افراد با مواد رسانه ای رخ می دهد، نپردازند. این موضوع را با جزئیات بیشتری در فصل آخر مطرح خواهم کرد.

را با توجه به نقش ویژه ای که فرهنگ رسانه ای دارد، فراهم کند.

با توجه به دغدغه های ویژه ای که درباره رسانه و دین داریم، تمرکز بر معنا سازی، مزایای دیگری نیز دارد. تصور می شود بیشتر مسائل دین، معنویت، ایمان، ماوراء و معنایی عمیق تر، پراکنده و متنوع هستند. دین و معنویت اجزای بسیار ذهنی، پیچیده و آرمانی زندگی شمرده می شوند. آنچه از تحقیقات دینی درباره دین عصر حاضر می دانیم نیز می گوید که در مدرنیته متأخر بسیاری از ابعاد رسمی، استنباطی و ساختاری روشنی که به شکل سنتی تعیین کننده دین، تفاوت دینی و معنای دینی بوده اند، در حال تغییر و تکامل هستند. بنابراین، سنجش آنچه ذاتاً دینی، معنوی، ماورایی یا معنای عمیق دارد، با گذشت زمان دشوارتر شده است. شاخص های گذشته دیگر قابل استفاده نیستند. در واقع همان طور که در ادامه شرح خواهم داد، اکنون بیشتر تعاریف این امور، خود در قالب فرآیندهای ذهنی جست و جوی فرهنگی و درونی قرار دارند. بدان معنا که، تحلیل و تفسیر مذهب معاصر، بیشتر به تبیین اعمال افراد و تعریف خودشان از معنای فرهنگی این اعمال بستگی دارد.

با توجه به ماهیت مطالعه ما _ که موضوعات مربوط به دین است _ باید توجه داشت که همه معناها یکی و معنای دینی نیستند. برآیند بحث این که یکی از اصول تحقیقات فرهنگ گرایانه این است که معناها با فرهنگ ها در ارتباطند. هم چنین معنا، مقوله گسترده ای است که دربردارنده مجموعه ای از زمینه ها از جمله دین است. به عبارتی، معنای دینی را زیرمجموعه ای _ نوع خاصی _ از معنای فرهنگی برمی شماریم. بنابراین، در این کتاب معنایی را بررسی می کنیم که معنای دینی

شمرده شده یا قابل تلقی باشند.

از طریق بررسی معنای دینی، احتمالاً می‌توانیم معنایی دیگری را هم درک کنیم؛ زیرا آن‌ها نیز به فرهنگ رسانه ای مربوطند. در واقع، بررسی زمینه محور معنا سازی دینی در عصر رسانه ها حتماً باید در موقعیت بزرگ تر معنا های فرهنگی صورت گیرد. معنای دینی _ بنا به فرض _ درباره هر امری باشد، نشان دهنده این است که می‌تواند نمونه ای ارزشمند برای فرآیندهای بزرگ تر معنا سازی باشد. این بدان معنی نیست که معنا های دینی به خودی خود مهم و مؤثر نیستند. دین و مجموعه نمادها، تعهدات و منابع اجتماعی و فرهنگی که آن‌ها را با دین می‌شناسیم (چه امروزه برچسب دین را داشته و یا نداشته باشند) همواره امری مهم در چشم انداز اجتماعی و فرهنگی بوده اند. حتی در جوامع شدیداً سکولار نیز، دین نقش مهمی دارد. این واقعیت که فرآیند سکولاریزاسیون (عرفی شدن) آن گونه که پیش بینی می‌شد از آب در نیامد،^(۱) به فهم دین و مطالعه حقیقت آن، اهمیت بی سابقه ای بخشیده است. دین در چشم انداز سیاسی غرب صنعتی و فراتر از آن نیز، بیش از همیشه اهمیت یافته است. دین، بُعدی مهم _ حتی تعیین کننده _ در جهانی سازی و محرک جنبش های اجتماعی به شمار می‌رود. برای ما مهم تر این است که دین هم چنان عنصری مهم برای جست و جوی خویشتن در عصر مدرن به حساب می‌آید. همان طور که شرح خواهیم داد، بخش بزرگی از اعمال اجتماعی در دوران معاصر، معطوف به

۱- برای خواندن بحثی کامل نک: Warner (۱۹۹۳) و Yamane (۱۹۹۷).

خویشتن و هویت خویشتن است. افراد در این دوران به شکلی روزافزون در جست و جوی معانی هستند تا از طریق کامل کردن خود و خودآگاهی به استقلال برسند. ناظران معتقدند دین، معنویت، تعالی و دیگر ابعادی که نوعاً با عنوان دین می شناسیم، هم‌چنان عناصری مهم (و حتی با اهمیت روزافزون) در فرهنگ جست و جوی هستند.

نوع معنایی که مورد بررسی ماست، از جهتی دیگر نیز، زیرمجموعه کلیت معناها هستند. ما تنها به نفس معنا توجه نداریم، بلکه ما به آن چیزی می پردازیم که برای افرادی مشخص و در مکان و زمانی مشخص معنادار است. این مفهوم عادی معنا، به شکلی بالقوه درباره چیزی فراتر از دانش اجتماعی صرف است. چنین معنایی معمولاً ویژگی سودمند، یعنی نوعی استفاده را دارند. این تفکر، عمیقاً در سنت های مطالعات فرهنگی ریشه دارد. ریموند ویلیامز، رهبر فکری این رشته، معتقد بود زندگی اجتماعی شامل پیوند خوردن فرد به یک ساختار احساس یا مجموعه ای از عواطف، ادراکات و معناهای فرهنگی است که فرد را با موقعیت خویش پیوند می دهد. (۱) این تفکر به دنبال تمایز از عملکردها و انگیزه های صرفاً عمل گرایانه یا عقلانی تر در زندگی اجتماعی بود. تجربه یا دانش معنادار، به شکل مؤثری عامل ارتباط افراد با ساختارهای احساس آنها نیز هست. ایده ایستیم (۲) (شناخت) فوکو و هیتوس (۳) بوردیو نیز، اندیشه ها و کارکردهای مشابهی در دنیای اجتماعی و

۱- Williams (۱۹۷۷)

۲- episteme

۳- habitus

فرهنگی در نظر دارند.

یکی از مسائل مهم افراد، مدرنیته ساختن خویشتن است. نظریه پردازان مؤثر و متأخر مدرنیته معتقدند، شرایط زندگی اجتماعی معاصر، مجموعه ای از مسئولیت ها را بر افراد تحمیل می کند که پیش تر وجود نداشت. ساختارها و دیگر ترتیبات اجتماعی و فرهنگی که زمانی در ایجاد منابع، ارزش ها و آرمان های مستحکم و مقبول برای زندگی اجتماعی قابل اتکا بودند، امروزه بنا بر دلایلی فرو ریخته اند. برخی از این دلایل مبتنی بر ظهور عصر رسانه است. در نتیجه، افراد برای درک خویشتن به عنوان موجوداتی اجتماعی، باید خود به خلق شیوه هایی معنادار و کارکردی پردازند. آنتونی گیدنز که شاید برجسته ترین این نظریه پردازان باشد، می گوید:

به همین دلیل، تمرکز بر خویشتن و کمال خود، جایگزین شیوه های پیشین رسیدن به دانش اجتماعی شده است. (۱)

بنابراین، آنچه در عملکرد رسانه ها معنادار است، به یقین با این مفهوم و تصویر در حال ظهور خویشتن، در ارتباط خواهد بود.

با این حال، اختلافاتی در خصوصیات نقش رسانه ها در مسئله خویشتن وجود دارد. یکی از دلایل این موقعیت جدید، از نظر گیدنز، پدیده ای مربوط به عصر رسانه هاست؛ گیدنز می گوید:

وجود ارتباطات جمعی مدرن و توزیع وسیع دانش درباره ماهیت زندگی روزمره توسط آن، مستقیماً عامل توسعه نوع جدیدی از

خودآگاهی اجتماعی و فرهنگی شده است که آن را بازتاب پذیری (۱) می نامد. (۲)

امروزه افراد، بازتاب پذیری بیشتری دارند به این معنا که شبکه روابط اجتماعی و فرهنگی _ و جایگاه خود در آن شبکه _ را آگاهانه تر از گذشته می شناسند و درک می کنند. طبیعتاً این دانش هم پیامدهای مثبت و هم منفی دارد؛ (۳) ولی آشکارا، از واقعیات زندگی مدرن متأخر است. در مقابل، روان‌شناسی به نام کینت گرگن نقش فرهنگ رسانه ای را برای مسئله خویشتن در عصر حاضر بسیار متفاوت _ و منفی تر _ می بیند. از نظر گرگن، خویشتن تحت تهاجم وسعت و پیچیدگی موقعیت ها، جذابیت ها و نمادهای فرهنگی است که ما امروزه به آن‌ها دسترسی داریم. وی این را خویشتن اشباع شده ای می نامد که قادر به یافتن جایگاه و موقعیت مرجعی نیست که شاید در گذشته برای شکل گیری خویشتن مستحکم، وجود داشته است. (۴) بنابراین گیدنز و گرگن درباره رابطه فرد با فرهنگ رسانه ای، دیدگاه هایی کاملاً متفاوت دارند.

از دید گیدنز، هر چند در عصر رسانه ها چالش هایی برای زندگی اجتماعی و خودآگاهی اجتماعی وجود دارد، افراد برای شکل گیری خویشتن نسبت به فرهنگ، استقلال مشخصی دارند. گرگن نیز این

۱- reflexivity

۲- (Giddens ۱۹۹۱)، به طور ویژه صص ۳۵-۱۹.

۳- در طرف مثبت، سطح فزاینده ای از استقلال شخصی، ولی در طرف منفی میزان بیشتری تردید درباره نهادهای اجتماعی، از جمله سیاست.

۴- (Gergen ۱۹۹۱)

عمل فرهنگی را در اختیار افراد می‌داند، ولی ضمناً معتقد است حجم و وزن داده‌ها و موقعیت‌های فرهنگی برای فرد و خویشتن وی زیان بار است. (۱)

معنا و هویت

معنا و هویت

این منابع همراه با بسیاری دیگر در حوزه مطالعات فرهنگی گرای رسانه‌ای (۲) معتقدند، مسئله کانونی معنا در رابطه با خویشتن، شکل‌گیری و حفظ هویت است. هویت در مقام بُعدی از خویشتن، توصیفِ خویشتن است. در نتیجه به گونه‌ای ارائه و بیان می‌شود که در آن موقعیت یا محیط – یعنی فرهنگ – برای دیگران قابل فهم باشد. (۳) شواهد اولیه فراوانی نشان می‌دهد رسانه‌ها نقش مهمی در ایجاد هویت دارند. تلویزیون، فیلم و موسیقی عامه‌پسند، محتوایی تولید می‌کنند که با هویت ارتباط دارد. تحقیقات به ویژه درباره جوانان و فرهنگ جوانان ثابت می‌کند فرهنگ رسانه‌ای در تأمین منابع، زمینه‌ها و عملکردهای هویت جوانان نقشی اساسی دارد. (۴)

تمرکز تحقیق بر هویت، تغییر جهتی است که چند هدف را دنبال می‌کند. پیش از این گفته شد نتایج طرحی تحقیقاتی، که با توجه به

۱- این دیدگاه مخالف از خود و فرهنگ رسانه‌ای، موضوعی است که در فصل‌های بعد به آن باز خواهیم گشت و بررسی خواهیم کرد که تا چه اندازه شواهد در داده‌های مصاحبه‌های ما، یک دیدگاه یا دیدگاه مقابل را پشتیبانی می‌کند.

۲- برای خواندن بحثی جامع نک: (Moore's ۱۹۹۳).

۳- (Denzin ۱۹۹۲)، ص ۲۶. این موضوع با جزئیات بیشتر در فصل‌های بعدی بیان خواهد شد.

۴- برای مطالعه بحثی کامل نک: (Clark ۲۰۰۳)، صص ۲۳-۳.

پرسش کجا؟ به رابطه میان رسانه و دین پردازد، بسیار پربار خواهد بود. هویت، جایگاه مهم تعامل رسانه و دین در تجربه انسانی است. هر چند تنها جایگاه نیست؛ ولی به منزله ابزاری راهنما، مقوله ای مهم در هدایت تحقیق ماست. این امر در ماهیت آثار معاصر درباره دین عصر حاضر دیده می شود. استیفن وارنر^(۱) در مقاله مؤثر خود درباره پارادایم های جدید مطالعه دین می گوید که برای تبیین دین در عصر حاضر باید موضوع تفکر خود را از خصوصیات دین، به تجربه دین تغییر دهیم؛ یعنی دین در مدرنیته متأخر کمرنگ نشده، بلکه ماهیت آن تغییر یافته است. از این رو، دیگر نمی توان دین را تنها بر اساس خصوصیات تاریخی، ساختاری یا دکترینی آن تعریف کرد. همان طور که در فصل های بعدی دقیق تر شرح خواهیم داد، دین به منزله نهادی در حال افول یا دست کم تحت فشار است.

به عقیده وارنر، در عوض باید دین را چیزی دانست که در تجربه، اعمال و آرمان های زندگی انسانی ایجاد می شود. تمرکز بر هویت نشان می دهد که آنچه پیروان این شکل جدید دین _ دست کم تا حدی _ بدان می رسند، حس جدیدی در مقام انسان هایی مذهبی یا معنوی است؛ یعنی همان هویت مذهبی یا معنوی آنها.

وید کلارک روف در شرح جامعی از دینداری مدرن متأخر در نسل پر زاد و ولد^(۲) می گوید:

این عمل ساخت هویت _ اگر بتوان آن را چنین نامید _ پیوندی

(۱) Warner (۱۹۹۳)

(۲) Roof (۱۹۹۹)

میان موقعیت تجربه فردی و موقعیت های بزرگ تر زندگی اجتماعی و فرهنگی، از جمله ادعاهای فرهنگ درباره معنای نمادین است. آشفتگی تغییر و تحولات دینی قرن بیستم، موجب شکل گیری ادعاهای ایدئولوژیک دینی روشنی شده است (۱).

و همان طور که روف می گوید، این برجسب های ایدئولوژیک با برخوردهای واکنشی روزافزون مواجه می شوند. یعنی افراد برای خود مجموعه ای از نمادها، ادعاها و عقاید را از موقعیت های مختلف (شخصی و عمومی) به هویتی حاصل شده _ که البته همواره در حال شکل گیری است _ پیوند می زنند. (۲) همان طور که روف می گوید، اریک هابسباوم با مفهوم سنت ابداعی (۳) خود در چند دهه پیش، این رویه ها را پیش بینی کرده بود.

نکته مهم در کار روف و دیگران این تفکر است که با منابعی که فرد برای رسیدن به معنویت یا دینداری از آنها استفاده می کند، به طور کلی به منزله شیء برخورد می شود. منظور، شیء بودن آنها در معنای فرهنگ مادی نیست، هر چند این اشیاء در واقع بخشی از آن چیزی هستند که در فرهنگ، دین و معنویت با آن رودررو می شویم. در عوض، منابع و نمادهای فرهنگی را به منزله اشیایی در ارتباط با یکدیگر و با مجموعه چیزهایی به شمار می آوریم، که در تجربه ذهنی زندگی روزمره خویش با آنها مواجهیم. در این جا باز هم ابزاری راهنما داریم تا این

۱- این موضوع به روشن ترین وجه در جنگ های فرهنگ آشکار شده که در مرز میان سنت های دینی نوانجیلی و محافظه کار نمودارگشته اند. برای خواندن بحثی جامع نک: (Hunter ۱۹۹۲).

۲- ۱۲۸ p (۱۹۹۹) Roof

۳- invented tradition

نوع عملکرد را از شیوه های معمول تفکر درباره رسانه ها مشخص کنیم. بنابراین، بهتر است رسانه ها را به منزله اشياء (۱) تصور کنیم، نه متون، پیام ها، محیط ها یا نظام های ایدئولوژیک، که افراد در محیط زندگی با آنها برخورد دارند. در فصل های بعد، شیوه این عملکرد را در موقعیت معناسازی فرد بررسی می کنیم. نظریه نمادین _ تعاملی، شیوه ای برای تفکر درباره افراد و رابطه آنها با فرهنگ و اشیای فرهنگی، به ویژه درباره مسائل هویت و معنا ارائه می دهد که شاید در این جا کاربرد داشته باشد. مبنای تعامل گرایی این است که ما موجودات اجتماعی از طریق تعامل با دیگران رشد می کنیم. تعاملاتی که شامل ساختن و بازنمایی خود به شکل آگاهانه است. (۲) از طریق تعامل با دیگران می آموزیم که هستیم، چگونه رفتار کنیم، چه چیز با ارزش و چه چیز مناسب است. آن گاه با گذشت زمان، معنایی آرمانی از خویشتن می سازیم که با شبکه روابط اجتماعی، زمان و مکان خاص ما در ارتباط است. این امر پشتوانه منطق زندگی اجتماعی و فرهنگی، برای ساختن هویت های معنادار ماست؛ زیرا بازتاب دهنده ادراکات ما از منطق های فرهنگی، موقعیت هایی است که در آن زندگی می کنیم و دربردارنده اشیای فرهنگی از جمله نمادها، ارزش ها و زبان هایی است که به شکل گیری و معنابخشی در آن موقعیت ها کمک می کنند. (۳)

objects - ۱

- ۲- برای خواندن شرح هایی جزئی تر از نظریه تعاملی در ارتباط با فرهنگ نک: (Denzin ۱۹۹۲). هم چنین Erving Goffman (۱۹۵۹) مفصل ترین نظریه درباره نمایش خود در رابطه با ایده های تعاملی را پروراند.
- ۳- ۲۷-۸ Denzin (۱۹۹۲). pp

در دیدگاه مورد نظر من، برای ساختن خویشتن و هویت، عملکرد رسانه‌ها و اشیای رسانه‌ای نقش دارند. این که نقش چنین اشیایی چه اندازه محدود یا گسترده، تعیین کننده یا منفعلانه است، پرسشی تجربی است که در فصل‌های بعد آزموده می‌شود. البته فعلاً همین که بر اساس دلایل معتبر می‌توانیم انتظار نقش آفرینی رسانه‌ها را در معنا و هویت داشته باشیم، بسیار اهمیت دارد.

در این جا تضادهایی ظریف و متنوع با نظریه سنتی تأثیرمحور پیش می‌آید. مطالعات رسانه‌ای فرهنگ گرا، افزون بر ترکیب پذیری‌های کلی، به مطالعه رسانه‌ها از دیدگاه مخاطبان رسانه و معناسازی فردی و گروهی تمایل دارند، تا دیدگاه متون یا نهادهای رسانه‌ای. این رویکرد، مایل به درک مسائل در قالب اشیای رسانه‌ای به منزله منابعی نمادین است تا سازه‌های ایدئولوژیک تعیین کننده؛ هم‌چنین این رویکرد می‌گوید شاید مسائل مهم، در حوزه معناسازی باشد نه در حوزه تأثیر رسانه‌ها بر رفتار. هم‌چنین تفاوتی بنیادین و جالب در آنچه مطرح می‌کنم، وجود دارد. دیدگاهی که رسانه‌ها را در قالب تلفیق با زندگی روزمره می‌بیند و نه در قالب تأثیرات آن‌ها بر زندگی روزمره.

در پارادایم به اصطلاح مسلط تأثیرات، رسانه‌ها اغلب با آسیب‌شناسی‌های مختلف مطالعه می‌شوند: از مطالعات اوایل قرن بیستم درباره تأثیر فیلم و رمان بر کودکان و نوجوانان تا نظریه‌های جامعه‌توده وار اواسط قرن بیستم و پس از آن. با مطالعه تأثیرات تلویزیون بر پرخاشگری، همواره تمایل به بررسی تأثیرات رسانه‌ها بر جامعه‌پذیری درست کودکان و شبکه اجتماعی متعادل یا خانواده سالم

وجود داشته است.

تعامل گرایی (یا شاید سنت اجتماعی _ نظری عملگرایی که از آن برخاسته) به نوعی تمرکز متضاد دارد و در پی فهم و تبیین شیوه جامعه پذیر شدن ما، فهم و تبیین شیوه تعریف معنای خویشتن در جهان اجتماعی ای که در آن ساکنیم و از منابع اجتماعی و فرهنگی آن برای این اهداف استفاده می کنیم. افزون بر آن، فرض می کند این فرآیند، در سطوح مهمی آگاهانه و شناختی است. تعامل گرایی بدون انکار این امر که قسمت بزرگی از رشد روان شناختی فردی، کاملاً خود آگاهانه نیست و حتی بیشتر نهفته و نیمه آگاهانه است، به بررسی چگونگی تعریف ما از جهان خویش و اقدام ما برای سکونت در آن تمایل دارد. این رویکرد، با دیدگاهی نسبتاً جدید در روان شناسی اثباتی (۱) اشتراکات زیادی دارد. به گفته مدافعان آن، این دیدگاه در پاسخ به ابزارهای سنجش موجود _ که اغلب به دنبال آسیب شناسی بوده اند تا کلیت مسئله _ به وجود آمده است. (۲) یکی از مدافعان رویکرد اثباتی به نام شیکزنت میهالی در مقاله ای اولیه با نام چرا به چیزها نیاز داریم؟ دیدگاه های ارزشمندی برای رویکردی ارائه داده است که به بررسی اشیای رسانه ای می پردازد. وی در این مقاله می گوید:

اشیای فیزیکی (و در نتیجه فرهنگی) کارکردهای مهمی در آموزش اصول فضا، زمان و تاریخ به ما دارند. (۳)

1- positive psychology

2- "Seeking a focus on joy in field of psychology," New York Times, ۲۸ April ۱۹۹۸, section

.F,pv

3- (Csikszentmihalyi and Rochberg-Halton (۱۹۸۱)

من نمی گویم موضوع اصلی تحلیل اجتماعی رسانه و دین، بررسی نظام های باثبات و [دارای] کارکرد کامل است. در واقع، تحلیل فرهنگ گرایانه رسانه در بهترین حالت برای موضوعات متفاوت، تمایز، مقاومت، خوانش های جایگزین، تفسیرهای متضاد، نقد اجتماعی و تغییرات اجتماعی مناسب است. این امر از طریق نقد و تفسیرهایی صورت می گیرد که پیش زمینه شریطی است که در آن نظام های مشخص معنا و رویه معنایی، یا مفهوم هستند یا مفهوم نیستند. بنابراین پیش زمینه نظام اجتماعی و ویژگی های آن است و نه تأثیرات فرضی بر آن. می توان این نظام ها را با کارکرد کامل دید، ولی تعارضات و تنش های درون آن را نیز مشاهده کرد. تمرکز ما بر فرهنگ است. هر چند بیشتر آنچه در فصول بعدی مطرح می کنیم مربوط به افراد و تجربه ها، معانی و عملکردهای آن هاست. موضوع اصلی، بررسی فرهنگ های آن ها و درک شیوه هایی است که منابع گوناگون این فرهنگ ها به ویژه آنهایی که در حوزه رسانه و مربوط به دین و معنویت هستند، تعریف می شوند. این نیز با پارادایم های رایج در پژوهش های ارتباطات جمعی و بخش عمده نظریه اولیه ما درباره رسانه ها در تضاد است.

همه ما _ تا اندازه ای _ با تاریخچه تحولات و ادغام تکنولوژی های رسانه ای در فضای اجتماعی آشناییم؛ از گفتمان های مربوط به ماهیت و تأثیرات این تحولات آگاهیم و حتی در آن ها مشارکت داریم. طبیعتاً به دلایل فراوان درباره شیوه های سالم ادغام یا عدم ادغام این رسانه ها _ که گذشته از هر چیز تکنولوژی هستند _ در زندگی خود دغدغه داریم.

تحقیقات زیادی درباره این موضوعات انجام شده و بیشتر آن‌ها نشان می‌دهد که ادغام رسانه‌ها در بافت زندگی روزمره، بیشتر فرآیندی انتقالی (مذاکره‌ای) است تا امری بدیهی، آسان و شفاف. (۱) بنابراین طبیعی است که رسانه‌ها را هم‌چنان [دارای] تأثیراتی نسبتاً مصنوعی بر زندگی تصور کنیم و به جای آن‌که این تأثیرات را جنبه‌های طبیعی (شده) زندگی خود در نظر بگیریم، آن‌ها را در قالب آثار آسیب‌شناسانه بالقوه بررسی کنیم. این امر در رابطه با دین اهمیت زیادی دارد؛ زیرا رایج است که دین، با ارزش‌ها و هم‌چنین با تلقین ارزش‌ها و رفتارهای هنجاری و با تربیت کودکان تعریف شود. بنابراین چهارچوب یا نگاه مذهبی به رسانه‌ها در زندگی روزمره، پتانسیل بیشتری برای تفکر آسیب‌شناسانه یا تأثیرمحور داشته است.

همه این صحبت‌ها بدان معنی نیست که رسانه‌ها حتی بر دین یا در ارتباط با آن تأثیری ندارند؛ بلکه بدان معناست که برای درک ماهیت آن تأثیرات، باید دقیق‌تر بررسی کنیم که چگونه، کجا و در چه موقعیت‌هایی تولید می‌شوند. همان‌طور که در فصل بعد شرح خواهیم داد، به دلایلی روشن، بسیاری از پرسش‌هایی که درباره التزامات مذهبی رسانه‌ها داشته‌ایم، واقعاً جابه‌جا شده‌اند؛ یک دلیل این که رسانه و دین در بافت فرهنگ معاصر به شیوه‌هایی ظریف و گاهی نه‌چندان ظریف همراه با هم عمل می‌کنند. بررسی فرهنگ و معناسازی در بافت زندگی روزمره، هم‌چنین ما را متوجه موضوعی می‌کند که با ملاحظه‌ای

دوباره، روایت تحولات رسانه ها در آمریکا در قرن بیستم را مطرح می کند. پارادایم تأثیرات، در عصر ابتدایی تر رسانه ها _ که رسانه های مسلط اندکی وجود داشت _ به نوعی معنادارتر بود. تا دهه ۱۹۳۰ چشم انداز رسانه های الکترونیک در آمریکا به موقعیتی رسیده بود که از نظر بسیاری طبیعی شمرده می شد. برای نمونه، حوزه رسانه های عمومی که ظاهراً نقشی بزرگ و وحدت بخش در تعریف اوضاع فرهنگی داشت.

بیشتر مدت این قرن، رسانه های مسلط رادیو و سپس تلویزیون در تملک سه کمپانی بزرگ خصوصی بود و تفاوت اندکی میان آن ها به چشم می خورد. در آن موقعیت، اندیشیدن در قالب این تفاوت های کوچک تا حدی منطقی بود. تأثیرات رسانه ها در قالب خصوصیات نسبتاً روشن و واحد محتوا دیده می شد و پرسش مطرح این بود که تأثیرات گوناگون، کجا و در چه کسی دیده می شود؛ برای نمونه این آگاهی وجود نداشت که مخاطبان متفاوت، تفسیر گروه های گوناگون و جهان بینی های متفاوت، می تواند در موقعیت های گوناگون، تجربه ای کاملاً متفاوت از این رسانه ها ایجاد کند. فرض غالب این بود که یک بازار ملی رسانه وجود دارد و نیازها، منافع و انگیزه های آن کمابیش مشخص است؛ برای نمونه نقش رادیو _ تلویزیون در قالب مرجعی فرهنگی، تقریباً روشن است.

دین، تمرکز و وحدت ظاهری رسانه ها در آن دوره (تقریباً بخش سوم قرن بیستم) با درک دوره ای هم زمان شد که [توسط] ویل هربرگ (۱)

دوره وحدت و بی‌آلایشی فرقه‌ای خوانده شده بود. در کلمات قصار مشهور او چنین آمده است:

کاتولیک، پروتستان یا یهودی بودن تنها انواع گوناگون آمریکایی بودن است.

مسئله این بود که در واقع، رسانه‌ها حوزه عمومی را در دسترس این نهادهای دینی مسلط قرار می‌دادند. با گذشت زمان، نظام‌های پیچیده دسترسی ظهور یافتند که قدرت تثبیت مشروعیت نهادهای دینی مسلط را، به شبکه‌های تلویزیونی عمده در آمریکا و انگلیس دادند.^(۱) این امر پیوندی زود هنگام و عمیق میان دین و رسانه‌های عمومی ایجاد کرد؛ پیوندی که آن زمان تا حدودی مبهم به نظر می‌رسید، ولی امروزه سرآغاز ائتلافی فزاینده میان این دو حوزه به شمار می‌رود. تا این که افرادی با دیدگاه‌هایی خاص در جهان دین، متوجه شدند تغییرات مهمی ایجاد شده است. این که دین، دیگر نمی‌تواند رسانه‌ها را نادیده بگیرد.^(۲) این نکته در دهه ۱۹۷۰ با ظهور تله ونجلیسم عمیقاً ثابت شد. این تحول از چند جهت اهمیت داشت. از جمله این که چالشی مشخص، در برابر سلطه فرهنگی ادیان مسلط (در آمریکا و دیگر نقاط) ایجاد کرد؛

۱- برای خواندن مباحث کامل تر نک: Rosenthal (۲۰۰۱) و Hoover and Wagner (۱۹۹۷). در آمریکا، وسیله همان سیستم به اصطلاح مدت پخش بود که از طریق آن، ادیان غالب به پخش محلی و سراسری در تلویزیون تجاری دسترسی می‌یافتند. سیستم مشابهی در انگلستان ظهور یافت که در آن BBC، واحد دین داخلی خود را تأسیس کرد و شرایطی را وضع کرد که بر اساس آن، دیگر ادیان به پخش دسترسی می‌یافتند. بعدها این قدرت به خارج از BBC انتقال یافت، ولی دینامیک بنیادین همان گونه باقی ماند. مقامات رادیو - تلویزیون در جایگاه تصمیم‌گیری بودند که کدام دیدگاه‌های دینی مشروع هستند و کدام مشروع نیستند. برای خواندن دیدگاهی انتقادی از جنبشی که از سیستم انگلیس حذف شد. نک: Quicke (۱۹۹۲).

۲- Fore (۱۹۸۷)

چالشی که بخش عمده گفتمانِ مربوط به آن، در همان زمان آن را تأیید می کرد. این امر یکی از نخستین نمونه های شکاف و تکثیر شبکه های رسانه ای بود که مشخصه ربع آخر این قرن به شمار می آمد؛ همان طور که تکنولوژی هایی چون رادیو _ تلویزیون کابلی و ماهواره ای، انحصار شبکه های مسلط بر حوزه عمومی رسانه ای را شکستند.

در روزهای آغازینِ تلویزیون کابلی و ماهواره ای، بسیاری _ حتی درون صنعت رسانه _ امکان افزایش شبکه ها و خدمات برای سلیقه های گوناگون را در خواب هم نمی دیدند. عصر شبکه مسلط کاملاً جا افتاده بود. تله ونجلیسم و خدمات کابلی بسیار موفق **Home Box Office**، در همان زمان ظهور یافت و امکانات آینده را نشان داد.

تله ونجلیسم هم چنین مسیرهای جدیدی در تحقیق و تفکر دربارهٔ دین و رسانه (که پیش تر گفته شد) ایجاد کرد که باعث توجه به شیوه های مخاطب محور و فرهنگ گرایانه تر در تبیین التزامات آن شد. تا پایان این قرن و در حالی که در عصر شبکه های تلویزیونی در آمریکا، رسانه ها محل گردهم آیی همه ملت شمرده می شدند، صنعت رسانه پیچیده تر و چند بُعدی تر می شد و در پایان هزاره، دیگر چنین برداشتی [که رسانه ها محل گردهم آیی همه ملت شمرده شوند] رایج نبود. تلویزیون کابلی، ده ها و سپس صدها شبکه را به خانه ها آورد. اینترنت، شبکه جهانی وب و دیگر پیشرفت ها در ارتباطات دیجیتال، منابع بیشتری برای تجربه رسانه ای و رقابت شدیدتری برای رسانه های غالب گذشته ایجاد کردند. تکنولوژی های دیگری چون بازی های ویدیویی، وسایل دستی و تلفن های همراه افزون بر خدمات نرم افزاری جدیدی

چون پیام فوری و پادکست (pod-casting)، حوزه رسانه‌ها را به شکل فزاینده‌ای پیچیده و چند بُعدی کرد. یکی از التزام‌های مهم این امر در پژوهش، این بود که مطالعه رسانه‌ها در مقام یک کل، روزبه‌روز مشکل‌تر شد. حتی کار نسبتاً آسانِ سنجش میزان مخاطبان به منظور بازاریابی و تبلیغات نیز، دشوارتر شد. این امر باعث تحکیم رویکردهایی در مخاطب‌پژوهی گشته است که در عین حال به مطالعه دین در رسانه‌ها اهمیت بیشتری بخشیده است. در اواسط این قرن پرسش‌ها ساده‌تر بودند؛ ولی این سادگی، پرسش‌های مهمی را پنهان می‌کرد که با ابزارهای موجود قابل پاسخ نبود.

دین پدیده‌ای پیچیده، ظریف و متنوع است و همان‌طور که در فصل بعد خواهیم دید، همواره پیچیده‌تر می‌شود. سادگی، زمانی این حقیقت را پنهان کرد که تأثیرات احتمالی محتوای رسانه‌ها بر معنای دینی و عمل دینی دقیقاً روشن نیست. روندهای بزرگی وجود داشت؛ ولی پرسش‌های زیادی هم بود که بدون استفاده از روش‌های متفاوت، قابل پاسخ نبودند؛ روش‌هایی که بر تنوع دین و معنویت حساس‌تر باشد.

در حالی که قرن نوزدهم با ظهور واقعیت اجتماعی و فرهنگی کاملاً جدیدی به نام ارتباطات جمعی پایان یافت، در پایان قرن بیستم تغییراتی در ارتباطات جمعی پدید آمد که اساساً مفهوم جمعی را مسئله‌ساز کرد. تحولات تکنولوژیک، پرسش‌های فرهنگ‌گرایانه را ضروری و اجتناب‌ناپذیر نموده است؛ موضوعی که در فصل آینده دقیق‌تر بررسی خواهیم کرد.

پاره سوم: رسانه ها و مذاهب در مرحله انتقالی

اشاره

پاره سوم: رسانه ها و مذاهب در مرحله انتقالی

در فصل پیش استدلال کردم که در اواخر قرن بیستم، دنیای رسانه ها به نحو قابل تأملی دست خوش تحول شد. این قرن با پدیده رسانه های جمعی آغاز شد. در اواسط آن دوره، رسانه ها به صورت نیروهای محوری و غالب اجتماعی و فرهنگی شکل گرفتند. در اواخر قرن بیستم، مفهوم جمعی این رسانه ها و تأثیرشان بر جمع، زیر سؤال رفت. در واقع، ویژگی جمعی بودن آن ها به چالش کشیده شد؛ ولی اکنون رسانه ها نقش محوری خود را در زندگی اجتماعی و فرهنگی به خوبی تثبیت کرده اند. اکنون موضوع این است که آن ها را چگونه باید در نظر بگیریم؟ استعاره های گوناگونی برای رسانه ها پیشنهاد شده است. آیا نوعی محیط به شمار می آیند؟ یا سرزمینی هرزه و گسترده اند؟ حکم کدام یک را دارند: منزل چهارم؟ فضای فرهنگی؟ یا کانون گرم خانوادگی؟ آیا شیطانی اند؟ یا تکنولوژی های آزادی؟ تکنولوژی های نفوذ یا سیطره اند؟ یا تربیون ویدیویی؟ هر یک از این موارد، از الگوی جهانی تر و تمامیت بخش تری از رسانه ها سرچشمه می گیرند که یکی از شاخص های قرن بیستم به شمار می رود. در این جا نمی خواهم استعاره جدیدی برای رسانه ها پیشنهاد بدهم، ولی اگر دیدگاه رسانه ها را به منزله پدیده ای جمعی کنار گذاریم، لازم است به چند نکته کوچک توجه کنیم که تعریفشان اهمیت

دارد: امروزه مخاطبان، تفکیک شده تر، خاص تر و یک دست تر از گذشته شده اند، پس به نظر می رسد صفت جمعی دیگر کاربردی ندارد. این موضوع مهم به بررسی های بیشتری نیاز دارد، گرچه شاید بسیاری استدلال کنند، این مخاطبان جمعی هم چنان بسیاری از برنامه های تلویزیون را تماشا می کنند که البته موضوع درستی است. آن چه دیده ایم جمعی زدایی نسبی مخاطبان بوده است که همراه با بازاریابی ما درباره اهمیت و دلالت مخاطبان جمعی است. مشخصه های گوناگون دیگری از رسانه های امروز هم، ارزش بازاریابی دارند. (۱)

تحول در رسانه ها

تحول در رسانه ها

رسانه ها دیگر مانند گذشته جمعی نیستند ولی هم چنان جنبه عمومی دارند. در واقع ماهیت عمومی بودن آن ها مهم ترین بُعد جمعی بودنشان است. شمار فراوان مخاطبان رسانه ها صرفاً در طیفی محدود از متون، زمینه ها و گفتمان ها اهمیت می یابد. نکته مهم تر این که، رسانه های مذکور در دسترس انواع مخاطبان محدود وجود دارند و برای همه آن ها قابل استفاده اند. البته این رسانه ها خصوصی هستند، ولی بخش عمده آن ها عمومی، باز و آزاد هستند. بحث این است که چه کسی گفتار را شکل می دهد، چه کسی مشاهده می کند، چه کسی می پرسد و چه کسی دسترسی دارد؟ هنگامی که مخاطبان موقعیت خود را از حیث مشارکت در رسانه های مختلف بررسی می کنند، این

۱- بخش عمده مباحث زیر را می توان با تعاریف دریافت شده یا کلاسیک ارتباط جمعی از جمله مواردی مقایسه کرد که چارلز رایت (۱۹۷۴) مطرح ساخته است.

پرسش‌ها مهم‌تر می‌شوند، ولی همه آن‌ها متکی بر مشخصه بنیادین یا فرض عمومی بودن هستند. این جنبه عمومی، برخاسته از مشخصه‌ای است که باعث شد تا رسانه‌های جمعی، جمعی شوند. اقتصاد سیاسی حمایتگران عمده این رسانه‌ها متکی بر این است، که هرچه بیشتر مخاطب جمع کنند و این موضوع هنوز هم دغدغه مهم آگهی‌سازان به شمار می‌رود.

عنوان دموکراتیک که نخستین بار حدود صدسال پیش درباره مطبوعات جمعی به کار رفت، اکنون هم با وجود قدیمی بودنش، برای ما جذاب است؛ ولی این فرض ایدئولوژیک تر را مخدوش می‌کند که این رسانه‌ها که در دسترس جمع قرار دارند، فقط برای فرهنگ طبقات پایین تر و سلیقه‌های آن‌ها در نظر گرفته شده‌اند و از نظر محتوا و مصرف، بازتاب موقعیت اجتماعی آن‌ها هستند. این موضوع هنوز هم جالب است. تحول در رسانه‌ها، به رسانه‌های الکترونیکی امکان داد که مخاطبان را به شیوه جمعیت‌شناختی و مبتنی بر سلیقه طبقاتی هدف گیرند، شیوه‌ای که پیش‌تر کمتر امکان داشت، ولی این مسائل که، چه رسانه‌هایی در اختیار چه مخاطبانی هستند و کدام یک مناسب سلیقه‌های فرهنگی‌اند، هم‌چنین پرسش‌هایی درباره ارتباط کیفیت در رسانه‌ها و طبقات ملی، قومی و اجتماعی که نمونه‌هایی از مخاطبان رسانه‌ها به شمار می‌روند، هم‌چنان لازم است روشن‌تر بحث شوند. (۱)

۱- چنان که در بخشی از فصل اول بحث کردیم، این پرسش‌ها مبنای عرصه مطالعات فرهنگی و رویکرد آن به مطالعات رسانه‌ها را شکل می‌دهند. آثار ریچارد هوگارت و ریموند ویلیامز (به طور اخص) پرسش‌های مهمی درباره این که چه فرهنگ‌هایی معتبر و هنجار هستند، مطرح ساخته‌اند. برای بحثی جامع‌تر در این زمینه نگاه کنید به ترنر (۱۹۹۰).

یکی دیگر از مشخصه های رسانه های جمعی، همزمانی یا برخورداری از برنامه زمانی است که هنوز هم مهم است. دوران رسانه های جمعی، ما را با این مفهوم آشنا ساخت که بخش عمده آن چه در رسانه ها با آن روبه رو می شویم، برای فروش بر اساس تاریخ در نظر گرفته شده است. محصول، با تاریخ خود پیوند دارد، گرچه عادت کرده ایم از رسانه ها در اوقات فراغت استفاده کنیم و فیلم ها و برنامه های تلویزیونی را سال ها پس از اولین نمایش شان، مصرف می کنیم و از مصرف نوستالژیک آن در شبکه ها و مکان هایی که برای این هدف در نظر گرفته شده اند، لذت می بریم. از نظر بیشتر مخاطبان، بی زمان بودن برنامه های خبری امری بدیهی فرض می شود.

یکی دیگر از ویژگی های مهم رسانه ها، ریشه ها یا منابع آن ها است. در تعریف های سنتی از رسانه های جمعی، ویژگی یکی برای همه برجسته است؛ زیرا رسانه منبعی محوری است که توجه مخاطبان زیادی را جلب می کند. این نکته، وجه اشتراک بیشتری با مفهوم عمومی بودن آن دارد ولی با وجودی که امروزه از جهات مختلفی به چالش طلبیده شد، هم چنان موضوع مهمی است؛ از این نظر که، مجموعه ای از عملکردهای مخاطبان و تنظیمات تکنولوژیک در رسانه ها، خود را به شکل تعاملی یا سلسله مراتبی نشان می دهند. برای نمونه می توانیم به راحتی اینترنت را در این رده قرار دهیم، هم چنین صنایع آگهی سازی و بازاریابی سال ها درباره تغییر از مرحله ایجاد بازارها به جذب آن ها سخن گفته اند، جایی که اینترنت و آگاهی جمعی و خودمحور مصرف کنندگان امروزی، آن ها را به جای آگهی ساز یا بازاریاب

بر صندلی راننده نشانده است. چنان که در فصل های بعد خواهیم دید، مصرف رسانه های معاصر به گونه ای است که این نهادها خود را تعاملی و خود-مولد جلوه می دهند. (۱) نباید این واقعیت را نادیده بگیریم که رسانه های جمعی صناعی پیچیده با سرمایه گذاری قوی هستند، که تفکری محوری آن ها را اداره می کند و بر اساس منطق های محوری و محوری سازنده عمل می کنند، در همان حال، چنان که یکی از نگره پردازان برجسته ادبی لقبشان داده، صنایع ایجاد آگاهی (۲) هستند که برای تولید مصنوعات فرهنگی و برای آگاهی بخشی استفاده می شوند. حتی اگر نخواهیم دلایل دیگری جز دلایل اقتصادی برای شان در نظر بگیریم. منطق اقتصادی آن ها به سوی ایجاد تمرکز و حتی انحصار پیش می رود، چنان که اکنون شرکت های کمی، چشم انداز رسانه ای بزرگی را در کنترل دارند. (۳) آثاری که آن ها تولید می کنند، بازنمایی های نظام یافته هستند. یکی از طرح های پژوهشی و تأثیر گذار که به منظور آشکارسازی ماهیت این بازنمایی ها جهت گیری شده بود، به گونه ای قانع کننده نشان داد که در این آثار مضمون های ایدئولوژیک روشنی وجود دارند. (۴)

پس اگر رسانه ها را روندهایی انحصاری و مسئول انقیاد ایدئولوژیک توده های جدایی ناپذیر مردم ندانیم، شاید درست نباشد بگوییم

۱- به همین علت می توانیم فرآیندهای ادراک را عموماً با توجه به چیزهایی که پدید می آورند و نه استفاده می کنند، مورد بحث قرار دهیم.

۲- (Enzensburger ۱۹۷۴)

۳- (۲۰۰۲) Bagdikian (۱۹۹۷); McChesney and Nichols.

۴- (Jhally ۱۹۹۰).

فرآیند های تولید، بازنمایی و مصرف رسانه ای به شیوه هایی کاملاً آزاد، بی فشار و تقید عمل می کنند. حقیقت چیزی میان این دو است و این وظیفه مطالعات رسانه ای معاصر است تا در این مسیر تأویل های تخصصی تری ارائه دهد.

امروزه رسانه ها را به گونه ای دیگر می بینیم و این امر تا اندازه ای به دلیل تحولاتی است که در تکنولوژی ها، ساختارها و الگوهای مصرف آن ها صورت گرفته است. بنابر تعریف، زوال دوره رسانه های غالب، تکثر و چندگانگی در منابع را در پی داشت. برای نمونه چند دهه اخیر، انتشار مجلاتی که عناوین جدید را عرضه می کردند به حد انفجار آمیز بوده است. در صورتی که تصور می شد مجلات، با ظهور تلویزیون و دیگر رسانه های جدید به پایان راه برسند؛ در عمل این وضعیت باعث تنوع آن ها و افزایش تعداد عناوینی شد که هر یک از آن ها به سوی بازارهای محدودتر و تخصصی تر جهت گیری شده بودند. همین وضعیت در تلویزیون هم رخ داده است. تلویزیون کابلی و ماهواره باعث افزایش شبکه ها و خدماتی شده اند که در دوران سیطره شبکه های خاص، تصور آن ها ممکن نبود. این طیف، هم آن هایی که علایق نسبتاً گسترده و ناهمگن (برای نمونه درباره اخبار) را در نظر دارند شامل می شود و هم آن هایی را که بر علایق یا جمعیت شناختی محدودتری تمرکز می کنند. اکنون در این شبکه ها، تولید برنامه های فردی با علایق بسیار خاص و متمایز به شیوه ای که پیش تر ممکن نبود، توجیه اقتصادی یافته است.

امروزه تنوع شبکه های کابلی بر توسعه شبکه های متنوع و فراوان تأثیر گذاشته است. (۱)

در ایالات متحده و انگلستان شرکت های تلویزیونی، بازارها و سلیقه های فرهنگی کوچک تری را هدف گرفته اند. این شرکت ها هم چنان پابرجا هستند و پررونق هم می شوند. در اینترنت و وب جهانی، موقعیت از این هم انعطاف پذیرتر و چندوجهی تر است. بسیاری از پژوهشگران به بررسی و دقت در افزایش خدمات جدیدی پرداخته اند که از طریق شاهره بزرگ اطلاعاتی امکان می یابد. مجموعه ای بزرگ از سایت های اینترنتی ظهور کرده اند که به طور مشخص به مذهب و معنویت توجه دارند. این مجموعه، سایت هایی هستند که آگاهانه به جنبش های مذهبی سنتی هدایت می شوند: مانند بسیاری از آن هایی که به طور مستقیم در حمایت نهادها یا تشکیلات مذهبی قرار می گیرند یا کمک های مالی دریافت می کنند هم چنین نمونه های دیگری مانند سایت برجسته و تأثیرگذار بلیف نت (۲) که می خواهد سراسر مذهبی یا فرانهادی باشد. این وب سایت ها آن هایی را در برمی گیرند که به جنبش های مذهبی یا معنوی جدید، حاشیه ای یا نوظهور توجه دارند، یا آن هایی که می خواهند به جنبش های نوین مذهبی تبدیل شوند؛ هم چنین سایت هایی که برای انتقال اطلاعات به تشکیلات شبه مذهبی

۱- در ایالات متحده شبکه های جدید تر FOX، UPN، WB و PAX همگی طی پانزده سال اخیر تشکیل شده اند. این ها در بازارهای محلی علاوه بر شبکه های عادی، خدمات تلویزیون کابلی و ماهواره ای هم ارائه می دهند.

۲- Beliefnet

می‌کوشند، از هواداران و وبلاگ‌نگ نویسان گوناگون گرفته تا سایت‌هایی که حتی آگاهانه ضد مذهبی یا غیرمذهبی هستند. (۱) این موضوع به ویژه درباره احتمال تحول رسانه‌ها اهمیت دارد؛ زیرا فعالیت‌های اینترنتی به طور خاصی فردی، خودهدایت‌شونده و تولیدشده (به ویژه درباره وب) و اساساً تعاملی هستند. علاوه بر این ویژگی، فعالیت‌های وب از جمله وبلاگ‌نویسی، بازی، دریافت اطلاعات از طریق RSS و پیام‌فوری، کنش‌های مصرف‌را در چنین محیطی به کنش‌های تولید به روش‌های بنیادین تبدیل می‌سازد، درکی از عملکرد رسانه‌ها که به نحو فزاینده‌ای به درک مخاطب‌شناسی رسانه‌ها نیز تبدیل می‌شود. این پیشرفت‌ها دو نتیجه خاص و مستقیم در تکامل روابط میان مذهب و رسانه‌ها داشته‌اند. نخست این که با توجه به فراوانی منابع، به ویژه شبکه‌ها و سرویس‌های مذهبی و آن‌هایی که می‌توانند علایق و کاربردهای مذهبی و معنوی را مطرح کنند، به نحو فزاینده‌ای محقق و در دسترس قرار می‌گیرند. همان‌طور که در فصل پیش اشاره کردم، تله‌وَنجلیسم (۲) در

۱- در سال‌های اخیر حجم قابل توجه‌ای از پژوهش‌ها صرف برنامه‌های مذهبی در اینترنت شده است، برای نمونه نگاه کنید به: Hadden and Cowan (۲۰۰۱), Zaleski (۱۹۹۷), Brasher (۲۰۰۴), Hoover and Park (۲۰۰۵), and (Miller and Slater (۲۰۰۰

۲- Televangelism: تبلیغ مسیحیت از طریق تلویزیون، ترکیب دو واژه television و evangelism. تلونجلیسم، کشیشی است که بخش عمده وظایف خود مانند موعظه را حین پخش برنامه تلویزیونی اش انجام می‌دهد. این شیوه، کلیسای الکترونیکی هم نامیده شده است و پدیده‌ای مشخصاً آمریکایی است. اصطلاح مذکور را نخستین بار، جفری هدن و چارلز سوان در کتاب واعظان ساعات پریننده، نیروی فزاینده تلونجلیسم به کار بردند (م).

این دوره نقش پیشرویی در هدایت شبکه های مذهبی برعهده داشت. (۱) پیش از ورود تلویزیون کابلی، مذهب در تلویزیون به شدت محدود به برنامه های صبح یکشنبه یا ساعات آخر شب بود. سیاست های شبکه ها نیز تا حد زیادی مانع اختصاص ساعاتی برای پخش برنامه های مذهبی می شد؛ حتی در مواردی که هیچ ساعتی را به این برنامه ها اختصاص نمی دادند. با پیشرفت تلویزیون کابلی و ماهواره ها در دهه ۱۹۷۰ این وضعیت تغییر کرد و مذهب ناگهان در طول هفته به شکل ها و قالب های گوناگون برصفحه تلویزیون مطرح شد. (۲) در شرایطی که این شبکه ها و منابع تکامل می یافتند، کمک بیشتری به گسترش بازار آثار و منابع رسانه ای مذهبی کردند. این واقعیت که بسیاری از این نوآوران، مبلغان مذهبی مسیحی بودند تأثیر خاصی داشت، چنان که تبلیغ مذهبی مسیحی به ویژه در بررسی دلالت های ضمنی رسانه های نوین در امر ارتباطات مورد توجه قرار گرفت. (۳) پیامدهای این وضعیت برای بخش های بازاریابی مذهبی و فرهنگی از جمله صنعت موسیقی مسیحی معاصر بسیار گسترده و از جنبه امکان دسترسی و رشد، مثبت بود.

همراه با پیشرفت شبکه ها و منابع مذهبی، تأثیر ژرف تر و گسترده تر این تحول رسانه ای به گونه ای نمایان شد که رسانه های سکولار شروع به

۱- البته این موضوع طی چند دهه در رادیو دیده شده است، از جمله در برنامه محلی مؤسسه Moody Bible و شبکه رادیویی Trans World که پخش بین المللی داشته اند. شبکه های صرفاً مذهبی از دهه ۱۹۳۰ به بعد شروع به فعالیت کرده اند. (Ellens ۱۹۷۴)

۲- توضیحات اولیه درباره این پدیده در این منبع آمده است: Hadden and Swann (۱۹۸۱) and Horsfield: (۱۹۸۴).

۳- (۲۰۰۴) Hendershot

اندیشیدن درباره مذهب کردند. در دوران شبکه ها، مذهب امری قابل تصور بود که می شد آن را جزو حقوق انحصاری نهادهای مذهبی تثبیت شده به شمار آورد. مذهب، همواره برای رسانه ها مسئله ساز بوده است. این موضوع اهمیت خاصی دارد که بعداً به آن خواهیم پرداخت. (۱) مذهب برای رسانه ها امری بحث انگیز است؛ ولی رسانه ها اهمیت و علاقه چندانی به آن ندارند (این موضوع تا حد زیادی ناشی از پذیرش مفهوم سکولاریسم است). مذهب، کانون های متعارف و مورد علاقه ژورنالیسم را نفی می کند، به سختی می توان آن را منبع در نظر گرفت. مذهب از جنبه های اجتماعی و فرهنگی در عرصه های فراوان و چشمگیری از شکل ها، جنبش ها، علاقه ها و اجتماعات مختلف بیان می شود. پس می توان پذیرفت که رسانه ها در اواسط قرن بیستم مایل بودند آن را به عرصه های تعریف شده و محدودی بر صفحه تلویزیون، قفسه های مجلات و کتاب ها محدود کنند.

در دوران طلایی تلویزیون، موضوع مذهب به ندرت در آن مطرح می شد و در دوره های بعد، تقریباً هیچ اثری از آن نبود. شبکه های خبری بزرگ در برنامه های شان توجه اندکی به مذهب داشتند و جز گزارش هایی که گاه از واتیکان پخش می شد، مورد دیگری به چشم نمی خورد. در هیچ یک از این شبکه های خبری بزرگ، خبرنگار مذهبی وجود نداشت (۲) و پخش سراسری برنامه ها در ایالات متحده به گونه ای

۱- در (Hoover ۱۹۹۸) بحثی کامل درباره این پدیده مطرح شده است.

۲- در سال ۱۹۹۳ شرکت ABC با تبلیغات فراوان گزارشگری مذهبی به نام پگی وِمه را استخدام کرد و وی سال ها به کارش ادامه داد، ولی مدت ها است که این شبکه دیگر گزارشگر مذهبی ندارد.

بود که دست اندرکارانش علاقه بسیار کمی به مذهب نشان می‌دادند.^(۱) در رسانه های سرگرم کننده نیز، چنین وضعیتی وجود داشت. در برنامه های ساعات پربیننده شبکه ها، به ندرت شخصیت های مذهبی ظاهر می شدند و هیچ یک از مجموعه های مهم تلویزیونی، مضامین اصلی یا فرعی مربوط به این موضوع را نداشتند. هنگامی که هم ساختار و تنوع شبکه ها و سرویس های رسانه ای و هم دنیای مذهب متحول شدند، این وضعیت نیز تغییر یافت. احتمالاً رویداد مهم در این زمینه نمایش سریال هفتگی نظر کرده فرشته بود که سال ۱۹۹۴ از شبکه CBS پخش شد.^(۲) در فصل ۱۹۹۵ این مجموعه از نظر تعداد بینندگان جزوه ده برنامه پربیننده قرار گرفت. این اثر، موقعیتش را تا اندکی پیش از پایان تولید در ۲۰۰۳ حفظ کرد. نکته بی سابقه درباره این برنامه، وجه مذهبی آشکار آن بود؛ هر چند سازندگان مجموعه نمی خواستند برنامه، مسیحی تصور شود. هدف این بود که با مخاطبان مسیحی سخن بگویند.^(۳) به هر حال این مجموعه نظر مخاطبان کمتر مؤمن و مذهبی را هم به خود جلب کرد. آن ها بیشتر مجذوب حال و هوای عرفانی فرشتگان انسان نما شده بودند تا توصیفات که این اثر از خداوند ارائه

-
- ۱- صرف نظر از مواردی استثنایی از جمله گروه تولید بیل و جودیت مویرز (Bill and Judith Moyers) تلویزیون ملی در مقایسه با شبکه های خصوصی ایالات متحده محیط نامساعد تری برای مذهب داشته است.
 - ۲- سال پیش از آن همین شبکه برنامه دیگری را پخش کرد که به شکل ناآگاهانه ای مذهبی بود (ولی به هر حال مذهبی شناخته و حمایت شد). این مجموعه کریستی (christy) نام داشت ((Garron ۱۹۹۸).
 - ۳- (Garron ۱۹۹۸)

می دهد. (۱) نظر کرده فرشته تنها مجموعه در این رده نبود. در دهه ۱۹۹۰ شماری از برنامه ها و مجموعه های گوناگون تولید شده در ایالات متحده به نحو صریح تری مذهب و جنبه معنوی زندگی را بررسی کردند. مجموعه تلویزیونی و محبوب خانوادگی آسمان هفتم که از شبکه WB پخش شد، به خانواده یک کشیش پروتستان پرداخت و از نظر کرده فرشته موفق تر بود. در فصل ۱۹۹۷ یک مجموعه موفق _ از نظر منتقدان _ ولی نه چندان پر بیننده درباره یک کشیش کاتولیک شهری، با نام دور از مقدسات (۲) پخش شد. این مجموعه، شدیداً مورد توجه کاتولیک هایی قرار گرفت که خود را در معرض لغزش یا تردید می دانستند. با این مجموعه صنعت تلویزیون و مخاطبان، شاهد ورود شمار بسیاری از مضامینی شدند که جامعه شناسان آن ها را مضامین آشکار مذهبی یا حتی مذهب نوین در تلویزیون می نامند. مجموعه بسیار موفق خانواده سیمپسن عموماً به مذهب در هر دو شکل سنتی و نوظهور آن پرداخت. (۳) همان طور که مجموعه سنت شکن ساوث پارک و دو مجموعه پرونده های مجهول و افشاگری شمالی (۴) _ که محبوب ترین سریال های دهه ۱۹۹۰ بودند _ چنین رویکردی داشتند و هر یک

۱- در ۲۰۰۳) Clark) گفتاری کامل درباره پدیده نظر کرده فرشته (Touched by an Angel) آمده است.

۲- ۱۴۹-۵۶, Lynch (۲۰۰۵), pp. (۲۰۰۳) Nothing Sacred Alters

۳- ۱۴۹-۵۶, Lynch (۲۰۰۵), pp. Alters (۲۰۰۳)

۴- Northern Exposure سریالی که در سال های ۱۹۹۰ تا ۱۹۹۵ در ژانر کمدی/درام (۱۱۰ قسمت ۶۰ دقیقه ای) پخش شد. شخصیت محوری سریال دکتری است که در شهری دور از مرکز در کشور آلاسکا، در تعامل با مردم به تجربیاتی جدید دست پیدا می کند. (م.)

دستمایه هایی را تصویر کردند که با امور معنوی و استعلایی و نه شاید لزوماً مضامین مذهبی در ارتباط بودند. (۱)

این روند با مجموعه های تلویزیونی برجسته ای که مضامین معنوی داشتند دنبال شد؛ از جمله بافی خون آشام گش و ژان آرکادیا. (۲) همین گرایش ها را در فیلم و موسیقی عامه پسند هم می توان دید؛ برای نمونه یکی از ما (۳) اثر جون آزرین (۴) در ۱۹۹۵ به بررسی معنای خداوند در زندگی روزمره می پردازد و ویدیو کلیپی آن را همراهی می کند که مملو از نمادگرایی و تصویرپردازی مذهبی است. معروف تر از آن، ویدیو کلیپ ترانه هم چون یک دعا (۵) (۱۹۸۹) با اجرای مَدونا است که از حیث تصویرپردازی سنتی مذهبی بر زمینه موسیقی عامه پسند، مرزهای جدیدی را گشود. در ۱۹۹۲ سینید او کانر، (۶) خواننده ایرلندی با پاره کردن عکس پاپ در برابر تلویزیون ملی جنجالی بین المللی ایجاد کرد. (۷)

۱- این گرایش ها در برنامه هایی آشکارتر است که مخاطبان جوان را مدنظر دارند. نگاه کنید به: Clark (۲۰۰۳). در برخی از محافل، بدبینی هایی نسبت به این گرایش ها ابراز شده است، برای نمونه جان فیسک پژوهشگر برجسته رسانه ها می گوید: (همه چیز به نوعی معنویت تحریف شده گرایید که مشخصه آن، جنبش عصر جدید و نوعی مسیحیت احساساتی بود که هم چنان هم تداوم دارد. (Zerbisias ۱۹۹۷).

۲- Joan of Arcadia سریالی که در سال های ۲۰۰۳ تا ۲۰۰۵ در ژانر درام/فانتزی پخش شد. این سریال در ۴۵ قسمت ۴۵ دقیقه ای به روایت تلاش های دختری ۱۶ ساله به نام جون جیراردی می پردازد که در پاسخ به ندایی درونی (گفت و گو با خدا) تلاش می کند دیگران را شاد نگاه دارد، به برادرش که روی ویلچیر است یاری رساند و... (م).

۳- One of Us

۴- Joan Osborn

۵- Like a Prayer

۶- Sinéad O' Connor

۷- البته این نوع چالش که ستارگان موسیقی پاپ با مذهب متداول داشته اند، چیز تازه ای نیست. ادعای معروف درباره گروه بیتل ها این بود که «حتی از مسیح هم معروف ترند». به هر حال در دهه ۱۹۹۰ شاهد نوعی جسارت و صراحت جدید عده ای از هنرمندان در عرصه رسانه ها و فرهنگ عامه پسند نسبت به مذهب بوده ایم.

فیلم، همواره رسانه مهمی برای بررسی مضامین و تصاویر مذهبی بوده است. در سال های اخیر شاهد ادامه این گرایش بوده ایم. هم چنین مجموعه ای از فیلم های بلند روز، فیلم های متفاوتی چون *دونده سریع* (۱) و *نهنگ سوار* (۲) نیز به منتهی درجه بیان مذهبی یا معنوی در فیلم رسیدند، چنان که مضامین بالا را با نظرات و فرهنگ های متفاوتی تلفیق ساختند. (۳) تحولاتی که این گرایش ها نماد آن ها هستند، را ناشی از چه چیزی می توانیم بدانیم؟ این موضوع روشن است که پخش تلویزیونی و به طور کلی تر صنایع رسانه ای، توانستند مذهب و معنویت را به روش های بی سابقه ای تجسم بخشند. این امر تا حدی مرهون تفکیک فزاینده مخاطبان، شبکه ها، آثار رسانه ای و سرویس ها در پایان قرن بیستم است. در حالی که رسانه ها جنبه انحصاری خود را قدری از دست دادند، به روش های کمتر انحصاری، شروع به بازاندیشی درباره خود کردند. هم چنین، تحول در قواعد پخش نیز در این موضوع دخیل بود، چنان که لایحه و قانون ارتباطات از راه دور در ۱۹۹۶ باعث شد بسیاری از انتظارات درباره خدمات عمومی که برای پخش در طول قرن مورد استفاده قرار می گرفت، از بین برود. (۴) این فرض که رادیو _ تلویزیون مسئول ارائه محتوای منطبق بر علایق عمومی هستند، باعث شد

۱- The Fast Runner

۲- Whale Rider

۳- کتاب شناسی آثار پژوهشی و عامه پسند مرتبط با مذهب و فیلم بسیار مفصل است، چنان که نمی توان آن را به طور جامع فهرست بندی کرد. در هر صورت نمونه های قابل توجه از این قرار است: Miles (۲۰۰۵), Mitchell (۲۰۰۳), Nolan (۱۹۹۵) and Martin Ostwald (۱۹۹۷)

۴- در همین دوره در انگلستان و به طور کلی اروپا گرایش های مشابهی دنبال شده است. درباره انگلستان به ویژه نگاه کنید به Tracey (۱۹۹۸)

مدیران رادیو _ تلویزیونی باری از مسئولیت بردوش خود بینند و بررسی کنند که از جنبه های مذهبی و دیگر جنبه ها چه چیزی برای عموم مناسب است. این وضعیت اکنون تغییر کرده است، گرچه هم چنان بحثی پرشور درباره مسئولیت رادیو و تلویزیون برای حفظ ارزش های اجتماعی و فرهنگی جامعه در جریان است. (۱)

در هر صورت، در قرن بیست و یکم رادیو، تلویزیون و دیگر رسانه ها دیگر مانند گذشته درباره مضامین مذهبی و معنوی موشکافی نمی کنند. هم زمان تنوع و کالایی شدن بازار رسانه ها در را به روی مجموعه ای کامل از برنامه ها و سرویس های جدید گشوده است. این موضوع همراه با شماری از گرایش های اجتماعی و فرهنگی در دنیای رسانه منجر به ظهور بازار رسانه ای جدید، پویاتر و بزرگ تری برای مذهب شده است.

تحولات مذهبی

تحولات مذهبی

مطالعه ای که در اواخر سال ۲۰۰۳ منتشر شده، نتایج جالبی داشت و توجه فراوانی برانگیخت. بر اساس این مطالعه، طی ده سال از ۱۹۹۳

۱- این بحث در دوره های مختلف دنبال شده است. در زمستان سال ۲۰۰۴ خواننده ای به نام جنت جکسن (خواهر مایکل جکسن خواننده مشهور آمریکایی) طی دو نیمه مسابقه تیم سوپر بول رفتار بی پروایانه ای نشان داد و FCC به یک سلسله تحقیق، بازجویی و حتی تهدید روی آورد. در همین دوره، این کمیسیون به برنامه رادیویی و عامه پسند Shock Jock با اجرای هاوارد استرن حمله کرد و برای چیزی که کفرآمیز و شنیع قلمداد می شد، جریمه هایی در نظر گرفت.

تا آن زمان، تعداد آمریکایی هایی که از مذهب خود اظهار بی اطلاعی می کردند، دو برابر شده و به بیست و نه میلیون نفر رسیده بود. ولی این مطالعه به جای آن که سکولار شدن آمریکا را پیش بینی کند _ وضعیتی که مدت هاست انتظار آن می رود _ به نظر می آید نمایان گر مرحله دیگری از بازسازی مذهب در این کشور است. پاسخ مخاطبان آمریکایی نشان نمی دهد که آن ها اصلاً مذهبی ندارند. همان طور که دان لئین، نویسنده مذهبی در گزارش خود درباره این بررسی ها می گوید:

برخی از این پاسخ دهندگان خود را لامذهب معرفی می کنند، ولی بیشتر آن ها به خداوند معتقدند، دعا می کنند و غالباً خود را معنوی ولی نه مذهبی توصیف می کنند. برای نمونه سرپرست یک کلینیک در سن فرانسیسکو می گوید: «احساس من به خداوند از همه مذهب های مختلف فراتر می رود. در واقع، این نوعی انرژی است.»^(۱)

چنین مذهب یا معنویتی زمانی که عمومی تر می شود، ایالات متحده را در راستای سنت های کهن تر اروپا قرار می دهد. در نامه ای که خطاب به تحریریه اروپایی هفته نامه تایم نوشته شد، به پرسشی درباره نقش خداوند در زندگی اروپاییان امروز چنین پاسخ داده شد:

شما پرسیده اید خداوند کجا حضور دارد؟ خداوند صرفاً در کلیساها نیست. او همه جا حاضر و شاهد خاموش تمام رخدادهای معمول و نامعمول در جهان است. مسیحیت عمیقاً در اروپا ریشه دارد. صرفاً حضور در کلیساها معیار ارزیابی ایمان آدم ها به مسیحیت

نیست. (۱) ولی تحول نه صرفاً خارج از ساختارهای مذهبی موجود، بلکه در تصویرپردازی مجدد از آن‌ها آشکار می‌شود.

گزارشگری که دربارهٔ تأسیس یک کلیسای جدید با نام چالیس چهار فصل، (۲) مطلب تهیه کرده است، می‌نویسد:

این کلیسا یکی از هزاران جامعه موسوم به تلفیق و هماهنگی یا خداوندِ مدبر است که در سراسر کشور پراکنده‌اند. این جوامع از افرادی تشکیل شده که در تمنای زمینه‌ای معنوی هستند و می‌خواهند سنت‌های جدیدی را بسازند که جنبه‌هایی از بسیاری از نظام‌های اعتقادی را دربرمی‌گیرد.

بنیانگذاران کلیسای چالیس چهار فصل، دیوید ترسمر و همسرش کائِن هستند که اکنون رییس جامعه‌ای کوچک ولی رو به رشد است. آن‌ها می‌گویند این شیوه جدید از طریق حرکات موزون، مراقبه (مدیتیشن) و موسیقی بر ارتباط میان کره‌خاکی و معرفت ستارگان تأکید می‌ورزد. آن‌ها می‌گویند بی‌هیچ جزم اندیشی، برای اغلب نظام‌های اعتقادی سنتی از جمله مسیحیت و بودیسم احترام قائلند. (۳) جامعه‌شناسان مذهبی، اخیراً در حال بررسی این موضوع هستند که ماهیت مذهب معاصر در مرحله تحولات مهمی قرار دارد. از دوران

۱- (۲۰۰۳ Poovakkattu) البته تکامل مذهبی در آمریکا به نحو قابل توجهی با نمونه اروپایی آن متفاوت است. برای نمونه در سال ۲۰۰۱ در نشریه اسکاتسمن (Scotsman) گزارشی چاپ شد که مطابق با آن تقریباً ۳۷٪ از اسکاتلندی‌ها تجربیات مابعدالطبیعه داشته‌اند، ۵۵٪ از آن‌ها هرگز در مراسم مذهبی شرکت نکردند و ۲۸٪ معتقدند که روحانیت مسیحی به جامعه کمک می‌کند (Kerevan ۲۰۰۱). در سال ۲۰۰۳ نیویورک تایمز دربارهٔ موردی گزارش داد که در آن کشیشی از کلیسای لوتری دانمارک به دلیل گفتن این موضوع که به خداوند اعتقادی ندارد، از کلیسا اخراج شده بود. اعضای کلیسای او و جامعه محلی برای دفاع از وی راهپیمایی کردند. (Alvarez ۲۰۰۳)

۲- All Seasons Chalice

۳- (Evans ۱۹۹۹)

وحدت و انسجام نسبی که ویل هربرگ (۱) در دهه ۱۹۵۰ خصوصیات آن را مطرح کرد، مذهب هم از نظر ساختارها و هم عملکردهای خود، دستخوش دگرگونی شد. (۲) این تغییرات در بنیادی ترین سطح، ریشه در ماهیت آگاهی اجتماعی معاصر و تجربه اجتماعی دارند.

آنتونی گیدنز _ که در فصل پیش درباره او صحبت کردیم _، این نگره را مطرح ساخته که در اواخر دوران مدرنیته تحولات در ساختار روابط اجتماعی و به ویژه در انواع حمایت های ساختاری که زمانی افراد را در شناخت خود و روابط اجتماعی شان یاری می داد، منجر به توجه متمرکز بر فرد و کمال فردی در حکم محور طرح های اجتماعی شدند. از میان تمام موارد، ما می توانیم این موضوع را در رسانه ها ببینیم. ظهور چیزی که فرهنگ درمان نامیده می شود (و بخش عمده ای از آن متکی بر رسانه ها و فرهنگ کالایی است یا از طریق آن ها قابل دسترسی است) تا حدی برای پاسخ به نیازهای فزاینده افراد نسبت به روش های جدید و خاص تر برای کشف خودشان پدید آمده است.

در حالی که شاید زمانی به شبکه ای از روابط اجتماعی در خانه، مدرسه، اجتماع، کلیسا یا خانواده توجه داشتیم تا منابع لازم برای ساختن خود ما را فراهم آورند، امروزه عمدتاً خودمان را مسئول آن می دانیم. مهم تر آن که، چنین کاری را اساسی قلمداد می کنیم. امروزه ما

۱- Will Herberg

۲- مؤثرترین تحقیق درباره بازسازی مذهبی، تحقیق (۱۹۹۰) Wuthnow است. روف نیز در ۱۹۹۲ پژوهش بسیار مهمی در این زمینه انجام داده است. هم چنین کتاب جدیدتر او بازار معنوی (۱۹۹۹) که به آن بیشتر خواهیم پرداخت، بسیار در خور تأمل است.

خودآگاهی بازتاب دهنده بسیار بیشتری از موضوع داریم و آن، بیشتر به خودمان بستگی دارد. منظور این که ما در عملکردهای فردی مان برای معنا بخشیدن به امور، خود را هم محور روند و هم مستقلاً مسئول ایجاد آن می دانیم. فرهنگ درمان تا حدی برای نشان دادن این واقعیت نوین ظهور کرده است.^(۱) درمان، تبدیل به شیوه ای مهم از عملکرد اجتماعی شده، کانونی مهم برای تبیین اجتماعی و فرهنگی و (نه تصادفاً) صنعتی چندین میلیون دلاری با منابع رسانه ای گسترده از جمله کتاب ها، مجلات، نوارهای کاست، برنامه های تلویزیونی، کارگاه ها، خلوتگاه ها که عملاً یک صنعت فرهنگی کامل وقف آن شده است. نوع مذهبی که در این زمینه اجتماعی ظهور می کند، جدید و متفاوت است. در حالی که هدف، خود (شخص) است، معنویت، خود به بُعد مهمی از این هدف تبدیل می شود.^(۲) امروزه افراد، در مقایسه با یک نسل پیش مسئولیت بیشتری در برابر زندگی معنوی و مذهبی خود احساس می کنند. آن چه فیلیپ هاموند، استقلال شخصی در زمینه ایمان می نامد،^(۳) مسئولیت تصمیم گیری درباره ایمان و معنویت را بدون حضور واسطه هایی چون مرجعیت کلیسایی یا روحانی بر عهده خود فرد می گذارد.

۱- ۸۰-۱۷۹، pp. (۱۹۹۱) Giddens

۲- البته این گرایش با نگره اجتماعی سنتی تضاد دارد که معتقد است از بین رفتن تفاوت مذهبی منجر به از بین رفتن علاقه به مذهب می شود. چنان که پژوهشگران مذهبی از جمله روف و وارنر (که به مباحث وی خواهیم پرداخت) خاطر نشان می کنند، چنین ایده سکولاری مبتنی بر این فرض است که مذهب متعلق به نهادها و ساختارهای مذهبی است. البته پیروان این مذهب نوین و فردی، خود را در قبال آن مسئول می دانند.

۳- (۱۹۹۲) Hammond

جنبه های گوناگون این روند که مربوط به خود است و یا ناشی از عملکرد مستقل و آگاهانه افراد است و این که به مرجعیت کلیسایی یا روحانی اعتماد ندارد، حساسیت نوین مذهبی را تقویت می سازد که آن را جویندگی (پویندگی) (۱) نامیده اند. نخستین بار وید کلامرک روف یک دهه پیش در کتابش، نسلی از جویندگان این موضوع را به روشی نظام مند بررسی کرد. (۲) روف در کتابش نظر داد که نسل دوره افزایش زاد و ولد (۳) در آمریکا، تحولی در ماهیت مذهبی ایجاد کرد. این نسل در اواخر دوران مدرن به بلوغ رسید، گیدنز مشخصه آن دوره را سازماندهی عظیم تجربه اجتماعی می داند که مرهون تحولات اساسی در نهادها و فرهنگ بود. هم چنین، نسل مذکور متشکل از افرادی بود که برای نخستین بار به آگاهی بازتابنده رسیدند، امری که به گمان گیدنز استقلال و تردید نسبت به توضیحات و مرجعیت هایی را تقویت می سازد که نمونه ای از جست و جوی خود آرمانی است. چنان که روف در این باره می نویسد:

همان فرهنگی که مذهب را ساده سازی و منطقی می کند، مفهوم خود را هم تغییر می دهد. در شرایط معاصر، خود، تبدیل به امری سیال، قابل پیشرفت، تطبیق پذیر، تغییر یافتنی و بالاتر از همه به چیزی تبدیل می شود که ارضا شدنی است؛ چند فرض بر این است که اشتباهی خود سیری ناپذیر است. شباهت های میان خود و

۱- seeking

۲- (Roof, A Generation of Seekers) (۱۹۹۲)

۳- baby boomer: اصطلاحی که برای توضیح افزایش زاد و ولد در سال های پس از جنگ جهانی دوم در چند کشور انگلیسی زبان از جمله ایالات متحده، کانادا، استرالیا و نیوزیلند به کار می رود. در این سال ها آمار تولد در این کشورها به شکل نامعمولی بالا رفت. (م.)

مذهب جای ملاحظه دارد. با وجود خودی که سیال تر، تطبیق پذیرتر، سیری ناپذیرتر است، هویت مذهبی کمتر نسبت پذیر می شود و بیشتر حکم پدیده ای اختیاری، ذهنی و دست یافته را پیدا می کند. تنوع و تکثر مذاهب در آمریکا با انحصارزدایی از کل نمونه های حقیقت مذهبی باعث تقویت این اختیارگرایی جدید می شود. از سوی دیگر، طیف گسترده ای از گزینه های مذهبی را برای همه قابل انتخاب می کند. (۱)

اهمیت پژوهش روف این است که ریشه در تحقیقات میدانی پیرامون روش های رو به تکامل این نسل برای نگرش به مذهب دارد. وی در این مسیر، اصطلاح جویندگی را تشریح کرد که به نظر می آید موج برخاسته از مذهب و معنویت در فرهنگ آمریکا را مشخص می سازد. روف ریشه این موقعیت را در گرایش هایی می داند که گیدنز به آن اشاره کرده، ولی در عین حال آن ها را با ویژگی های خاص جامعه آمریکایی پیوسته می داند:

امروزه جویندگی معنوی ناشی از گرایش هایی است که عمیقاً ریشه در مفهوم مورد نظر امرسن از فردی دارد (۲) که باید خداوند را در وجود خود بیابد، هم چنین تجربه ای ملکوتی که نشان می دهد وی به روش شخصی آن را شناخته است و عشق و محبت الهی دارد. اکنون مانند گذشته، چنین گرایش هایی خود معتمد به نفس را تشویق کردند، خودی که لزوماً مستقل از جامعه نیست، ولی بر

۱- (Roof (۱۹۹۲

۲- منظور، رالف والدو امرسن (۱۸۰۳-۱۸۸۲) (Ralph Waldo Emerson) فیلسوف، شاعر و نویسنده آمریکایی است. آموزه های وی تأثیر مستقیمی بر رشد جنبش تفکر نوین در اواسط قرن نوزدهم گذارد. (م.)

رابطه فرد با چنین معنوی و استنباطش از آن تأکید می‌ورزد. اکنون آمریکایی‌ها نه تنها معتقدات خود را برمی‌گزینند، بلکه کم و بیش شرایطی را تعیین می‌کنند که بر حضور فرد در جوامع مذهبی حاکم است. به ویژه در زمانی که فعالیت معنوی تشدید شده، می‌توانیم انتظار داشته باشیم که ذهنیت آزادی در این زمینه رشد کند و نیز امکان پدید آمدن شکل‌های نوینی از جامعه پدید آمده که امکان بیان به افراد در گیر چنین فعالیت‌هایی را می‌دهد. (۱)

رابرت وُتناو (۲) جامعه‌شناس قبول دارد که وجه مذهبی در جویندگی معنوی در واقع وجهی اساسی از چشم‌انداز مذهبی معاصر است. ولی در همان حال خاطر نشان می‌کند که این ویژگی همراه با معنویت سنتی تر سکنی‌گزینی است که آن هم اهمیت پایداری دارد. (۳) و تناو و روف استدلال می‌کنند که جویندگی (که گاهی جست‌وجوگری هم نامیده می‌شود) در زمینه‌های خاص خود وجود دارد، چنان‌که برای برخی از مردم تعیین‌کننده مذهب یا کنش معنوی است و در برخی زمینه‌های دیگر، حساسیتی است که مذهب یا معنویت را برای مردم در بدنه‌های قراردادی مذهبی، کلیساها یا سنت‌ها تعیین می‌سازد. روف موضوع را بدین صورت بررسی می‌کند:

امروزه سه جنبه از این موقعیت اهمیت بیشتری دارند: یکی تعداد فراوان افرادی است که مشغولیت‌های مذهبی یافته‌اند.... بنابراین آمار، امروز بخش عمده‌ای از جمعیت آمریکا به تعمیق معنویت خود علاقه‌مند هستند. بسیاری از کسانی که به نظر می‌آید زمینه مذهب

1- Roof (۱۹۹۲), p. ۱۹۵

2- Robert Wuthnow

3- Roof (۱۹۹۲), p. ۲۵۶

ستی را از دست داده اند، سعی دارند به تکیه گاه های تازه ای دست یابند و بسیاری از کسانی که زمینه مذهبی دارند، می کوشند تا زندگی خود را پربار تر سازند. دوم، آن چه بر تمام این شور و هیجان حاکم است، تأکید بر درک شخصی و خودبازتابندگی است که محصول مُدرنیتته اخیر با پلورالیسم (تکثرگرایی)، نسبت گرایی و تردیدهای هستی شناختی آن است. از این رو استفاده من از اصطلاحات جست و جو، جویندگی و کاوش، ناشی از این زمینه خاص تاریخی و فرهنگی است. مورد سوم و متناقض این است که آموزش های معنوی، بسیاری از آمریکایی ها را فراسوی فرهنگ خودمحور و درمان گرایی می برد که در آن رشد کردند. خودکامروایی (۱) در حکم یکی از مضامین فرهنگی دهه های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰، جست و جویی نیرومند را پی ریخت، ولی اکنون برای نسلی که مسن تر و پخته ترند، آن جست و جو فراسوی راه حل هایی رفته که در مصرف، مادی گرایی و فرورفتن در خویشتن یافت می شد. شاید معنویت عامه پسند، سطحی و در واقع لایه لایه به نظر آید، با وجود این، امواج خلاق آن در موقعیتی مناسب، می تواند ژرف ترین نیروها و تعهدات ما را فعال کند. شور معنوی امروزی حتی در خودمحورانه ترین شکل هایش بازتاب عطشی ژرف بر دگرگونی خود است، عطشی که هم اصیل و هم از جنبه شخصی ارضا کننده است. (۲)

ولی نکته مهمی که مربوط به بحث فعلی ما می شود، این است که مطابق با تحقیق روف، نسلی که به نحوی نمونه وار معنویت را جسته

۱- self-fulfillment

۲- Roof (۱۹۹۲), p. ۲۵۶

است _ نسل پس از جنگ جهانی دوم آمریکا _ به شیوه‌های مختلف بر اساس رابطه اش با رسانه ها تعریف می شود. وی اشاره می کند که این نخستین نسل تلویزیون است و با بازاریابی انبوه و جمعیت شناسی حاکم بر تبلیغات مدرن بزرگ شده است. پس حساسیت های معنوی این نسل به شکل های قابل توجهی هم در رسانه های جمعی ریشه دارد و هم از طریق آن ها بازنمایی می شود.

همه این گرایش ها _ توجه متمرکزتر بر معنویت، تجربه با پلورالیسم، ترکیب انتخاب شده سنت ها و سبک های جدید تعهد _ عمیقاً در فرهنگ عامه پسند امروز ریشه دارند. (۱)

روف در کتاب اخیرش بازار معنوی (۲) با دقت بیشتری به بررسی ارتباط رسانه ها با مذهب طلبی می پردازد و می نویسد:

نکته مهم، شکل دادن به خود بیان گر، از طریق نمادها و گفتمان ها است که به وسیله رسانه ها صورت می پذیرد. پیش از این، زندگی انسان هرگز در معرض تصاویر و نمادهای واسطه نبود. هم چنین پیش تر مردم تا این اندازه آگاهی نداشتند که دنیای ما دنیای تصویر و نماد است. نقش صنایع فرهنگی و تکنولوژی های ارتباطات هم چنان گسترش می یابد و این به بهای کم رنگ شدن نهادهای سنتی جامعه پذیر از جمله خانواده، مدرسه و کلیسا است. (۳)

روف از این برداشت که رسانه ها باید در پیوند با مذهب یا معنویت معاصر مورد توجه قرار گیرند، فراتر می رود و به بُعدی اساسی از آگاهی

۱- Roof (۱۹۹۹), p. ۲۴۷

۲- spiritual marketplace

۳- Roof (۱۹۹۹), pp. ۶۷- ۴

مدرن اخیر اشاره می کند که گیدنز آن را شناخته است، نقشی که تجربه واسطه در ایجاد نوعی خود بازتابندگی مدرن برعهده دارد. به گفته گیدنز، ما تا اندازه ای به این علت می دانیم کیستیم که جایگاه خود را در شبکه پیچیده روابط اجتماعی درک می کنیم؛ روابطی که تعیین کننده زندگی مدرن هستند. (۱) این خودشناسی بازتابنده، تا حدی چالش های خاص مدرنیته اخیر را مشخص می سازد که ما در آن، بیشتر از اجداد خود از روش عملکرد دنیای اجتماعی آگاهیم. چنان که در فصل پیش اشاره کردم شاید این موضوع چندان هم مطلوب نباشد؛ زیرا منتقدانی از جمله کنت گرگن (۲) این نوع آگاهی اجتماعی را بیشتر تضعیف کننده می دانند تا قدرت بخش. احتمالاً گیدنز این وضعیت را یکی از واقعیت های زندگی معاصر قلمداد می کرد و نظر می داد که ما به منزله بازیگران اجتماعی باید در چنین وضعیتی زندگی کنیم، در عین این که شاهد آن هم می شویم.

دیدگاه روف درباره این موضوع، با دیدگاه تعامل گرایی که در فصل پیش درباره آن بحث کردیم، تلاقی می کند. تعامل گرایی به عملکردهایی اجتماعی نظر دارد که از طریق آن ها دنیای خود (از جنبه مذهبی یا معنوی یا اجتماعی) را می شناسیم و می گوید همواره برعهده ماست که در حکم بازیگران اجتماعی معنای شرایطی را دریابیم که در آن زندگی می کنیم. در واقع، روف با معرفی این طرح که به «مذهبی که

Giddens (۱۹۹۱), pp. ۳۲-۴-۱

Kenneth Geregen - ۲

در آن زندگی می‌کنیم» می‌نگرد و برای آن مطرح شده است، به طور نظری در این امر مشارکت می‌جوید:

مذهب زنده، منظور مذهب به صورتی است که در زندگی روزمره تجربه می‌شود و الگویی برای ایجاد وحدت بین حالت‌های رسمی، عامه‌پسند و درمانی در هویت مذهبی ارائه می‌دهد. شاید مذهب زنده را بتوانیم مشتمل بر سه وجه مهم بدانیم: الفبا یا مجموعه‌ای از نمادهایی که به طور خیالی توضیح می‌دهند که دنیا و زندگی برای چه وجود دارند؛ عملکردها یا وسایلی که از طریق آن‌ها افراد با چهارچوبی نمادین از مراجع مرتبط می‌شوند و جایگاه خود و عاملیت انسانی را در آن‌ها می‌یابند یا توانایی آدم‌ها برای حضور فعال در عوالم مذهبی که منجر به پدید آمدن چنین عوالمی می‌شود. (۱)

این مفهوم، الگویی نسبتاً صریح برای بررسی روابط میان مذهب و رسانه فراهم می‌آورد. چنان‌که این بررسی را اساساً در تجربه مذهب زنده یا زندگی معنوی قرار می‌دهد، به صورتی که با عوالم اجتماعی و فرهنگی خود برخورد می‌کنند و رسانه در این موقعیت، نقشی مهم‌تر از همیشه برعهده می‌گیرد. وقتی امور را با این شیوه زنده می‌نگریم، به دیدگاهی می‌رسیم که همزمان گرایش‌های نوظهور در مذهب و رسانه‌ها را بازتاب و به ما امکان می‌دهد برخی از روش‌های مسئله‌ساز را بیابیم، که به بررسی تعامل رسانه‌ها و مذهب در گذشته پرداخته‌اند. به طور کلی این موقعیت مسئله را به سه بخش مرتبط تقسیم می‌کند. نخست این که، چه نمادها یا الفبایی در محیط رسانه‌ها در دسترس است، همان

چیزی که می‌توانیم فهرست نمادین (۱) بنامیم و افراد به وسیله آن شناخت مذهبی یا معنوی می‌یابند. دومین مورد، عملکردهای مصرف، تعامل و تبیین رسانه‌ها است که از طریق آن، معانی مورد بحث قابل دسترسی و درک می‌شوند و به کار می‌روند. سومین مورد، طرح این مسئله در چهارچوب تجربیات افرادی است که به مصرف رسانه‌ها و استنباط از آن‌ها می‌پردازند.

فصل‌های چهارم تا هشتم این کتاب به بررسی بازار نمادین رسانه‌ها، به صورتی می‌پردازند که در زندگی‌های روزمره افراد و خانواده‌ها تجربه می‌شود. ما این فکر را جدی می‌گیریم که امروزه رسانه‌ها نقشی مهم در فراهم آوردن منابع نمادینی ایفا می‌کنند که از طریق آن، دنیاهای اجتماعی خود را می‌شناسیم. هم‌چنین، مذهب و معنویت برای بسیاری از ما بخش‌های مهمی از این روند شناخت به شمار می‌آیند. سپس بررسی ما با این فرض آغاز می‌شود که می‌توانیم و باید به سراغ انسان‌ها در جایی که هستند برویم و از دیدگاه آن‌ها به محیط نمادینی بنگریم که در آن زندگی می‌کنند و سعی کنیم تا بفهمیم چگونه این منابع نمادین را با پرسش‌هایی از جمله که هستند؟ به چه چیز اعتقاد دارند؟ و چه باید بکنند؟ ارتباط دهیم.

رسانه‌ها و فهرست نمادین

رسانه‌ها و فهرست نمادین

به هر حال، پیش از آغاز بررسی‌ها باید نگاهی به ماهیت فهرست نمادینی که چشم انداز رسانه‌ای ارائه می‌دهد و هم‌چنین پیوستن آن به مضامین اجتماعی و ارزش‌های عظیم بیندازیم. در این جا نکته، تنها فهرست بندی عناصر مذهبی و خودآگاهی نیست که شاید در دسترس باشند، بلکه شناخت روش‌هایی است که امروزه شاید الگوهای درک، مصرف و معنی‌سازی بتوانند از طریق آن‌ها دست‌مایه‌ها و نتایج موجود در قلمروی رسانه‌ها را بیابند. برای انجام چنین کاری لازم است از آن‌چه درباره‌ی ماهیت متغیر چشم انداز رسانه‌ای و مذهب مرور کرده‌ایم، آگاه باشیم. از این رو ما افراد خودآگاه و بازتابنده‌ای را در نظر می‌گیریم که با محیط پیچیده و متنوع رسانه‌ای برخورد می‌کنند و در آن دستمایه‌ای را می‌یابند که در ارتباط با درک فعلی‌شان از خود در قالب مذهبی یا معنوی آن است (یا دست‌کم به جست‌وجوی آن برمی‌آیند).

شماری از منابع و عرصه‌های رسانه‌ای، خود را مکان‌هایی محتمل برای چنین عملکردهایی در زندگی روزمره معرفی می‌کنند. نوع افکار اکتسابی که در فصل اول درباره‌ی آن‌ها سخن گفتیم، ما را وامی‌دارد که به مکان‌هایی در چشم انداز رسانه‌ای بنگریم که آن‌ها را به مفهوم شکلی، مکان‌هایی مناسب تصور می‌کنیم. منظور مکان‌هایی است که شاید انتظار برود مذهب در آن‌ها، به منزله نوعی رده بندی وجود داشته باشد. اما چنان‌که پیش‌تر بحث کردیم، این انتظار به جاست که شاید برخی از منابع غیرمنتظره نیز نقش مهمی در جویندگی یا جست‌وجو (اصطلاحاتی که پیش‌تر توضیح دادیم) مذهبی یا معنوی داشته باشند. چشم انداز رسانه‌ای را می‌توان به روش‌هایی تقسیم بندی کرد؛ ولی از

نظر بحث فعلی ما و به دلایلی که در فصل‌های آینده مشخص خواهد شد، به جاست تا به این‌ها در چهار رده بندی نسبتاً عمومی: اخبار، پخش برنامه‌های مذهبی، انتشارات مذهبی و سرگرمی توجه کنیم. البته این مورد، به رده بندی‌های سنتی رسانه‌ها از حیث رابطه با مذهب اولویت می‌بخشد، ولی هم‌زمان به ما امکان می‌دهد آن‌ها را به شیوه تازه‌ای بنگریم و بعداً از طریق صحبت با افراد، ببینیم که چگونه و چرا در چنین زمینه‌ای، مذهب یا محتوای معنوی بر زمینه زندگی‌های روزمره شان حضور دارد.

اخبار

اخبار

ژورنالیسم، همواره با مذهب مسئله داشته است. (۱) مطبوعات آمریکایی در بخش عمده تاریخ خود، بر مذهب به دو شیوه متناقض توجه کرده‌اند. هنگامی که به مذهب عمومی پرداخته‌اند، به تمکین و احترام بر آن گرایش داشته‌اند. این موضوع به ویژه درباره پوشش خبری نهادهای تثبیت شده، از جمله سلسله مراتب کلیسای کاتولیک رم، فرقه پروتستان و سازمان‌های منطقه‌ای یا محلی که سنت‌های ایمانی دیگری دارند، صدق می‌کند. وقتی به مذهب محلی یا مذهب به صورتی که تجربه یا عمل می‌شود می‌پردازند (نوعی مذهب که فهمیده ایم امروزه مهم‌ترین و نمونه‌ای‌ترین شکل است)، گرایش به داستان‌هایی رواج یافته که یا مورد بی‌توجهی قرار گرفته‌اند یا به نحو کم‌رنگی گزارش شده‌اند.

درک برخی از دلایل این موقعیت سنتی دشوار نیست. نخست، تعیین منبع برای مذهب افراد، (مذهب به صورتی که تجربه می شود) دشوار یا ناممکن است. کانون های سنتی خبر مایلند آن را به صورت روندی منطقی با منابع، انگیزه ها، علایق و نتایجی در نظر بگیرند که می توان آن ها را مطرح، تحلیل و ارزیابی کرد. تصور نمی شود مذهب در شکل عمومی آن تابع این نوع ملاحظات باشد.

دوم، فراسوی این ویژگی های فرض شده، ادعا می شود که مذهب همواره از چیزهایی سخن می گوید که فراتر از عرصه منطقی این جا و اکنون قرار دارد، همان عرصه ای که اغلب روزنامه نگاران در آن کار می کنند.

سوم، عاملی است که اصحاب رسانه، روزنامه نگاران، دبیران سرویس های مختلف و ناشران بیش از همه به آن پرداخته اند، تا مذهب را به صورت امری به ذات پیچیده ببینند. مذهب، مشتمل بر حالات گوناگون ایمانی، داعیه های مرتبط با حقیقت و سنت ها است. پس حوزه ای از پژوهش ذاتاً پیچیده تر از دنیای سیاست در ایالات متحده یا حتی انگلستان است، جایی که شمار نسبتاً اندکی از احزاب یا دیدگاه ها برای توضیح آن کفایت می کند.

چهارم و عاملی که حرفه ای های رسانه ها درباره اش سخن گفته اند، این احساس است که مذهب ذاتاً جنجال برانگیز است. در همان حال آن گروه های مختلف، نماینده قشر گسترده ای از پشتیبانان هستند که هر یک از آن ها ممکن است در اثر نوعی پوشش خبری که مورد پسندشان

نیست، آزرده شوند. اغلب اصحاب رسانه می توانند نمونه هایی در این مورد بیاورند.^(۱)

منظور این است که حتی این اواخر مذهب در حکم چیزی است که به دردسرش نمی آرد. بدین ترتیب، با توجه به چالش ها و مسائل بالقوه چرا چیزی را پوشش دهیم که (مطابق با تفکر سکولاریستی) اهمیتش محو می شود؟ این موضوع به ویژه بر زمینه ایالات متحده در اثر نخستین اصلاحیه ای که بر قانون اساسی صورت گرفت، پیچیده تر شده است، اصلاحیه ای که میان مذهب، دولت و مطبوعات فاصله ایجاد می کند. این امر دو نوع تأثیر در پی داشته است؛ نخست، جدایی مذهب از دولت به منزله جدایی مذهب از سیاست هم فرض شده و بدین معنی است که مطبوعات هم می توانند اخبار و گزارش های مرتبط با دولت و سیاست را بدون توجه بی دلیل به مذهب پوشش دهند. دوم، بسیاری از دست اندکاران مطبوعات و رسانه ها این جدایی را در حکم جدایی مذهب از مطبوعات نیز خوانش کرده اند. البته تمام این فرضیات به نحو چشم گیری متحول شده اند، موردی که در فصل نهم دوباره به آن خواهیم پرداخت و توضیحات مفصل تری درباره آن ارائه خواهیم داد. با وجود برخی از نمونه های مهم تاریخی از ورود مذهب به عرصه پوشش مطبوعات،^(۲) اصحاب رسانه در اواسط قرن بیستم به جز نوعی توجه

۱- نمونه های دقیق برداشت های تصمیم گیرندگان رسانه ای از مذهب را می توان در این منابع یافت: Silk (۱۹۹۵) and Hoover (۱۹۹۸); John Dart and Jimmy Allen, *Bridging the Gap*, Nashville: The Freedom Forum First Amendment Center ۱۹۹۳.

۲- سیلک و هوور به بررسی مقدمه مذهبی جیمز گوردون بنت در صفحات نیویورک تایمز می پردازند و آن را راهبردی مؤثر می دانند. این روزنامه در دهه ۱۹۶۰ هم چنان به چاپ سخنرانی های واعظان نیویورکی ادامه داد. مجله تایمز از حیث توجه به مذهب متمایز بوده است. این گرایش از سوی دیگر مجلات خبری هم دنبال شد، برای نمونه مجله تایم طی دهه های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ روی جلد خود به چاپ عکس رهبران مذهبی از جمله علمای مهم پروتستان، رینهولد نیهر و پل تیلیچ ادامه داد. در واقع طی دهه ۱۹۸۰ مجلات مهم خبری و روزنامه های مترو پالیتن هم چنین خبرگزاری های آسوشیتد پرس و یونایتد پرس اینترنشنال ولو به شکلی محدود خبرنگاران یا نویسندگان مذهبی خاص خود را داشتند (Silk ۱۹۹۵).

آیینی به فعالیت های تشکیلات و نهادهای مهم مذهبی، چندان به مذهب نپرداختند. در همان حال، تحول در ماهیت و گستره مذهب در هر دو شکل محلی و بین المللی، روند تفکیک مذهب در حاشیه های پوشش مطبوعاتی را به چالش طلبید. تنها مورد استثناء، انقلاب اسلامی ایران در سال ۱۹۷۹ بود که نشان داد مذهب هنوز می تواند در پوشش رویدادهای جهانی، نقش محوری داشته باشد و باید آن را بر زمینه گسترده تری نسبت به پیش ملاحظه کرد. وقایع سال ۱۹۷۹ باعث آغاز دوره ای از خود انتقادگری در رسانه ها شد که این روند تا پس از حملات ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ دیگر دیده نشد. در هر دو مورد پیام این بود: در حالی که رویدادها و داستان های خبری مهمی با سرفصل مذهب در حال وقوع بودند، ژورنالیسم و رسانه ها به خواب رفته بودند. (۱)

بین سال های ۱۹۷۹ تا ۲۰۰۱ پیشرفت هایی که در زمینه های داخلی جامعه صورت گرفت، بر توجه به اولویت مذهب در مطبوعات تأثیر گذارد. برخی این وضعیت را با نام جنگ های فرهنگی مبتنی بر مذهب یا ارزش های مذهبی بررسی کرده اند. رویداد مهم در این زمینه،

۱- البته این نوع رویدادها پیشگامانی داشته است برای نمونه جف گرینفیلد از CCN اشاره کرده است که حقوق مدنی ایالات متحده عمیقاً ریشه در مذهب دارد. نخستین مراحل این جنبش عمدتاً تحت کنترل روزنامه های بزرگ شکل گرفته است. نکته کنایه آمیز آن که در بین شبکه های خبری تلویزیونی، CNN کمترین تمایل را به ارایه گزارش های مذهبی داشته است. گرچه گروهی از دست اندکاران شبکه شخصاً از این موضوع انتقاد کرده اند (CNN ۱۹۹۳).

ظهور نوع جدیدی از محافظه کاری مذهبی با جهت گیری سیاسی بود که اولین بار به نحو چشم گیری در انتخابات عمومی ایالات متحده در سال ۲۰۰۴ نمایان شد. البته این حالت، ریشه در گرایش های سال ۱۹۶۰ داشت. این محافظه کاری مذهبی متکی بر اصول دیرپای بنیادگرایی و گرایش های مرتبط با Pentecostalism در آمریکا بود؛ ولی با چهره و نام جدیدی. سپس اونجلیسم به عرصه آمد که می خواست حضور چشم گیرتری در گفتمان اجتماعی داشته باشد. تحلیل جامع این موضوع، فراتر از گستره طرح فعلی ماست. (۱)

به هر حال، دو وجه بسیار مهم این پیشرفت را پدیده معاصر تله و نجلیسم و استنباط کلی تر رهبران این جنبش جدید برعهده گرفتند. آن ها می دانستند برای رسیدن به نتیجه مطلوب، باید نقش پررنگ تری در قلمروی اجتماعی و به ویژه رسانه ها برعهده گیرند. (۲) شاید این جنبش در نتیجه برخی از ویژگی های آیین مذهبی پروتستانی و رابطه اش با فرهنگ (۳) در ۲۵ سال اخیر، به کانون گفتمان اجتماعی در آمریکا منتقل شده است، از این رو از سکوت سیاسی که مشخصه بنیادگرایی پیشین در قرن بیستم بود، می پرهیزد و در رسانه ها حضور پررنگ تری دارد.

۱- نگاه کنید به: Marsden (۱۹۸۳), Roof (۱۹۹۹), Wuthnow (۱۹۹۰), Quebedeaux (۱۹۷۴)

۲- Marsden (۱۹۸۳)

۳- استدلال شده است که به دلایلی، اونجلیکالیسم به نحو خاصی با رسانه ها و فرهنگ عامه پسند تناسب دارد و نمی خواهد رسانه ها را صرفاً در حکم عرصه هایی برای انجام کارهای خیر مذهبی در نظر بگیرد. برای نمونه نگاه کنید به: Hendershot (۲۰۰۴), Clark (۲۰۰۳), McCloud (۲۰۰۴), and Schultze (۱۹۸۷).

مذهب در آمریکا و به طور کلی مذهب غربی از موضع چپ، شاهد ایجاد سازه های مذهبی نوین و جنبش هایی شد که عمدتاً نمونه هایی از حساسیت های فردی و مستقلى بودند که پیش تر هنگام بحث درباره نظرات روف و وُتناو به آن ها اشاره کردیم. شدت ناگهانی علاقه به امور مذهبی و معنوی، در گرایش های گوناگون سرگرمی تلویزیونی که پیش تر مورد بحث قرار دادیم، نمود یافت. افزون بر آن شماری از بحث و جدل های موضع چپ، باعث ایجاد تلاطم در تشکیلات مذهبی شد. زنان در مؤسسات کاتولیک گرا و پروتستان گرا به نحو فعال تری اقدام کردند. از سوی دیگر، شور و حال قومی نیز تاثیر برجسته تری یافت.

در قرن بیستم، بحثی فزآینده درباره عضویت و رهبری مذهبی افراد هم جنس گرا، دوجنس گرا و دگرجنس گرا و هم چنین موضوع ازدواج های هم جنس گرایان در گرفت. این بحث ها باعث تقسیم و تفکیک نهادهای معظم پروتستان و تبدیل به موضوع سیاسی مهمی شد. در پاییز سال ۲۰۰۴ این موضوع برای عموم مطرح شد، هنگامی که فرقه پروتستان و لیبرال کلیسای واحد مسیح، در ایالات متحده یک آگهی تلویزیونی را نمایش داد که در آن بر آزادی و امکان تشریک مساعی اقلیت های جنسی و رنگین پوستان تأکید شد؛ این آگهی ها بسیار جنجال برانگیز شمرده شدند، چنان که دو شبکه مهم ایالات متحده از پخش آن ها سر باز زدند. متعاقباً خشمی که این موضوع برانگیخت، باعث شد مسائل مربوط به آزادی و سعه صدر مذهبی، در محور مباحث مربوط به مذهب

در آمریکا قرار گیرد. (۱) همه این‌ها به موضوعات خبری تبدیل شد و این واقعیت که فرهنگ عامه پسند نیز از افزایش علاقه به مذهب و امور معنوی استفاده کرد، بدین معنی است که رسانه‌های خبری توجه فزاینده‌ای به مذهب مبذول داشتند. (۲) روش‌های متنوعی که موضوعات مذهبی را در اخبار طرح می‌کنند موارد فراوانی را شامل می‌شود.

انتخابات عمومی آمریکا به طور کلی همواره سبب طرح داستان‌های خبری فراوانی در ارتباط با مذهب و سیاست می‌شود. در انتخابات ریاست جمهوری سال‌های ۲۰۰۰ و ۲۰۰۴ و در جریان این رقابت‌ها، گرایش‌های مذهبی نامزدها، به نحو قابل توجهی در رسانه‌های خبری پوشش داده شد. به ویژه در سال ۲۰۰۴ مسائل مربوط به مذهب و رابطه‌اش با سیاست مورد توجه قرار گرفت و تفسیرهای فراوانی درباره شکاف مذهبی ارائه شد. بدین صورت که گویا بخش‌های مذهبی، انتخابات نامزدهای محافظه‌کار را ترجیح می‌دادند، در فصل نهم دوباره به این موضوع خواهیم پرداخت.

۱- (۲۰۰۵) Wilson) آگهی مذکور به طور خاصی تأثیرگذار بود؛ زیرا این قانون ناگفته را شکست که پیام مذهبی هیچ‌گاه نباید آزاردهنده باشد، چنان که گرایش اصلی آن به سوی رویکرد آزادانه بود. برخی از گروه‌های مذهبی، طرفدار نرفتن مردم به کلیسا بودند. مقامات کلیسا گزارش می‌دهند که استقبال زیادی از این آگهی شد و بسیاری از مخاطبان پاسخ مثبتی به پیام رویکرد آزاد آن دادند.

۲- در حالی که این تشریح، ارتباط نزدیکی با موقعیت ایالات متحده دارد، در انگلستان گرایش‌های مشابهی وجود دارد. برای نمونه آلن بوکایندر، رییس جدید بخش مذهبی شبکه BBC اشاره کرده که پس از حملات ۱۱ سپتامبر و چند رویداد بعدی در انگلستان، توجه بیشتری به ارائه برنامه‌های مذهبی در اخبار و دیگر بخش‌ها پدید آمده است: (Snoddy ۲۰۰۲). نکته جالب داستان در ارتباط با این بحث این بود که بوکایندر بنا بر اعتراف خود اعتقادی به خداوند ندارد. انتخاب او باعث اعتراض‌هایی شد، ولی استدلال وی این است که پوشش مذهب در رسانه‌ها بنا بر تعریف باید منطقی و برای طرح افکار گوناگون باشد و نه تبلیغ مذهبی. این موضوع به خوبی دشواری‌های پیش روی مذهب در رسانه‌ها را نشان می‌دهد.

از زمان حملات ۱۱ سپتامبر تاکنون، اخبار بین‌المللی در ایالات متحده و انگلستان به نحو فزاینده‌ای بر گرایش‌ها و پیشرفت‌هایی تأکید دارند که پیش از این آن‌ها را با عنوان مذاهب دنیا در نظر می‌گرفتیم، به ویژه اسلام و آن چه کشمکش قومی – مذهبی نام دارد. از جنبه اخبار داخلی، مدام داستان‌هایی درباره افزایش گونه‌های مذهب مطرح می‌شد، که برخاسته از مهاجرت بود. در نتیجه، ارزش‌های اجتماعی و موضوعاتِ دیگرِ مربوط به جنگ‌های فرهنگی بیشتر مطرح می‌شوند. شور و علاقه‌ای که در موضع چپ وجود دارد، به پوشش و ملاحظه جنبش‌های نوین مذهبی، رویکردهای به اصطلاح عصر جدید، کیش‌ها و البته مذهب و معنویت در فرهنگ عامه می‌انجامد. (۱)

فراسوی خروجی‌های رسمی خبر، طیف گسترده‌ای از منابع اطلاعاتی و اخبار مذهبی هم وجود دارد، به ویژه آن اخباری که از طریق اینترنت و وب جهانی قابل دسترس هستند. بسیاری از این منابع سایت‌هایی هستند که فعالیتشان را وقف مذهب یا معنویت کرده‌اند ولی بسیاری دیگر هم در کنار دیگر موضوعات به مذهب هم می‌پردازند. (۲)

بخش برنامه‌های مذهبی و تله و نجلیسیم

بخش برنامه‌های مذهبی و تله و نجلیسیم

-
- ۱- طی مطالعه‌ای که مرکز پژوهش رسانه‌های ایالات متحده در آوریل ۲۰۰۴ انجام داد، مشخص شد که توجه شبکه‌های بزرگ ایالات متحده به مذهب بیشتر و طی ده سال از ۱۹۹۴ تا آن زمان دو برابر شده بود. (Bauder ۲۰۰۴)
 - ۲- (Hadden and Cowan ۲۰۰۱)

در سال های اخیر تله و نجلیسیم از آگاهی عمومی دور شد. پخش برنامه های مذهبی از هنگام ظهور در اواسط دهه ۱۹۷۰ تا طی اغلب سال های دهه ۱۹۸۰، حضور چشم گیری در عرصه برنامه های رادیو _ تلویزیونی و گفتمان اجتماعی یافت. البته وجهه این برنامه ها در اثر یک سلسله رسوایی هایی پر سر و صدا در اواخر دهه ۱۹۸۰ به حد قابل توجهی پایین آمد. این وضعیت باعث شد تا تعدادی از واعظان تلویزیونی مهم، شبکه ها را ترک کنند و از نظر اقبال همگانی زوالی عمومی در این عرصه پدید آمد، گرچه شاید تعداد مخاطبان این دوره چندان تغییری نکرده باشد.

امروزه تله و نجلیسیم در چشم انداز رسانه ای عمدتاً جزو برنامه هایی است که موفقیت دیررسی داشته است، ولی اکنون مکانی آسوده و حتی مهم در حواشی برنامه های تلویزیونی یافته است. این وضعیت، همراه با بازار پویای مذهبی در رادیو و ظهور صنعت موسیقی مسیحی به عرصه های جدیدی دست یافته است. تلویزیون مذهبی هم چنان به گسترش خود ادامه می دهد که تا سال ۲۰۰۰، حدود ۲۴۵ شبکه خصوصی تجاری و ۱۵ ایستگاه تلویزیونی مذهبی غیر تجاری در حال پخش برنامه بوده اند. (۱) این گسترش در رادیو هم چشمگیر است. شایع ترین آمار اخیر شامل بیش از ۸۰۰ ایستگاه *each reporting* است که فرمت بخشی از برنامه های روزانه برنامه های مسیحی یا مذهبی است و ۶۵۰ ایستگاه دیگر خود را *Gospel* (به معنای انجیل یا بشارت نیکو) می نامند و حتی

۳۴ شبکه خود را عصر جدید (New age) نامیده اند. (۱) افزون بر آن چندین شبکه تلویزیونی خود را وقف مذهب کرده اند، از جمله شبکه تلویزیونی و غیررسمی کلام ابدی کاتولیک (۲) که با ۲۲۷۵ سیستم کابلی در ایالات متحده، ۶۴ میلیون مشترک دارد؛ شبکه تلویزیون ملی یهود (۳) (باز هم غیررسمی) سیزده میلیون مشترک با ۶۰۰ سیستم کابلی دارد و شبکه پخش ترینیتی (تثلیث)، (۴) آخرین بازمانده از شبکه های اصلی تله ونجلیست، ۴۶ میلیون بیننده با ۵۲۳۰ سیستم کابلی و نیز دوازده و نیم میلیون مشترک پخش مستقیم برنامه های ماهواره ای دارد؛ البته تعداد مخاطبان واقعی این سرویس ها عملاً بسیار کمتر است و احتمالاً بخش اندکی از تعداد مشترکان این شبکه ها را تشکیل می دهد. (۵)

شبکه اُدیسه (۶) که سرویس بسیار کم جنجال تری است، به وسیله علاقه مندان مذهبی امروزی تری تأسیس شد، تا جایگزینی برای شبکه های تله ونجلیست باشد. این شبکه با به دست آوردن ۲۸ میلیون مشترک به اوج آمار تعداد مخاطبانش رسید ولی از آن زمان تاکنون در

۱- (Broadcasting and Cable Yearbook, ۲۰۰۲-۲۰۰۳)

۲- Catholic Eternal Word

۳- National Jewish Television Network

۴- Trinity

۵- (Broadcasting and Cable Yearbook, ۲۰۰۲-۲۰۰۳) این گزارش دربارهٔ مشترکان ادعاشده این سرویس ها تنظیم شده است. در تمام موارد، این آمار مربوط به کل مشترکانی است که از کل سرویس های کابلی استفاده می کنند و در این مجموعه می توان شبکه ها را هم گنجانند. آن ها لزوماً آمار مشترکان، حامیان یا بینندگان همیشگی این سرویس ها را نشان نمی دهند. در واقع سطح واقعی تماشا بسیار محدودتر و برای نمونه صدها یا هزاران نفر به جای میلیون ها نفر است. برای بحثی کامل دربارهٔ مخاطبان تله ونجلیسم در دوران اوج نگاه کنید به Hoover (۱۹۸۷).

۶- Odyssey Channel

زیرمجموعه شبکه هالمارک (۱) قرار گرفته است. برنامه باشگاه ۷۰۰ (۲) پت رابرتسن زمانی نمونه شاخص این شکل بود ولی متعاقباً دچار تغییر ساختار شد. شبکه خانواده آخرین نمونه از شبکه های پخش مسیحی، بر اساس برنامه رابرتسن تأسیس شد، ولی به شرکت ABC فروخته شد و اکنون در حکم شبکه خانوادگی ABC به کارش ادامه می دهد، جایی که هنوز می توان باشگاه را در آن تماشا کرد، هر چند این برنامه دیگر در ساعت پریننده پخش نمی شود.

تله ونجلیسم دیگر منحصرأ پدیده ای متعلق به ایالات متحد نیست. بخش بزرگی از شبکه های مذهبی فعالانه در صدور برنامه ها به خارج دخیل بوده اند و برنامه های محلی آن ها در بیشتر کشورها و مناطق جهان در دسترس است. یکی از موارد استثنایی مهم، انگلستان بود، جایی که تله ونجلیسم به سبک آمریکایی مدت ها در شبکه های داخلی ممنوع بود، ولی از طریق شبکه های ماهواره ای و همچنین از طریق اقدامات گروه های مذهبی محافظه کار قابل دسترس شد. آن ها تلاش کردند راه این برنامه ها را دست کم در عرصه رادیو به شبکه های زمینی و سرویس های کابلی باز کنند. (۳)

۱- Hallmark Channel

۲- Club ۷۰۰ برنامه باشگاه هفتصد، برنامه ای با اجرای پت رابرتسن، چهره مشهور اونجلیست آمریکایی که از سال ۱۹۶۶ تا کنون پخش می شود. هدف این برنامه تبلیغ مسیحیت در سراسر جهان است. برای اطلاعات بیشتر رک به: نظر به زیر حجاب (اونجلیست ها، یازده سپتامبر، بازنمایی اسلام). اریک گورملی. بابک تیرایی. ماه نامه رواق هنر و اندیشه. شماره ۳۱ و ۳۲. مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما. قم. ۱۳۸۷. (م).

۳- (۲۰۰۰) Hinsliff

از جنبه بازار رسانه ای برای نمادهای مذهبی، تله ونجلیسم و پخش برنامه های مذهبی به طور کلی عناصر مهمی در این عرصه هستند. پیشینه و اهمیتی که آن ها در ربع آخر قرن بیستم یافتند، بدین معنی است که در چهارچوب مجموعه مشخصی از کلیشه ها عمل کرده اند و در زمینه های تاریخی خاصی تأویل شده اند، که آن ها را از جهاتی بحث انگیز ساخته است. اگر این عرصه را به سه قسمت زیر تقسیم کنیم: تداوم شیوه های تله ونجلیسم در دهه های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰، تداوم بازار پرشور مذهبی رادیویی و ظهور و رشد صنعت موسیقی مسیحی و عوامل پخش آن، می توانیم ببینیم که این نوع عناصر هم چنان در چشم انداز پخش رسانه ای حضور دارند.

به هر حال، مهم است اشاره کنیم که تاریخ این شکل ها و فرمت ها آنان را با میراث خاصی ملازم می سازد که کنار گذاردنش دشوار است. زمانی تصور می شد تلویزیون مذهبی می تواند در مجموعه برنامه های تلویزیون تجاری جایگاهی داشته باشد؛ ولی این امید به دلیل تفاوت در شیوه پخش محو شد. اهمیت اجتماعی و فرهنگی که مبلغان مسیحی تلویزیون هنگام اوج برنامه های شان در نظر داشتند، باعث شد ژانر پخش برنامه های مذهبی هم چنان باری را به دنبال خود بکشد.

پت رابرتسن (۱) زمانی می خواست در شبکه مسیحی خود CBN نوعی برنامه زمان بندی ایجاد کند که بتواند با شکل های تجاری به رقابت

۱- پت رابرتسن با نام اصلی (Marion Gordon Robertson) متولد سال ۱۹۳۰ در کشور آمریکا، فرزند تحصیل کرده یک سناتور ایالات متحده بود که تصمیم گرفت به کسوت روحانیت درآید و پس از تحصیلات دینی، در سال ۱۹۶۱ کشیش کلیسای باپتیست جنوبی شد. وی یک ایستگاه رو به ورشکستگی UHF را با این هدف خرید که برنامه های دینی پخش کند و در سال انتصابش به عنوان کشیش، شبکه CBN را تأسیس کرد. در سال ۱۹۸۸، رابرتسن از مقام روحانیت استعفا داد تا نامزد ریاست جمهوری ایالات متحده شود ولی تلاشش نافرجام ماند و به CBN بازگشت ولی این بار خود را نه یک مبلغ مسیحیت که یک تهیه کننده برنامه های دینی معرفی کرد. امپراتوری تلویزیون مسیحی رابرتسن تا حد شبکه های ماهواره ای و سهام چند رسانه ای گسترش یافت که در سال ۱۹۹۷ ارزش این سهام سرانجام از مرز یک میلیارد دلار گذشت. (م).

برخیزد. (۱) این امر، دیگر ممکن یا حتی ضروری نیست. چنان که می بینیم (و در فصل های بعدی با دقت بیشتری خواهیم دید) امروزه بازار تجاری عمومی در مقایسه با دورانی که رابرتسن خدمات روحانی و تلویزیونی خود را آغاز کرد، مجموعه گسترده تری از دستمایه های مذهبی را فراهم می آورد. به نحوی کنایه آمیز آن گوشه از بازار که وی اکنون اشغال می کند، درست به اندازه دوران آغاز کارش فرعی و حاشیه ای است. در حالی که آثاری هم چون نظر کرده فرشته بیشتر مورد توجه اند. شخصیت و ماهیت بخش عمده ای از این دستمایه نوین مذهبی _ معنوی بیشتر نمایانگر چهره متغیر مذهب در آمریکا است، بیش از آن حدی که مبلغان مسیحی تلویزیونی در دوران آغاز کار خود با آن آشنا بودند.

نشر مذهبی

نشر مذهبی

چنان که پیش از این اشاره کردیم، بازار رسانه های دیگر گسترده تر از رسانه های الکترونیکی است. همان طور که بسیاری از مورخان نشان داده اند، پیش تر بازار پرشور مذهبی ای وجود داشته است که به قرن

هجدهم برمی گردد و مجموعه گسترده ای از رسانه ها و شکل های سرگرمی را با هم تلفیق ساخته است. (۱)

آن بُردنِ جامعه شناس در این باره می نویسد، رسانه هم چنان به نشر افکار مذهبی ادامه داد. با تکامل نشر مذهبی می توانیم ببینیم دسترسی آحاد اجتماعی و اعتمادپذیری آن ها به مرور زمان تقویت می شود و هم چنین هدفی که بخش عمده ای از دنیای رسانه های مذهبی دنبال می کند. مطالعه بُردن دربارهٔ نهادمحوری این صنعت بازاریابی و انجمن فروشندگان کتاب مسیحی (CBA) دیدگاه های جالبی دربارهٔ روش های گسترش جنبش های مذهبی آمریکایی در هماهنگی با نشر و بازاریابی مذهبی ارائه می دهد. تاریخ نشر آمریکایی عمیقاً ریشه در نشر مذهبی دارد. (۲) بسیاری از شرکت های بزرگ نشر، کارشان را به عنوان ناشران مذهبی آغاز کردند و مراکز اصلی نشر از جمله فیلادلفیا اساساً به دلیل چنین بازاری پدید آمدند. به هر حال تاریخ اخیر نشر مذهبی نشان می دهد که بین فعالیت های تشکیلات سنتی تر نشر اناجیل، آثار Sunday School و رسالات (که هنوز هم از جنبه تجاری صنعت مهمی محسوب می شود) و فعالیت های مستقل یا نشر هماهنگ با کلیسا (برای نمونه انجمن CBA) تفاوت های چشمگیری وجود دارد. تاریخچه ای که بُردن درباره CBA نوشته است، نشان می دهد که دست کم طی قرن بیستم اعضای این سازمان و سازمان های مرتبط به

(Moore (۱۹۹۵), Winston (۲۰۰۰), Morgan (۱۹۹۶), Nord (۲۰۰۴), Underwood (۲۰۰۲-۱)

(Nord (۲۰۰۴-۲)

تدریج خود را در چشم انداز رسانه ای وسیع تری از تبلیغات، بازاریابی و رسانه های انبوه قرار دادند. استقلال آن ها از تشکیلات مذهبی تبدیل به شاخص مهمی شد؛ ولی در همان حال آن ها را در موضعی قرار داد که بتوانند از گرایش های ضدنهادی در مذهب آمریکایی دست کم از انواع محافظه کار مسیحی یا پروتستانی انجیلی استفاده ببرند. این امر در دهه اخیر، به ظهور CBA در حکم بازار اصلی نشر مذهبی و طیف گسترده تری از محصولات رسانه ای انجامید. (۱)

نکته مهمی که در این جا به بحث ما مربوط می شود، گسترش و رواج این صنعت است. صنعت یادشده از ایفای نقشی کوچک و حاشیه ای در عرصه رسانه ای بسیار فراتر رفته و تبدیل به یک نیروی بزرگ اقتصادی و رسانه ای شده است، چنان که کتابخانه های مرتبط با CBA اکنون در تمام شهرهای بزرگ دیده می شوند و در کنار دیگر آثار متعارف سکولار در فروشگاه های بزرگ کشور دیده می شوند. این موضوع نشان می دهد که کتاب ها و دیگر منابعی که اعضای CBA تهیه کرده اند، بیش از پیش در دسترس عموم قرار گرفته و تبدیل به بخشی فراگیر در عرصه مذهبی و فرهنگی شده اند. این به روز شدن مشابه با همان وضعیتی است که شبکه های مذهبی طی دوران اوج گیری به آن می اندیشیدند. (۲) CBA و فعالیت های مشابه با آن، در جوار بازار رسانه ای سکولارتر قرار دارند و این امر منجر به بحث های فراوانی درباره موضوعات متمایزی مانند فهرست پرفروش ها شده که برای نشر سکولار و مذهبی مطرح است.

۱- (Blake ۲۰۰۴)

۲- (Borden forthcoming)

یکی از پدیده‌ها در این قلمرو، سلسله کتاب‌های برجامانده (۱) نوشته تیم لهایی و جری جنکینز بوده است. (۲) مانند بسیاری دیگر از کتاب‌های مسیحی میلیون‌ها نسخه از این آثار هم به فروش رفته ولی جایگاه خود را صرفاً در فهرست‌های حاشیه‌ای مذهبی در تضاد با فهرست‌های آثار پرفروش سکولار یافته‌اند، فهرست‌هایی که بسیاری از افراد را در دنیای مذهبی آزرده است. فیلمی که بر اساس این رمان‌ها ساخته شد در گیشه شکست خورد، ولی نمونه‌ای از تلاش برای ایجاد ارتباط بین بازارهای رسانه‌ای مذهبی و سکولار بود، طرحی که شاید با موانعی جدی مواجه شود؛ (۳) البته در حکم نمونه‌ای حاصل از توسعه یک بازار رسانه‌ای گسترده‌تر عمل می‌کند، موردی که در عرصه‌هایی مانند تبلیغات، عملکردی شبیه بازار رسانه‌ای سکولار دارد. شاید مهم‌ترین بخش نشر مذهبی، بازار مجلات مذهبی باشد. نشر مجله درست مانند نشر کتاب، در مقایسه با دوران اولیه که اغلب چنین نشریاتی به طور مستقیم در ارتباط با گروه‌ها یا عناوین مذهبی بودند، تفاوت یافته است. در شرایط کنونی عرصه گسترده و پرتحرکی مشتمل بر صدها نشر مستقل مذهبی و معنوی هم در محصولات مذهبی قابل دسترس هستند و هم در نمونه‌های سکولار. پرتیراژترین این مجلات، Christianity Today، سیصد و سی هزار نسخه منتشر می‌کند. (۴)

Left Behind – ۱

(Tim LeHye and Jerry Jenkins in Ali (۲۰۰۱ – ۲)

Hendershot (۲۰۰۴), p. ۲۰۹ – ۳

(Christianity Today Magazine Rates and Data ۵ (۲۰۰۵ – ۴)

مجلات *Christian Century* و *Christianity and Crisis* به عنوان جایگزینی برای نشریات مذهبی غالب در اواسط قرن بیستم تأسیس شدند. (۱) در اواخر قرن، این مجلات اهمیت و اعتبار خاصی یافتند و درست به موازات رشد در زمینه تعالیم پروتستانی انجیلی که مقصود این نشریات بود، تبدیل به پرخواننده ترین آثار در رده خود شدند. (۲) به هر حال نشر مجلات، طیفی از موضوعات را در عرصه گسترده ای از علائق مختلف تأمین می کند. در کنار نشریاتی چون *Christianity Today* شمار فراوانی از مجلات یا به وسیله گروه های مذهبی یا جنبش های حاشیه ای موجود، گروه های عصر جدید در انواع مختلف و دیگر تشکیلاتی که در این بین قرار می گیرند انتشار می یابند یا جهت گیری می شوند.

رسانه های سرگرمی

رسانه های سرگرمی

پیش تر دیدیم که چگونه بازار رسانه ها در سال های اخیر، مذهبی تر یا معنوی تر شده است. اکنون شمار فراوانی از برنامه ها هم در شبکه های بزرگ و هم در صنایع تلویزیون کابلی و پخش مستقیم ماهواره ای به مضامین و ارزش های مذهبی و معنوی می پردازند. در این جا نمی خواهم مجموعه ای از هنجارها یا تعاریفی را پیشنهاد دهم که بتوان بر اساس آن ها مشخص کرد که آیا مضمون یا برنامه ای اصالتاً مذهبی یا معنوی

۱- *Christian Century and Christianity and Crisis*

۲- (Alsdurf forthcoming)

است یا خیر، هرچند شاید این کار شوق برانگیز باشد. بی‌علاقگی من به خاطر یکی از هدف‌های این طرح، یعنی زمینه‌سازی برای شنیدن سخنان مستقیم مخاطبان چنین برنامه‌هایی است. اگر کار را با ایجاد رده‌بندی‌های مشخص‌کننده آثار مذهبی یا معنوی آغاز کنیم، بخشی از هدفمان به شکست می‌انجامد. در همان حال، مسائل مربوط به تعریف امور مذهبی یا معنوی در رسانه‌ها مهم هستند، ولی نه بدان سبب که به ما کمک می‌کنند مشروعیت یا اهمیت نمادها و ارزش‌هایی را که در آن جا می‌بینیم، درک کنیم. در عوض، به روش‌های مهمی برای تعریف چشم‌انداز فرهنگی در رسانه‌ها تبدیل می‌شوند و به ما یاری می‌دهند که نقشه محیط فرهنگی و جایگاه خودمان را در آن ترسیم کنیم. برای نمونه در دوره تله‌ونجلیسم این موضوع روشن شد که بخش زیادی از چیزهایی که برای حامیان چنین برنامه‌هایی مهم یا آشکار بود، شامل عناصر خاص محتوایی و نکات آموزنده و تأثیرگذار نبود، بلکه برنامه‌های مذکور نوعی فضای فرهنگی را در محیط رسانه‌ها بازنمایی کردند که چنین حامیانی در آن آسوده بودند. چنان‌که مطالعه من دربارهٔ مخاطبان برنامه باشگاه ۷۰۰ نشان می‌دهد ارزش این برنامه برای بینندگانش بیشتر نمادین بوده است، چنان‌که حضور یا حتی اوج‌گیری دیدگاه جهانی مسیحی را بر زمینه مهم رسانه‌ها نشان می‌دهد. (۱)

پژوهش‌های اخیر دربارهٔ مخاطبان، به مفاهیم متغیر خانه و خانواده در دوران رسانه‌ها پرداخته‌اند و نشان می‌دهند که یکی از عناصر یا

چهارچوب های مهم برای معنا سازی در این زمینه، نقشه برداری یا قرار گرفتن بر زمینه فرهنگی رسانه ها از طریق دریافت آرای مردمی است که برنامه های مختلف و عملکردهای رسانه ای را از جنبه ارزش، اهمیت، دلالت فرهنگی و اجتماعی شان ارزیابی می کنند. (۱) ضمن بررسی تله ونجلیسم و آرزوی دست اندرکارانش برای قرار گرفتن در جریان برنامه های روز، دقیقاً این نوع بررسی را مشاهده کردیم، همان نوعی که طرح های فرهنگی تعیین کننده از جمله تمایز میان موسیقی مسیحی و موسیقی روز را ایجاد می کند. این پرسش که این یا آن چیست، پرسشی ساده، صریح یا تلویحی نیست. در واقع، بخش بزرگی از ایده ها و سازه ها درباره این پرسش ها است. شاید برای تهیه کنندگان آثار مذهبی موجه باشد که بخواهند وارد برنامه های روز شوند، ولی روشن است که مجموعه ای از عوامل، رسیدن به این هدف را برای آن ها دشوار می سازد. نمونه موفقیت وجود ندارد که نشان دهد چنین کوششی میسر شده است یا اگر هم نمونه هایی باشند، تعدادشان بسیار اندک است. (۲) در عوض طرحی قابل تامل وجود دارد که می خواهد به چنین نتایجی برسد و این کار را با برجسته سازی ریشه های مذهبی آثار مذهبی انجام می دهد. به هر حال، این هدف خود آگاهانه به شکست می انجامد.

Hoover et al. (۲۰۰۴), Chapter ۳-۱

۲- در (Hoover ۱۹۸۸) بحثی درباره این فرآیند در ارتباط با پخش برنامه های مذهبی و در (۲۰۰۴) Hendershot) بحثی درباره فیلم های اونجلیکال و معنوی آمده است. در هر دو مورد، مسئله تناسب با نیازهای بازار مطرح می شود و در هر بار مشخص است که باید از این مرحله گذر کرد. همین موقعیت در مورد امکان بالقوه صنعت موسیقی مسیحی برای ایجاد ارتباط مطرح شده است.

چنان که هندرشات در تاریخی که بر سینمای انجیلی با نام لرزاندن جهان به خاطر مسیح (۱) نشان داده است، موسیقی یا فیلم مسیحی که بخواهد هم پوشانی و ارتباط ایجاد کند، به یک اندازه از جانب مخاطبان مؤمنان و سکولار با بدبینی روبه‌رو می‌شود. تمام مخاطبان رسانه‌ها، به خوبی مبانی تولید رسانه‌ای را درک می‌کنند و هنگامی که رسانه‌های مذهبی را می‌بینند، به خوبی آن‌ها را شناسایی می‌کنند. در حالی که شاید مؤمنان، این برنامه‌ها را به خاطر حضورشان حمایت کنند (آن‌ها را بخشی از ترکیب رسانه‌ای بدانند) همزمان به خوبی درمی‌یابند که شاید چنین برنامه‌هایی نتوانند با دیگران رقابت کنند. برای مخاطبانی که چنین ایمانی ندارند، نشانه‌هایی که باعث می‌شود چنین آثاری متفاوت بنمایند، به رویگردانی می‌انجامند. (۲)

اگر بتوانیم خط نسبتاً روشنی میان رسانه‌هایی که در اثر انگیزه‌های مذهبی ایجاد می‌شوند و آن‌هایی که بیشتر سکولار هستند، ترسیم کنیم شاید بتوانیم رسانه‌هایی را برشمردیم که به گرایش‌های نوین در زمینه‌های مذهبی و معنوی پاسخ می‌دهند (آثاری با دیدگاه سکولار که هم پوشانی می‌کنند)؛ کاری که شاید بسیار موفقیت‌آمیزتر از پیگیری دیگر مسیرها باشد. موفقیت اثر نظر کرده‌فرشته و دیگر برنامه‌هایی که به معنویت می‌پردازند، از جمله فرشته و سرزمین موعود (۳) باعث شد

۱- Shaking the World for Jesus

۲- (۲۰۰۴) Hendershot) به ویژه بحث او درباره فیلم برجامانده قابل توجه است. هندرشات از قول تعدادی از مخاطبان اونجلیکال می‌نویسد: چرا مسیحیان نمی‌توانند فیلم‌های بهتری بسازند.

۳- Angel and Promise Land

بخش عمده جامعه تولید تلویزیونی، برای تولید در فصل تلویزیونی ۱۹۹۷ به جست و جوی دستمایه های مشابهی پردازد. (۱) هم چنین، در همان سال اعلام شد که شبکه ای جدید از ایستگاه های گوناگون، پیشاپیش حق پخش مجدد نظر کرده فرشته را خریده است. این شبکه که PAX نامیده شد از ۷۳ ایستگاه تلویزیونی تشکیل شده که متعلق به خالقش، باد پکسن (۲) بوده است. به گفته خود پکسن فکر اولیه، ایجاد شبکه ای مبتنی بر تولید برنامه های مفید و آرامش بخش بود. (۳) در فصل ۲۰۰۳ شبکه PAX به شبکه ای موفق، از جنبه اقتصادی و نه فرهنگی تبدیل شد، از طریق تلویزیون کابلی خود جایگاهی در بازار رسانه ها یافت و هم چنان هدف پکسن یعنی تلفیق ژانرهای تلویزیونی را ادامه داد. به جز شبکه ITV تعدادی از شبکه های تلویزیونی به انواع مشابهی از برنامه سازی تمایل نشان می دهند، برای نمونه شبکه هالمارک از طریق رابطه با شبکه اُدیسه که مسیحی محور است و هم چنین شبکه های آکسیجن و لایف تایم اکنون تعداد بسیاری برنامه در دست تولید دارند که هندی در حکم برنامه سازی آرمانی برای ایجاد ارتباط میان بازارهای مسیحی و سکولار شناسایی کرده است (۴) که بازنمایی خوبی از برنامه سازی به شیوه درمانی و حتی از جنبه ژانری، برنامه سازی

۱- (Zerbisias ۱۹۹۷)

۲- Lowell W. "Bud" Paxson یک مدیر رسانه ای اونجلیست آمریکایی که شبکه PAX را بنا گذاشته است. این شبکه از سال ۱۹۹۸ آغاز به کار کرد. (م.)

۳- (Zerbisias ۱۹۹۷)

۴- بررسی هندی در از بازار مسیحی و بازار موسیقی معاصر نشان می دهد که این نوع برنامه سازی سالم رویکردی موفق برای گذر از مسیرهای دیگر و رسیدن به این مرحله است: (Hendershot ۲۰۰۴, Chs ۱-۲ p. ۱۹۹)

معنوی، ارائه می دهد. هم زمان، دنیای رسانه ای و سکولار یا تجاری به تهیه دستمایه هایی می پردازد که به شکل بارزتری مذهبی هستند. طی سال ها هالیوود به تولید چنین آثاری پرداخته است که قدمتشان به دوران فیلم های عظیم و پرهزینه ده فرمان (۱) و خرقه (۲) می رسد و امروزه به تولید فیلم های مهم و گوناگونی رسیده که از سوی منتقدان تحسین شده اند از جمله مُبلغ، داگما (۴) و فیلم نجات یافته (۵) (۲۰۰۴) اثر برایان دنلی.

در میان فیلم های اخیر، هیچ یک به موفقیت فیلم مصائب مسیح (۲۰۰۴) به تهیه کنندگی و کارگردانی مل گیسن نرسیدند. مصائب مسیح موجی از تفاسیر اجتماعی، مذهبی و پژوهشی به راه انداخت. (۶) این فیلم به عنوان اثری شاخص در ایجاد سازش بین مذهب و رسانه اثری ممتاز به شمار می رود. فیلم به وسیله یکی از ستارگان روز با بودجه معمول آثار پرهزینه و جذاب هالیوودی، با تبلیغات فراوان، با معیار های رایج تولیدی و حضور ستارگان ساخته شد. همزمان گیسن به نوعی بانی ورود مذهب به عرصه فیلم سکولار شد. او تلاش بسیاری کرد

۱- Ten Commandments. دو فیلم با این نام در تاریخ سینما ساخته شد که هر دو ساخته کارگردان مشهور آمریکایی سیسیل ب. دومیل است. یکی سیاه و سفید و صامت (۱۹۲۳) است و دیگری رنگی (نسخه مشهورتر و بیشتر دیده شده تر) (۱۹۵۶). این فیلم به داستان حضرت موسی (ع) می پردازد. (م.)

۲- The Robe فیلمی ساخته هنری کاستر با بازی ریچارد برتن و جین سیمونز. ساخته شده به سال ۱۹۵۳. این فیلم را نخستین فیلم سینما اسکوپ می دانند. (م.)

۳- The Apostle فیلمی ساخته رابرت دووال با بازی خود او و بیلی باب تورنتون. ساخته سال ۱۹۹۷ آمریکا. (م.)

۴- Dogma

۵- Saved

۶- در هفته های آغازین نمایش فیلم سه اثر پژوهشی مرتبط با آن معرفی شد.

که میلیون ها نفر از بینندگان پروتستان و کاتولیک را در هفته اول نمایش فیلم به سالن های سینما بکشاند و همه ای را دامن زد که فیلمش را جزو پرفروش ترین آثار تاریخ سینما از حیث فروش در نخستین روزهای نمایش کرد. مصائب مسیح در حکم فیلمی که آگاهانه به مفاهیم محافظه کارانه و حتی قرون وسطایی عبودیت کاتولیک پرداخته بود، شکاف های بزرگی میان کاتولیک گرایی و مسلک های دیگر ایجاد کرد و به نحوی قابل توجه هدف پرسش هایی درباره دیدگاه کاتولیک گرایی درباره مسئله قدیمی دخالت و جرم یهودیان در مصلوب شدن مسیح قرار گرفت.

نکات فراوان دیگری هم می توان درباره این فیلم گفت، ولی در این جا تنها به دو نکته می پردازم و دیگران را به پژوهش ها و طرح های دیگر وامی گذارم. نخست این که، این فیلم نمونه ای از تأثیر بسیار خاص رسانه ها بر مذهب است. درست همان طور که تصویرپردازی درخشان ده فرمان از داستان سفر خروج به خاطره بصری نسل های مسیحی و یهودی از آن رخدادهای تبدیل شد، بازنمایی مصائب مسیح نیز از ریاضت های آن حضرت تبدیل به خاطره بصری استاندارد برای نسل کنونی و نسل های می شود. دوم این که نخستین تلاش نشان می دهد که محصولات تولیدشده در عرصه رسانه ها از جمله خود این فیلم، نمادگرایی و بازنمایی مذهبی برای کل فرهنگ را تعیین می کند. مصائب مسیح در بحث جاری میان آثار با مشی مذهبی و سکولار، نشان می دهد که قدرت در طرف دوم نهفته است. وقتی به یاد می آوریم که موضوع، تعریف اصطلاحات برای کل فرهنگ است و نقشی که مذهب شاید

بتواند یا نتواند در این فرهنگ ایفا کند، وضعیت به طور خاص و منطقی درست جلوه می کند.

بنابراین، چشم انداز رسانه ها عرصه ای است که طیف گسترده ای از دستمایه های نمادین مربوط با موضوعات مذهب و معنویت را در خود دارد. این چشم انداز با تاریخ، زیبایی شناسی و سنت مذهبی، با تکامل سلیقه های فرهنگی و علاقه های مخاطبان شکل می گیرد.

روش های نگرش به مذهب و رسانه ها

اشاره

روش های نگرش به مذهب و رسانه ها

در فصل اول برخی از واژه های کلیدی مربوط به مذهب و رسانه ها را بررسی کردیم. این کار با نگاهی به درک ریشه مطالعات پژوهشی درباره مذهب و رسانه ها و مسیرهای محتمل پیش روی آن ها انجام شد. زیربنای این رویکردهای پژوهشی را مجموعه ای از افکار مطرح شده یا اکتسابی درباره رابطه بین مذهب و رسانه ها، هم چنین مجموعه گسترده تری از نگره های عمومی تر و کمتر پژوهشی تشکیل می دهد. در این جا برخی از مهم ترین این موارد را به اجمال ملاحظه خواهیم کرد تا مشخص کنیم که چگونه رویکرد ما در فصل های بعدی با آن ها تفاوت دارد. هدف این نیست که افکار فوق را کمرنگ کنم؛ زیرا برخی از آن ها روش های بسیار مفیدی برای درک امور هستند. در واقع هدف، ایجاد تمایز برای دیدگاه فرهنگ گرا_ قوم شناسانه ای است که از افکار فوق برخوردار خواهیم گرفت:

۱. کهن الگوها (Archetypes)

۱. کهن الگوها (Archetypes)

نگره های مبتنی بر کهن الگوها در شماری از نظام ها، از تاریخ هنر گرفته تا روان شناسی وجود دارند. ایده بنیادین این است که در قلمروهای اجتماعی، فرهنگی و روان شناختی مجموعه ای از شکل ها یا کهن الگوهایی وجود دارند که دیگر شکل ها متکی بر آن ها هستند. در مطالعات رسانه ها، نگره های ساختارگرا و روان شناختی از جمله نگره های لاکان و یونگ به شکل های متفاوتی برای وظیفه درک نمادگرایی فرهنگی و متون رسانه ها متناسب شده اند. طرح مورد نظر، توضیح این شکل های بنیادی تر در آثار رسانه ای موجود است. (۱) تحلیل گرگور گوئالز از تلویزیون مذهبی مسیر مشابه و فرمالیستی را طی می کند، گرچه آگاهانه از خود نگره کهن الگو سرچشمه گرفته است. (۲)

مجموعه گسترده تری از نقدهای مذهبی در رسانه ها نیز، رویکرد نگرش به شکل های زیربنایی را در حکم روشی برای تحلیل متون و عملکردها به کار می گیرند. این رویکردهای فرمی به تحلیل فرهنگی تا حدی مؤثر و ارزشمند هستند. در عین حال، مهم است بفهمیم که چنین رویکردهایی می توانند فرمالیستی شوند. منظورم از تمایز مذکور این است که رویکردهای کهن الگویی یا فرمی اگر صرفاً تحلیل فرمی در شکل توصیفی به ۱۷۴ تحلیل فرمی در حکم راهی به مشروعیت دادن یا مشروعیت زدایی از آثار فرهنگی بگرایند، از جهاتی مسئله ساز می شوند.

۱- (Apostolos- Cappadona (۱۹۹۷); Korp (۱۹۹۷)

۲- (Gregor Goethals (۱۹۸۲)

تحلیل فرمی یا کهن‌الگویی را می‌توان برای بیان این موضوع به کار گرفت که اثر یا متن یا عملکردی خاص اصالت دارد یا نه و طبعاً مشروع است یا خیر. این بخشی از سنت به قول معروف، لیویسسته‌ای (۱) در مطالعات فرهنگی است که اکنون به دلیل کاربرد محدودش در فهم یا توضیح فرهنگ به منزله امری زنده، تجربه و ساخته شده انتقاد می‌شود. بخش عمده چیزهایی که در تکامل شکل تجربه مذهب در آمریکا می‌بینیم، ما را به این گمان سوق می‌دهد که امروزه بسیاری از افراد، مفهوم شکل‌های مذهبی مشروع یا بیان مذهبی را زیر سؤال می‌برند و تحلیل فرمالیستی را مسئله‌ساز می‌کنند.

۲. واقع‌گرایی بازنمایانه (Representation Realism)

۲. واقع‌گرایی بازنمایانه (Representation Realism)

سنتی قدیمی وجود دارد که به واقعی بودن یا واقعی نبودن آثار رسانه‌ای می‌پردازد. غالباً اصالت و مشروعیت در پیوند با واقع‌گرایی، به آثار فرهنگی نسبت داده می‌شوند. بیشتر نقدهای کلیسایی از تصویر مذهب در رسانه‌ها مبتنی بر این فرض است که تصاویر مذکور برای آن که اصیل یا مفید باشند، باید بازنمایانه و واقع‌گرا باشند تا بتواند مذهب را به روش‌های مثبتی گسترش دهند. (۲) یکی از ابعاد جالب بحث‌هایی که پیرامون فیلم مصائب مسیح ساخته میل گیسن در سال ۲۰۰۴ مطرح شد، مسئله واقع‌گرایی بود. بیشتر گفتمان‌های کلیسایی و

۱- منظور سنتی برگرفته از آرای فرانک ریموند لیویس (۱۹۷۸-۱۸۹۵) منتقد ادبی و مدرس برجسته انگلیسی است که داوری‌های قاطع و بحث‌انگیزش تأثیر فراوانی بر نقد مدرن ادبیات گذارد. (م.)

۲- (Goethals (۱۹۸۲

غیره، درباره معنی و دلالتِ فیلم، مبتنی بر خشونتِ فرا واقعی (افراطی) آن بود. بسیاری از بینندگان این موضوع را بدیهی می دانستند که سطح بازنمایی خشونت در فیلم بنابر ماهیتش واقع گرایانه است. (۱) بررسی های بازنمایانه و واقع گرا، تبعیضی مبتنی بر سلیقه طبقاتی را هم در خود دارند؛ زیرا نخبگان فرهنگی بعضی از آثار را خام دستاورد یا محلی و برخی دیگر را فرهیخته و منطبق بر سلیقه والاتر قلمداد می کنند. (۲)

۳. ابزارانگاری (Instrumentalism)

۳. ابزارانگاری (Instrumentalism)

بخش زیادی از تفاسیر و نقدها درباره ماهیت و تأثیر رسانه ها مبتنی بر این فرض است که آن ها کارایی ابزارانگارانه دارند. ترس از قدرت رسانه ها برای تأثیرگذاری بر معنویت و ارزش ها غالباً مرتبط با این احساس است که رسانه ها اساساً ابزارهایی هستند که می توانند بر ما و دیگران تأثیر بگذارند. بخش عمده ای از نقدهای رسانه ای که خاستگاه مذهبی دارند، بر اساس چنین مفهومی شکل گرفته است؛ برای نمونه درباره جنبش سواد رسانه ای که عمدتاً ریشه در حساسیت های مذهبی دارد، فرض می شود که عملکرد مخاطبان رسانه ها را باید در حکم طرحی مشتمل بر برخورد، تأویل و نهایتاً به چالش طلبیدن بیشتر چیزهایی استنباط کرد که در رسانه ها ارائه می شوند. الگوی زیربنایی مصرف رسانه ها، الگویی است که آن ها را در حکم ابزارها یا آثاری می بیند که منع کنش فرهنگی هستند. رسانه ها قدرتمندند و مخاطبان

(Morgan (۲۰۰۴-۱

(Best and Kellner (۱۹۹۱-۲

یا باید به آن‌ها پاسخ دهند یا به انقیادشان دربیایند. نقدهای محافظه کارانه ای که بر جنبه های ضد مذهبی رسانه ها ارائه می شوند، عملکردی منفی تر و خطرناک تر در آن‌ها می بینند. (۱)

مطابق دیدگاه ابزارانگاران، به رسانه ها باید به دلیل نیروی بالقوه شان برای تأثیرگذاری و نفوذ بر مخاطبان، نهادها و ارزش ها یا دیگر بخش های فرهنگی توجه کرد که مذهب یکی از ارکان محوری آن‌هاست. در کتاب راه و رسم دل (۲) حین مطالعه کلاسیک زندگی اجتماعی اواخر قرن بیستم، مؤلفان صرفاً این نوع تأثیرگذاری را به رسانه ها و فرهنگ عامه پسند نسبت می دهند. (۳)

مقاله تأثیرگذار جیمز کری در برابر ابزارانگاری قرار می گیرد. وی در این مقاله علیه دیدگاه مخبره ابزارانگاران در رسانه ها بحث می کند و خواستار دیدگاهی آیینی است که از نظر فرهنگی تبیین شده باشد. در تضاد با دغدغه ابزارانگاران که در زمان و مکان گسترش می یابد، کری استدلال می کند که دیدگاه آیینی دغدغه ارتباطی را دارد که آدم‌ها را در قالب دوستی و اشتراک گرد هم می آورد. (۴)

۴. جمع طلبی/جهان باوری (Totalism/Universalism)

۴. جمع طلبی/جهان باوری (Totalism/Universalism)

دیدگاه مرتبط دیگری هم وجود دارد که رسانه ها را اموری جهانی و نه مختص به گروه و جمعی خاص می داند. این رویکرد که مرتبط با

۱- (Wildmon (۱۹۸۹), Medved (۱۹۹۲)

۲- Habits of the Heart

۳- Bellah (۱۹۸۶), pp. ۲۷۹-۸۱

۴- James Carey (۱۹۸۹), p. ۱۸

دیدگاه دریافت شده دربارهٔ رسانه‌ها از قرن بیستم است، فرض می‌دارد که رسانه‌ها را نباید صرفاً از نظر تأثیرهای شان ملاحظه کرد بلکه باید آن‌ها را کم و بیش جذاب و با رویکرد و تأثیری جهانی دانست.

البته این دیدگاه از استنباط‌های مربوط به دوران تفکر رسانه‌های جمعی در حکم تشکیلاتی عظیم، عمومی و اجتماعی سرچشمه می‌گیرد، نه دیدگاه معاصرتری که رسانه‌ها را در حکم تشکیلاتی متنوع‌تر، تفکیک شده‌تر و خاص‌تر در نظر می‌گیرد. (۱) البته این، نمونه‌ای از استنباط‌های فرهنگی مدرنیستی در برابر ادراکات پسامدرنیستی است. پسامدرنیسم بخش بزرگی از نیروی تأویلی خود را از نقد فرضیات مدرنیسم دربارهٔ عوالم فرهنگی برمی‌گیرد. (۲) امروزه تصور می‌شود که بهتر است فرهنگ را از این جنبه‌های کلی ملاحظه نکنیم؛ زیرا به نظر می‌آید که بخش عمده کنش فرهنگی و تأویلی در جوامع خاص، به وسیله گروه‌های فرهنگی و جمعیتی خاص و در زمینه‌های خاص انجام می‌شود.

۵. تحول‌گرایی (Transformationism)

۵. تحول‌گرایی (Transformationism)

این مکتب فکری که آن را در فصل اول، نظریهٔ رسانه‌های نامیدیم، وابسته به آرای مک لوهان و مکتب تورنتو است. این مکتب با عده‌ای از پژوهشگران مهم عصر رسانه‌ها در این ایده هم عقیده است که در

۱- نگره فرهنگی رسانه‌ها از مدت‌ها پیش نقدی بر این استنباط‌های تمامیت‌طلبانه از رسانه‌های جمعی را تبیین کرده است.

خصوصاً نگاه کنید به: ۱-۱۰، pp, (۱۹۹۳) Moores

۲- (Harvey ۱۹۸۹)

تکنولوژی رسانه راهنمایی‌هایی برای دیدن، شنیدن و درک داده می‌شود. معروف‌تر از همه، مک لوهان نظر داد که تکنولوژی‌های رسانه‌ها خود با تغییر ماهیت ادراک، روش شکل‌گیری آگاهی را به گونه‌ای بنیادین متحول ساختند. (۱) به گمان ژاک ایول رسانه‌ها (همراه با دیگر تکنولوژی‌های مدرن) از طریق فرایندی که ماهیت تجربه اجتماعی را منظم می‌سازد، نقش تعیین‌کننده‌ای در جامعه برعهده دارند، دیدگاهی که علاوه بر او شمار فراوانی از منتقدان اجتماعی مدرن هم به آن معتقدند. (۲) والتر آنگ نقش رسانه‌های الکترونیک را در تحولات بنیادین درک و استفاده جمعی از کلام در مدرنیته را تشریح می‌کند. (۳)

اخیراً آنت د وریس و ساموئل وبر مجموعه مقالات جامع و تأثیرگذاری در این باره منتشر ساخته‌اند. (۴) مجموعه آن‌ها میان بعضی از این دیدگاه‌ها قرار دارد، ولی بیش از همه با افکار تحول‌گرا مرتبط است. این مجموعه در حالی که با دقت و صحت برخی از آرای مبتنی بر نظریه رسانه مک لوهان را به نقد می‌کشد، هدف اصلی خود را چالش محوری و فرضی رسانه‌ها با مذهب (نقش آن‌ها در تعریف دوباره یا متحول ساختن ماهیت دانش استعلایی) قرار داده است؛ برای نمونه دو وریس در مقدمه اش تقریباً به طور کامل بر موضوعی تأکید می‌کند که

۱- (McLuhan ۱۹۹۴)

۲- (Jaques Ellul ۱۹۶۷)

۳- (Walter Ong ۱۹۸۶)

۴- این مجموعه مقالات در کتابی با نام دین و رسانه در سال ۲۰۰۱ توسط انتشارات دانشگاه استنفورد چاپ شد. این کتاب در ایران توسط انتشارات دانشگاه ادیان و مذاهب (قم) و به کوشش سیدحمیدرضا قادری/حسین حیدری عمید ترجمه و گردآوری شده است. (م.)

به نظر می آید دغدغه بسیاری از نویسندگان دیگر این مجموعه هم باشد؛ این فکر که رسانه ها می توانند با تغییر در چیزهایی مانند جلوه های ویژه اساساً معنی تجلی یا بینش مذهبی را به ویژه در پیوند با معنی معجزه ها متحول سازند. مقاله وبر کانون توجه خود را بر ساختارپردازی مفاهیم آیینی در رسانه ها و رابطه تکرار با درک حقیقت و این احتمال معطوف می کند که شاید رسانه ها به شکلی ضمنی اما بنیادین به بازگشت امر مذهبی نظر دارند. (۱) در تمام این موارد گرایشی بسیار شدید نسبت به بررسی ویژگی های ضمنی و مفروض رسانه ها و توجه بسیار اندکی به زمینه های اجتماعی و اقتصادی گسترده تری دیده می شود که این رسانه ها در چارچوب آن ها عمل می کنند. (۲)

در شکل گیری نگره آکادمیک، جبرگرایی تکنولوژیک نکوهش شده است و بسیاری از این انتقادات معتبرند؛ زیرا می توانیم ببینیم که چگونه تکنولوژی رسانه ها می تواند مذهب را هم تحت تأثیر قرار دهد.

۶. دوگانگی یا دوگانه باوری (Dualism)

۶. دوگانگی یا دوگانه باوری (Dualism)

در تضاد با مکتب تحول گرا، تمایلی هم به تفسیر مذهب و رسانه ها وجود دارد که خود نوعی دوگانگی و تقسیم بندی بین امور مقدس و سکولار دارد و تلویحاً به همین روال، مذهب را از رسانه های سکولار جدا

۱- من نقد خود بر کوشش های دو وریس و وبر (۲۰۰۱) را محدود می کنم؛ زیرا از دیگر جهات بسیاری از مطالبی که آن ها در آثارشان ارائه داده اند، شامل توضیحات هوشمندانه و حتی استادانه ای از جنبه های مختلف نقش عصر رسانه ها در مذهب است. نکته جالب در بین نویسندگان مطالب این مجلد، فقدان مقالاتی از جامعه شناسان (صرف نظر از چند انسان شناس) درباره مذهب و رسانه هاست.

۲- در (۲۰۰۲) Underwood) نقدی بر آرای مک لوهان و آنگ آمد است.

می سازد. این یکی از فرضیات ساده ای بوده که زیربنای رویکرد مطبوعات سکولار به مذهب را تشکیل داده است و پیش تر درباره آن صحبت کردیم.

از سوی دیگر، ریشه نقدهایی بوده که منتقدان دنیای مذهبی در رسانه ها مطرح ساختند. بخش عمده خشمی که هنگام قرار گرفتن نهادهای مذهبی در زیر ذره بین رسانه ها به وجود می آید، این استنباط است که دنیای بازنمایی شده مذهب و آن که رسانه ها بازنمایی می کنند، جدا هستند یا باید از هم جدا باشند. با وجود این، هنگام مرور آرای دورکهمیم، درمی یابیم که این موضوع ریشه های ژرف تری دارد. در واقع او بود که اولین بار به نگره پردازی درباره تقسیم بندی مقدس و کفرآمیز پرداخت.

نظریه پردازان اجتماعی بعدی به سرعت امر مقدس را با فرهنگ سنتی یا اصیل و امر کفرآمیز را با دنیای ابزاری تجارت، اقتصاد، سیاست و زندگی اجتماعی ارتباط دادند. (۱) در چهارچوب مطالعات ارتباط جمعی و رسانه ها، همواره گرایش به جداسازی این پیام ها همراه با کنش های ادراکی ای که شاید بتوان آن ها را مذهبی نامید و آن هایی که جهت گیری سکولارتر یا مادی تری دارند، دیده شده است؛ برای نمونه پژوهش های اخیر درباره رسم و روش رسانه ها به شدت پای بند حفظ این جدایی بوده اند. (۲) جان فیسک در کتاب تأثیرگذارش، فرهنگ

۱- (Hoover and Venturelli ۱۹۹۶)

۲- (Rothenbuhler ۱۹۹۸); Couldry ۲۰۰۳) در حالی که باید برای ایجاد تمایز بین عملکردهای مبتنی بر رسم و روش رسانه ها که اساساً جهت گیری اجتماعی یا عملی دارند و آن هایی که آشکارا مذهبی هستند، تمایز قائل شد، مرز بین این دو عرصه کاملاً روشن نیست. نقد مفهوم آیینی در ادبیات مطالعات رسانه ها را در (Grimes ۲۰۰۱) مطالعه کنید.

تلویزیون، این تمایز را آشکارتر ترسیم می کند و می گوید باید همه تحلیل هایش درباره فرهنگ رسانه ها و مخاطبانش را، اساساً سکولار استنباط کرد. (۱)

۷. فرمالیسم (Formalism)

۷. فرمالیسم (Formalism)

در برخی از آثاری که مرز میان مذهب و رسانه ها هستند نیز، نوعی فرمالیسم تلویحی به چشم می خورد. پژوهش دِیان و کتر درباره رویدادهای رسانه ای (۲) که در فصل نُه با جزییات بیشتری به آن خواهیم پرداخت، نگاهی به حضور مذهب در رسم و روش معانی اجتماعی دارد و در واقع توجهش را به غیبت آن معطوف ساخته است. مذهب، شکل های خاصی به مراسم مختلف می دهد. دِیان و کتر در تداوم رویکردهای به مطالعه مذهب مدنی، این موارد را متغیرهایی دورافتاده از ماهیت خود (ماهیت زدایی شده) در نظر می گیرند که اصل خود را تداعی می کنند، ولی جوهر آن را ندارند. نیک کولدوری در اثر تحقیقاتی خود درباره رسم و آیین رسانه ها (که آن را هم با جزییات بیشتر در فصل نُه بررسی خواهیم کرد) همین معنی حضور نامریی مذهب را مطرح می سازد. (۳) یکی از پژوهش های اخیر و نظام یافته تر درباره تحلیل شکلی، در اثری دیده می شود که گوئتر توماس درباره رسم و آیین رسانه ها بر زمینه

John Fiske (۱۹۸۷), p. ۲۲-۱

(Daniel Dayan and Elihu Katz (۱۹۹۲-۲

(Nick Coudry (۲۰۰۳-۳

تلویزیون پدید آورده است. توماس در این اثر پژوهشی، تحلیل فرمی را با نوعی تحول باوری تلفیق ساخته و می‌کوشد در تحلیل رسانه‌ها و مذهب تکیه‌گاهی بیابد که هر دو زمینه پژوهشی و گفتمان اجتماعی را در برگیرد. رویکرد توماس که از افکار پیچیده لومان درباره ماهیت نظام‌های اجتماعی معاصر سرچشمه گرفته، با این فرض آغاز می‌شود که تلویزیون یکی از زیر نظام‌های کارکردی جامعه است و تحلیل آن برای درک فرهنگ معاصر اهمیت اساسی دارد. او با رویکردی انسان‌شناختی (که به شکل تلویزیون و شماری از عملکردهایی که مذهب را تداعی می‌کنند) با آن مرتبط می‌شوند یا به منزله امور مذهبی یا شبه مذهبی عمل می‌کنند، نتیجه می‌گیرد که در جریان تلویزیونی، شکل‌های ارتباطی ای دیده می‌شوند که شباهت آشکاری با شکل‌های مشهور مذهبی دارند. (۱)

۸. اساس گرایی (Essentialism)

۸. اساس گرایی (Essentialism)

نقطه عطف کنایه آمیز این است که، بسیاری از این مفاهیم رسانه‌ها و مذهب از نظر اساس گرایی با هم مشترکند. بر پایه فرض آن‌ها، می‌توان یا مطلوب است که فکر کنیم یک رده بندی از نمادها، آثار یا عملکردهایی وجود دارند که می‌توانیم آن‌ها را اساساً مذهبی، معنوی یا مقدس در نظر بگیریم. طرح‌های فرمالیستی، تحول‌گرا و کهن‌الگویی که بررسی کردیم، برای نمونه (در تداوم فرضیه دوگانگی که پیش‌تر به آن

اشاره کردیم) بر این فرض استوارند که مهم است بتوانیم چیزهای مذهبی را از چیزهای غیرمذهبی جدا کنیم. منتقدان مختلف از انجام این کار اهداف متفاوتی دارند. از نظر مراجع مذهبی یا آکادمیک این موقعیت به آن‌ها امکان می‌دهد تا به دیدگاهی انتقادی از رسانه‌ها برسند که بر پایه موفقیت یا شکست رسانه‌ها در انتقال درست مذهب یا خدمت به آن قرار دارد. به زعم پژوهشگران مطالعات رسانه که می‌خواهند از پیچیدگی‌ها و اختلافات مذهبی رها شوند، این حالت امکان می‌دهد تا مذهب را خارج از قلمرویی تعریف کنیم که در دست مطالعه است. می‌توان آن را به گوشه‌ای راند، جایی که چیزها بیهوده پیچیده نمی‌شوند یا می‌توان آن را فراسوی مرزهای پژوهش تخصصی قرار داد.

رسانه‌ها و دانش پژوهی نوین مذهبی

رسانه‌ها و دانش پژوهی نوین مذهبی

مسئله بنیادین درباره هر یک از رویکردهای بالا، این است که نمی‌توانند بر همگرایی مذهب و رسانه‌ها در عرصه عملکرد اجتماعی تأمل کنند. چنان که دیدیم، چندان مناسب نیست که رسانه‌ها را به صورت جمعی یا کلی در نظر بگیریم. رسانه‌ها تغییر می‌کنند، متنوع‌تر، تخصصی‌تر، تفکیک‌شده‌تر، هدف‌مندتر و تعاملی‌تر می‌شوند. این موضوع پرسش‌های جدی درباره مفاهیمی برمی‌انگیزد که به نوعی از رسانه‌های انحصاری باور دارند که مذهب باید با آن‌ها درگیر شود. نکته مهم‌تر

آن که، گرایش های کنونی در مذهب، ما را به این پرسش سوق می دهند که آیا چنین مبارزه ای وجود دارد یا نه؟

بخش قابل توجهی از آن چه درباره تحول مذهبی ملاحظه کرده ایم، همان قدر که نتیجه تغییر در روش مطالعه مذهب است، با روش های تفکر درباره آن هم ارتباط دارد. این تغییر الگو در پژوهش مذهبی وجه اشتراک فراوانی با تغییر در الگوهای پژوهش رسانه ای دارد که پیش تر بررسی کرده ایم. در فصل های بعدی، هنگامی که بیشتر به معنا سازی در عصر رسانه ها خواهیم پرداخت، آن چه درباره این دو عرصه می دانیم، باعث می شود درباره چیزهایی که می یابیم، انتظاراتی داشته باشیم. پیش از هر چیز باید با دقت بیشتری به این پژوهش مذهبی نوین و برخی از معانی اش بپردازیم. به طور خلاصه در عرصه مطالعات مذهبی، موارد فراوانی وجود دارند که نقشی چشم گیر و جذاب برای رسانه ها در چشم انداز مذهبی معاصر در نظر می گیرند و به گونه ای مشابه برای مذهب نقشی برانگیزاننده در چشم انداز رسانه ای پیش بینی می کنند.

در این جا، بررسی های ما تحت تأثیر تحول مذهبی شکل گرفته که به نحو فزاینده ای در پژوهش های مذهبی اهمیت می یابد و خود نیز بسیار تغییر می کند. در سال های اخیر مجموعه ای از مطالعات درباره مذهب معاصر پرسش هایی جدی درباره روش کلی آموزش مذهب و معنویت مطرح ساخته اند. یکی از پژوهشگران برجسته، کاترین آلبانس این تحول را با توجه به تغییر در درک مذهب، واقعیتی فراگیر یا جمعی یا جهانی توصیف کرده که به صورت درک مذهب به شکل ها و نگرش های چندگانه اش درآمده و در واقع از مذهب به مذاهب رسیده

است. (۱) آر. استیون وارنر در مقاله ای که می توان خود آن را الگوار (paradigmatic) در نظر گرفت، این تغییر الگو را به نظام یافته ترین شکل تشریح کرده است. (۲) وارنر می گوید که پژوهش مذهبی نوین به صورتی که تحت تأثیر تغییرات در ماهیت عملکرد مذهبی قرار می گیرد، تحولی بنیادین در روش تفکر ما درباره مذهب را نشان می دهد.

معرفت علوم اجتماعی متعارف، ریشه در الگویی دارد که مذهب را مانند سیاست متعلق به کل جامعه می داند پس جدایی نهادینه حکومت و کلیسا در جامعه مدرن، به مذهب امکان داد که تنها دو گزینه را انتخاب کند: این که ارزش های مذهبی به گونه ای فزاینده عمومی شوند و متعلق به کل باقی بمانند، یعنی به صورت جامعه ای که بیش از پیش تکثیر می شود یا سرسختانه گروه گرا و خاص باقی بمانند و در نتیجه به قلمرویی جزئی و خصوصی منتقل شوند. تالکوت پارسونز درباره گزینه اول و پیتربرگر درباره گزینه دوم نگره پردازی کرده اند. در ادامه خواهیم دید مذهب در ایالات متحده، به طور معمول نه فرهنگ کل جامعه، بلکه زیرفرهنگ های فراوان خود را بیان کرده است، پس نباید آن را چنان که پارسونز می گوید به منزله آگاهی از کل یا چنان که برگر می گوید، آگاهی از حواشی تصور کنیم، بلکه آن را بیانی زنده از زبان گروه ها بدانیم. (۳)

پس آن چه در این چشم انداز متغیر مذهبی می بینیم، حساسیتی است که به طور ریشه ای این مفهوم دریافت شده را به چالش می طلبد که کنش مذهبی در سطح کل جامعه یا کل فرهنگ صورت می گیرد.

۱- (Catherine Albanese (۱۹۹۸

۲- (R. Stephen Warner (۱۹۹۳

۳- (Warner (۱۹۹۳

کار با این فرض شروع می شود که نمونه های گوناگون نگره سکولاریزاسیون، عقب نشینی مذهب را به حواشی و جاهای خاص ملاحظه کرده اند و به گمان خود شاهد زوال کلی اش بوده اند. تحلیل وارنر و آثار بیشتر پژوهشگران الگوی جدید حاکی از آن است که برخلاف نظر پیشین، گرایش به مذهب هم چنان پرشور است، هر چند به شکلی که اساساً دستخوش تغییر شده است. در شرایطی که شکل، جایگاه و معنی سازی در مذهب دیگر فضاهاى مرسوم را فرامی گیرد، مذهب هم چنان زنده است. وارنر همراه با پژوهشگران دیگر اشاره می کند که، این نوع مذهب ریشه های عمیقی در جامعه آمریکا دارد. وی اشاره می کند که:

مذهب در ایالات متحده با پیچیدگی ها و کیفیات مناسب (الف) از حکومت جدا بوده، (ب) از نظر فرهنگی متکثر بوده، (پ) از نظر ساختاری قابل اقتباس بوده و (ت) اختیاری بوده است. (۱)

این ویژگی ها مذهب نوینی را تعریف می کنند که از آن سخن گفته ایم. وید کلارک روف یکی دیگر از شارحان الگوی جدید، رابطه مذهب با خود انسانی را بررسی می کند. چنان که دیده ایم این طرح در تجربه اجتماعی معاصر جزو عناصر بنیادین است و اساساً با فرهنگ معاصر ارتباط دارد. از نظر روف این وضعیت یکی از اساسی ترین منطق های گرایش مذهبی نوین را شکل می دهد. این معنا در جست وجوی مذهبی یا معنوی ژرفای خاصی دارد؛ زیرا تمرکز بر خود لزوماً نقش نهادینه یا مرجعیت کلیسایی را کمرنگ می کند و هم زمان

جست وجوی مذهبی یا معنوی را به صورتی می بیند که کم و بیش قابل تجدیدنظر است.

فرهنگ روان شناختی، تعریف خود انسانی را به منزله شکلی نامحدود و قابل تجدید تعریف می کند. با وجود این، خود می تواند مرزهای اجتماعی و هویت های موروثی را پشت سر بگذارد. از این جنبه حتی اگر تأثیر روان شناسی نزد بسیاری از گروه های کوچک بسیار گسترده و بالقوه گمراه کننده باشد، چنین گروه هایی نقش مهمی در مشارکت اعضای خود برعهده خواهند داشت که به آن ها یاری می دهد زندگی های شان را دوباره سازمان دهی کنند و اطمینان می دهد که می توانند از نو شروع کنند. این الگو به اندازه خود ایالات متحده قدمت دارد و به گونه ای است که آمریکایی ها هم چنان آن را گرامی می دارند. (۱)

تأثیر این امر، جدایی فرد از ریشه های خود در مذهب است که به شکلی عمیق و گسترده انجام می شود. از نظر وارنر، تغییر تفکر درباره مذهب چیزی است که از حالت نسبت دادن، به تفکر و چیزی می رسد که فرد شخصاً آن را درمی یابد. (۲)

مهم ترین نکته در بررسی های ما این است که طرح مذهبی یا معنوی خود کم و بیش جست وجوی مداوم برای بینش ها و منابع نوین، هم چنین روش تازه ای برای خوداندیشی به صورت مذهبی یا معنوی است. ما هم چون روف می توانیم هویت مذهبی را روش خاصی تصور

1- Roof (۱۹۹۹), pp. ۱۲۶-۷

2- پل هیلاس و لیندا وودهد ((Paul Heelas and Linda Woodhead نیز مذهب در انگلستان را از همین جنبه تشریح کرده اند.

کنیم که خود انسانی برای تفکر مذهبی یا معنوی برمی گزیند. البته وجه دیگر این حساسیت رابطه الزامی آن با نمادها، افکار و مراجع اکتسابی است. در روند جست و جو اهمیت این موارد کمتر از گذشته شده است. وارنر نکته مهمی را مطرح می سازد: این الگوی نوین مذهبی تا حدی همراه با اقناع یا توجه است.

این اختیارباوری نوین مذهبی، نوعی فرآیند گریز از مرکز است. این فرآیند، کیفیاتی را کنار هم قرار می دهد که هویت های جدیدی می سازند پیوندهای انتسابی، گسسته می شوند و تبدیل آن ها به مذهب می تواند به جای آن که ماهیت اساسی تجربه مؤمنان را از دیدگاه خودشان تضعیف سازد، آن را تقویت کند. از این منظر، انتساب اجتماعی (مذهب اکتسابی) که واقعیت وجودی فرد را منکر می شود، اتفاقی و غیراختیاری شمرده می شود، در حالی که گرایش مذهبی نوین، ارزش های فردی را گرامی می شمارد. (۱)

ولی این اختیارباوری نوین (۲) که روف و وُتناو آن را حساسیت جویندگی می نامند، در عمل چگونه است؟ وارنر و روف هر دو این نکته را روشن می سازند که گرچه شاید معتقدان به صورت انفرادی این فرآیند را کاملاً خودجوش و خودمحمور بدانند، در واقع بر پایه ساختار تواریخ رده های اکتسابی و استنباط شده تجربه مذهبی از نظر اجتماعی است. جامعه پذیری مذهبی فرد یا آشنایی با فرهنگ عملکرد مذهبی (به یاد بیاورید که در فصل پیش چه چیز درباره نظریه های تعاملی گفتیم) وابسته به ارتباط با نمادهای دقیق فرهنگی هم چنین منابع، عملکردها و

روابط مشخص فرهنگی است. تفاوت، در نحوه تنظیم رابطه فرد با این موارد است. آیا وی آن‌ها را تعیین کننده ایمان و اعمال خود می‌بیند یا آن‌ها را منابعی برای رسیدن به معنا و هویت خود در نظر می‌گیرد؟

در تمام این موارد روف، دیالکتیکی جالب در چیزی می‌یابد که آن را خودِ انعطاف پذیر می‌نامد، دیالکتیکی که میان علاقه همزمان به رها بودن و ریشه دار بودن برقرار می‌شود.

در فرهنگ مذهبی که به شدت ذهنی است، مردم از جنبه روان شناختی بین موقعیت‌هایی در نوسانند که شاید خیلی‌ها آن‌ها را مرزهایی نفوذپذیر و تا حدودی مصنوعی می‌دانند. آن‌ها تکیه گاهی ثابت می‌طلبند که در عین حال درهائش به روی دیدگاه‌های گسترده دیگر باز است. این موقعیت ما را به یاد تفسیر رابرت جی لیفتن، دربارهٔ خودِ انعطاف پذیر می‌اندازد که می‌خواهد در آن واحد آزاد و تثبیت شده باشد، موقعیتی که بسیار ظریف است. (۱)

عملکردی که از این وضعیت شکل می‌گیرد، در ملاحظات ما اهمیت ویژه‌ای دارد؛ زیرا بر اساس آن، فرد از طریق مصرف محصولات فرهنگی در کانونی قرار می‌گیرد که می‌تواند خودِ مذهبی‌اش را شکل دهد. وی بدون محدودیت ناشی از مقولات انعطاف ناپذیری که در مذهب اکتسابی وجود دارد با احساس آزادی آن‌ها را پشت سر می‌گذارد و به بازاری فرهنگی/نمادین وارد می‌شود. این بازار به نحو فزاینده‌ای مملو از منابع مرتبط با هدف مورد نظر او می‌شود. پرسش این است که چگونه وی با این بازار مواجه می‌شود و چگونه این منابع را برای شکل دهی به خودِ

مذهبی یا معنوی اش به کار می‌گیرد؟ (البته چنان که پیش‌تر گفتیم، بدون آن که بتواند کاملاً سنت اکتسابی را پشت سر بگذارد). چنان که روف ملاحظه می‌کند:

این همان موقعیت کلی فردی است که درمی‌یابد چقدر در چهارچوب یک سنت قرار دارد ولی با این واقعیت به مقابله برمی‌خیزد که زندگی درونی شاید هرگز به طور کامل با سنت اکتسابی شکل نگیرد یا آن را در خود نگنجاند. هم‌چنین با جذب منابع دیگر، منابعی که غالباً در چهارچوب سنت آن، به فرد بی‌توجهی می‌شود، امکان دسترسی به معانی جدید و پربار فراهم می‌شود. فرد مؤمن در موقعیتی مشابه با کلاژساز (هنرمندی که تصاویر تکه‌کاری را کنار هم می‌چیند) قرار می‌گیرد، موقعیت فردی که از انواع تصاویر، اصول نظری، نمادها، متون، رمزهای اخلاقی و نظام‌های معنوی نمونه‌هایی را برمی‌گیرد و در کنار هم قرار می‌دهد. بدین ترتیب معنای مذهبی تازه‌ای را می‌یابد و به بینشی می‌رسد که از نظر تازگی و خلاقیت جان تازه‌ای به او می‌بخشد. (۱)

این مورد، وجه تازه‌ای به کاوش مذهبی می‌دهد، وجهی که در این جا برای هدف ما اهمیت دارد. این کاوش‌ها با معنای خاصی همراه است، بدین صورت که، منابع یا بینش‌هایی وجود دارند که شاید سنت دریافتی آن‌ها را سرکوب کرده باشد. وقتی این منابع، خارج از این مرزها یا حتی در داخل بازار فرهنگی عامه پسند قابل دسترس باشند، فرایند جویندگی، درک و تلفیق معانی برگرفته از منابع و زمینه‌های مختلف، ابداع‌کننده و دلپذیر می‌شود. در جایی دیگر بحث کرده‌ام که تنوع این

گرایش های سرکوب شده در تجربه مذهبی، نمایان گر فهرستی است که شامل امر بصری، چهارچوب، ابژه ها، امر آیینی، موسیقی و خود تجربه می شود. (۱) در قلمروی رسانه ها دامنه گسترده ای از منابع نمادین و غیره وجود دارد که این حالات از تجربه را تداعی می کند. آن که فراسوی سنت های اکتسابی به جست و جوی فردی می پردازد، سنت هایی که شاید چنین گرایش ها یا حالاتی را سرکوب کرده یا کم ارزش جلوه داده باشند، با یافتن منابع فرهنگی برای اصلاح باورهای نادرست، روند جست و جو را با پویایی بیشتری همراه می کند. از سوی دیگر، باید این موضوع را به یاد داشته باشیم که منابعی که در قلمروی واسطه اجتماعی با آن ها برخورد می کنیم، پیشینه ای دارند، که غالباً از انواع گوناگون سنت های مذهبی برخاسته است. نباید این طرح یا نتایجش را امری کاملاً بدیع دانست. چنان که خود روف ما را از این امر برحذر می دارد:

پویایی های معنوی خود انسانی، فوق العاده پیچیده اند. با وجود تمام چیزهایی که درباره معنویت در قالب موضوعی فردی گفته ایم، این اصطلاح شامل معانی، نمادها، عملکردها و فرآیندهایی می شود که از زندگی اجتماعی و برخوردهایش با مدرنیته و سنت مذهبی به

۱- (۲۰۰۳ Hoover) در میان این شیوه ها، آن گروه از مورخان هنر که به ادراک و فرهنگ مادی علاقه مند هستند، توجه خاصی به شیوه بصری نشان دادند. این دیدگاه های جدید تأکید می کنند که با وجود آن چه به نظر تخطی رسمی مراجع پروتستان (به طور اخص) از تصویرپردازی عامه پسند می آید، فرهنگ پروتستان در قرن ۱۹ و ۲۰ حجم متنابهی از آثار بصری را پدید آورد (Morgan ۱۹۹۹). تحلیل سالی پرانی که در این فصل ارائه شد، تا حدی به تناقض میان دیدگاه های مرجعیت یزدان شناسانه و تولید و تداوم تصویرپردازی عامه پسند از سوی دیگر می پردازد.

وجود آمده و با آن‌ها شکل گرفته است؛ به همین دلیل، معنویت را نمی‌توان فقط انتخابی فردی به شمار آورد. (۱)

با وجود این، نکته بدیع، روش گردآوری منابع و دخیل کردن آن‌ها در هویت فردی است، چیزی که آن را روایتی از خود (خودبیانگری) می‌نامم. در فصل بعدی، با ذکر جزئیات بیشتری به این موضوع خواهیم پرداخت، ولی مهم است که تفاوت میان گفتمان‌ها و منابع دریافتی را در نظر داشته باشیم، از جمله مرز بین استنباط فرد از بدیع و منحصر به فرد بودن روایات شخصی و افکارش که از این منابع پدید می‌آیند؛ نقشی که شاید رسانه‌های سکولار واسطه در دسترسی وی به این منابع برعهده گیرند، هم‌چنین دست آوردی که شاید لزوماً شامل روایتی از خود باشد و تمام این ویژگی‌ها را در قالب یک سازه در خود جای دهد.

آن چه رسانه‌ها می‌توانند انجام دهند

آن چه رسانه‌ها می‌توانند انجام دهند

تا این جا تصویری از رابطه متن رسانه‌ها با این جست‌وجو ترسیم کرده ایم که عملکرد آن‌ها را ایجاد فهرست نمادین از منابعی می‌دانند که در اواخر دوران مدرنیته برای جست‌وجوی خودِ مذهبی یا معنوی در دسترس هستند. چنان که دیده ایم، تردید در ظرفیت رسانه‌های سکولار برای ایجاد این منابع بی‌دلیل نیست. در واقع این رسانه‌ها هم‌چنان این کار را به گونه‌ای فزاینده پی گرفته‌اند. دغدغه‌های فراوانی دربارهٔ متون و

پیام های واسطه و نیز تأثیر بالقوه آن ها بر زندگی ها یا علایق مذهبی مخاطبان جوان و سالخورده ابراز شده است. (۱)

به طور کلی این انتقادات در مقایسه با آن چیزی که مطرح کردیم نقش متفاوتی در زندگی های مذهبی دارند. چنان که گفته ام، این انتقادات رسانه ها را با دیدی ابزارانگارانه می نگرند. هم چنین رابطه رسانه ها با مذهب و معنویت را از جنبه تأثیرهای رسانه بر این امور می نگرند.

چنان که دیده ایم، برای تفکری متفاوت درباره این موضوع، دلایلی وجود دارد. برای نمونه برخلاف مفهوم ابزارانگاری، این تفکر وجود دارد که شاید رسانه ها بخشی از محیط فرهنگی را تشکیل دهند که امروزه در آن، خود مذهبی مان را می سازیم و هم چنین می توانند منابع نمادین مهمی در این مسیر برای مان فراهم آورند. منتقدانی که سعی دارند محتوای معنوی یا مذهبی را از طریق مشروعیتش بر اساس رده بندی های اساس گرایانه یا کهن الگویی اکتسابی بسنجند، از چگونگی جویندگی نوظهور مذهبی غافلند که کل مفهوم مرجعیت اکتسابی را زیر سؤال می برد. این فکر که رسانه و پیام های آن را باید از جنبه مضامین و رده بندی های گسترده و جهانی نگریست هم، به نحو فزاینده ای مسئله ساز می شود؛ زیرا گرایش مذهبی نوظهور بر سر زندگی

۱- درباره بحث های مربوط به این نقدها و رابطه شان با فرهنگ عامه پسند به ویژه نمونه جالب در تحلیل گرایش به فیلم هایی که نوجوانان را مخاطب قرار می دهند و برنامه های تلویزیونی با مضامین شیطانی یا ویکان (فرقه ای مذهبی که به جادوگری مدرن اعتقاد دارند) نگاه کنید به Clark (۲۰۰۳). درباره تأثیر رسانه ها بر مخاطبان به صورت کلی نگاه کنید به: Meyers (۱۹۸۹) Medved (۱۹۹۲).

تجربه فردی و محلی تأکید می‌ورزد. استنباط‌های دوگانه از مذهب و رسانه‌ها نیز به دو دلیل مسئله‌ساز هستند: نخست، جویندگانی که انگیزش مذهبی دارند، نمی‌خواهند این رده‌بندی‌ها را تعیین‌کننده عمل خود بدانند؛ زیرا این‌ها از همان مرجعیت اکتسابی می‌آیند که آن‌ها زیر سؤالش برده‌اند. دوم، دلایل فراوانی وجود دارد که انتظار داشته باشیم محتوای آن چه زمانی رسانه‌های سکولار دانسته می‌شدند، اکنون با روندی رو به رشد، مذهبی شده است. پس این مرزبندی بیش از پیش مخدوش می‌شود. گسترش این بازار مذهبی-نمادین در رسانه‌ها و رابطه‌اش با گرایش‌های نوظهور مذهبی، در حوزه دید رادار نهادها، مراجع مذهبی و معنوی قرار دارد. این موضوع دلایل گوناگونی دارد، ولی یکی از جالب‌ترین آن‌ها به ماهیت و نقش تشکیلات مذهبی در قرن بیستم مربوط می‌شود. چنان‌که اشاره کردیم در نیمه آن قرن (موقعیتی که دربارهٔ پخش رادیو-تلویزیونی آشکارتر بود) مذهب‌ها و هم‌چنین، رسانه‌های تثبیت‌شده رابطه‌ای مناسب داشتند، چنان‌که رسانه‌ها مسئولیت فراهم آوردن امکان پخش برنامه‌های مذهبی و پوشش آن‌ها را برای تشکیلات مذهبی پذیرفته بودند. (۱)

این برنامه‌سازی، متناسب با درک شخصی از مذهب به عنوان نیرویی محوری، ثابت و مهم در چشم‌انداز فرهنگی بود. همین رویکرد، در نوعی پرداخت ژورنالیستی از مذهب به کار رفت و مناسب‌ترین شکل به شمار آمد، هم‌چنین دربارهٔ انواع دستمایه‌های مذهبی که در

رسانه های دیگر ظاهر می شدند. گمان می رفت رسانه های مناسب آن هایی هستند که آرزوهای والاتر و آرمان های مذهبی اواخر دوره مدرنیته را انتقال می دهند. این آرمان ها در ارتباط با مفاهیم عمومی تری درباره سلسله مراتب فرهنگی در میان تشکیلات آموزشی و فرهنگی بود. درست همان طور که رؤسای آموزشی در انگلستان و ایالات متحده، مدت ها این دیدگاه را ترویج می دادند که هنر والا می تواند ارتقادهنده، الهام برانگیز و مثبت باشد، در حالی که هنر نازل و عامه پسند، دست کم ضررش وقت تلف کردن است، هم چنین شاید می گفتند مردم را از نظر اخلاقی گمراه می کند. در اواسط قرن بیستم تشکیلات مذهبی نیز همین دیدگاه را درباره رابطه هنر (و به طور کلی فرهنگ) با مذهب داشتند.

سالی پرامی مورخ هنر، ارتباطی بنیادین میان بحث های فرهنگی و آکادمیک مشابه که پژوهشگران رسانه ای با آن ها آشنا هستند و افکار رهبران تأثیرگذار در جنبش نو- ارتدوکس (۱) را نشان داده که در بیشتر سال های قرن بیستم، دانشگاه های الهیات پروتستان را تحت سیطره خود داشته است. شخصیت اصلی در این زمینه، پل تیلیچ (۲) یزدان شناس بود که به گفته پرامی ایده هایی را درباره فرهنگ نخبه گرا و فرهنگ عامه گسترش داد که برگرفته از مکتب تأثیرگذار فرانکفورت بود، هم

۱- New Orthodoxy مکتبی مدرن در الهیات پروتستان که به دلیل بحران در سال های پس از جنگ جهانی دوم شکل گرفت و بنیان گذارانش برخلاف جنبش لیبرال پروتستان که بر تطبیق مسیحیت با علم و فرهنگ غربی تأکید می ورزید، بر این اعتقاد بودند که شناخت خداوند از طریق وحی و الهام میسر است، (م).

۲- Paul Tillich

چنین افکار این مکتب دربارهٔ سیطره ایدئولوژیک که از طریق رسانه های جمعی برقرار می شود. (۱) از دیدگاه تیلیچ، هنر والا را می توان فقط عاملی هنجاربخش در کنکاش مذهبی یا معنوی دانست. باید از ارائه هنر نازل در رسانه های جمعی اجتناب ورزید.

نقد تیلیچ، هم چون مکتب فرانکفورت مبتنی بر دو مفهوم بود: هنر کفرآمیز عوامانه (که رسانه های جمعی جزو تجلیات آن به شمار می آمدند) تنها ضررش، منحرف کنندگی آن بود؛ حتی اگر عملاً باعث گمراهی مؤمنان حقیقی نمی شد. رسانه های جمعی در محور فرهنگ عامه قرار داشتند که همواره ظرفیت ایجاد سلطه ایدئولوژیک را دارند و بنابر ماهیتشان، چنان که در اروپای پیش از جنگ جهانی دوم می بینیم به سوی فاشیسم می گرایند. (۲)

این تفکر دربارهٔ رسانه ها هم زمان با گرایشی عمومی در محیط های دانشگاهی (هم دانشگاه های الهیات و هم دانشگاه های سکولار) برای پرهیز و حتی نفی فرهنگ عامه پسند یا نازل در حکم فرهنگی ناقص، ناپخته و سطحی است که دور از روشنگری حقیقی استنباط می شد. گفتنی است که گرایش و عملکرد مذهبی ای که تیلیچ و همکارانش تصور می کردند، بسیار متفاوت از گرایش نوظهور مذهبی است که درباره آن بحث می کنیم. انتخاب گری نوین مذهبی (به اصطلاح وارنر) خود را کاملاً قادر به جدایی گندم مذهب از سبوس آن می داند و می خواهد

۱- (Sally Promey (۱۹۹۶). هم چنین در (Koch (۲۰۰۱) بحثی جامع دربارهٔ نگره انتقادی و رابطه اش با اُبژه های بصری مطرح شده است.

۲- Promey (۱۹۹۶), pp. ۱۵۶-۶۰

طیف گسترده ای از منابع فرهنگی را بررسی کند، به این امید که بتواند تکه هایی از اصالت یا حقیقت در آن ها بیابد. افزون بر آن جایی که درک قدیمی تر از روشنگری مذهبی در عملکردی پنداشته می شود که همواره تا حدی خود را از فرهنگ جدا می کند، به نظر می آید که علاقه مندان اختیارباوری نوین، همواره طالب نوعی روشنگری هستند و مطابق با منطق جویندگی فردی خود همواره آن را در جایی که می توانند، در فرهنگ عامه پسند یا غیره می یابند. به نظر می آید این خودباوری برای برخی از بررسی کنندگان دردرساز بوده است.

رابرت بلا (۱) و همکارانش در کتاب راه و رسم دل، از نخستین کسانی بودند که این جویندگی یا کاوش را در محور هویت مذهبی - معنوی شناسایی کردند؛ البته آن ها تردیدهای فراوانی برای این پدیده ابراز داشتند و نگران بودند که این عملکرد فردی نتواند دیدگاه مذهبی مناسب و سالمی در سطح جهان ارائه دهد و به خودشیفتگی تبدیل شود. وارنر به این نگرانی اشاره می کند و می نویسد:

مؤلفان راه و رسم دل به دقیق ترین شکل درباره این گرایش های فردی ابراز نگرانی کردند. آن ها تشخیص دادند که آمریکایی ها صرف نظر از شدت فردگرایی شان، می ترسیدند که چنین انجمن هایی تنها به قلمروهای بسته روزمرگی تبدیل بشوند، اصطلاحی که برای اشاره ضمنی به سطحی بودن و خودشیفتگی به کار بردند... در واقع نوعی فرضیات درباره جامعه و سنت وجود دارد. این ها معمولاً به انتخاب فردی مربوط نمی شوند. نمی خواهیم

دغدغه‌های بلا و همکارانش را نفی کنم، ولی شواهد زیادی وجود دارد که نشان می‌دهد افرادی که مذهب‌های مختلف را بررسی می‌کنند، از نظر اخلاقی جدی هستند. (۱)

به دلیل آن که کاوش مذهبی بالقوه می‌تواند جویندگان فردی را به انزوا و بی‌اعتباری بکشاند، ممکن است خطرناک شمرده شود. ولی وارنر نظر می‌دهد که بنابر پژوهش‌های مذهبی نوین، افراد به عملکردهایی روی می‌آورند که مذهب، ادراک و در نهایت هویت را بازسازی می‌کند. در این جا وظیفه ما تلاش برای درک این موضوع است که چگونه عملکردهایی بر زمینه فرهنگ رسانه‌ای شکل می‌گیرند.

جویندگی به وسیله رسانه‌ها

اشاره

جویندگی به وسیله رسانه‌ها

شاید به دلایلی معتقد باشیم حساسیت مذهبی نوظهور، (آن چه جویندگی نامیده ایم) در مقایسه با دوره‌های پیشین، سازگاری بیشتری با فرهنگ و رسانه‌ها دارد، در عین حال، ممکن است انتظار نداشته باشیم پدیده‌ای یکپارچه یا یکنواخت باشد. موضوع مورد بحث به گونه‌ای است که انتظار می‌رود تمام گرایش‌های مذهبی معاصر به آن پردازند، به ویژه از نظر رابطه آن با دستمایه‌های فرهنگی‌ای که در رسانه‌ها وجود دارد. از سوی دیگر، باید انتظار داشته باشیم که در کل

این عرصه، میان افراد و گروه های مفسر تفاوت هایی وجود داشته باشد که بر اساس جمعیت شناسی اجتماعی، مذهبی و نیز مسیرها و تواریخ متفاوت زندگی تعیین بشود. روف نوعی رده بندی از گرایش های مذهبی فراهم آورده که برای نمونه در نسل دوره افزایش زاد و ولد آمریکا وجود داشته است و شاید ضمن بررسی چگونگی قرار گرفتن این رده های مختلف در کنار تاریخ مذهبی، به مرحله بعدی تحلیل برسیم. هم چنین عملکرد مذهبی، امر مذهبی و تجربه اجتماعی، جهت گیری به سوی سنت و مرجعیت مذهبی و مذهب/معنویت در فرهنگ رسانه ها اهمیت دارد که هر یک از این موارد را به ترتیب بررسی خواهیم کرد.

مسیحیان بازمتولد^۱

مسیحیان بازمتولد^(۱)

روف در نسل های پس از جنگ آمریکا، زیرمجموعه مهمی را یافت که به دلیل از سرگذراندن رستگاری شخصی، خود را مذهبی می شمرد. این موضوع ریشه های گسترده و ژرفی در فرهنگ مذهبی آمریکا داشت؛ البته در پایان قرن بیستم، عنوان بازمتولد در حکم عنوانی بازتابنده اهمیت یافت که همزمان با ظهور اوانجلیکالیسم بود.

چنان که روف اشاره می کند، این نوعی ایمان بسیار شخصی است و از این نظر، وجه اشتراک فراوانی با گرایش کلی نسبت به فردگرایی در موضوع های ایمانی دارد. به گمان خیلی از بازمتولد ها اهمیت عضویت یا مشارکت در کلیساهای متعارف، از تجربه ایمان کمتر است؛ به عبارت

۱- born-again: این اصطلاح درباره مسیحیان (و افراد دیگری) به کار می رود که به شناخت و ایمان شخصی و تازه ای از مسیحیت رسیده اند. می توان آن ها را نوآیین هم خواند (م).

دیگر، از نظر آن‌ها، آن‌چه هستند از این‌که کجا هستند، اهمیت بیشتری دارد. بدان معنا که، آن‌هایی که خود را چنین تصور می‌کنند، شاید به راحتی عضو گروه‌های کلیسایی شوند. چنان‌که روف اشاره می‌کند، شاید این احساس را بتوان در بنیادگرایی قدیم یافت. امروزه این احساس وجه اشتراک بیشتری با خودِ درونی و پویایی خودم‌محور دارد که در بخش عمده فرهنگ آمریکا تبیین شده است. هم‌چنین، نسبت به پیش از ورود نسل دوره افزایش زاد و ولد آمریکا، بازتابندگی بیشتری نشان می‌دهند؛ چنان‌که در دوره پیش، مذهب محافظه‌کارانه تر بود. کلیساهای نمونه وار این گروه نوظهور، کلیساهای جویندگان یا آپوستلیک در مقایسه با بنیادگراها بیشتر به منطق محاوره (۱) گرایش دارند. (۲) از این گروه، چه رابطه‌ای با رسانه را می‌توانیم انتظار داشته باشیم؟ می‌توان استدلال کرد که اوانجلیکالیسم در حکم یک جنبش، نسبت به کاتولیک باوری یا پروتستان باوری_ که به آن‌ها اشاره کرده ایم_ از نظر تاریخی جهت‌گیری بیشتری در برابر رسانه‌ها داشته است.

این موضوع در جنبش اوانجلیکال، برگرفته از الهیاتی است که رویکرد اوانجلیسم یا هم‌کلامی (۳) را در کانون توجه قرار می‌دهد و رسانه‌های ارتباطی مدرن را به منزله ابزارهایی مناسب برای این فرآیند

۱- dialogism

۲- (Roof ۱۹۹۹)

۳- اشاره به مرجعیت انجیل و گفت و گوی دینی است که جزو ارکان اوانجلیسم محسوب می‌شود. (م.)

قلمداد می کند. (۱) نقد نو_ ارتدوکس از فرهنگ رسانه ها که پیش تر درباره آن صحبت کردیم و کلاً شاکله فکری جنبش مذکور، این گرایش را شناختند و آن را برای تلفیق افکار پیرامون ماهیت خام و نافرهيخته فرهنگ عامه و استفاده اوانجلیکالیسم از آن مناسب تشخیص دادند. (۲)

می توان انتظار داشت که اوانجلیست ها علاقه بیشتری به تصویرپردازی واسطه نشان دهند. به طور کلی جامعه شناسان، اوانجلیکالیسم را با گرایش های عمیقی که در نوعی سخت گیری دارد، مشخص کرده اند. (۳) همان طور که هیدر هندرشات و لین شفیلد کلارک در تحلیل خود درباره اوانجلیکال ها و رسانه ها بر زمینه فرهنگ جویندگی نشان داده اند، شاید استنباط این مکتب از داوری درباره محصولات فرهنگی و رسانه ای که برخاسته از میراث جدیت و سخت گیری است، عامل مهمی باشد. (۴)

این موضوع باعث می شود انتظار داشته باشیم که رابطه این هواداران با رسانه ها پیچیده باشد. از یک سو این مفهوم به طور کلی پذیرفته شده که رسانه ها می توانند زمینه ای مناسب برای مذهب و معنویت ارائه دهند؛ البته این موضوع با نوعی سلیقه طبقاتی نیز همراه خواهد بود.

۱- (۲۰۰۴) Hendershot، یکی از داستان های جالب، گزارشی از سال ۱۹۹۹ است که قرار بود گروهی اوانجلیکال به نام دی استار، دوربینی اینترنتی را بر دروازه شرقی بیت المقدس قرار دهند تا ورود دوباره مسیح در آغاز هزاره جدید را ثبت کند. نک به: (Silverman, ۱۹۹۹)

۲- (Morgan ۱۹۹۹)

۳- (Stark and Bainbridge ۱۹۸۵)

۴- (Hendershot (۲۰۰۴) and Clark (۲۰۰۳)

اَوَنجلیکالیسم به طور سنتی و از نظر جمعیت شناسی به طبقات فرودست گرایش داشته است (هر چند این وضعیت در سال های اخیر تغییر کرده)، در همان حال، اَوَنجلیکال ها بیش از دیگران، ارزش های موجود در رسانه های سکولار را به نقد می کشند و در برابر این فکر که شاید رسانه های غیرمسیحی محمل مناسبی برای جست و جوی بینش مذهبی یا معنوی باشند، بیشتر تردید می کنند.

مؤمنان معاصر

مؤمنان معاصر (۱)

به گفته روف، بهترین تعریف از گروه یادشده این است که خود را با گروه های ایمانی قدیمی یا بنیادین همراه و همدل می دانند، گروه هایی که در اواسط قرن گذشته، کانون چشم انداز مذهبی قرار داشتند. آن ها مایل بودند خود را معاصر بشمرند. (۲) برای آن ها تداوم پیشینه مذهبی اهمیت دارد و مذهب نیز که سنتی مشترک و مهم است. برخلاف بازمتولد ها برای آن ها این که کجا هستند نسبت به آن چه هستند، اهمیت بیشتری دارد. آن ها مذهب را جزیی از میراث خانوادگی و سنت نیایش خود می دانند. نکته مهم آن که، روف بیان کرد آن ها غالباً بازخوردی منفی درباره موضوع بازمتولدیت دارند و نمی خواهند خود را

۱- **Mainstream Belivers** می توان متناسب با تفسیر عقاید این گروه، معادلی چون مؤمنان جریان اصلی را هم برای این اصطلاح به کار برد. با این همه معادل های دیگری چون مؤمنین عرف گرا و متعارف هم وجود دارند. از آن جا که عرف گرایی یا عرفی سازی از شاخصه های سکولاریسم است و در این کتاب، کنار مؤمنین معاصر از سکولارها هم نام برده شده، لذا برای تفکیک، از عبارت مؤمنین معاصر بهره می بریم. (م.)

۲- این داوری بر زمینه سیاست های مذهبی ایالات متحده طی سال های پس از ۲۰۰۴ در حال تغییر است. نگاه کنید به فصل

جزو آنان به شمار آورند. برای این گروه انعطاف و تسامح نیز اهمیت دارد.

هر یک از اعضای گروه مؤمنان معاصر، می توانند موانع سنتی را کنار بگذارند و یهودیان، کاتولیک ها، پروتستان ها و مذاهب تازه مهاجرت کرده‌ی چون بودیسم و اسلام را هم به جمع خود بیاورند. برای آن ها تمایزات، اهمیت کمتری دارد و به نظر می آید حتی بیش از بازمتولد ها در مرزهای ایمانی به جست و جوی منابع فرهنگی می پردازند. در این جا نیز مانند دیگر موارد، خود، موضوع مهمی است و آن ها در توافق با دیگران می پذیرند که منابع سنتی نهادهای مذهبی، برای تحقق خود مذهبی کافی نیستند. آن ها با نمادگرایی و زبان مذهبی به ویژه آن چه نزد پروتستان ها است، بیگانه اند و خرد و مسئولیت عملی را اساسی می شمارند. از دیدگاه مؤمنان معاصر، این موضوع در تضاد با افراط گری های بازمتولدان و سنتی ها است، یعنی کسانی که آن ها را بسیار انعطاف پذیر و یا جزم اندیش می دانند. از نظر آن ها جویندگان مابعدالطبیعه نیز بسیار غیر قابل اتکا یا نسبت به ارزش های مذهبی بی تفاوت هستند. (۱) روف معاصران را بین این جا و آن جا توصیف می کند که مسیح را ناجی و معلم، رستگارکننده و معلم اخلاق می دانند. به گفته روف، آن ها تضاد جالبی با بازمتولد ها دارند:

بازمتولد ها زبانی شخصی دارند، ولی برای ایجاد ارتباط با فرهنگ زنده و گذشته مذهبی باید فعالیت کنند. معاصران در جست و جوی واژه نامه تازه ای هستند، ولی باید برای ایجاد فاصله

میان خود و گذشته اوانجلیکال یا حتی تشکیلات قدیمی تر فرهنگی یا مذهبی که بسیاری از ایشان در آن ها بالیده‌اند، تلاش کنند. (۱)

درباره چگونگی ارتباط این گروه با فرهنگ رسانه ای، می توانیم موارد متعددی را پیش بینی کنیم. نخست آن ها گروهی هستند که از جنبه الهیات بیش از همه با نقد فرهنگ انبوه نو_ ارتدوکس، ارتباط دارند. پس زمینه مذهبی ای که آن ها خود را جزیی از آن می دانند، همیشه نسبت به ارزش ها و ماهیت رسانه ها بدبین بوده است. (۲) به نظر می آید این حالت مرتبط با سلیقه طبقاتی باشد؛ زیرا برخی از اعضای این گروه فرهنگ والا یا نخبه را برتر از فرهنگ عامه پسند یا نازل می شمردند.

در حالی که آن ها خود را با دیگر گروه ها می‌سنجند، شاید این وضعیت، حالتی آگاهانه از ایجاد تمایز برای خودشان را داشته باشد، به ویژه زمانی که خود را با بازمتولدها مقایسه می کنند. هم زمان، شاید خودآگاهی بازتابنده آن ها بر این تفاوت، باعث شود از نوعی داوری درباره ارزش های رسانه های انبوه پرهیزند، ارزش هایی که گویا نزد بازمتولدها بیشتر اعتبار دارد. افزون بر این تا جایی که انتظار داریم رسانه ها نوعی معاصر بودن فرهنگی رو به تکامل را، از نظر محصولات کلی ارائه می دهند، اعضای این گروه بیش از همه با معاصر بودن در شرایط فرهنگی هم ذات پنداری دارند. آن ها نیز مانند دیگران برای نگرستن به برخی از دغدغه ها در فرهنگ رسانه ها انگیزه دارند، این انگیزه منابعی را شامل می شود که مرتبط با جست و جوی

مذهبی _ معنوی آن ها برای کشف خود است. اگر چنان که روف نظر می دهد آن ها نسبت به فرهنگ های دور از خود، کمتر دآوری می کنند و حتی کمتر آن ها را می پذیرند، می توانیم انتظار داشته باشیم که آشکارا به آن دستمایه های رسانه ایی بگرایند که برای شان منابع و بینش هایی از فراسوی محیط فرهنگی کنونی شان می آورد.

معتقدان و جویندگان مابعدالطبیعه

معتقدان و جویندگان مابعدالطبیعه

کسانی گروه اصلی گرایش جویندگی را تشکیل می دهند، که بیش از همه آگاهانه خود را از سنت جدا کرده اند. به گفته روف، آن ها روایت خاص خود با نام پل سوزی (۱) را دارند که وجه اشتراک ایشان با یکی دیگر از گروه های ایمانی گذشته را تشکیل می دهد و مشابه با روایت بازمتولدها از رستگاری است. به گفته روف، آن ها را با عناوین خاصی می توان شناخت؛ از جمله بر اساس ارتباط هایی که با ویکا، (۲) ذن بودیسم، ارتباط با ارواح، (۳) گذشته گراها، (۴) هم چنین مرشدان یا مسیرهای معنوی و در نهایت معنویت فمینیستی دارند. البته برخی از آن ها از عنوان گریزانند و از پذیرفتن آن سر باز می زنند. در عوض معنویت یا جست وجوی مذهبی را ترجیح می دهند. وجه اشتراک آن ها با معاصران تطبیق پذیری با واقعیت های متغیر است. روف مانند دیگر پژوهشگران

۱- Bridge-Burning

۲- Wicca: فرقه ای مذهبی که در دوره مدرن به مطالعه جادوگری می پردازند. (م).

۳- Channeling: یکی از روش های ارتباط با ارواح که در آن یک فرد واسطه روحی از جسم خود خارج می شود و به روح امکان می دهد تا از طریق جسم وی با دیگران ارتباط برقرار کند و سخن بگوید. (م).

۴- New Age: جنبشی گسترده که مشخصه آن، رویکرد به فرهنگ سنتی غرب است. طرفداران این جنبش علاقه ویژه ای به روحانیت، عرفان و کلیت باوری دارند. (م).

اشاره می کند که این احساسات، ریشه های ژرفی در تفکر نوین قرن ۱۹ و جنبش های مابعدالطبیعه دارد. به هر حال، آن ها ثنویت های قدیم را نفی می کنند و آن ها را رده بندی های منسوخ می دانند. آن ها مفاهیم جنبشی و کلیت باورانه (۱) درباره وجود و کنش انسان را ترجیح می دهند. به نظر روف، این رده بیش از همه به مذهب گنوسی مسیحی نزدیک است، چنان که به مفهومی شهودی از مذهب و معنویت بدون وساطت مرجعیت نهادینه یا کلیسایی اعتقاد دارد. روف آن ها را گروه اصلی و نمونه ای طرح مذهبی خود می داند که گیدنز شکل گیری آن ها را پیش بینی کرده است. آن ها بازتابنده، خودآگاه و بسیار کمال گرا هستند ولی _ مهم تر از همه _ انعطاف پذیرند، چنان که تطبیق پذیری آن ها نیز یکی از ویژگی هایشان به شمار می رود و هم نوعی خود _ ارزیابی آگاهانه یا بازتابنده است.

از سوی دیگر، این گروه برای بررسی مذهبی و درک معنی در فرهنگ رسانه ها اصلی ترین گروه است. اگر چنان که استدلال کرده ایم، فرهنگ رسانه ها در حکم جایگزینی برای مذهب سنتی به شیوه های مهمی عمل کند، انتظار می رود این گروه بیش از همه فعالانه دست اندرکار آن شود. در واقع، شواهد فراوانی نشان می دهد که فرهنگ رسانه ها به این مسیر پیش می رود. بسیاری از موج های اخیر در برنامه های سرگرم کننده تلویزیونی که جهت گیری معنوی دارند، به بررسی اموری معنوی از جمله آن هایی پرداخته اند که مورد علاقه این

جویندگان هستند. انتقادهایی که محافل مذهبی محافظه کار از چنین برنامه هایی انجام می دهند، باعث می شود جدیت این برنامه ها برای اعضای گروه بیشتر شود. این واقعیت که چنین منابعی در بازار آزاد و خارج از کنترل نهادها یا مراجع سستی وجود دارند، باعث می شود که در نظر آن ها جذابیت و جدیت بیشتری بیابند. فرهنگ رسانه ای کالایی شده نیز، طیفی از منابع را برای این احساسات مختلف در رسانه های نوین و رسانه های تخصصی مناسب از جمله نشر مجلات فراهم می آورد. نکته مهم این است که بدانیم فراهم آوردن دستمایه های پیوسته به این احساسات از لحاظ مصرف و دریافت چگونه است. شاید پرسش جالب تر مرتبط با معاصرانی باشد که پیش تر درباره آن ها بحث کردیم. آن ها باید به بسیاری از همان منابعی جلب شوند که این گروه را معرفی می کنند. میزان جدیت این رسانه ها برای گروه های مختلف مسئله مهمی خواهد بود.

جزم اندیشان

جزم اندیشان

در حالی که گروه جویندگان دوست دارند معنوی اما نه مذهبی توصیف شوند، گروه جزم اندیشان درست به عکس این وضعیت تمایل دارند. بنابر طبقه بندی روف، آن ها بیش از همه به شکل های ظاهری مذهب توجه دارند و به شدت مذهبی هستند. وی آن ها را به عنوان حامیان مذهب نهادینه توصیف می کند: «نهادهایی که در گذشته ای نوستالژیک منجمد شده اند.» بهترین راه برای درک این گروه، توجه به تضاد آن ها با سه گروهی است که پیش تر به آن ها اشاره کردیم. هر یک

از آن گروه‌ها، رویکردی را به مذهب تبیین می‌کند که امتیازها و قدرت‌های مرجعیت دریافتی را زیر سؤال می‌برد. این جزم‌اندیشان بیشتر به چنین مرجعیتی توجه دارند؛ ولی در حقیقت علاقه آن‌ها به گذشته‌ای است که در ذهن دارند، به یادشان می‌آید و به آن حس نوستالژی یا غم غربت دارند. آن‌ها غیرمستقیم این انتقاد را می‌پذیرند که وقتی نهادهای امروزی تلاش می‌کنند با زندگی‌های جاری ارتباط داشته باشند، جزم‌اندیشان می‌خواهند به گذشته‌ای باثبات تر و محسوس تر بازگردند. روف، روایت‌های جزم‌اندیشان را به این صورت توصیف می‌کند:

بیش از آن که بی‌روح و بسته باشد، فرمولی است.

بیشتر اعضای این گروه با تربیت کاتولیکی هستند و نزد گروه‌های محافظه‌کار پروتستان پرورش یافته‌اند. شبکه‌های اجتماعی آن‌ها، مکان‌هایی برای نیایش می‌خواهند. هم‌چنین از نظر تحصیلات و موقعیت اجتماعی-اقتصادی در مراتب پایین تری قرار دارند. روشن تر آن‌که، رابطه این گروه با فرهنگ رسانه‌ها چندان مساعد نبوده و با قضاوت عجولانه همراه است. دشوار می‌توان تصور کرد که آن‌ها برای یافتن بینش‌ها، الهام‌ها یا منابع مرتبط با مذهب یا معنویت (اصطلاحی که آن‌ها چندان تمایلی به استفاده از آن ندارند) خارج از سنت‌ها یا نهادهای خود بروند. به نظر بعید می‌رسد که آن‌ها زندگی رسانه‌ای خود را با زندگی مذهبی‌شان مرتبط سازند، هم‌چنین بعید است که از رسانه‌های وابسته به فرهنگ سکولار یا رایج استفاده کنند.

این گروه دوست ندارند خود را مذهبی یا معنوی معرفی کنند. کسانی که در محیط های اصلی پروتستان پرورش یافته اند از نظر موقعیت اجتماعی اقتصادی و تحصیلات در مرتبه بالاتری قرار دارند و می توانند اعضای به اصطلاح طبقه دانش باشند. روایات آن ها نیز مانند گروه معاصران بیشتر وجه منفی دارد. برای آن ها آسان تر است که خود را بر اساس چیزهایی که نیستند توصیف کنند. آن ها از سنت دور هستند و سنت، اهمیت چندانی برای شان ندارد. روف، آن ها را به طور کلی لامذهب یا غیرمذهبی و نه ضد مذهبی توصیف می کند؛ ولی آن ها نیز هم چون بسیاری از گروه ها مذهبی دیگر در برابر خود آگاهی و خودبازتابندگی دارند که البته آن را متفاوت با دیگر رده بندی های عملکرد مذهبی بیان می کنند. ولی مواد مصرفی رسانه ای _ فرهنگی سکولارها چیست؟ آن ها بسته به سطح تحصیلاتشان از رسانه های عامه پسند می پرهیزند و برنامه های رادیو-تلویزیونی دولتی را بر برنامه های تجاری ترجیح می دهند. به دلیل رابطه شان با مذهب و معنویت به جست و جو یا استفاده از برنامه های مذهبی یا مرتبط با مذهب در قلمروی رسانه ها تمایلی ندارند.

در این جا مهم است دوباره تصریح کنیم که این رده بندی ها برگرفته از مجموعه خاصی از مطالعات هستند و به طور کلی با نسل سال های پس از جنگ جهانی دوم در آمریکا مربوط هستند. رابطه آن ها با نسل های بعد به قدری تأمل نیاز دارد. روف در چنین موقعیتی احتمالاً

استدلال می کند (هم چون خود من) که مطالعاتش حاکی از لحظه ای انتقالی در تکامل فرهنگ مذهبی است و می توان انتظار داشت افرادی که به دنبال نسل دوره افزایش زاد و ولد آمریکا پا به عرصه حیات گذاشتند، شباهت زیادی به آن چه اکنون می بینیم، دارند. در عین حال شاید انتظار داشته باشیم که طبقه بندی متفاوتی در مطالعه ما پدید آید؛ زیرا پرسش های گوناگونی مطرح می شود. ما بیش از روف به روش شکل گیری هویت مذهبی در پیوند با منابع فرهنگی هم چون محصولات قلمروی رسانه ای علاقه مندیم. همان طور که در فصل های بعد خواهیم دید، به این موضوعات در زمینه قلمروهای محلی زندگی خصوصی هم خواهیم پرداخت که پرسش ها و ملاحظات دیگری را در مصاحبه ها و بررسی ها مطرح می سازد. یکی از ارزش های رویکرد روف به گردآوری اطلاعات این است که، به ما امکان می دهد جنبه های مهمی از تحلیل او را تفکیک، آن ها را ساخت شکنی و بازسازی کنیم و این کار را در پیوند با طرح خودمان انجام دهیم که آن هم ساخت شکنی و بازسازی می شود، البته موفقیت این کار در عمل نشان داده خواهد شد.

چنان که پیش تر ملاحظه کردیم، در بین تمام رده بندی ها معتقدان و جویندگان مابعدالطبیعه بیش از همه به کاوش و استفاده از محصولات مذهبی یا معنوی در قلمروی رسانه ها تمایل دارند. علاقه آن ها به موضوعات مذهبی و معنوی، فراسوی رده بندی های اکتسابی است؛ هم چنین پرهیزشان از چنین سنت هایی آن ها را در موقعیتی قرار می دهد که در چهارچوب فرهنگ گسترده تری به جست و جوی منابع برمی آیند. جالب آن که، ایشان احساسات مشترک و تأمل برانگیزی با دیگر رده ها

نیز دارند. گروه مابعدالطبیعه ها وجه اشتراکی با مؤمنان معاصر و تا حدی با بازمتولد ها دارند که همانا جهت گیری به سوی فردیت (دور از نهادها یا کلیساها) و منطق فردی برای سازماندهی زندگی معنوی شان است.

هنگامی که به بررسی ادراک مذهبی یا معنوی در عصر رسانه ها می پردازیم، از رده بندی های روف استفاده خواهیم کرد البته نه صرفاً در حکم ساختاری استقرایی (۱) که بر پس زمینه آن، مصاحبه ها و نتایج ناشی از این مصاحبه ها را طبقه بندی کنیم. در عوض، شاید این ها به ما کمک کنند نگاهی به روایات خود بیندازیم و چگونگی رشد فرهنگ های مذهبی ای را که بازنمایی می کنند، بفهمیم.

ما نیز هم چون خود روف، می کوشیم بفهمیم چگونه درک این روایت ها ناشی از ترکیب تاریخ، خودآگاهی، ایجاد هویت، آرزو و عملکردهای زندگی روزمره و تجربه روزمره هستند و ما در جستجوی چیزی هستیم که در زندگی های مذهبی و معنوی با آن ها مواجه می شویم، قصد و آرزو می شود. افزون بر آن، همگام با روف و وارنر بیش از همه به آن چه در رده بندی های دریافتی دیگر به دست می آید، یا به آن ها نسبت داده می شود، علاقه نشان خواهیم داد. در فصل بعدی این فرآیند را با تأمل درباره چالش های استفاده از این نوع پژوهش، برای ادراک معانی در عصر رسانه ها آغاز خواهیم کرد.

پاره چهارم: تبیین زندگی و فرهنگ در عصر رسانه ها: روایات موجه درباره خود

اشاره

پاره چهارم: تبیین زندگی و فرهنگ در عصر رسانه ها: روایات موجه درباره خود

دستور کار پژوهشی ما ساده است. می خواهیم مسیری را ترسیم کنیم که در آن، انواع زندگی مذهبی و هویت مذهبی در پیوند با فرهنگ رسانه ها شکل می گیرند. کارمان را با پرسشی صریح آغاز کردیم، این که چگونه ظهور رسانه ها در حکم عنصری بنیادین در زندگی مدرن — به ویژه اخیراً — بر مذهب تأثیر گذارده است و چنان که دیده ایم [در پاسخ به این پرسش] بخش عمده ای از افکار و پژوهش ها درباره رابطه رسانه ها و مذهب نیز خود آشکار می شود. البته هم زمان، این پرسش ساده که رسانه ها چه تأثیری می توانند بر مذهب داشته باشند، مجموعه ای از موضوعات پیچیده و جالب را مطرح می سازد. هرچند ما صحنه را برای ورود رویکردی متمرکزتر آماده کردیم: ما «می رویم و

می پرسیم» یا دقیق تر بگوییم به گفت و گو با آدم های واقعی، درباره نحوه استفاده آن ها از رسانه ها، روش تفکر آن ها درباره مذهب و معنویت و رابطه بین این موارد در زندگی شان خواهیم پرداخت.

در این فصل، راهبردی را برای پژوهش درباره رابطه مذهب و رسانه در این اساسی ترین و بحث انگیز ترین سطح مشخص می کنم؛ این که در بین مخاطبان گوناگون رسانه ها، افراد و گروه ها کجا با متون رسانه ای مواجه شده و درگیر رسانه ها می شوند. ما با دنبال کردن پیشنهاد وید کلارک روف در فصل پیش می خواهیم به منابع نمادین یا فهرست نمادین موجود در قلمروی رسانه ها بپردازیم. همان عملکردهای مصرف، تعامل و تبیین توسط مخاطبان که از طریق آن ها به منابع فوق و تجربیات افرادی که درگیر این فرایند ادراکی هستند، دست می یابیم.

پیش تر تا حدی تاریخ و پیچیدگی پژوهش درباره مخاطبان رسانه ها و درک آنان از رسانه را بررسی کردیم. نخست دیدیم که چگونه رسانه ها و پژوهش ارتباطات جمعی، همراه با ظهور قلمرو رسانه ها در حکم پدیده ای تکنولوژیک و اجتماعی گسترش یافت. آن چه دیدیم، تکاملی تدریجی به دور از این فکر اولیه بود که رسانه ها را باید در حکم نیروهای اجتماعی عظیم و یکپارچه در نظر گرفت و آن ها را از جنبه کاربرد و ادراک در زندگی روزمره بهتر درک کرد. از سوی دیگر، به این بحث پرداختیم که مسائل مربوط به مذهب، معنویت، عالم بالا و غیره، موضوعات مناسبی به ویژه برای رویکرد ادراک محور، کیفی و قوم شناسانه هستند. البته مطالعه رسانه ها در سطحی گسترده تر، نتایج خاصی دارد. این امر به پژوهش اجتماعی امکان می دهد تا با اطمینان

تشریح کند که چگونه مردم در رده بندی های عظیم تر اجتماعی و جمعیت شناختی با رسانه هایی که مصرف می کنند، مرتبط می شوند. در همان حال مسائلی که این رویکرد می تواند مطرح کند، محدود است. پژوهش پیرامون مخاطبان رسانه ها که از طریق جمع آوری آمار یا دیگر تکنیک های کلی انجام می شود، در نگرش به پدیده های اجتماعی جالب، دقیق و پیچیده ناتوان است. به بیان تخصصی، معیارهایی که این نوع پژوهش به آن ها می پردازد باید قابل تخمین باشند؛ یعنی مسائل بزرگ باید به صورت داده های تخمین پذیر کوچک شوند. این امر درباره برخی از مسائل چندان مهم نیست؛ برای نمونه هنگام بررسی جنسیت و تفاوت های سنی در استفاده از رسانه ها، به نکته های جالب و مهم فراوانی باید توجه شود. این موارد به راحتی عملیاتی می شوند و با استفاده از تکنیک های کمی قادریم آن ها را بررسی کنیم. (۱)

به هر صورت چگونه معانی ای را بسنجیم که این گروه های مختلف از رسانه های مورد استفاده خود برمی گیرند؟ بدون فهم این موضوع که معانی فوق چگونه و کجا با ارجاع به رسانه ها ساخته می شوند، پرسش هایی که درباره این معانی مطرح است، چگونه فرمول بندی می شوند؟ آیا فرض می کنیم که رسانه ها این معانی را می سازند یا معانی یادشده از منابع اجتماعی و فرهنگی از جمله آن هایی که در رسانه ها وجود دارند، پدید می آیند؟ چنان که در فصل های پیش استدلال کردم

۱- البته در نهایت فرآیند طرح نگره در اغلب عرصه های مطالعات رسانه ها مشتمل بر تعامل بین دیدگاه های کمی - تجربی و کیفی - تأویلی بوده است. چنان که شاید از بحث های کتاب حاضر آشکار باشد، عرصه رسانه ها و مطالعات مذهبیه از این حیث تفاوتی ندارد.

این نظر پذیرفتنی است که درک رسانه‌ها بیشتر به معنی سازی از سوی مخاطبان مربوط می‌شود و نه آن که رسانه‌ها معنی می‌سازند. اگر به مسائل هویت و ارزش‌ها (اجتماعی و فرهنگی) علاقه‌مند باشیم، این موضوع به ویژه اهمیت بیشتری می‌یابد؛ زیرا نگره‌های پیشگام اجتماعی نشان می‌دهند که در ایجاد هویت، موضوع در دست‌ان افراد است و نه نیروهای اجتماعی مانند رسانه‌ها. هم‌چنین، این موضوع نیز مهم است که درک بازار نمادین بر زمینه‌ای خاص میسر می‌شود که همان محیط گرم و صمیمی است. ما دوست داریم خانه و خانواده را در حکم مکان‌هایی بسته و حفاظت‌شده تصور کنیم که در آن‌ها بنیادی‌ترین و اصیل‌ترین روابط شکل می‌گیرند، کارهای پایه‌ای برای جامعه‌پذیری و فرهنگ‌پذیری انجام می‌شوند و بنیان معنی، ارزش‌ها و هویت‌ها به شمار می‌آیند. هم‌چنین دوست داریم تا قلمروی صمیمی را (با نقل نام کتاب معروف کریستوفر لاش) پناهگاهی در دنیایی بی‌رحم بدانیم. (۱) مرزهای این محیط، ما و به ویژه کودکان را از تأثیرهای بالقوه دنیای بیرونی حفظ می‌کند، دنیایی که هیچ‌گاه علایق اصلی ما (یا دیگران) را در نظر نمی‌گیرد؛ بنابراین این پرسش‌ها همواره درباره قلمروی صمیمی مطرح خواهد بود که رسانه‌ها در کجای آن قرار دارند؟ آیا خارج از این محدوده هستند و بدین ترتیب می‌توانند بالقوه تأثیری بر تبیین عشق، دغدغه‌خاطر، ارزش‌ها، معانی و هویت‌هایی بگذارند که در این محیط شکل می‌گیرد یا داخل این محدوده و بخشی از شبکه محلی تأثیرها و منابعی

Christopher Lasch (۱۹۷۷) Haven in a Heartless World: The Family Besieged, New York: Basic Books

برای ایجاد معنا هستند؟ شماری از مطالعات اخیر درباره تلویزیون و دیگر رسانه‌ها نشان داده است که مرز بین قلمروی صمیمی و دنیای گسترده‌تر، در عمل تمایزی از نظر رابطه با رسانه‌ها به وجود نمی‌آورد. برای نمونه دیوید گانتلت و آنت هیل دریافتند که امروزه تلویزیون تبدیل به جزیی از زندگی روزمره شده است. این رسانه، جای خود را در ضرب آهنگ و الگوهای زندگی باز کرده است؛ چنان که برخی از آن‌ها را تنظیم می‌کنند و خود به وسیله برخی دیگر تنظیم می‌شود. در عین حال محتوای تلویزیون برای آن‌ها، هم منشأ لذت و هم احساس گناه است. (۱) من و همکارانم ضمن مطالعه اخیری که درباره حضور رسانه‌ها در محیط خانوادگی انجام دادیم، دریافته ایم که رسانه‌ها در ایجاد ذهنیت والدین نسبت به نقش خود تأثیر گذارند و عنصر مهمی از زندگی خانوادگی را شکل می‌دهند. (۲) این پژوهش نشان می‌دهد که والدین از طریق رسانه‌ها، عملکرد خود و روند جامعه‌پذیری فرزندانشان را ترسیم می‌کنند، همان رسانه‌هایی که در خانه استفاده می‌شوند و وسایلی که رسانه‌های مذکور با آن‌ها تنظیم می‌کنند و تنظیم می‌شوند. (۳)

David Gauntlett and Annette Hill (۱۹۹۹) *TV Living: Television Culture and Everyday* –
(Ellen Seiter (۱۹۹۹). *Life, London: Routledge and the British Film Institute*. PP. ۲۸۳–۹۳

مطالعه مهم و جامعی درباره وضعیت ایالات متحده به ویژه درباره تلویزیون و کودکان ارائه شده است.

Stewart M. Hoover, Lynn Schofield Clark and Diane F. Alters, with Joseph G. Champ –۲
and Lee Hood (۲۰۰۴) *Media, Home, and Family*, New York: Routledge

.Hoover et al. (۲۰۰۴), p. ۱۷۲–۳

گفت و گو دربارهٔ رسانه ها

گفت و گو دربارهٔ رسانه ها

اکنون در اساسی ترین سطح پژوهش باید به زمینه زندگی روزمره، خانوادگی و اجتماعی پردازیم تا دریابیم مردم چگونه رسانه ها را به دنیای معنوی و مذهبی خود می آورند. این امر شامل گفت و گو با آن ها دربارهٔ رسانه ها، مذهب، معنویت و ارزش ها می شود. یکی از انتقاداتی که من در رویکردهای سنتی به پژوهش رسانه ها ملاحظه کرده ام این است که به قدرت و حقوق انحصاری رسانه ها توجه می شود ولی این موضوع که مردم هنگام برخورد با متون رسانه ای و دیگر منابع، چه چیزی از آن ها برمی گیرند، کمتر به بحث گذارده می شود.

چنان که دیده ایم این انتقاد، با گرایش های عمومی در مطالعات فرهنگی رسانه ها ارتباط دارد. در واقع به سوی تأویل و تشریح کیفی ژرف پیش می رود و از موضوعات و پرسش های سطحی و گسترده تر دور می شود. پس به ما امکان می دهد تا بررسی کنیم که چگونه رسانه ها در جریان زندگی روزمره و در پیوند با دیگر منابع، فعالیت ها، روابط و تأثیرهای موجود درک می شوند و به کار می روند.

در زمینه دیگر من و همکارانم رویکردی را تشریح کرده ایم که آن را ساخت گرا(۱) می نامیم. منظور این است که دانش به دست آمده از طریق چنین پژوهش هایی در مراحل و زمینه های خاصی از جمله طراحی پژوهش، مصاحبه ها و نتایج آن ها، تحلیل مصاحبه ها، نگرش تأویل ها و

یافته‌ها و در نهایت درک پژوهش به وسیله خوانندگان ساخته می‌شود. (۱) البته مرحله دوم یعنی مصاحبه‌ها اهمیت خاصی دارد و راهگشا است؛ زیرا منبع بینش‌های ما (هم‌چون دیگر پژوهشگران و خوانندگان) روندها، عملکردها و معانی‌ای است که می‌خواهیم به طور کامل آن‌ها را درک کنیم. پس این مصاحبه‌ها را چگونه باید در نظر بگیریم؟ آن‌ها چه نوع دانش و فرآیندی را بازنمایی می‌کنند؟ مهم است بفهمیم چگونه اطلاع‌رسانان، زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی خود را بازنمایی می‌کنند.

به دلیل علاقه‌مان به قرار دادن این معانی در زمینه‌های خاص‌شان، می‌خواهیم گفت‌وگو را در مرز بین سطوح فردی و اجتماعی نگه داریم. این پرسش‌ها به انگیزه و روان‌شناسی فردی و نیز به این موضوع مربوط نمی‌شوند که نظم اجتماعی و فرهنگی، مردم را به چه کار یا فکری وا می‌دارد؛ زیرا می‌خواهیم که منابع خاص فرهنگی را (از جمله آن‌هایی که در فهرست نمادین متون رسانه‌ای، نمادها و پیام‌ها) وجود دارد با دقت تشریح کنیم. می‌خواهیم ببینیم که چگونه افراد و امور اجتماعی - فرهنگی در روند معنا سازی با هم تعامل می‌کنند و ارتباط درونی می‌یابند. بهترین روش برای تشریح، ملاحظه فرد در سطح اجتماعی است. هدف، تعمیم دادن موقعیت این افراد به افراد دیگر نیست، بلکه می‌خواهیم بگوییم که چگونه این افراد، مجموعه‌ای از زمینه‌ها و تأثیرهای فرهنگی و اجتماعی را بازنمایی می‌کنند که آن‌ها را به صورت

وجودهای اجتماعی و فرهنگی در آورده است. من و همکارانم معنای این تغییر را بدین صورت تشریح کرده ایم:

معتقدیم که شرایط مذکور ما را قادر ساخته تا از جست و جو برای بررسی نزدیکی یا دوری نسبی افراد از مرکز خیالی جامعه صرف نظر کنیم. می توانیم هر شخص را به اصطلاح ژان پل سارتر فرد جهانی در نظر بگیریم. پس داستان هر فردی مهم می شود؛ زیرا در همان حال که داستان فردی یگانه است، دنیای اجتماعی سازنده او را آشکار می سازد. (۱)

بدین ترتیب هنگامی که درباره افراد بحث می کنیم، این امکان را به وجود می آوریم که نکات بیشتری درباره عناصر فرهنگی و اجتماعی که دیدگاه آن ها را نسبت به جهان و استنباطشان را از خود شکل می دهند، بیاموزیم. چنان که در فصل پیش اشاره کردم، این آموزش پایه درباره طرح بنیادی مدرن و نوعی عملکرد بازتابنده در آن طرح، نمونه آگاهی اجتماعی در مدرنیسم متاخر است. بنابراین وقتی با مردم درباره این موارد گفت و گو می کنیم، می توانیم بفهمیم آن چه به ما می گویند توضیحی بازتابنده است و تا حدی با این موضوع مرتبط می شود که در عمل چه تصویری از خود دارند و چگونه با فرهنگ های خود خو می گیرند. به نظر من و همکارانم چگونگی ورود این موضوعات در رسانه ها، به شیوه های زیادی صورت می گیرد، روش هایی که از بازتابندگی دوران مدرن اخیر سرچشمه می گیرند. ما این موقعیت را، که

هنگام گفت و گو با افراد به آن ها رسیدیم، در سه سطح از ارتباط با رسانه ها تشریح می کنیم؛

اولین سطح، تجربیات آنان از رسانه ها است. این نخستین مرحله رابطه مخاطبان با متون رسانه ای است. آن ها لذت ها، آزردها، اقناع، خستگی، انزجار و دیگر احساسات خود را نسبت به رسانه ها بیان می کنند. این احساسات برای خود ما نیز هنگام ارتباط با رسانه ها آشنا هستند. از سوی دیگر، کانون چیزی را تشکیل می دهند که ما کاربردها و رضامندی ها در پژوهش رسانه ها نامیده ایم، دلایل و رضایت هایی که مردم هنگام قرار گرفتن در برابر رسانه های گوناگون ابراز می کنند. آن ها از نیازها و علاقه های گوناگونی که رسانه ها برآورده می سازند، سخن می گویند. بخش عمده این بحث، با ژانرهای خاصی در رسانه ها مرتبط می شود. در همین سطح است که بینندگان و مخاطبان، مستقیم ترین واکنش های خود را به رسانه های مورد استفاده بیان می کنند و در همین سطح است که آسوده ترین و راحت ترین بحث ها درباره تماشا و خوانش برنامه های خبری صورت می گیرد.

دومین سطح ارتباط، تعامل بر مبنای رسانه ها است. این مورد، شامل موقعیت ها و عملکردهایی است که از طریق آن ها، تجربیات رسانه ای خود را به سطح روابط اجتماعی می آوریم. این رده بندی در ادبیات مطالعات رسانه ها، موردی آشنا و همان دست مایه ای است که در آثار جیمز لول، (۱) دیوید مورلی، (۲) الیهو کتز و تامار لیه بس (۳) بررسی شده است.

۱- James Lull (۱۹۹۱) Inside Family Television, London: Routledge

۲- David Morley (۱۹۹۲) Television, Audiences, and Cultural Studies, London: Routledge

۳- Elihu Katz and Tamar Liebes (۱۹۸۵) 'Mutual aid the decoding of Dallas

پژوهش جهانی مطرح شده است: Phillip Drummond and Richard Paterson (eds) Television in

Transition: Papers from the First International Television Studies Conference, London:

(British Film Institute University Press

چنان که این پژوهشگران نشان داده اند، رسانه ها در تعامل روزانه با افراد همتا و دیگر گروه ها تبدیل به ارزشهای رایج مهم فرهنگی می شوند. (۱) هر چند این موضوع درباره جوانان و خردسالان کاملاً روشن است، درباره بزرگسالان هم تبدیل به تجربه مشترک می شود. دیوید گانتلت و آنت هیل در کتابشان چنین می نویسند:

آن گری (۲) دریافته بود، بخش مهمی از لذت مجموعه های تلویزیونی در اثر گپ زدن درباره آن ها، در فردای پس از پخش ایجاد می شود. ما در مطالعه حاضر به نحوی مشابه، فعالیتی اجتماعی را شناسایی کرده ایم که ناشی از تماشای تلویزیون در حکم وجه مهمی از جایگاه این رسانه در زندگی روزمره است. برای عده ای از پاسخ دهندگان مهم بود که اگر قادر به تماشای برنامه ای در تلویزیون نمی شوند ولی می توانند روز بعد درباره آن با دیگران صحبت کنند. (۳)

۱- این موضوع در پیوند با افکار پی یر بوردیو درباره سلیقه و طبقه اجتماعی قابل درک است، هم چنین با روشی که طبق آن، سلیقه در حکم شاخصی برای روابط اجتماعی عمل می کند: Pierre Bourdieu (۱۹۸۴) *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*, trans. Richard Nice, Cambridge, MA: Harvard University Press.

Ann Gray – ۲

– ۳ ۱۲۸, p. Gauntlett and Hill (۱۹۹۹).

تعامل در این سطح از ارتباط، دست کم در کنار دو جنبه دیگر کارکرد می یابد. نخست اطلاعات، داستان ها و ماجراهای دیدنی و شنیدنی به طور مستقیم و مشترک در معرض دید مخاطبان قرار می گیرد، همان چیزی که نگره های تأثیر رسانه ها _ با توجه به جریان چند مرحله ای کلاسیک _ روی آن تمرکز می کردند.

دوم، در شکل گیری و حفظ رابطه با رسانه ها، نوعی وجه اجتماعی برجسته وجود دارد. آگاهی درباره رسانه ها موقعیتی برای تعامل اجتماعی به وجود می آورد و این، سوای تجربیات اصلی است که هر یک از افراد ضمن ارتباط با رسانه ها از سر می گذرانند.

در نهایت، سطح سوم [یعنی] منابع رسانه ها [قرار دارد که] رده بندی منحصر به فردی در کار ما محسوب می شود. این رده شامل متون دریافت شده اجتماعی است که با استفاده از آن ها جایگاه خود را در حکم مخاطبان رسانه ها می شناسیم. این متون همان هستند که جیمز کری، منابع قابل دسترس اجتماعی از تصاویر و افکاری می نامد که از طریق آن ها خود را در زمینه های اجتماعی و فرهنگی درک می کنیم،^(۱) همان چیزی که الین سیتز، نظریه های تأثیر رسانه ها نامیده است.^(۲) گفته شده که:

تلویزیون برای کودکان ضرر دارد ... ، بهتر است که برنامه های تلویزیون سراسری را تماشا کنیم ... ، وقت گذراندن زیاد در محیط

۱- James Carey (۱۹۸۹) *Communication as Culture*, Boston: Unwin-Hymam, pp.۲۸-۹

۲- Ellen Seiter (۱۹۹۹). *Television and New Media Audiences*, Oxford: Oxford University Press, p.۵۸

اینترنت یا برای بازی های ویدیویی بد است ... ، آموختن استفاده از رایانه مفید است ... ، رسانه ها ضد مذهبی یا حداقل غیر مذهبی هستند.

ما نخست این توصیف رسانه ها را به شکل نوعی ناهماهنگی یا ناهمخوانی بین توصیفات مردم از رفتارهای رسانه ای خود و رفتارهای واقعی شان می بینیم. ماجرای که برای خود من پیش آمد به خودی خود گویای این مطلب است. چندین سال پیش در هتل یکی از پیست های اسکی مجبور شدم در اتاق بغلی را بزنم و از ساکنان بخواهم تلویزیون را خاموش کنند. آن ها با بزرگواری خواسته مرا اجابت کردند. فردای آن شب، من در ساعات بعد از اسکی در محوطه پیست مادر، آن خانواده را دیدم. قدری صحبت کردیم و او گفت که کشیش پروتستان است. وقتی متوجه شد که من درباره تلویزیون تحقیق می کنم گفت:

می دونید نظر خانواده من درباره تلویزیون چیه؟ ما اون رو مجاز نمی دونیم.

من و همکارانم در این کتاب، مجموعه گسترده و متنوعی از این نظرات _ درباره کتاب رسانه ها، خانه و خانواده _ را در بین خانواده های مختلف با پس زمینه های گوناگون آورده ایم. برای ما جالب بوده که بدانیم این نظرات پیرامون رسانه ها تا چه حد مشابه اند، تا چه حد ریشه دارند، چگونه مرزهای طبقاتی و فرهنگی را پشت سر می گذارند و تا چه اندازه تبیین شده هستند.

شاید بخواهیم بررسی این پدیده را در حکم نمونه ای از پدیده اجتماعی _ روان شناختی در زمینه اختلاف شناختی (۱) آغاز کنیم یا در حکم نمونه ای از این که چگونه مردم هر چند به صورت کمرنگ از رفتارهای خود آگاهند یا [شاید بخواهیم] سعی کنیم برای درک آن چه واقعاً انجام می دهند فراسوی صحبت های گمراه کننده شان برویم. گمان می کنم نظریه پردازی درباره این پدیده و تلاش برای درک آن، رویکرد بهتری باشد. چرا مردم تمایل دارند نظرات خود را پیرامون رسانه ها ابراز کنند و چرا آدم های خاص، روش های خاصی برای توصیف زندگی رسانه ای خود برمی گزینند؟ چنان که من و همکارانم استدلال کرده ایم، این اظهارنظرهای شخصی درباره رسانه ها، عناصر مهمی در خودبیانگری (۲) کلی افراد و در نتیجه اظهارات هویتی هستند و چنان که گفتم ما در مصاحبه های مختلف، شباهت هایی در توضیحات مردم درباره رسانه ها یافتیم؛ البته اختلافاتی هم دیده می شود و در تأویل همین نظرات گوناگون و رابطه شان با زمینه های زندگی ها و مکان های خاص است که می توانیم نکات مهمی درباره چگونگی ارتباط رسانه ها با هویت و معنا بیابیم.

گانتلت و هیل این پدیده را از جنبه احساس گناهی تشریح می کنند که مخاطبان تلویزیون در انگلستان هنگام مشاهده آن دچارش می شوند:

۱- Hoover et al. (۲۰۰۴), op cit.

۲- معادل کلمه self-narrative می تواند حدیث نفس هم باشد ولی از آن جا که این کلمه در فرهنگ ما دارای بار عرفانی و واجد معنایی خاص (فرا تر از مقصود نویسنده در این کتاب) است از عبارت کمتر مانوس خودبیانگری بهره برده شده است. (م.)

ما دریافتیم که هرچه مردم بیشتر تلویزیون ببینند، کارهای دیگر از جمله کارهای خانه، تکالیف مدرسه یا معاشرت یا موارد دیگر را انجام نمی‌دهند. اگر به احساس گناه این افراد ناشی از تماشای تلویزیون در خلوت بنگریم، احساس می‌کنیم که جامعه انگلستان در کل با تماشای تلویزیون مشکل دارد و آزرده است که تلویزیون به راحتی به اتاق‌های نشیمن خانه و زندگی روزانه مردم وارد شده است. به هر حال با توجه به زمینه‌ای که این واکنش‌ها در آن ثبت شده و بررسی این موضوع که مردم چقدر از تماشای تلویزیون لذت می‌برند (حتی هنگامی که فقط برنامه‌های روزانه تلویزیون را می‌بینند)، درمی‌یابیم که این پاسخ دهندگان، به راحتی می‌توانند با احساس گناهی که شاید تماشای تلویزیون در پی بیاورد، مقابله کنند و در عمل، تمایل چندانی به جدایی از دستگاه‌های تلویزیون خود ندارند. (۱)

از نظر این افراد، تماشای تلویزیون لذتی همراه با احساس گناه دارد، ولی موضوع از این هم گسترده‌تر است. چنان که گانتلت و هیل، الن سیتیر و مطالعات ما در کتاب رسانه‌ها، خانه و خانواده نشان می‌دهد، تلویزیون و دیگر رسانه‌ها جزو تار و پود زندگی روزمره شده‌اند که هم لذت بخش است و هم تشویش برانگیز، هم فرد را منزوی می‌کند و هم او را با دیگران مرتبط می‌سازد، هم سطحی و هم به نحو ژرفی معنا دار است. نکته این است که تلویزیون، جا افتاده و جزئی از خانه شده است و مردم هم راه‌هایی برای گذراندن زندگی خود با تلویزیون، درباره آن، از طریق این رسانه و بدون آن یافته‌اند.

بنابراین پرسش‌های ما دربارهٔ نقش خاصی که رسانه‌ها ایفا می‌کنند، متکی بر توضیحاتی است که بینندگان می‌دهند، بینندگانی که قصد خاصی از استفاده آن دارند. در این باره سخنان خاصی مطرح است. این سخنان به سوی طرح بزرگ‌تری، یعنی ایجاد خودِ آرمانی هدایت می‌شوند، هدفی که همراه با نوعی بازتابندگی درباره جایگاه منابع اجتماعی و فرهنگی خود است. اظهارنظر آن‌ها درباره رسانه‌ها به ندرت در چنین خودبیانگری‌هایی دیده می‌شود و بدین معنی است که آن‌ها به امر آرمانی و آرمان‌های هنجاربخش خود نظر دارند، خودی که می‌خواهند آن را در محیطی خاص و برای شنونده‌ای خاص نشان دهند و بیان کنند. رسانه‌ها از جهتی برای نشر ایجاد شده‌اند. معانی و دانشی که ما از آن‌ها برمی‌گیریم بایستی محیطی را نشان دهد که در آن شکل گرفته‌اند. پس شیوه‌ای که ما باید از آن استفاده کنیم به خودی خود بازتابنده است. ما به خوبی درمی‌یابیم کجا هستیم و آن‌ها که هستند. به هر حال باید ماهیت محصولات آن‌ها را توصیف کنیم. مایلیم بگوییم که آن‌ها را روایات می‌پنداریم. (۱)

بر زمینه پرسش دربارهٔ معنی، ارزش‌ها و نمادهای مذهبی و معنوی، این استنباط که آن‌ها روایات هستند به ما امکان می‌دهد با زمینه

۱- نظرات راجر سیلورستن دربارهٔ کاربرد روایت در پژوهش‌های رسانه‌ای نخستین تأثیرها را بر من گذارد و از این بابت به وی مدیونم، گرچه کتابش متن و نه مخاطب را در کانون توجه قرار می‌دهد: Roger Silverstone, 'Television Myth and Culture,' in James Carey (ed.) (۱۹۹۸) *Media, Myths and Narratives, Television and the Press*, Newbury Park, CA: Sage, pp. ۳۲-۳.

گسترده تر خانواده و آرمان های هنجاربخش مرتبطشان سازیم. وید کلارک روف نقش روایات فوق را چنین توصیف می کند:

وقتی خانواده در چهارچوب روایت قرار می گیرد، حکم مکانی را می یابد که در آن داستان های مهمی درباره اعتماد، احترام، عشق، شرافت، وحدت، انصاف، مسئولیت و دیگر ارزش ها به طور مشترک وجود دارد و تجربه می شود. کودکان در کانون خانواده برای نخستین بار می آموزند که تعلق داشتن و وفادار بودن چه معنایی دارد، ارتباط با دیگران مشارکت در آیین ها، گرمی داشت ارزش های خانوادگی و عزیزان همگی در شکل گیری هویت فردی و زندگی اجتماعی نقش مهمی دارد. در آن جا والدین نه تنها ارزش های اخلاقی و ایمان را می آموزند، بلکه خود الگوی آن ها محسوب می شوند، آن ها نمونه هایی هستند که کودکان می توانند از آنان سرمشق بگیرند. می توانیم حتی از این هم پیش تر برویم و تصریح کنیم که رابطه بین والدین و فرزندان تا حد زیادی وابسته به داستان گویی است. (۱)

البته چهارچوبی رو به گسترش از پژوهش های اجتماعی متکی بر روایت به وجود آمده است. پژوهش های مذکور، دو رویکرد اصلی دارند. یکی از آن ها دارای جهت گیری روان شناختی و بالینی است (۲) و دیگری بیشتر به فرهنگ و هویت نظر دارد.

در رده دوم، تفاوت دیگری بین مطالعات دیده می شود. برخی روایات را شواهدی بر وجود گرایش ها و معانی ژرفتری در فراسو در نظر

Wade Clark Roof (۱۹۹۹) *Spiritual Marketplace: Baby Boomers and the Remaking of American Religion*, Princeton: Princeton University Press, p. ۲۱۷

J. Overcash (۲۰۰۴) "Narrative Research: a Viable Methodology for Clinical Nursing" – *Nursing Forum* ۳۹ (۱) (January– March): ۱۵–۲۲

می گیرند (۱) و برخی دیگر که از وجه پسامدرن قوی تری برخوردارند، روایات را به عنوان سازه های اجتماعی و فرهنگی مورد توجه قرار می دهند که نکات مهمی درباره ماهیت معنا و هویت، آشکار می سازند. (۲) هم چنین روشی نوظهور موسوم به قوم نگاری خودکار در مطالعات فرهنگی پدید آمده، جایی که پژوهشگران، زندگی نامه های شان را به منزله روشی برای درک فرهنگ بررسی می کنند. (۳) شاید این موضوع روشن باشد که روش استفاده من از اصطلاح روایت بر زمینه این پژوهش، مرتبط با در نظر گرفتن روایات در حکم سازه ها است؛ البته در عین حال، موضوع استفاده از روایات در حکم اطلاعات، نه برای بررسی هویت به منزله نوعی رده بندی ثابت روان شناختی _ اجتماعی، بلکه سازه هایی است که به منابع فرهنگی می پردازند. من به جای آن که

-
- ۱- نمونه های قابل توجه از این قرارند: Dan P. McAdams (۱۹۹۳) *The Redemptive Self: Stories Americans Live By*, New York: Oxford University Press; Catherine Kohler Lieblich, Reissman (۱۹۹۳) *Narrative Analysis*, Newbury Park, CA: Sage and Amia Lieblich, Rivka Tuval-Mashiach and Tamar Zilber (۱۹۹۸) *Narrative Research: Reading, Analysis and Interpretation*. Newbury Park, CA: Sage
- ۲- یکی از بحث های جالب درباره این رویکرد مربوط می شود به: Megan Blumenreich (۲۰۰۴) "Avoiding the pitfalls of 'conventional' narrative research: using post-structural theory to guide the creation of narratives of children with HIV," *Qualitative Research* (۴) ۱: ۷۰-۹۰.
- ۳- به ویژه نگاه کنید به: Deborah Reed-Danahay (۱۹۹۷) *Auto/Ethnography*, New York: Berg; Sherry Ortner (۱۹۹۳) "Ethnography among the Newark: the class of '۵۸ of Weequatic high school," *Michigan Quarterly Review* ۳۲: ۴۱۱-۲۹; Norman K. Denzin (۱۹۸۹) *Interpretive Biography*, Newbury Park, CCA: Sage

روایات زندگی را به شیوه بررسی های روان شناختی یا درمانی مورد توجه قرار دهم، می خواهم به این خودبیانگری ها به طور کلی در حکم بیانیه های هویتی توجه کنم که می توانیم در آن ها، نقش عناصر گوناگون را ببینیم. عناصر مذکور از تاریخچه زندگی و منابع نمادین فرهنگ رسانه ها گرفته تا شیوه تفکر مصاحبه شوندگان درباره خود و توصیف تجربیات و اعمالشان را در برمی گیرد. شاید این لزوماً کلیت چیزی نباشد که روان شناسان احتمالاً- هویت می پندارند، ولی اظهاراتی درباره هویت هستند که در شکل گیری و ایجاد معانی نزد مردم نقش مهمی ایفا می کند.

هویت و متن روایی

هویت و متن روایی

این رویکرد، وجه اشتراک فراوانی با افکار پُل ریکور درباره روایت و هویت دارد. ریکور استدلال می کند که در روند شکل گیری هویت فردی، وساطت نقش اساسی دارد، چنان که درک ما از خود لزوماً با وساطت نمادها، نشانه ها، زبان، متون و کل عرصه منابع فرهنگی - نمادینی انجام می شود که با آن ها برخورد می کنیم. (۱) این امر شامل گردآمدن منابع فرهنگی در قالب هویت و در سطحی بسیار بنیادین و ژرف است. پس طبعاً می توان انتظار داشت که محصولات رسانه ای که

Paul Ricoeur (۱۹۹۱) From Text to Action, trans. Kathleen Blamey and John B. - ۱
Thompson. Evanston: Northwestern University Press. P. ۱۵

در این جا کانون اصلی توجه ما هستند، جزو این منابع باشند. افکار ریکور از این جنبه که وی از مبنای روایی هویت سخن می گوید، ارتباط بیشتری با پژوهش های ما می یابند. وی استدلال می کند که هویت فردی، یک هویت روایی است. منظورش این است که هویت نه ایستا و نه جدا از تجربه مستمر ما از زندگی فرهنگ و تاریخ است. روایات رو به سوی انسجام دارند، گاه حتی عناصر متضاد را در طی زمان به هدف و مسیری منسجم می رانند. آن ها عناصری تجربی را وحدت می بخشند که مشروط هستند. بدین معنا که لزوماً به شکلی معین و منسجم عمل نمی کنند ولی باید از طریق روایت، به انسجام برسند. از سوی دیگر آن ها عناصری جداگانه از جمله افراد، تجربیات، نمادها و رویدادها را وحدت می بخشند و آن ها را به شکلی در می آورند که ضروری یا منطقی می نمایند.^(۱) در ادامه ریکور نظر می دهد که عنصری از خودسنجش گری بازتابنده وجود دارد که در روش شکل گیری تصور ما از خویشستن، نقش مهمی ایفا می کند. ما این کار را با گفتن داستان هایی درباره زندگی خود انجام می دهیم. این هویت ها نه ثابت بلکه متغیرند و در گذر زمان هم چنان ساخته و پرداخته می شوند و حتی دیگران را هم در برمی گیرند؛ چنان که داستان های فردی ما با داستان های خانواده ها و افراد دیگری که در زندگی مان حضور دارند پیوند می خورد. هر یک از عناصر روایات هویت ما از جمله شرکت کنندگان، عناصر و تجربیات دیگر، از زمان و مکان خاصی می آید و بدین ترتیب آزادانه شکل

۱ – Paul Ricoeur (۱۹۹۲) *Oneself as Author*, trans. Kathleen Blamey, Chicago: University of Chicago Press, pp. ۱۴۱–۵.

نمی‌گیرد؛ بلکه ریشه‌های فرهنگی، تاریخی و تجربی دارد. بنابراین، روایات ما داستانی نیستند. هم‌چنین ریکور می‌گوید که این روایات به طور حتم نوعی ویژگی هنجاربخش دارند. آن‌ها به ارزش‌ها می‌پردازند و ارزش‌یابانه هستند. ما از طریق روایات فردی خود، نه فقط می‌گوییم که هستیم بلکه می‌گوییم که چه می‌خواهیم باشیم. (۱) در این جا چگونگی استفاده من از اصطلاح روایت، مرتبط با مفهوم ریکور است. روایات، فرآیندهایی هستند که ما از طریق آن‌ها عناصر گاه پراکنده و مشروط زندگی را به صورت داستانی در می‌آوریم که گرایش به نوعی انسجام دارد. روایات هویت، داستان‌هایی هستند که ما برای خود و درباره خود می‌گوییم. آن‌ها مجموعه عناصری از جمله تجربه زندگی، منابع نمادین و (مهم‌تر از همه به گمان ریکور) روابط ما با دیگران را شامل می‌شوند. آن‌ها از جنبه‌ای، هنجاربخش یا مبتنی بر ارزشند؛ پس نشان می‌دهند که با توجه به آن چه می‌خواهیم باشیم، چه کسی هستیم. ما می‌خواهیم خود را با در نظر گرفتن معیارهای ارزیابی نیز توصیف کنیم. تمام این موارد، ریشه دارند؛ زیرا افراد واقعی، تجربیات واقعی، زبان‌های واقعی، متون و نمادها را در برمی‌گیرند.

روایات در حکم ابزار پژوهشی

روایات در حکم ابزار پژوهشی

مصاحبه‌هایی که در این جا بررسی می‌کنیم نتیجه مطالعه درازمدت مذهب و معنا در عصر رسانه‌ها است. من رویکرد این پژوهش را تأویلی

و سازه گرا توصیف کرده ام. ما علاقه مند بوده ایم که بفهمیم مردم در عصر رسانه ها چگونه امور را استنباط می کنند و منابع نمادین قلمروی رسانه ها چگونه با این معانی که رو به ایمان، معنویت، مذهب و معنای آرمانی جهت گیری شده اند، ارتباط می یابند. مصاحبه های مذکور از ژرفای خاصی برخوردارند و بر روال مصاحبه های نیمه ساختار یافته متکی هستند. بنابراین با وجود زمان های متفاوت انجام مصاحبه ها، نوعی پیوستگی بین آن ها وجود دارد. هم چنین برای توضیح اطلاعات و تجربیات جدید، انعطاف پذیرند. این انعطاف پذیری در اثر فرآیند تأویل گرانه مستمری پدید آمده که مصاحبه گران از طریق آن، معمولاً با کل گروه پژوهش دیدار می کنند تا درباره آن چه یافته می شود به بحث و تبادل نظر بپردازند. (۱) شاید جای گفتن نباشد که این کار نیاز به توجه و تعمق فراوانی دارد؛ زیرا واقعاً نمی شود به طور مستقیم از مردم پرسید که چه نکته مذهبی یا معنوی مهمی در رسانه ها می یابند. چنان که خواهیم دید، پاسخ ها پیچیده و گمراه کننده اند. آن چه پیش تر درباره تضاد بین سطوح مختلف توجه به رسانه ها دیده ایم، در عین حال به شیوه های مهمی، گستره و محدودیت هایی را که می توانیم در این زمینه ببینیم، معین می سازد.

ما درباره این مصاحبه ها فرضیاتی مطرح می کنیم؛ نخست این فرض که سازه گرایی، ما را وامی دارد تا این مصاحبه ها را بر اساس

۱- برای آشنایی کامل با این سبک شناسی نگاه کنید به: Lynn Schofield Clark, "The Journey from Positivist to Constructivist Methods," Chapter Two in Hoover et al. (۲۰۰۴).

پس زمینه شان بررسی کنیم و آن‌ها را در حکم متونی تغییرپذیر و شامل عناصر و منابع مختلف ببینیم. دوم، با توجه به فرضیات عمل‌گرا و تعامل‌گرایی که پیش‌تر مطرح ساختیم، این مصاحبه‌ها را هدف مند در نظر می‌گیریم. ما با تأثیر از تعامل‌گرایی انتظار داریم که مردم خود و دنیای خود را درک کنند و حالت عینی چنین وضعیتی را خود بیانگری می‌دانیم؛ البته این موضوع مرتبط با مواردی است که پیش‌تر درباره خود در اواخر مدرنیته دیده ایم. طرح شکل دادن به خود آرمانی، عاملی محرک در زندگی روزمره، تجربیات و بازنمایی‌های مردم است و از طریق همین روایات خود است که آن‌ها به خویشتن و دیگران می‌گویند که این خودبازنمایی چگونه عمل می‌کند. نباید اهمیت این روایات در آرمان‌ها و آرزوها را کم‌رنگ جلوه دهیم. چارلز تیلور در مطالعه جامع خود، موضوع را چنین مطرح می‌کند:

بخشی از پاسخ این پرسش که چه کسی هستم به این موضوع برمی‌گردد که کجا قرار دارم (یا کجا هستم). هویت من با جوامع و ارتباط‌هایی معین می‌شود که چهارچوب یا افقی را پیش‌رو می‌گذارد و از طریق آن می‌توانیم تعیین کنیم که چه چیز خوب یا ارزشمند است، چه کاری را باید انجام داد یا چه چیزی را بایستی تأیید یا رد کنیم.^(۱)

چنان‌که دیده ایم ما از طریق بازنمایی همین آرمان‌هاست که آن‌ها را تأیید می‌کنیم و با دیگران از خود سخن می‌گوییم. این فکر که ما هویت را از طریق بازنمایی می‌شناسیم و در هویت‌های یکدیگر شریک

می شویم نکته ای آشناست که در نگره عمل گرا_ تعامل گرای ابروینگ گافمن بیان شده است. وی در کتابش، معرفی خود در زندگی روزمره، (۱) نظریه ای درام شناسانه دربارهٔ تعامل اجتماعی را مطرح می سازد. وی می گوید که ما خودآگاهانه و بازتابانه، نقشی فعال در زندگی اجتماعی به عهده می گیریم و می دانیم که زبان و کنش های ما به طور نمادین حاکی از چستی ما هستند و می توانیم آگاهانه خود را چنان بنماییم که این دانش، انتقال یابد. البته این موضوع، مرتبط با افکار تعامل گرای بنیادی تر درباره جامعه پذیری و آموزش اجتماعی است که می گویند ما از طریق نقش پذیری خودآگاه می توانیم جایگاه دقیق خود را در نظم اجتماعی و فرهنگی بشناسیم. (۲) دیدگاه درام شناسانه گافمن هم چون افکار ریکور نشان می دهد که این بازنمایی خودآگاهانه چیزی است که کم و بیش مداوم درگیر آن می شویم و یکی از عناصر اساسی زندگی اجتماعی و جنبه انسانی ماست. در این جا می خواهم این نظر را مطرح کنم که ما در مصاحبه های مذکور، می توانیم خود روایات را بیابیم. (۳)

Erving Goffman (۱۹۵۹) *The Presentation of Self in Everyday Life*, Garden City, New York; Doubleday

۲- در این مورد اولین نگره پرداز، جرج هربرت مید است: George Herbert Mead (۱۹۳۴) *Mind Self and Society*, Chicago: University of Chicago Press, pp, ۱۳۸-۴۰.

۳- در این جا باید بگویم ادبیاتی وجود دارد که مفهوم روایت را به نقد می کشد، به ویژه مقالات متفکرانه گیلن استراوسن (۲۰۰۴) در ضمیمه ادبی تایمز (TLS). در حالی که نمی خواهم از موضوعات مهمی که استراوسن مطرح کرده بپرهیزم، استدلال می کنم که کاربرد مفهومی که در این جا پیشنهاد می دهم، مشروط و در چهارچوب رده بندی روان شناختی او معتبر است. این همان چیزی است که وی آن را در حکم روایت می پذیرد، ولی اظهار می دارد که سطحی است. این دیدگاه که مردم هنگام مصاحبه خود را به نحو خاصی معرفی می کنند، از نوعی پیوستگی و روایت برخوردار است که مستقیماً در استدلال های استراوسن نیامده است. هم چنین ارتباط مستقیمی هم با این استدلال ها پیدا نمی کند.

ارتباطِ چنین موردی با تفکرِ عملِ گرا _ تعاملِ گرا این است که مردم، کم و بیش خودآگاهانه از فرصت پیش آمده برای مصاحبه استفاده می کنند تا روایات مورد بحث را به طور کامل یا تا حدی با دیگران مطرح کنند. در این زمینه آن چه عایدمان می شود، دست‌مایه ای است که می توان از آن به نحو مؤثری در زمینه پژوهشی استفاده کرد. از سوی دیگر انتظار داریم که آن ها تا حدی، طرح دوره اخیر مدرنیته درباره خود را بازتاب دهند و به کوشش برای ساختن چنین خودی بپردازند. پس آن ها شواهد مربوط به چالش ها و تضادهای مصاحبه شوندگان با خود و هم‌چنین نمونه هایی از راهبردها برای تحقق معنای منسجمی از خود که در پاسخ های شان ابراز شده است را بازمی تابانند. هم‌چنین، از این نظر، هنجاربخش هستند که آرمان ها و آرزوهای گویندگان خود را بیان می کنند که باز هم مرتبط با افکار ریکور و گیدنز است. قابل قبول دانستن این روایات نیز به ما کمک می کند. این موضوع از افکار تعامل گرایی سرچشمه می گیرد که سازه های خود را دارای منطقی می داند که آن ها را با زمینه های خاص و افراد خاصی متناسب می سازد، آن هایی که سازه های مذکور باید برای شان معنا دار باشند. به همین صورت است که تأویل های ما از آن ها بیش از همه، افکار سازه گرا درباره بازتابندگی را نشان می دهد. این نکته را می توان از طریق بحث پیشین توصیفاتی درباره رسانه ها روشن ساخت. تا جایی که منابع رسانه ای در روایات خود جای می گیرند، لزوماً مجموعه ای خاص از افکار معین فرهنگی درباره ماهیت و جایگاه آن منابع را منعکس می سازند. می توان گفت که آن چه خانم همسایه در

محوطه پیست اسکی انجام داد، توضیحی دربارهٔ رسانه‌ها بود، با این نیت که معنا دار و برای یک استاد دانشگاه که کارش پژوهش رسانه‌هاست، پذیرفتنی باشد. احتمالاً با توجه به انتقادهای عمومی فرهنگ از تماشای تلویزیون، آن خانم همین توضیح را برای بسیاری دیگر از افراد در رده‌های مختلف خواهد داد. هدف از مصاحبه‌های مذکور گردآوری این روایات نیست. مصاحبه، گفتمان میان پژوهشگران و همکاری بین مصاحبه‌کنندگان، پژوهشگران و مصاحبه‌شوندگان را گردآوری می‌کند. دستورکار مصاحبه‌ها، گفت و گو دربارهٔ رسانه‌ها، خانه، خانواده، مذهب، معنویت و ارزش‌ها است. چنان که خواهیم دید نتیجه، عناصری از روایات عظیم تر و جامع تر خود است که پژوهشگران از طریق آن‌ها خود را نزد خویش و دیگران بیان می‌کنند.

می‌خواهم استدلال کنم که مفهوم روایت قابل قبول خود، بیشتر یافتاری (۱) و نه استنادی است. این مفهوم به ما امکان می‌دهد تا بفهمیم چگونه تمام عناصر تجربه زندگی به سوی این روایات کشانده می‌شوند، چگونه با هم ارتباط می‌یابند، بر سر چه چیز کشمکش و تلاش صورت می‌گیرد، چه چیز در این روایات و چه چیز خارج از آن‌ها قرار می‌گیرد. پس نکته، خود روایت و نتیجه‌اش نیست. نکته چیزی است که وارد روایت می‌شود. من همگام با گرایش‌های بازتابنده و پسامدرن در قوم‌نگاری و مطالعات فرهنگی، می‌خواهم بگویم که این روایات را در

حکم نوع خاصی از توضیح برای خویش در مقام پژوهشگر و تأویل گر می پندارم.

چنان که گفتم این روایات، برای مردم نوعی بازنمایی توصیفی از خود و روال زندگی شان است. هم‌چنین به نوعی سرگذشت هم هستند که در زمان و مکان خاصی می گذرند و نیز توضیحاتی دربارهٔ انتظار از آینده محسوب می شوند. از دیدگاه ریکوری قرار گرفتن در زمان و مکان، مجموعه‌ای از عوامل اجتماعی و مادی را به روایت می آورد که از نظر اجتماعی و فرهنگی اهمیت دارند. عوامل مذکور می‌خواهند انسجام را نشان دهند و گاهی عناصر متمایز و حتی متضاد را به صورت چیزی ترکیب کنند که مخاطب دوست دارد آن را در قالب یک کلیت به هم پیوسته ببیند. چنان که ریکوری ادعا می‌کند این‌ها لزوماً آرزوها را درمی‌نوردند و به سوی آرمان‌های هنجاربخش می‌روند. آن‌ها در حکم نوعی بازنمایی اجتماعی، از افکار پیرامون هنجارها و ارزش‌ها سرچشمه می‌گیرند و به چیزی می‌پردازند که از جنبه اجتماعی مطلوب است و [توجه دارند به] این که [آن مطلوب اجتماعی] در چه زمینه‌ای قرار دارد.

در نهایت آن‌ها فرصتی برای نوع خاصی از بازنمایی فراهم می‌آورند، همان‌که در جایی مطمئن بین امر شخصی و امر اجتماعی قرار دارد. این بازنمایی‌ها همان مواردی هستند که مخاطبان برمی‌گزینند تا در جایی که نوعی مرجع هنجاربخش (به صورت پژوهش‌گر دانشگاهی) آماده شنیدن است، بگویند. پس آن‌چه ما در رونوشت‌های خود می‌بینیم همان است که مخاطبان مایلند از آن سخن بگویند. این که

[آن‌ها] چه تناقض‌هایی را برمی‌گزینند، [و آیا این تناقض‌ها را] بر آن زمینه [از روایت] مورد بی‌توجهی قرار می‌دهند و یا برطرف می‌سازند، اهمیت دارد. این اطلاعات ارزشمند هستند. از نظر ما _ در مقام بررسی‌کننده، تأویل‌گر یا پژوهشگر _ این روایات باید نسبت به امور مختلف، بینش‌هایی به ما بدهند؛

نخست چنان‌که در فصل آخر بحث کردیم، یکی از مهم‌ترین روش‌هایی که افراد برای ایجاد هویت‌های مذهبی و معنوی به کار می‌گیرند، ساختن نمادها و منابع است. پس می‌توان انتظار داشت که این روایات مشتمل بر شواهدی از فهرست نمادین باشند که از دیدگاه افراد و گروه‌ها در جمع مخاطبان رسانه‌ای ملاحظه می‌شود. هم‌چنین، آن‌ها می‌توانند به ما کمک‌کنند تا بفهمیم [چگونه] نمادها و منابع رسانه‌ای در محیط نمادین کلی قرار می‌گیرند، محیطی که معانی در آن‌ها پدید می‌آیند.

دوم، این روایات باید نمونه‌هایی از روش‌هایی را در برگیرند که افراد به وسیله آن‌ها با نمادها و منابع مواجه می‌شوند، این‌که چه تصویری از آن‌ها دارند، چگونه آن‌ها را به کار می‌گیرند و چگونه از طریق آن‌ها دنیای معانی را می‌سازند. هم‌چنین می‌توانند به ما بگویند که چگونه این منابع، تبیین و درک می‌شوند و به وسیله افرادی خاص در مکان‌هایی خاص استفاده می‌شوند.

سوم، آن‌ها باید شواهدی از عملکرد یا رفتار عملی ارائه دهند، ولی در عین حال باید انتظار داشته باشیم که کوشش‌هایی را برای یکپارچه ساختن این عملکردها و قراردادنشان بر زمینه گسترده‌تر روابط

اجتماعی و فرهنگی بروز دهند. چنان که پیش‌تر اشاره کردم، درک رفتار واقعی یا ترسیم فاصله بین باور و برخورد یا خودبیان‌گری اهمیت کمتری دارد. [به همین ترتیب نیز] درک این موضوع که چرا نظرات درباره برخورد، در زمان‌ها و زمینه‌های خاصی روشن‌تر هستند، [از اهمیت کمتری برخوردار است].

چهارم، این روایات باید بدون جنجال تضاد مخاطبان بین باور و برخورد و نظرات گوناگون درباره زمان، باورها و ارزش آن‌ها را ارزیابی کنند.

پنجم، آن‌ها باید ظرفیت نمادها، گفتمان‌ها و دیگر منابع را در روند معنا‌سازی ارزیابی کنند.

این روایات در حکم وسیله‌ای یافتاری (اکتشافی) باید به طریقی موقعیت‌ساختاری و هدف خود را تداوم بخشند. آن‌ها می‌توانند در مجموعه مباحث پیچیده و بالقوه متضادی که معمولاً در چنین مصاحبه‌هایی شکل می‌گیرند، نقطه تماسی ایجاد کنند و پرسند:

مخاطب در چهارچوب مصاحبه‌های ما دوست دارد چه چیز بگوید و گفته‌اش چه معنایی دارد؟

پس [این روایات] باید امکان تأویل روابط پیچیده و متضاد، دست‌کم از دو نوع خاص را فراهم آورند: اول، [روابط متضاد] بین آن‌چه هابرماس جهان زیست یا نظام زیست (سیستم زیست) می‌داند و آن‌چه ریموند ویلیامز، ساختار احساس می‌نامد، [یعنی] قلمروی مادی، حسی، احساساتی و عاطفی؛ بین این دو، روابط پیچیده، ظریف و متضادی وجود دارد. فرهنگ رسانه‌ها چه نقشی در این تضادها و انسجام‌های

بالتوجه، به [آن] صورتی که در روایات مخاطبان بیان می شود، ایفا می کند؟ [نوع دوم از این روابط خاص]، روابط [پیچیده و متضاد] است که برای پژوهش کلی ما بسیار مهم ترند، آن هایی که امر مقدس، جذابیت، آیین های روزانه و استثنایی، امور غیرمنطقی، خودانگیخته و حتی بازیگوشانه را فرا می گیرند و بار دیگر این پرسش مطرح می شود که فرهنگ رسانه ها چگونه با این موضوعات پیوند می خورد؟

چه انتظاری می توانیم داشته باشیم؟

چه انتظاری می توانیم داشته باشیم؟

فصل پیش را با بررسی این پرسش به پایان بردیم که ما چه انتظاری از روش ارائه کاربردهای خاص مذهبی و معنوی در رسانه ها می توانیم داشته باشیم. در حالی که به روایات محتمل خود بر زمینه گسترده تر کاربرد و رفتار رسانه ها می اندیشیم، باید قدری به عقب برگردیم و برخی از عناصر تجربه رسانه ها را به شکل کلی ببینیم. عناصری که در زندگی هایی وجود دارند که هنگام مصاحبه مطرح می شوند. به طور کلی شاید بخواهیم چیزهایی را بدیهی فرض کنیم، ولی نباید چنین پیش فرض هایی داشته باشیم: [برای نمونه:] چیزهای فراوانی درباره چگونگی ارتباط مردم با رسانه ها و به کارگیری آن ها بر زمینه زندگی روزمره خواهیم آموخت. پیش تر دیده ایم که می توانیم به دلایل اساسی، رسانه ها را جزئی از زندگی بشماریم. در حالی که شاید مردم بخواهند توضیحات درباره رسانه ها را به صورتی مطرح کنند که گویی بین رسانه ها و ارزش های زندگی آن ها فاصله وجود دارد، [ولی باز] به نظر

می آید که نمی توانند بدون رسانه ها زندگی کنند. پس رسانه ها به اصطلاح گانتلت و هیل، خود را جا انداخته اند.

شاید بخواهیم رسانه ها را به گونه ای در نظر بگیریم که انگار از زندگی روزمره جدا هستند، ولی به دلایلی، پیش گرفتن چنین مسیری ما را به مقصد نمی رساند. فرض دیگری که می توانیم مطرح کنیم، ولی باید از داوری درباره آن بپرهیزیم، مسئله ماهیت پیوسته یا ناپیوسته زندگی روزمره در ارتباط با رسانه ها است. برخی ادعا کرده اند که جریانی وجود دارد که در آن تجربه رسانه ها و برخوردهای رسانه ای، به عرصه های بزرگ تر یا کوچک تری می رسند و همراه با نتایج مثبت یا منفی هستند؛^(۱) زیرا از نظر آنان تصور مصاحبه هایی از جمله آن چه ما انجام می دهیم به عنوان شواهد رفتار یا عملکرد، به خودی خود مسئله ساز است و نتایج چندانی درباره چگونگی ارتباط رسانه ها با جریان زندگی روزمره نخواهیم گرفت. به هر حال می توانیم استنتاج های پیرامون چگونگی افکار مخاطبان در قبال این پرسش ها و در نتیجه ظرفیت رسانه ها برای ایجاد ارتباط آشکار یا مبهم با زندگی روزمره را مطرح کنیم. پرسش دیگر و البته مهم تر، با موضوعی که در فصل های دو و سه مورد بحث قرار دادیم ارتباط دارد: این که تا چه حد باید نسبت به بازتابندگی و خودآگاهی در زندگی معاصر، خوش بین یا بدبین باشیم و فرهنگ رسانه ها تا چه اندازه در ایجاد این وضعیت نقش دارد.

Robert William Kubey and Mihaly Csikszentmihalyi (۱۹۹۰) Television and the Quality – ۱ of Life: How Viewing Shapes Everyday Experiences, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates

چنان که اشاره کردیم پژوهشگرانی هم چون کنت گرگن نظر دادند که نفوذ فرهنگی و مفهومی زندگی معاصر، (که رسانه ها در محور آن قرار دارند) چنان آگاهی معاصر را مقهور کرده است که دیگر خود جای کمی برای مانور دارد. گرگن موقعیت را چنین شرح می دهد:

ما اکنون با تصاویر و کنش های دیگران، به نحو فزاینده ای بمباران می شویم. عرصه مشارکت اجتماعی ما به نحو تصاعدی رو به گسترش است. در موقعیتی که ما دیدگاه ها، ارزش ها و بینش های دیگران را جذب و خارج از پی رنگ های متعددی که ما را دربر گرفته اند زندگی می کنیم، وارد قلمروی آگاهی پسامدرن می شویم. در چنین دنیایی، دیگر اطمینانی به خود نداریم. در دنیایی که تردید بر هر فرضی درباره هویت محدود به صفات خاص، سایه می افکند. نتیجه چیست؟ چگونه می خواهیم به وضعیت موجود واکنش نشان دهیم؟^(۱)

چنان که دیدیم، دیگر پژوهشگران مسیر پیش گامانه و تأثیرگذار آنتونی گیدنز را دنبال می کنند. به گفته گیدنز، می توانیم گمان بریم که این وضعیت منجر به ایجاد حسی از استقلال فرهنگی در شکل گیری روند خود شود، درست همان طور که می تواند منجر به از دست رفتن معیارهای معمول اجتماعی یا اخلاقی شود. شاید تفاوت در تصور فرد نسبت به هویت و خود نهفته باشد. برای نمونه گیدنز می گوید که خود و هویت، بیش از آن که ثابت باشند، متغیرند و در دستان بازیگران منفرد

۱ - Kenneth Gergen (۱۹۹۱) *The Saturated Self: Dilemmas of Identity in Contemporary* - Life, New York: Basic Books, p. ۱۶

اجتماعی، در همین روند کم و بیش دایمی ساختن و بازسازی قرار می گیرند.

هویت فردی، تنها یک فرض و نتیجه تداوم نظام کنشی فرد نیست، بلکه امری است که در فعالیت های بازتابنده فرد، ساخته و حفظ می شود. هویت فردی، مسیری متمایز یا حتی مجموعه ای از مسیرهای تحت اختیار فرد نیست. این همان خود است که به نحوی بازتابنده، توسط فرد در زندگی نامه اش درک می شود. (۱) پس از نظر گیدنز در کانون آفرینش و حفظ خود و هویت، چیزی بسیار شبیه روایات موجه درباره خود وجود دارد. این پرسش که آیا در این روندها استقلال بازتابنده خود یا چیزی منفی و تضعیف کننده را می بینیم، موضوعی است که امیدواریم بتوانیم در پژوهش های خویش به آن پردازیم. به هر حال، این بخشی از فعالیت های متناسب فرهنگی در محیطی خاص است که تلاش می کنیم از طریق مصاحبه های مان آن را ارزیابی کنیم.

مصاحبه ها و روایات

مصاحبه ها و روایات

برای این که بررسی کنیم چگونه مصاحبه ها می توانند با مفهوم روایات موجه درباره خود مرتبط شوند یا آن ها را آشکار سازند، خوب است نگاهی به یک مصاحبه جالب و پیچیده بیندازیم. این مصاحبه در

۱ – Anthony Giddens (۱۹۹۱) *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late* (Modern Age, Stanford University Press, pp. ۵۲–۳) (emphasis in original)

صریح ترین سطح خود، پرسش های ساده ای را در بر می گیرد. ما از مردم می پرسیم که چگونه از رسانه ها استفاده می کنند، نظرشان درباره رسانه ها چیست، درباره زندگی مذهبی و معنوی خود چه می اندیشند و چگونه رسانه ها می توانند با زندگی آن ها در حکم افراد، والدین، اعضای گروه ها و اشخاص مذهبی و معنوی مرتبط شوند و آیا اصولاً مرتبط هستند. آن چه باقی می ماند، تلاش برای توضیح پاسخ های آن هاست. این کار عملاً پیچیده می شود؛ زیرا چنان که خواهیم دید، پاسخ های آن ها چندان نظام یافته و صریح نیست. یکی از ضرورت ها، استفاده از عملکرد یافتاری است. از این طریق می توانیم بفهمیم توضیحات آن ها در واقع چیست.

گلن دانگل ۴۷ ساله و پیمانکاری خود _ اشتغال است. او با همسرش لیز، ۵۰ ساله و دو پسرشان رابی ۱۶ ساله و کوین ۱۲ ساله در حومه یکی از شهرهای بزرگ مرکزی آمریکا زندگی می کند. (۱) گلن در خانواده ای کاتولیک بزرگ شده ولی اکنون پروتستان اونجلیکال و یکی از اعضای فعال انجمن اونجلیکال پرامیس کیپرز (۲) (متعهدان) است. گرویدن وی به مذهب، با رهایی او از نوشخواری (الکلسم) ارتباط دارد که آن را نتیجه یافتن ایمانی مذهبی و نیرومند می داند. او یکی از خوانندگان پروپا قرص ادبیات مسیحی است، از جمله مطالب سازمان تمرکز بر (حمایت از) خانواده و مجموعه رمان های عامه پسند و محبوب

۱- هم چون دیگر مصاحبه هایی که در این کتاب آمده است، اسامی اشخاص واقعی نیست. این گفت و گو توسط مونیکا امریش ترتیب داده شده است.

۲- Promise Keepers

برجامانده که در فصل سه آن‌ها را مورد بحث قرار دادیم. در یکی از بخش‌های مصاحبه، وی اشاره می‌کند که پدران باید رهبر معنوی خانواده‌های خود باشند.

مصاحبه‌گر:

بسیار خب، این که خود را رهبر معنوی خانواده می‌دانید، به دلیل جنسیت تان است یا چون نسبت به دیگر اعضای خانواده دانش بیشتری دربارهٔ مسیحیت دارید، یا اصولاً به خاطر اهمیتی که این نقش برای شما دارد، چنین وظیفه‌ای به عهده گرفته اید؟

گلن:

این موضوع هیچ ربطی به مرد بودن نداره. در واقع موضوع بیشتر به تعالیم انجیل مربوط میشه، ما پدران به عنوان رییس و رهبر معنوی خانواده خونده شدیم. شاید برای بعضی‌ها مفهومش برتری مرد باشه، ولی از نظر خود من بین مرد و زن بودن تفاوت زیادی وجود داره و من به هیچ وجه مرد برترنگر(۱) نیستم، ولی به شدت معتقدم که مرد خانواده وظیفه رهبری معنوی خانواده رو بر عهده داره و من بنا بر تعالیم انجیل مسئول فرزندان، همسر و خونوادم هستم؛ چون انجیل به من میگه که چنین کنم. این کار از سر خودبینی و به این معنی نیست که چون مرد هستم، شما باید بر اساس قواعد من زندگی کنید. من و همسرم در همه چیز شریکیم. همه چیز در خانواده ما متوازن شده و هرکس می‌دونه چی کار باید بکنه، ولی وقتی موضوع رهبری معنوی خانواده مطرحه، ما باید این نقش رو بر عهده بگیریم. البته فکر می‌کنم متأسفانه در جامعه امروز و در بیشتر خانواده‌ها زنان رهبران مذهبی هستن. اونا همهٔ فرایض مربوط به دعا و بردن اعضای خانواده به کلیسا رو انجام میدن، در صورتی که قرار نیست این طوری باشه.

مصاحبه گر:

چه چیز باعث بروز چنین وضعیتی شده است؟

گلن:

فکر می‌کنم این روزا مردا، انگیزه‌های دیگه‌ای دارن، دست کم به نظر من این طوره. مردای زیادی رو می‌شناسم که انگیزه اصلی شون موفقیت و پوله. انگیزه‌های برخی دیگه، فقط خودمحموری و خودخواهییه. به گمونم متأسفانه اغلب مردها از یاد بردن که واقعا کی هستن. علت حرفم اینه که فکر می‌کنم خیلی از مردها ارتباطشون رو با (به قول معروف) وجه زنانه خودشون و توازن بین مردونگی و زنونگی از دست دادن. البته نمی‌خوام خیلی برین و یانگک (۱) تأکید کنم، ولی معتقدم در همه ما وجهی عاطفی وجود داره، چیزی که بسیاری از مردا این روزا حسش نمی‌کنن و با اون سروکاری ندارن. حُب، معنویت با همین وجه عاطفی ارتباط داره. اگر ارتباط ژرفی با روح و عاطفه نداشته باشین، دست کم از نظر من حقیقتاً به عنوان مرد، شخص متعادلی نخواهید بود. به شدت اعتقاد دارم که اغلب مردا به چنین حالتی نمی‌رسن؛ چون حساس تر از اونن که بتونن نزدیکش بشن. مثلاً من به عیسی مسیح (ع)، به عنوان سرور و ناجی خود اعتقاد دارم و او رو مردی حقیقی می‌دونم و الگو در نظر می‌گیرم. می‌دونیم که مسیح (ع) بسیار با احساس، عاطفی، هوشمند و قوی بود. منظورم فقط از جنبه جسمانی نیست، بلکه او از نظر روحی نیز بسیار قوی بود و این موضوع رو هنگامی می‌تونیم بهتر بفهمیم که از او خواستند تا خود و رسالتش و چیزهای دیگه رو انکار کنه. پس فکر می‌کنم او به خوبی نشون میده که باید توازنی در وجود انسان پدید بیاد و حفظ بشه.

مصاحبه گر:

آیا با دوستانتان گروهی مسیحی را تشکیل داده اید؟

۱- Yin and Yang. در فلسفه چینی به ترتیب، اصل مؤنث و مذکر جهان؟

گلن:

من سعی دارم که هیئت مردونه در کلیسا مون تشکیل بدم؛ ولی تا حالا هیئت مسیحی مردونه نداشته‌یم.

مصاحبه گر:

منظورتان از هیئت...؟

گلن:

منظورم جایه که مردا با مردا ملاقات می‌کنن و برای اون چه می‌خوان در زندگیشون انجام بدن، افراد قابل اتکایی به عنوان حامی پیدا می‌کنن. جایی که مردا بتونن بزن، بنشینن، هفته ای یکبار با هم ملاقات کنن، قهوه ای بنوشن و درباره موضوعات مختلف صحبت کنن، همون کارایی که مردم باید انجام بدن. من در کالیفرنیا چنین هیئتی رو تشکیل داده بودم، گروهی از افراد قابل اتکا که به طور معمول اون‌ها رو می‌دیدم و با هم به امور مربوط به هیئت مردونه خودمون و دیگر موضوعات می‌پرداختیم. من حالا یکی از اعضای گروه متعهدان هستم.

گفت و گو از اعتقادات و معنویت گلن به سرعت به نظرات او درباره چگونگی شکل‌گیری معنویت مردانه اش در دوران کودکی می‌انجامد. وی ضرورتی خاص در این زمینه احساس می‌کند.

گلن:

... بزرگ‌ترین مسئله ای که این روزا در آموزش پسران جامعه مون می‌بینم، اینه که ما برخلاف جوامع و خانواده های بومی، سنتی در این زمینه نداریم. جوامع بومی برای پسران مراسم خاصی دارن، از جمله مراسم تکلیف پسران یهودی. اون‌ها می‌گن که پسر، اگه از این مرحله بگذری و چنین کنی، مرد میشی. فکر می‌کنم یکی از مسائل ما آمریکایی‌ها اینه که چیزی شبیه مناسب گذر که به پسران آموزش بده، نداریم.... اغلب پسران نمی‌دونند که مرد شدن،

مگه این که پدرشون بگه «من واقعاً به تو افتخار می کنم پسر، حالا- تو یک مرد هستی» خیلی از این پسرا حتی وقتی که پدرشون می میره، هنوز چنین اطمینانی ندارند یا به جست و جوی اون می پردازن و این پرسش هنوز براشون مطرحه: «پدر آیا من مرد هستم؟ تو هیچ وقت به من نگفتی که مرد شده ام»

یکی از چالش های این پژوهش، برانگیختن مردم به صحبت درباره رسانه ها در پیوند با مذهب و ارزش ها است. دیدگاه بنیادین گلن درباره رسانه ها، انتقادی است. در جایی می گوید که رسانه ها کاملاً سکولار هستند و طبعاً فقط به ستایش خدای پول می پردازند. وی احساس می کند که آن ها «نقش مهمی در چگونگی نگرش پسرها به جایگاه شان در اجتماع دارند.» او می گوید:

فکر می کنم سیاست و دیدگاه رسانه ها به شدت تحریف شده. اون ها دستور کار خاصی برای القا کردن دارن و عملکردشون هم در همین جهته. به همین دلیل معتقدم که اون ها ارتباطی با واقعیت ندارند.

گلن در یکی از مصاحبه های پیشین چیزهایی درباره یک برنامه خاص تلویزیونی گفته است و مصاحبه گر نیز کار را با تکیه بر همین موضوع ادامه می دهد، به ویژه این واقعیت که وی سریال نظر کرده فرشته را برنامه خوبی _ البته نه از جنبه معنویت حقیقی _ می داند. مصاحبه گر می پرسد که منظور وی چیست؟

گلن:

من فکر می کنم سریال نظر کرده فرشته، به شما این احساس رو میده که وجودی بزرگ تر و متعالی تر بر هستی حاکمه و برای گرفتن تصمیمات اخلاقی و خوب، روش هایی وجود دارن؛ ولی معنویت، محدود به این نمیشه. معنویت نوعی چندگانگی ه. گمون می کنم این مجموعه به چنین ژرفایی نمی رسه؛ در

واقع‌نگاهی کلی داره و چیزهایی به بیننده میده. نظر کرده فرشته افرادی رو به شما نشون میده که با دیدن اونا بگید: «شاید من هم بتونم تصمیمی معنوی بگیرم و به چنین آرامشی برسم.»... در واقع این برنامه، درباره شخصیت‌های مثبت و ماجراهای اون، در موقعیت‌های خاصی می‌گذره. از نظر من معنویت بسیار ژرف است، از درون برمی‌خیزه و چیزیه که شما نمی‌تونید از طریق یک برنامه تلویزیونی یا کتاب به اون برسید. از نظر من، این نوعی رابطه با خداونده. رابطه‌ای شخصی با او. وقتی کتاب‌هایی در این زمینه می‌خونم، احساس خوبی پیدا می‌کنم ولی معنویت حقیقی رابطه‌ایه که بین شما و خداوند برقرار میشه، رابطه‌ای که عمیقاً به وجود شما، به ژرف‌ترین بخش‌های وجودتون نفوذ می‌کنه. در حالی که کتاب، فقط اطلاعات میده و میگه می‌تونن این زندگی رو به شکل خاصی ببینن. این نوعی معنویت و نکاتی معنوی براتون مطرح میشه که می‌تونن به ذهنتون بسپاری.

از نظر گلن اشاره روشن این است که ایمان و معنویت، تا اندازه زیادی با تصمیم ارتباط دارند (اشارتی به ایمان اَوَنجلیکال خودش)، هم‌چنین از نوعی ژرفا برخوردارند که در تقابل با رسانه‌های سطحی است. پس از نظر گلن، برنامه‌ای مانند سریال نظر کرده فرشته را یا باید بر اساس اهمیت و دلالت معنوی _ یا مذهبی اش _ ارزیابی کرد یا از جنبه نمادها و ارزش‌هایی که در بردارد. هم‌چنین باید به چگونگی به‌کارگیری این عناصر برای متقاعد ساختن مردم نسبت به نیاز شخصی و شدیدی که به رستگاری دارند، پرداخت. شاید چون گلن به نوعی مسیر مذهبی خود را تغییر داده است و تحولی بزرگ در شناخت مذهبی اش (از کاتولیک به پروتستان اَوَنجلیکال) ایجاد کرده است، علاقه‌ای به تنوع مذهبی دارد. خود وی می‌گوید که درباره مذاهب گوناگون اطلاعات

کسب کرده است، دست کم تا زمانی که به جست و جوی مذهبی خود مشغول بود. وی در پاسخ به این پرسش که آیا هرگز به بررسی سنت های مذهبی غیر مسیحی هم پرداخته است، پاسخ می دهد:

بله من به بررسی مذهب تائو (آیین فلسفی چین باستان)، بودیسم و قرآن هم پرداختم. مطالب فراوانی درباره مذاهب مختلف و چگونگی عملکرد اون ها خوندم و علاقه مند بودم که بدونم چرا باپتیست ها، باپتیست هستن، چرا اونجلیکال ها چنین مرامی دارن، چرا لوتری ها، لوتری هستن و دوست داشتم مشابه همین موارد رو درباره مورمون ها (یکی از فرقه های مذهبی آمریکا) بدونم. همه این اطلاعات برام بسیار جالب بود. می خواستم بدونم که اون ها چی میگن؟ جست و جوشون برای چیه؟ چرا چنین نگاهی دارن؟

مصاحبه گر:

پس چرا از بررسی عقاید غیر سنتی دست برداشتید؟

گلن:

به این علت از بررسی عقاید غیر سنتی صرف نظر کردم که در هر یک از اون ها، گوناگونی فراوانی دیده میشه و این برام مطلوب نبود، پس به این نتیجه رسیدم که همه ما در حال جست و جو هستیم. همه ما خلاء هایی معنوی داریم که بایست پر بشن. موضوع اینه که بالاخره چه زمانی تصمیم می گیرید که متصل بشید، اما وقتی خودم دریافتم که زمونش رسیده تا رابطه ای با عیسی مسیح (ع) داشته باشم، شروع به تعمیق رابطه معنوی خود با اون کردم. چنان که امروز هم می بینم، این یکی از روش های محتمله. من تمام مسلک ها رو جست و جو کردم، ولی هیچ کدوم منو قانع نکرد.... می دونید من بسیار تحلیل گرم. یکی از مسائل نگرستن به امور، از این دیدگاه. احساس می کردم که لازمه به این پرسش پاسخ بدم: «وجه مشترک تمام این سنت ها چیست؟» خب هر کسی در پی خداونده. بسیار خب، ولی آیا بودا خداست؟ نه!

چون بودا از دنیا رفته. بودا هرگز دوباره زنده نشد. تنها شخصی که بنابر دلایل و مستندات واقعاً دوباره زنده و دچار رستاخیز شد، عیسی مسیح بود. حضرت مسیح بیش از ششصد پیشگویی کرده که همه به حقیقت پیوستن. اسم اون پیشگوی هلندی چیه؟... نوستر آداموس، بله. اگر از هر ده یا صد پیش بینی اش حتی یکی درست از کار درمی اومد، آدم خوشبخت و موفق می بود. در انجیل مطالب فراوان و مختلفی وجود داره، اگر به پیش بینی ها توجه کنید، می بینید که چهارصد سال پیش از وقوع رویدادی از اون خبر داده شده و عملاً اتفاق افتاده. در واقع، مسیح چنین پیش بینی کرده. پس به شما میگم وقتی انجیل رو باز می کنم چیزهایی می بینم که از جنبه تاریخی صحیح هستن.

شاید از این قسمت کاملاً مشخص نشود که بخش فراوانی از بررسی های گلن از طریق منابع واسطه صورت گرفته است. وی دائماً از کتاب هایی می گوید که همراه با لیز خوانده است، درباره مطالب آن ها با یکدیگر و دوستانشان صحبت کرده اند و به فرزندانشان داده اند تا بخوانند. آشنایی او با پیشگویی، یکی از دلایلی است که باعث علاقه اش به مجموعه کتاب های برجامانده شده است، مجموعه ای که وی آن را فوق العاده می نامد. در همان حال برای گلن مهم است که مطالب را بررسی کند، پرسد و به قول خودش تحلیل گر باشد. هم چنین برای اش اهمیت دارد که فرزندانش بتوانند آزادانه انتخاب کنند. وی بین رسانه ها، به ویژه کتاب ها و آن چه عملکردهای اجباری و نسخه پیچی های برخی از والدین برای فرزندان می نامد، ارتباطی می بیند. مصاحبه گر از گلن می پرسد که درباره منابع مذهبی، معنوی یا ارزش هایی که پسرانش احتمالاً هنگام تماس با رسانه ها می یابند، چه فکر می کند. مصاحبه گر می پرسد:

شما مثلاً از پسرا چیزهایی می پرسید که اطمینان پیدا کنین در زندگی روزمره مشوق های مذهبی مختلف دارن یا چیزایی که تعالیم شما و اون ها رو تقویت می کنن؟ آیا از اون ها می خواهید برنامه های مسیحی رو بشنون و ببینن؟

گلن:

بله، سؤال خوبی؛ چون من به تحمیل انجیل اعتقاد ندارم. منظورم اینه که از اون ها نمی پرسم آیا هر روز انجیل می خونید؟ آیا هر روز دعا می کنید؟ آیا چنین و چنان می کنید؟ چون اون ها می بینن که دارم انجیل می خونم.... گمان می کنم بنیادی که من برای اون ها پی ریختم، بسیار مهمه. این که ببینن من خودم عملاً چنین می کنم، ولی من چیزی رو به اون ها تحمیل نمی کنم؛ چون وقتی در موقعیت خاصی قرار می گیرن، می فهمم که چه درس هایی از زندگی اموختن. بعد می تونم به اون ها بگم آیا این ها رو در کتاب ها هم دیدید؟ آیا چنین چیزی رو در انجیل جست وجو کردید؟ آیا در چنین موقعیتی دعا کردید؟ الان در چه مسیری هستید؟ به نظر میاد که قدری دور افتادید. پس فرضاً به اون ها نمیگم شما باید حتماً این مجموعه برجامانده رو بخونید. هرچند اون ها مجموعه کتاب های فوق العاده ای درباره وجود الهی محسوب میشن. منظورم اینه که اون ها شاید تصمیم بگیرن اون رو بخونن یا نه... ولی این که آیا کتاب ها رو در اتاقشون میذارم یا نه، باید بگم نه.... واقعاً این کار رو نمی کنم؛ چون فهمیدم که اگه خودشون ارزش و ارتباط کتاب ها با مذهب رو تشخیص ندن، بقیه چیزها بی معنیه... شاید باید اون ها رو قدری بیشتر تشویق کنم ولی به شدت اعتقاد دارم که ما باید دونه رو بکاریم و به روح مقدس اجازه بدیم تا اون رو آبیاری کنه. منظورم اینه که بنیان گرایش به حقیقت و خداوند رو در وجود پسرها قرار دادم. اون ها می دونن که فرد مسیحی چگونه باید باشه. اون ها می دونن که باید در دنیا مثل نمک و نور باشن و.... فکر می کنم شیوه کارم همین بوده... بیشتر از اون که بخوام براشون معلم باشم و

بگم که بفرمایید، لازمه این کتاب رو بخونید یا لازمه به برنامه های اون ایستگاه رادیویی گوش بدید، تونستم رابطه ای شخصی با اون ها داشته باشم. دیدم که اون ها از اینترنت موسیقی دانلود می کنن و بهشون گفتم که این موسیقی مناسب نیست. وقتی این چیزها رو می بینم، توجه بچه ها رو به اون ها جلب می کنم. الان پسرم داره کل آثار موسیقی مسیحی رو دانلود می کنه.

این بخش، از نظر مطرح ساختن افکار گلن درباره وظایف پدرانه و آن چه شاید بتوانیم حس هویت پدرانه او بنامیم اهمیت دارد. در کنار یافته هایی که هنگام مطالعات درباره استفاده خانواده ها از رسانه ها ملاحظه کردیم، والدین تمایل دارند که احساس خود را از این جنبه نیز بیان کنند. آن ها به جای این که به طور مستقیم برای فرزندان خود رژیم رسانه ای تدارک ببینند، ترجیح می دهند فکر کنند که نقششان، مجهز کردن فرزندان به مهارت ها و ارزش هایی است که برای تصمیم گیری های شخصی خود نیاز دارند. (۱) نکته جالب آن که، این موضوع درباره فردی مانند گلن هم صدق می کند؛ زیرا شاید انتظار داشته باشیم که او در نگرش به چنین موضوعاتی سخت گیر و عیب جو باشد. در ابتدا به نظر می رسد که گلن تمایلی به ارزیابی مثبت رسانه ها ندارد. وی می پرسد:

این رسانه ها چه چیز قابل توجهی دارن؟ چند کتاب سراغ دارید که ارزش داشته باشن اون ها رو برای خوندن به کودکانتون بدید؟ چند فیلم مسیحی ساخته شدن؟ من هیچ فیلم ساز مسیحی ای نمی شناسم؛ پس مجبورید فیلم های سکولار براشون بیارید و بگید: «ما نشستیم و یک فیلم تماشا کردیم. چه چیز از اون فیلم دستگیرتون شد؟»

Diane F. Alters, "At the Heart of the Culture: The Hartmans and Roelofs," Chapter ۷, -۱
(Hoover et al (۲۰۰۴).

وقتی مصاحبه گر به هیاهویی اشاره می کند که درباره فیلم مصائب مسیح ساخته مل گیسن برپا شده است، گلن که آشکارا هنوز چیزی درباره فیلم نشنیده است (این مصاحبه دو ماه پیش از اکران فیلم انجام شد)، درباره این فیلم بیش از دیگران، فرضیات منفی خود را بروز می دهد و پس از این موضوع، به استدلال درباره نقش رسانه ها در تداوم چیزی می پردازد که به گمان وی، وابستگی اجتماعی و فرهنگ آزار می آورد. موضوعاتی که وی آن ها را مستقیماً با ایمان و معنویت مرتبط می سازد.

گلن:

اَه، لطفاً دوباره صحبت درباره این زباله ها رو شروع نکنید. قدری به من فرصت بدید تا چیز دیگه ای بگم. این روزا دیگه هیچ کس، مسئولیتی در برابر زندگی بقیه قبول نمی کنه. هر کسی می خواد مشکلات زندگی اش رو به گردن بقیه بندازه. این کار خیلی غلطیه. در واقع این رسانه ها هستن که این کار رو انجام دادن! به هر حال باید بر مسائل چیره شد. خیلی از مردم میگن: «خُب بین چه بلایی بر سرم اومد. بیچاره من.» دقت کنید، در این مورد می خوام چیزی بگم. خود من پیش الکی ها بزرگ شدم، به وسیله نظامیانی که مدام جابه جا می شدن. می تونم بنشینم و زانوی غم بغل بگیرم یا این که بگم: «هی، من از تموم این اتفاقات یاد گرفتم که چه رفتاری رو نباید با بچه ها یا همسرم داشته باشم.» همه ما برای تحول فرصت داریم؛ پس فکر می کنم اون چه رسانه ها میگن اینه «آه! تو زخمی شدی، ناراحت شدی. ما وضعیت را برات بهتر می کنیم.» رسانه ها اتفاق های زشتی که در زندگی می افتن رو برجسته جلوه میدن. برای نمونه پلیس در جایی همه چیز رو به هم ریخته، بازجویی ها و تحقیقات به مسیر غلطی رفته و.... تموم این ها، برجسته کردن نکات منفیه بدون اون که به موضوع اصلی پردازن. حداقل از

نظر من نمی‌تونید بگید که جامعه به هم ریخته، چون واقعاً [پلیس] هیچ کاری برای مردم انجام نداده. موضوع، درست برعکسه. مردم هیچ کاری برای خودشون نکردن. اون‌ها تصمیم گرفتن که درجا بزنن، حال اون که می‌تونن بگن: «من می‌خوام خودم رو آزاد کنم، می‌خوام قالب‌ها رو بشکنم.»... بعضی کشیش‌ها به بچه‌ها دست‌درازی می‌کردن، این موضوع بسیار ناراحت‌کننده است، ولی برای زندگی من خداوند برنامه‌دیگه ای تدارک دیده. خدا از من می‌خواد تا این پیام رو بگیرم. من می‌خوام پیام زندگی ام رو به بقیه مردم منتقل کنم: این که اگه خانواده فوق‌العاده ای دارم به دلیل نقش عیسی مسیح در زندگی منه. اون زندگی منو دگرگون کرد و من حالا اون کسی نیستم که بودم. ژانویه که برسه بیست سال میشه که با سلامت و هوشیاری زندگی می‌کنم.

به معنایی گلن می‌خواهد بگوید که انتقاد وی از این نوع رسانه‌ها، ناشی از داوری اش درباره‌ی گرایش‌هایی است که رسانه‌ها در فرهنگ تداوم می‌دهند و او نظر خوشی نسبت به آن‌ها ندارد. البته این فرازها، بیشتر درباره‌ی خود گلن و افکارش اطلاعات می‌دهند تا استفاده‌ی وی از رسانه‌ها. به هر حال، وی با وجود موضعش در برابر رسانه‌ها، از گرایش‌های موجود در آن‌ها آگاه است. برای نمونه از نظر او، برخی از بدترین انگیزه‌ها و تأثیرهایی که در قلمروی رسانه‌ها رشد کرده‌اند، به پخش برنامه‌های مستند برمی‌گردد. وی می‌گوید:

می‌تونید با اون چه رسانه‌ها نشون میدن، نبض جامعه رو در دست بگیرید، به اخبار گوش بدید. اخبار چه قدرش منفی و چه قدرش مثبته؟

به روشنی می‌توان دید که از نظر وی ارتباط بین رسانه‌ها و واقعیت، از هم گسسته است. وی می‌گوید که ارزش‌های اصیل در جامعه از بین

رفته اند. او بار دیگر به این مضمون باز می گردد که رسانه ها به نوعی درگیر تداوم ارزش های آزار فرهنگی هستند:

گمون می کنم جامعه مسئله که ارزش های معنوی رو از طریق رسانه ها به بچه های ما آموزش بده. در این زمینه رسانه ها می تونن ابزارهای خوبی باشن، ولی مورد استفاده قرار نمی گیرن. به مدرسه ها نگاه کنید. ببینید چه اتفاقاتی در مدارس می افته. کتاب ها رو در نظر بگیرید. آیا ما به بچه ها اطلاعات درست میدیم؟ اون ها می خوان همه چیز رو عوض کنن: ... «جرج واشنگتن... نبود. او در زندگی به همسرش خیانت می کرد» یا چیزهای دیگه ای از این قبیل. ما در کتاب ها مون از جرج واشنگتن کارور میگیریم؛ چون اون سیاه پوست بود و این نکته برامون مهمه. ولی همه چیز اون قدر به هم ریخته شده که پیام واقعی، اون چه بنیان ایالات متحده رو شکل میده، از دست رفته. ایالات متحده بر اساس اعتقادات مسیحی بنا شد. پرستش خداوند در این کشور آزاد بوده. مسئله من اینه که خیلی ها سعی دارن دیدگاه هاشون رو درباره اون چه باید باشیم و نباید باشیم، تحمیل کنن. افرادی مانند جانی کوچران، از انجمن ضد افترا میگن، نمی تونید این کار رو انجام بدید، نباید اون کار رو بکنید و غیره.

فلسفه سیاسی گلن به خوبی در این سخنان نمود می یابد. وی بنیان مسیحی ملت آمریکا را با افکاری خاص درباره نژاد و فرهنگ، پیوند می دهد. نکته جالب آن که گویا او تصور می کند مجموعه ای از احساسات طبیعی وجود دارند که باید انتظار داشت بچه های امروزی از آن ها برخوردار باشند، ولی رسانه ها و نخبگان فرهنگی که فعالیت هایشان در رسانه ها منعکس می شود، این ارزش ها را واژگون کرده اند.

مسئله اینه که بچه ها میگن «خب، چه باید بکنیم؟ اگر این کار رو انجام بدیم، ما رو یهودی ستیز می خونن، هر کاری کنیم به ما برچسب می زنن؛ آیا واقعاً چنینه؟....» به هر صورت بچه ها نمی دونن کی هستن و چه باید بکنن.

در فصل سه دربارهٔ مرزی سخن گفتیم که دور کهیم، بین دنیای سکولار _ که رسانه ها آن را بازنمایی می کنند _ و دنیای مقدس _ که قلمروی مذهب و معنویت شمرده می شود _ ترسیم کرده است. گلن حتی اعتقاد ژرف تری به این مرز دارد. وی ضمن اظهار نظر دربارهٔ ظرفیت رسانه ها برای ارائه آن چه نکاتی مهم دربارهٔ حقیقت می نامد، به داستانی از زندگی خود اشاره می کند. سال ها پیش هنگامی که وی به کلیسایی در کالیفرنیا می رفت، یکی دیگر از کلیساها که در صنعت سینما کار می کرد، هدایت گروهی را برعهده گرفت تا دربارهٔ فیلم های روز صحبت کنند. او فیلم ها را برای ما می آورد. یادم نمی آید چه آثاری بودند، ولی یک بار گفت: «این فیلم را ببین.» من آن را تماشا کردم و دیدم که اعمال جنسی و خشونت را نشان می دهد و کلمات زشتی در آن به گوش می رسد. وقتی یکشنبه بعد به آن جا رفتم، او از جمع پرسید: «چه چیز از این فیلم دستگیرتان شد؟» من گفتم: «فیلم بدی بود، وحشتناک بود.» او گفت: «نه، مگر چه برداشتی از آن داشتید؟» پس از این حرف مجبور شدیم به آن فکر کنیم، سپس وی قسمت هایی از فیلم را به ما نشان داد و گفت: «این قسمت را ببینید، چه می گوید؟» حاضران پاسخ دادند فیلم می خواهد بگوید که فلان کار را انجام ندهید، ولی تقریباً همه افراد در فیلم چنین می کنند، انگار نوشیدن الکل و مست کردن اشکالی ندارد. اعمال جنسی غیر مشروع

اشکالی ندارد. ولی دوست ما گفت: «نه، فیلم می خواهد بگوید که این کارها را انجام ندهید، ببینید چه اتفاق وحشتناکی بر سر این شخصیت ها آمد.» پس ما نکته را نگرفته بودیم. من جا خوردم. ما در کلیسای مسیحی بودیم، کشیش برای آن دوستان دعای تبرک می خواند و او از ما می خواست تا فیلمی را دوباره ببینیم که جا و بی جا کلمات زشتی در آن بر زبان شخصیت ها می آمد. فیلم می گفت چنین و چنان نکنید ولی همه این اعمال را نشان می داد. من اول ناراحت شدم؛ سپس به کلاس برگشتم و فکر کردم: «آه، او درست می گوید. پیام خوبی در فیلم وجود دارد ولی این پیام باعث می شود که خود من بخواهم تمام آن را ببینم؟ نه برای من جذاب نیست! شاید دنیای سکولار به تماشای چنین فیلمی علاقه داشته باشد. شاید آن را در حکم فیلمی زیرآستانه ای (نامحسوس) می بینند؟ نمی دانم. آیا این همان چیزی است که می خواهند به شما بیاموزند؟ فکر نمی کنم. اما به هر حال در جایی از فیلم نکته مهمی وجود دارد که شاید یک نفر بخواهد از آن آگاه شود.» مسلماً گلن انتظار داشته که فیلم ها باید از عناصر ناخوشایند جنسیت، خشونت و گفتار زشت، بری باشند. وی آشکارا با سلیقه فرهنگی اوَنجلیکال، به صورتی که هندرشات بیان کرده، موافق است. (۱) این که ضمن گذر از دنیای سکولار به مذهبی، روال اصلی برای فیلم های سکولار و دیگر رسانه ها باید این باشد که به شیوه ای متعارف،

Heather Hendershot (۲۰۰۴) *Shaking the World for Jesus: Media and Conservative* – ۱
 .Evangelical Culture, Chicago: University of Chicago Press

از عناصر غیر اخلاقی و ناراحت کننده بهره‌مند؛ ولی گلن در این تجربه با دیدگاه دیگری مواجه شد، دیدگاهی که فیلم را استعاری تر می‌داند. وی به گفته خود به تدریج دریافت، شاید نکته ای مهم درباره حقیقت در این فیلم ها وجود داشته باشد، نکته ای چنان ژرف که فرهنگ حاکم (فرهنگی که در رسانه ها بازنمایی می‌شود) از آن آگاهی ندارد. به گمان وی، یک نفر پنهانی این نکته را در فیلم قرار داده است. گلن تصویری آخرالزمانی نسبت به دنیا دارد، این موضوع چنان که پیش تر گفتم مرتبط با جریان های حاکم بر فرهنگ عامه و معاصر اونجلیکال است. وی مرز بین امر مقدس و کفر را در تضاد میان فرهنگ های رسانه ای سکولار و دنیای اونجلیکال می‌بیند.

گلن:

وقتی مجله ای رو از توی قفسه برمی‌دارید، می‌بینید که نصف اون مزخرفاته. واقعاً همینه. هیچ چیز آموزنده ای در اون دیده نمیشه؛ ولی وقتی به فروشگاه کتاب های مسیحی میرید آثار آموزنده ای پیدا می‌کنید؛ برای نمونه آثار اُسوالد چمبرز (۱) از نظر من چیزیه که ادبیات ارزشمند خونده میشه. جیمز دابسن هم آثار فوق العاده ای داره، همین طور چاک گلسن (۲) نویسنده های خوب فراوونی در اون جا آثارشون رو عرضه کردن ولی اینا فقط بخش کوچکی رو تشکیل میده. اگر یکی از این کتاب های خوب رو به کسی بدید ممکنه بگه: «آه، من این خزعبلات رو نمی‌خونم.» پس مسئولیت ما در جامعه اینه که هنجارهایی رو تثبیت کنیم. ما به شدت در حاشیه قرار گرفتیم. به نظر من وضعیت اجتماعی، شبیه سودوم و عموره باستان شده. من از این وضعیت انتقاد

Oswald Chambers – ۱

Chuck Colson – ۲

می‌کنم. ولی عمیقاً اعتقاد دارم که خداوند ما رو راهنمایی خواهد کرد. وقتی انجیل رو می‌خونم متوجه میشم که دوره آخرالزمان توصیف شده به ما نزدیکه. فکر نمی‌کنم وضعیت دوره آخرالزمان با موقعیت کنونی ما تفاوت چندانی داشته باشد.... به داستان معبدی که بازسازی میشه توجه کنید، ببینید که حالا چه اتفاقاتی داره در بازار مشترک می‌افته. همه چیز به یورو و دلار ختم میشه. این وضعیت به جایی می‌رسه که در کتاب وحی (۱) درباره‌ی پایان جهان شرح داده شده. جنگ‌ها، جشن‌ها، قحطی‌ها، این‌ها اتفاقاتیه که داره می‌افته و روند فزاینده‌ی ای هم داره.

در جای دیگری از مصاحبه، گلن به نکته خاصی در رسانه‌ها اشاره می‌کند که از نظرش به طور خاصی ژرف و معنا دار است. وی به برنامه تلویزیونی اندی گریفیث اشاره می‌کند. (۲)

گلن شخصیتی را که گریفیث نقشش را بر عهده دارد، واجد آرمان‌های هنجاربخش پدرانگی و حس مسئولیت می‌داند. هم‌چنین شخصیت ران هاوارد را (در دورانی که بازیگری کودک بود) شخصیتی آرمانی، نشان‌دهنده پسرانگی معصومانه و شیرین می‌داند. نکته کنایه آمیز آن که، گلن شخصیت آن پسر را در تضاد با جایگاه حرفه‌ای ران هاوارد بزرگسال در مقام کارگردان فیلم می‌داند؛ زیرا آثار وی را در

۱- Revelation: آخرین کتاب عهد جدید که در آن خداوند آینده بشر را به یکی از حواریون، سن جان، وحی می‌کند (م).

۲- این مجموعه طی سال‌های ۱۹۶۰ تا ۱۹۶۸ از شبکه CBS در ایالات متحده پخش شد و کلانتری در شهری کوچک از جنوب آمریکا را نشان می‌دهد که نقش وی را گریفیث بازی می‌کند. او با پسرش و یک خاله زندگی می‌کند که کارهای خانه را انجام می‌دهد. هرگز مشخص نمی‌شود که آیا کلانتر طلاق گرفته یا زنش را از دست داده است، ولی به هر صورت همسری در زندگی اش وجود ندارد. عدم حضور همسر و نبود رنگین پوستان در برنامه به عنوان نمونه‌هایی از توجه به دوره خاصی از اضطراب اجتماعی ناشی از تحول در روابط نژادی و جنسیتی مطرح می‌شود.

مقام فیلم ساز، کفرآمیز می پندارد. (۱) گلن نیز مانند بسیاری از مصاحبه شوندگان ما، در ابتدا به دشواری می توانست رسانه ها را با ایمان و معنویت مرتبط سازد؛ ولی همان طور که مصاحبه ادامه یافت، مشخص شد که وی این موضوعات را از جهات زیادی با هم مرتبط می داند. دیدگاه کلی او به رسانه ها چنان است که نخست و بیش از همه آن ها را منبع افکار و ارزش های منفی و ضداجتماعی می داند. هم چنین باور دارد که بنا بر تعریف، در مرزی که مقدسات از امور کفرآمیز جدا می شوند، رسانه ها در قلمروی کفر قرار می گیرند. از نظر وی در مرحله بعد، ارتباط بین رسانه ها و ایمان با مجموعه ای از افکار درباره ارزش های اجتماعی معاصر به ویژه نژاد و جنس برقرار می شود. این موضوع با احساسات وی درباره معنای اجتماعی برنامه تلویزیونی اندی گریفیث، نمایان می شود که آن را ارزشمند ولی متعلق به گذشته می داند. به گمان گلن، امور از نوعی نظم طبیعی برخوردارند که در دوره مدرن مختل شده است. از سوی دیگر، رسانه ها عامل و تشدید کننده چنین اختلالی هستند. آن ها به بروز چنین اختلالی کمک می کنند و حتی نماد آن نیز محسوب می شوند.

به هر روی، از نظر گلن برخی از رسانه ها نقشی مکمل و اصیل در تقویت ایمان و معنویت دارند، به ویژه رسانه های مسیحی، از جمله کتب و دیگر منابع کانون خانواده، متعهدان و کتاب های نویسندگانی چون

۱- Ron Howard: وی فیلم های قابل توجهی از جمله سرقت بزرگ خودرو، آب پاشی!، شعله آتش، آپولو ۱۳، ذهن زیبا، مرد سیندرلایی و رمز داوینچی را کارگردانی کرده است. در حالی که فیلم های قبلی اش سمت و سوی تجاری داشتند و متنوع بودند، فیلم های اخیرش با تحسین فراوان منتقدین روبه رو شده اند.

تیم‌لهایی و چاک‌گلسن. او حتی می‌پذیرد که شاید رسانه‌های سکولار از جمله فیلم‌های هالیوودی، ظرفیت انتقال نکات مهمی از ارزش‌های معنوی را داشته باشد. در کل، گلن این واقعیت را قبول دارد که شاید رسانه‌های خاصی بتوانند ایمانی اصیل را نشان دهند. با وجود این، [او] کفرآمیز و ضد مذهب بودن رسانه‌های سکولار را امری طبیعی و بدیهی نمی‌شمرد؛ زیرا با جنبه مقدس زندگی اصیل، مؤمنانه و رسانه‌های مرتبط با ایمان در تضاد است. شنیدن این توضیحات گلن در حکم بخشی از روایات موجه درباره خود، به ما امکان می‌دهد تا او را در حکم نماینده برخی از افکار، بهتر درک کنیم. وی در درجه نخست سعی دارد تا با وجود برخی از تضادها، نوعی انسجام و پیوستگی برقرار سازد. این موضوع به ویژه در بحث‌های او درباره مردانگی و معنویت آشکار است. وی با عنایت به دیدگاه‌های سنتی در پروتستان‌گرایی محافظه‌کار، معنویت مردانه را نوعی استقلال می‌داند که از طریق رهبری معنوی (اصطلاحی اونجلیکال درباره هنر) ابراز می‌شود. هم‌زمان روایت او نشان‌دهنده مبارزه‌ای با نقش‌ها و روابط جنسیتی معاصر است. در ادامه وی، نوعی رویکرد را برای درک جنسیت پیشنهاد می‌دهد که بی‌تردید متأثر از تجربه وی از حضور در سازمان متعهدان است. این رویکرد بر دیدگاهی متعادل‌تر نسبت به مردانگی تأکید می‌ورزد. به نظر وی مردان باید وجه زنانه خود را تقویت کنند.

در درجه دوم، توصیفات و دیدگاه‌های گلن درباره مسئولیت‌های پدری نشانه‌هایی دارد که چندان با واقعیت، داعیه‌ها و ارزش‌های مدرنیته سازگار نیست و لازم است که نوعی انسجام و تداوم در

توضیحاتش به وجود آورد. از یک سو وی تلاش می کند تا رهبری معنوی خود را در خانه شرح دهد، ولی از سوی دیگر نمی خواهد این رهبری را هدایت گرانه یا تحمیلی بداند. او به خوبی متوجه است که رسانه ها، کتب، مجلات، تلویزیون، سینما و موسیقی عامه پسند، شاخص ها و منابع فرهنگی مهمی هستند. با این حال علاقه ای به کنترل آن ها ندارد. چنان که گفتم او نیز، مانند بسیاری از والدین می خواهد مواردی را توصیف کند که در آن رهبری معنوی اش باعث آموختن نکات مثبتی به بچه ها شده و به آن ها امکان داده تا کم و بیش شخصاً تصمیمات درستی بگیرند. رخدادی که وی شرح می دهد _ چگونه پسرش آثار موسیقی نامناسبی را از اینترنت گرفته بود _ نشان می دهد که شخصاً دخالت کرده ولی موقعیت را چنان ارزیابی می کند که گویی پسرش خود تصمیم به پرهیز از این کار گرفته است، تصمیمی که اتفاقاً با خواسته گلن مطابقت دارد.

در درجه سوم، افکار وی درباره مسئولیت های پدران آشکارا هنجاربخش هستند؛ چنان که وی می خواهد خود و افکارش به صورت الگویی برای دیگران درآید. از سوی دیگر نوعی احساس نهفته هنجاربخش هم وجود دارد، نوعی فلسفه اجتماعی که خودیاری (۱) گلن را با فرهنگ گسترده تری (متأثر از رسانه ها) مرتبط می سازد، فرهنگی که به جای خوداتکایی، (۲) بر قربانی بودن تأکید می ورزد. مهم است که بدانیم این کشمکش از نظر گلن، دارای عناصر مذهبی و معنوی است. وی

۱- self-help

۲- self-reliance

ایمان مذهبی اش را به شدت مرتبط با غلبه بر نوشخوارگی خود می داند. پس مسئله خوداتکایی را نیز عمیقاً دارای جنبه معنوی می پندارد. وی نمی تواند این دو را از هم جدا کند. بنابر تعبیر وی، رسانه ها به دو روش در کمرنگ ساختن این ارزش معنوی [خوداتکایی] نقش دارند. رسانه ها نمونه هایی از نحوه قربانی ساختن افراد را در قالب گروه های اجتماعی و نه در سطح فردی نشان می دهند و در تلاش برای زمینه سازی چنین مواردی (از نظر گلن) عذرهایی برای افراد می تراشند تا وضعیت معنوی خود را بهبود نبخشند. رسانه ها بیشتر بر تضاد ارزش های مادی با ارزش های زاهدانه تأکید می کنند و بدین ترتیب نوعی از شرافت اخلاقی را کمرنگ می سازند که گلن آن را در ایجاد خوداتکایی معنوی مهم می شمرد. نمی توان نادیده گرفت که بخش عمده ای از توضیحات گلن درباره فلسفه اجتماعی _ معنوی اش، با توجه به نژاد شکل می گیرد. این بیانیه ها، اظهارات ساده ای درباره موضوعات قربانی کردن، خوداتکایی و کنترل فردی به مفهوم انتزاعی نیستند. وی در مثال هایی که می زند بر نژاد تأکید دارد و این موضوع، آشکارا برای اش مهم است.

در درجه چهارم، روایات گلن وی را با دیگران مرتبط می سازند. بدین ترتیب گلن استنباط از خودش را در روایت، با مفهوم ارتباطش با دیگران پیوند می دهد، به ویژه ارتباطش با فرزندان، لیز و مردانی که شبکه اجتماعی او را در کلیسا به وجود آورده اند. یکی از این موارد، هنگام شرح ارتباط وی با پسرانش بیان می شود. وی آرزو دارد جوهر مردانگی واقعی را به آن ها منتقل کند. گلن موردی را تداعی می کند که حالات سرکوفته تجربه مذهبی نامیدم و در فصل سه به آن پرداختم. به

گفته او یکی از چیزهایی که جامعه نیاز دارد، مناسبک گذر عینی برای مردان جوان است. این موضوع، یکی دیگر از تضادهایی را برطرف می کند که در روایت گلن وجود دارد. تضاد بین جامعه ای غیرشخصی، اشباع شده از رسانه ها و برخوردی شخصی و فردی با آن چه درست، خوب و مناسب است.

و بالاخره در درجه پنجم، یک جنبه خاص هنجاربخش یا اخلاقی ظاهر می شود؛ زیرا گلن پیش تر نوشخواره بوده ولی آن عادت را کنار گذاشته است. او خود را به صورت فردی می بیند (و آرزو دارد ببیند) که با تلفیق کنش مستقل خود و پایبندی به ایمان، بر بیماری غلبه کرده است. تمرکز وی بر تجربه اش (نقش محوری آن در روایت فردی او) بخش عمده ای از گفته های او را (در واقع کل مصاحبه) را تشکیل می دهد.

پس در بحث وی، رسانه ها و مذهب چگونه با هم مرتبط می شوند؟ جالب است اشاره کنیم که از نظر گلن، سنت مذهبی و نهادهای مذهبی اهمیت خاصی ندارند. وی از کاتولیک گرایی به پروتستان گرایی اوَنجلیکال تغییر مسلک داده و گرچه به طور مرتب در کلیسا حضور می یابد، بیشتر به شبه کلیساهای اوَنجلیکال توجه دارد، تشکیلاتی مانند متعهدان و کانون خانواده. وی آن ها را مهم تر از نهادهای کلیسایی می داند. از سوی دیگر این موضوع مرتبط با زندگی نامه خود او و تجربه اش پس از رهایی از چنگال نوشخوارگی است. همان تجربه ای که وی به طور فردی از سر گذرانده و برای او نوعی خوداتکایی به وجود آورده که او را به روشی شخصی و قدرتمندانه (با اجتناب از نهاد و اصول

نظری) به ایمان پیوند داده است. از نظر گلن فلسفه اجتماعی او حکم اصل نظری را دارد که البته با علاقه وی به ادبیات آخرالزمانی بیان می شود. رابطه وی با رسانه ها از این هم جالب تر است. از یک سو وی به شدت درگیر فرهنگ اوانجلیکال و رسانه ها [ی مذهبی اوانجلیکال] است. گرچه در جایی از مصاحبه اش از صحبت درباره پخش برنامه های مذهبی طفره می رود (بخشی که در این جا آورده نشده است) ولی خود و همسرش لیز، خوانندگان همیشگی آثار ادبی از جمله کتاب ها و نشریاتی برگرفته از منابع مختلف هستند. احتمالاً-انجمن کتاب فروشان مسیحی وی را یکی از خوانندگان آرمانی خود محسوب خواهد کرد. از طرف دیگر، وی مرزی بین این رسانه ها و رسانه های سکولار ترسیم می کند. به عقیده گلن رسانه های سکولار از جنبه ای مذهبی هستند؛ زیرا به شدت به گوشه تاریکی از چیزی می پردازند که وی آن را پرسش معنوی قربانی بودن در برابر خوداتکایی می داند. هم چنین آن ها شاخص های مهمی از مادی گرایی و انحطاط اخلاقی را نشان می دهند.

رسانه ها برخلاف مسیر دیدگاه صریح و زاهدانه وی نسبت به زندگی اخلاقی حرکت می کنند، همان چیزی که گلن بر آن تأکید خاصی دارد. با وجود این، شرایط مسئله ساز است؛ زیرا او باید نقش مهمی را تشخیص دهد که فرهنگ رسانه ها در زندگی اجتماعی فرزندانش ایفا می کنند. وی تلویحاً می پذیرد که پسرانش از رسانه های سکولار استفاده می کنند، این چیزی نیست که گلن بتواند آن را تغییر دهد. هم چنین تمایل ندارد پدری باشد که زندگی رسانه ای فرزندانش را هدایت می کند. گلن این مرز را در قلمروی رسانه های سکولار هم می بیند. در

رسانه های سکولار، آثاری چون برنامه تلویزیونی اندی گریفیث وجود دارند که پذیرفتنی هستند. او هنگامی که ماجرای جلسات تماشای فیلم را تعریف می کند، می گوید از این فکر خوشش آمده که حتی رسانه هایی که شاخص های اخلاقی مناسبی ندارند، می توانند از معانی ژرفی برخوردار باشند؛ ولی به هر حال مرز مورد نظر او، هم چنان وجود دارد. وی آشکارا معتقد است که نیروهای نهادینه بزرگی دست اندر کار هستند (مضمونی عامه پسند در فرهنگ رسانه ای اوانجلیکال) و این که نکات مهم و مثبتی که شاید در فیلم های هالیوود دیده شوند، به طور تصادفی در این آثار گنجانده شده اند. جای گفتن ندارد که گلن دانگل شرح زندگی خود را نوعی خودبیانگری هنجاربخش می داند. وی مایل است که خود را به شیوه خاصی ترسیم و ارائه کند. روایت او ضمن پیوند با افکار ریکور، مجموعه ای از عناصر را آشکار می سازد که برخی مصنوعی و برخی متناقض هستند و وی آن ها را به صورت زنجیره ای منسجم در کنار هم قرار داده است. این روایت، سرشار از ایده ها و آرزوهای هنجاربخش است. افزون بر این، نکات فراوانی را درباره حضور نسبی رسانه ها و مذهب در تجربه اجتماعی و زندگی روزمره گلن آشکار می سازد. در بخشی از زندگی وی، رسانه ها مطرح هستند و نهادهای مذهبی حضور ندارند. رسانه های خاصی به ویژه رسانه های اوانجلیکال عناصری مهم و حتی حیاتی را در فلسفه اجتماعی _ معنوی گلن تشکیل می دهند. عناصر مذهبی نهادینه و کلیسایی اهمیت کمتری دارند. گلن در راستای افکار روف درباره مذهب و دیانت نسل آمریکا، علاقه ژرفی به سیال و در عین حال ثابت بودن نشان می دهد؛ البته این

را هم بخشی از جست و جوی خود به شمار می آورد. وی خود را مسئول ایمان و رستگاری آنان می داند و در ذهن خود شواهد دیگری از موفقیت این رویکرد را می یابد که نتیجه بهبود و موفقیت آن بوده است. گلن دنیا را عرصه کشمکش با آرمان های هنجاربخش اجتماعی و معنوی خود می داند. این افکار، ضمن تجربه او با آثار خاص رسانه ای و نوعی قلمروی فرهنگی و هم چنین از طریق رسانه های این فرهنگ و کشمکشی که با آن آرمان ها دارد، کامل شده اند. از نظر وی مسیر روشن است، ولی مرز در جای دیگری قرار دارد، نه بین دنیای مقدس _ که در اثر تضاد میان اصول نظری مذهبی پدید آمده _ و قلمروی رسانه های سکولار قرار گرفته است. گلن در فرهنگی زندگی می کند که با رسانه ها تعریف می شود. وی چیزهای فراوانی درباره قلمروی رسانه ها می بیند و درک می کند و با خطوط کلی آن آشناست. از نظر وی کشمکش بین آرمان ها _ دنیای هنجاربخش معنویت _ و دنیایی جایگزین که به موعظه درباره قربانی بودن و نابسامانی معنوی می پردازد، خوداتکایی را تقویت می کند. در هر دو سوی این خلیج، رسانه هایی وجود دارند. به نظر می آید که تمایز میان آن ها به دو صورت ایجاد می شود. ابتدا رسانه هایی وجود دارند که بنابر تعریف، خوب هستند. رسانه هایی که بر اساس یا مطابق با ارزش ها و نمادهایی پدید آمده اند که وی آن ها را با کتاب های مسیحی و دیگر آثار منتشر شده ای مرتبط می داند که همراه با لیز می خواند، هم چنین مثلاً موسیقی مسیحی که وی پسرش را به شنیدن آن تشویق می کند.

دوم، رسانه هایی که اساساً وجه سکولار آن ها غالب است، ولی (در

راستای جنبه های سنتی ادراک شده) کلاً مضر نیستند و قابل قبولند (گریفیث) و یا نکاتی از حقیقت در خود دارند. البته سیاست های این دنیای دوم به گونه ای است که گِلن کاملاً به آن ها اعتماد ندارد؛ زیرا به انگیزه آن هایی که این نکات را ارائه می کنند، مشکوک است. برداشت وی از سیاست های فرهنگی دوران باعث شده تا به رویکرد رسانه ها به فلسفه اجتماعی و اخلاقی تردید داشته باشد؛ زیرا آن را ماحصل دیدگاهی جهانی می داند که می خواهد به شیوه های خاصی بر جامعه و فرهنگ تأثیر بگذارد. پس نوعی کشمکش فرهنگی جریان دارد و کاملاً مشخص است که گِلن در کدام جبهه قرار دارد.

مسئله گِلن ساده ترین موردی نیست که می توان برای بررسی نمادگرایی مذهبی در رسانه های جمعی مورد توجه قرار داد. چنان که در فصل های بعدی خواهیم دید، روایات آشکارتری هم وجود دارند. گِلن نمونه ای است که انتظار داریم علاقه کمتری به رسانه های سکولار داشته باشد و البته به هر شکل آن ها را مورد توجه قرار دهد. بنابر رده بندی روف که در فصل های پیش درباره آن بحث کردیم، گِلن در جایی بین دو دیدگاه سنت گرا و بازمتولد قرار می گیرد. در واقع او موردی است که تا حدی این رده بندی را مسئله دار می کند، نکته ای که در دو فصل آتی به طور مفصل مورد بحث قرار خواهیم داد. وی در مقام فردی سنت گرا، چندان تمایلی به جستن یا یافتن منابع مذهبی یا فرهنگی در قلمروی رسانه ها ندارد. ولی گِلن در مقام فردی بازمتولد بیشتر به منابعی تمایل دارد که از بازار گسترده فرهنگ عامه اونجلیکال می آیند. چنان که خواهیم دید این توصیف، از جنبه استفاده از رسانه ها و روابط بین

رسانه ها و مذهب در روایت فردی، بسیار برازنده اوست ولی در عین حال قدری سطحی نیز هست؛ زیرا می توانیم تصورات گلن از روابط بین مذهب و معنویت و رسانه ها را نه در رده بندی های استقرایی روف، بلکه در ترکیب خودساخته گلن از زندگی نامه شخصی و فلسفه اجتماعی _ معنوی اش بیابیم. همین فلسفه اجتماعی _ معنوی، انگیزه ها را بهتر از رده بندی روف، در جایگاهی که می تواند برای گلن در نظر بگیرد، تعریف می کند.

نمی خواهیم بگوییم که باید رده بندی های روف را کنار بگذاریم. در واقع این ها بخش مهمی از تحلیل ما را طی فصل های بعدی شکل می دهند. در عوض می خواهیم بگوییم که رده بندی به شیوه ای که روف انجام داده است، در سطح خاصی از تحلیل ارزشمند است. به ویژه برای نگرش به طبقاتی از هویت مذهبی و تجربه مذهبی مفید است و نکات فراوانی درباره دوران فرهنگی و تاریخی معاصر می گوید. از طرفی چنین عناوینی، کاملاً جنبه واقعی دارند و می توانند بخشی از روایات خود مردم باشند یا عملاً هستند. آن ها در سطح مشخصی با کنش ها و افکار خاصی مرتبط می شوند و حتی آن ها را پیش بینی می کنند (چنان که درباره استفاده گلن از رسانه های گوناگون دیدیم). به هر روی لازم است تا در سطوح ژرف تر در موارد فردی و روایات موجه درباره خود، ترکیبات و نتایج دیگری هم ملاحظه شوند. این که به چه سطحی خواهیم نگرست، تا اندازه ای به این موضوع برمی گردد که چه چیز در اختیار داریم، چه ظرفیتی برای بررسی داریم و نیز چه پرسش هایی می خواهیم مطرح کنیم. چنان که خواهیم دید، مورد گلن نشان می دهد که ما با

بررسی روایات، هم در چهارچوب خودشان و هم از دریچه نگاه نگره پردازان و رده بندی های آنان (از جمله روف) می توانیم چیزهای فراوانی بیاموزیم.

در فصل های بعد هنگامی که به مسئله چگونگی ارتباط مذهب و رسانه ها در تجربه اجتماعی معاصر می پردازیم، برحسب ضرورت به روایات فردی با جزییات کمتری توجه خواهیم کرد. در عوض به تعداد بیشتری از روایات خواهیم نگریست و آن ها را به روش هایی طبقه بندی خواهیم کرد که به تأویل های ما کمک کنند. البته باید به یاد داشته باشیم که هر یک از این روایات مانند روایت گلن مجموعه ای منحصر به فرد از شرایط و نسبت های خاص خود را دارند. به هر حال گلن به ما کمک کرد تا جایگاه چنین روایاتی را دریابیم. چنان که از زبان این مصاحبه شوندگان می شنویم، می توانیم بپذیریم که توصیفات شخصی-شان از نظر شیوه ارتباط رسانه ها و مذهب در ایجاد هویت آن ها اهمیت خاصی دارد.

سه فصل آتی، ارائه و تحلیل روایات موجه درباره خود را در کانون توجه قرار می دهند. در فصل پنج به مجموعه ای از روایات خواهیم پرداخت که کمک می کنند نقش رسانه ها را در فرهنگ زندگی روزمره توصیف کنیم. این روایات، زمینه را برای تحلیل نقش خود در پیوند با مذهب و معنویت فراهم می آورند.

در فصل های شش و هفت درباره روش های روایات مختلف برای بیان انواع چیزهایی که مردم در قلمروی رسانه ها می جویند و می یابند صحبت خواهیم کرد، روش هایی که با جست و جوی مذهبی یا معنوی

مرتبط می شوند یا در خدمت آن ها عمل می کنند. برای انجام این کار، ما بر رده بندی روف تکیه خواهیم کرد (و به نوعی آن را به محک آزمون هم خواهیم گذارد) و خواهیم دید که چگونه می توان این رده بندی های اصلی هویت و کنش را در ارتباط با آثار و نمادهای رسانه ای بیان کرد.

در فصل هشت درباره این واقعیت صحبت خواهیم کرد که روابط بین رسانه ها و مذهب پیچیده است. در همان جا به روش های گوناگونی خواهیم پرداخت که افراد از طریق آن ها با رسانه ها ارتباط می یابند، این که رسانه ها برای زندگی مذهبی و معنوی چه می توانند انجام دهند. طی این مصاحبه ها به توضیحات درباره رسانه ها خواهیم پرداخت که نوعی نقش مرموز و متناقض را برای رسانه ها آشکار می سازند. باید ببینیم این توضیحات درباره معنایابی که پدید می آیند چگونه است؟

در فصل نُه، از سطح زندگی خانوادگی و روزمره، به زمینه گسترده تر جایگاه رسانه ها در کانون شکل گیری و بیان تجربه مذهبی و معنوی در زندگی فرهنگی، اجتماعی و سیاسی خواهیم پرداخت. فصل ده نیز، بسیاری از مسیرهای پژوهش در کتاب را با بررسی تضادها و تناقض هایی که در این راه یافته ایم و نیز نتایجی که می توانیم بگیریم، ترسیم خواهد کرد.

پاره پنجم: درک مذهب و رسانه ها**اشاره**

پاره پنجم: درک مذهب و رسانه ها

برای بررسی مذهب در عصر رسانه ها چند روش وجود دارد. ابتدا باید گفت در این مقطع از تاریخ، وسایل ارتباطی نهادینه، کالایی و روزمره شده اند، امری که نتایج عظیم سیاسی، اجتماعی و ساختاری در پی داشته است. بحثی که در این جا مطرح می کنم، از دو فرضیه دربارهٔ موقعیت پدید آمده سرچشمه می گیرد؛ نخست این که تفکر درباره مذهب و رسانه ها تنها از جنبه نهادینه _ ساختاری باعث غفلت از این امر می شود که در زندگی معاصر، رسانه ها و مذهب به شیوه های قابل بحثی با هم تعامل داشته اند. دوم، این تحولات نوع خاصی از راهبرد تحلیلی را محقق می سازند: نوعی که درک رسانه ها را کانون توجه قرار می دهد و به بررسی متون و عملکردهای استفاده از آن ها می پردازد. ما به تدریج [در کنار] کار اصلی، پژوهش میدانی را مورد توجه قرار

می‌دهیم و متون و درک رسانه‌ای مرتبط با مذهب و معنویت را بررسی می‌کنیم. چنان که قبلاً گفتیم، شاید رفتن و پرسیدن از مردم دربارهٔ رسانه‌ها، دربارهٔ برخورد آن‌ها و چگونگی ارتباط این رسانه‌ها با حالات و انگیزه‌های مذهبی، روش مستقیمی به نظر آید؛ ولی چنان که خواهیم دید این روش، چندان هم مستقیم و ساده نیست؛ نخست، مهم است تا پرسش‌ها را به گونه‌ای مطرح کنیم که پاسخ‌ها بدیهی نباشند. (۱)

در فصل چهارم در مورد پدیده توضیح دربارهٔ رسانه‌ها صحبت کردیم و می‌توان آن را در زمینه‌های خاصی به عنوان تأثیر مطلوبیت فرهنگی یا گرایش به ارائهٔ پاسخ‌های مطلوب از نظر اجتماعی توصیف کرد. پس می‌توانیم انتظار داشته باشیم برخی از گفت‌وگوهای ما تا حدی چنین پاسخ‌هایی داشته باشند. این موضوع به ویژه زمانی صدق می‌کند که برای نمونه پرسیم:

رسانه‌ها چه تأثیری بر زندگی مذهبی یا معنوی شما دارند؟ پس وقتی در بخشی از روند مصاحبه‌های مان چنین پرسشی را مطرح می‌کنیم، کمتر خودنما و برجسته می‌نماید. علت این است که قوی‌ترین یا متقاعدکننده‌ترین دلیل برای نقش رسانه‌ها در مذهب و معنویت، از گفت‌وگویی دربارهٔ مذهب و معنویت شکل می‌گیرد که در آن ارجاع به رسانه‌ها طبق روال طبیعی بحث صورت می‌گیرد. خواهیم دید که این اتفاق چگونه می‌افتد. هنگام صحبت از مذهب و معنویت، کار به صحبت

۱- این اصطلاح را یکی از اساتید من، ری بردویسل برای تشریح نوعی پژوهش اجتماعی به کار برد که ناآگاهانه نتایج بدیهی و توضیح‌واضحات را در پی می‌آورد. در واقع، با این روش نمی‌توان مصاحبه‌کننده‌ای را یافت که پرسش‌ها را به چالش بطلبد و به آن پاسخ منفی دهد.

درباره رسانه ها هم می کشد و در بحث راجع به رسانه ها نیز از مذهب و معنویت صحبت به میان می آید؛ البته در بیشتر موارد برای ایجاد چنین ارتباط هایی باید قدری کندوکاو کنیم. بنابراین ما یک باره سراغ این موضوع نمی رویم، نخست گفت و گو را از مذهب آغاز می کنیم و سپس به رسانه ها خواهیم پرداخت. آن چه در این جا می بینیم، فزاهایی از روایت های خود در نظر گرفته خواهد شد که در فصل گذشته درباره آن بحث کردیم. این روایت ها، خود بیانگری هایی هستند که تجربه ها، ارزش ها، افکار و آرمان های مصاحبه شوندگان را در هم می تنند، به گونه ای که ممکن است مجموعه ای کلی و یک دست پدید بیاورند؛ البته همواره نیز موفق نیستند، بلکه درست مانند خود زندگی، در این روند نیز شکاف ها، تنش ها، ناپیوستگی ها و تضادهایی وجود دارد. هر یک از این روایت های شخصی لزوماً در خود نشانه های تجربه ها و روابطی را دارند که چون در مقطع ها یا زمان های گوناگونی اتفاق افتاده اند، پراکنده و ناپیوسته اند؛ پس باید توضیح داده شوند. به هر حال چنان که در فصل پیش گفتم، مسئله این نیست که چگونه مصاحبه شوندگان می توانند روایت های یک دستی ارائه دهند یا این روایت ها چه چیز را درباره واقعیت امور آشکار می سازند. هدف ما درک این موضوع است که چگونه نمادها، عملکردها و گفتمان ها در قلمروی رسانه ها با معانی و انگیزه هایی پیوند می یابند که آن ها را مذهبی یا معنوی می دانیم. بنابراین عناصر یا اجزای روایت های مورد بحث، بیش از همه برای ما جالبند؛ البته چگونگی قرار گرفتن آن ها در کنار هم و نقش آن ها در طرح کلی ما نیز جالب است. بحث را با نگاه به یکی از موضوع های بنیادینی که در سراسر این

کتاب مورد توجه قرار دادیم، یعنی نقش اجتناب ناپذیر رسانه‌ها در زندگی معاصر، آغاز می‌کنیم و در ادامه این روند، به کارکرد آن‌ها در جست‌وجوی معانی مذهبی و معنوی خواهیم پرداخت.

فراگیربودن رسانه‌ها

فراگیربودن رسانه‌ها

برنا پیتن دختر مدرسه‌ای نوجوان و دوازده ساله‌ای است که با مادرش، کورین و خواهرش سالی، که دو سال از او بزرگ‌تر است، در حومه شهری متوسط (از نظر وسعت) در ایالات متحده زندگی می‌کند. (۱) برنا و کورین در تحلیل گسترده‌ای که همکارم لین شفیلد کلارک انجام داده است، حضور دارند. وی، آن‌ها را در حکم نمونه‌های متمایزی از مصرف‌کنندگان رسانه‌ها بررسی کرده است. (۲) علت معرفی دوباره آن‌ها، ارتباط با نکته‌ای است که خود کلارک هم مطرح ساخته است؛ مشکلاتی که تمام خانواده‌ها هنگام پرهیز از دسترسی به رسانه‌ها و تأثیر گسترده‌شان تجربه می‌کنند. (۳) کورین پیتن به شدت به اکولوژی (بوم‌شناسی) علاقه دارد و سبک زندگی معمولی و کلی‌نگرانه‌ای را از سر

۱- تمام مصاحبه‌هایی که در این جا انجام شده، به جز آن‌هایی که جداگانه یاد می‌شوند، بخشی از مصاحبه‌هایی است که به نام رسانه‌ها، معنی و روند زندگی و مذهب، معنی و رسانه‌های جدید در خانه در مرکز رسانه‌ها، مذهب و فرهنگ دانشگاه کلرادو انجام شد. مصاحبه این فصل را دکتر جوزف چمپ صورت داده است. اسامی همه مصاحبه‌شوندگان مستعار و معیار توافق‌نامه این پژوهش، سوژه‌های انسانی، غیرحقیقی و خیالی هستند.

Lynn Schofield Clark, "Being Distinctive in a Mediated Environment: The Ahmeds – ۲
(and Paytons," Chapter ۶ in Hoover et al. (۲۰۰۴

Clark, ibid, p. ۹۶-۳

می گذرانند، سبکی که وی بسیار می کوشد دخترانش هم از آن پیروی کنند. در این کل نگری جایی برای رسانه ها نیست؛ زیرا کورین که مسیحی مؤمن و یکتاپرست است، آن ها را بسیار مادی و تماشایشان را هدر دادن وقت می داند. کورین ارتباط آشکاری میان یکتاپرستی خود و استفاده از رسانه ها برقرار نمی سازد، بلکه ایمان وی با افکارش درباره کل نگری تلاقی می کند و منجر به نتیجه ای منطقی درباره آثاری می شود که از جنبه رسانه ای مناسب هستند. (۱) هنگامی که برنا و سالی، آخر هفته به خانه پدرشان می روند، در آن جا تلویزیون تماشا می کنند، گرچه در خانه مادری شان راحت ترند و البته آن جا هم تلویزیونی وجود ندارد. کورین قصد دارد در آینده دستگاه گیرنده تلویزیونی تهیه کند. علت این تصمیم هم بررسی نتیجه دیدگاه او درباره تلویزیون و تأثیرهای آن بر سالی و برنا است. کورین می گوید:

... می دونید با توجه به وضعیت سالی و برنا، شاید در آینده تلویزیونی بخریم.... البته اون ها فقط در روزهای آخر هفته تلویزیون تماشا می کنند. پس وقتی همکلاسی هاشون می پرسند: «به نظرت دیشب سریال ER چطور بود؟» یا سؤال های از این دست، می فهمیم اون ها خیلی هم بی خبر نیستن.

برنا:

خیلی ها می پرسن: «هی، ساوث پارک (۲) رو تماشا می کنی؟»

۱- چنان که من و همکارانم در رسانه ها، خانه و خانواده اشاره کردیم، الگوی نظام یافته ای مبتنی بر ایمان مذهبی وجود ندارد که پیش بینی کند چه کسانی رسانه ها را رد می کنند و برعکس.

۲- South Park سریالی انیمیشنی ساخت آمریکا که از سال ۱۹۹۷ برای اولین بار توسط تری پارکر و مت استون ساخته و پخش شده است. شخصیت های اصلی آن ۴ بچه دبستانی بد دهن به نام های استن، کایل، کنی و کارتمن هستند که در شهر ساوث پارک در ایالت کلرادو زندگی می کنند.. در هر قسمت، آن ها با ماجراهای عجیبی روبه رو می شوند. با این که از نظر کیفیت بصری، اثر فاقد آن زرق و برق انیمیشن های سینمایی معاصر است ولی گروه نویسندگان و سازندگان مجموعه از همه مضامین سیاسی، مذهبی، اجتماعی و... با زبانی طنز جهت نقد جامعه آمریکا استفاده کرده اند و همین امر آن را به مجموعه ای موفق در جامعه آمریکا تبدیل کرده است. با این حال بنابر نظر کاربران اینترنتی و بینندگان، این کارتون اصلاً برای کودکان مناسب نیست؛ چون از صحنه های خشن و خونریزی زیاد بهره برده است؛ همین طور سازندگان سریال زبان تند فیلم های تارانتینو را به ارث برده اند و قهرمانان بد دهنی خلق کرده اند. موضوع جالب دیگر درباره پارک جنوبی، نگاه هجوآمیز به شخصیت های معروف است؛ جرج بوش، بن لادن، جرج لوکاس و اسپیلبرگ به صورت خنده داری در سریال حاضر می شوند. همین طور آثار معروف سینما مانند: ای تی، بیگانه ها، سگ های انباری و... به شکل طنزآمیزی وارد داستان می شوند.

(م.)

[مصاحبه گر اشاره می کند که دختر نام ساوث پارک را اشتباه تلفظ کرده و مادر خطای او را اصلاح می کند.]

برنا:

... من اصلاً نمی دونم چی هست.

کورین:

احتمالاً یکی از سریال های تلویزیونی است.

برنا:

شاید سریال کارتونی یا چیزی شبیه اون باشه.

کورین:

بله، حدس من هم همینه.

برنا:

خیلی ها در مدرسه می دونن ما تلویزیون نداریم و دوست دارن پرسن: «چطور بدون تلویزیون زندگی می کنید؟»

مصاحبه گر:

چه جوابی می دهی؟

برنا:

میگم: ساده است، منظورم اینه که ما چیزهای زیادی داریم که می تونیم با اون ها مشغول باشیم!

با این که به نظر نمی رسد نداشتن تلویزیون در خانه برای برنا مسئله مهمی باشد، تجربه وی در این جا نشان می دهد که دیگر نمی توان بدون رسانه ها زندگی کرد یا حداقل خارج از حوزه رسانه بود. خانواده او عملکردی آگاهانه و قاطعانه برای گذراندن زندگی بدون تلویزیون را پیش گرفته اند. در تمام موارد خانواده هایی که تلویزیون ندارند، شبیه خانواده پیئن هستند. آن ها تصمیم گرفته اند پای جعبه شیشه ای را به خانه شان باز نکنند؛ البته نمی توانند به طور کامل هم از آن ها بپرهیزند. برنا و سالی می توانند در خانه پدرشان تلویزیون تماشا کنند (و این کار را هم انجام می دهند) برای نمونه خانم دکتر کوین، (۱) مجموعه تلویزیونی مورد علاقه برناست؛ ولی این موضوع که تماشای تلویزیون در شبکه اجتماعی برنا (مدرسه)، واقعیتی اساسی است که وی به دلیل برخوردار نبودن از آن، متفاوت شمرده می شود، بیش از هر چیز او را تحت فشار قرار می دهد.

درباره سطح برخورداری از رسانه ها که آن را تعامل با رسانه ها نامیده ایم، اطلاعات درباره برنامه های تلویزیونی کنونی (و احتمالاً دیگر رسانه ها) برای جوانان در سن های متفاوت، تبدیل به یکی از عناصر تبادل اجتماعی می شود. برنا تنها نیست. میان مصاحبه کنندگان به راحتی می توانستیم افرادی مانند جیل فالون را بیابیم که می گویند:

اگه تلویزیون نداشته باشین، مردم براتون احساس تأسف می کنن!

۱- Dr. Quinn, Medicine Woman این سریال در ایران با نام پزشک دهکده از شبکه دوم سیما پخش شد. (م).

در ادامه به خانواده او نیز خواهیم پرداخت. خانواده های پیتن و فالون از کسانی هستند که شاید جامعه شناسان آن ها را جدا افتادگان از چشم انداز کاربرد رسانه ای برمی شمارند. از معدود خانواده هایی که به هر دلیل، بی هیچ مسئله ای از مشارکت در فرهنگ رسانه ها می پرهیزند و تصمیم گرفته اند خود را از آن و پیامدهایش جدا کنند. در هر دو مورد، قضیه این نیست که خانواده ها هرگز تلویزیونی در اختیار نداشته باشند. دخترهای خانواده پیتن در خانه پدرشان تلویزیون تماشا می کنند و اعضای خانواده فالون به طور معمول و پویا فیلم های ویدیویی می بینند و مجموعه ای نزدیک به دوست فیلم جمع آوری کرده اند.

وایونا فالون ۳۹ ساله و دو دخترش جیل چهارده ساله و یوتا دوازده ساله در شهری متوسط واقع در یکی از ایالات غربی آمریکا زندگی می کنند. وایونا همزمان دو شغل دارد و در عین حال مشغول تحصیل در دوره کارشناسی مددکاری است. این خانواده، به فرقه محافظه کار کلیسای مسیحی تعلق دارند و دخترها به مدرسه های خصوصی مسیحی می روند؛ البته حضور رسمی آن ها در این فرقه، محدود به همین اواخر می شود و پس از مهاجرت آن ها به شهر فعلی که حدود چهار سال پیش انجام شد، افزایش یافته است. آن ها به گونه ای نامتعارفند؛ زیرا دستگاه گیرنده تلویزیونی معمولی ندارند، بلکه از دستگاه کوچکی استفاده می کنند که تلفیق تلویزیون و دستگاه پخش ویدیویی است. آن ها به طور معمول، با این دستگاه ترکیبی به تماشای فیلم های ویدیویی می پردازند. وایونا علاقه بیشتر خود به نوارهای ویدیویی را به سبب استقلال بیننده هنگام تماشای آن ها می داند. طبیعی است که

مصاحبه گر کنجکاو است بدانند آیا عادت تماشای فیلم هایی ویدیویی نسبتی با نگرش های محافظه کارانه مذهبی آن ها دارد یا نه (احتمالاً روف این خانواده را در رده بندی مسیحیان بازمتولد قرار می داد). (۱) وایونا پاسخ می دهد:

به گمونم اختلاف زیادی میون تلویزیون و ویدیو وجود داره. فکر می کنم وقتی به فیلم های ویدیویی دسترسی دارید، هرچی می خواهید می بینید؛ ولی تلویزیون فقط چرندیات نشون میده.

مصاحبه گر:

وقتی فیلم های ویدیویی را کرایه می کنید یا آن هایی را که متعلق به خودتان است می بینید، ارتباطی بین آن ها با معنویت یا مذهب می یابید؟

جیل:

ما فیلمی داریم که درباره همین موضوعات است.

یوتا:

منظورت جزیره است؟

مصاحبه گر:

چی؟

یوتا:

منظورم آیلنده.

جیل:

یه فیلم بود...

وایونا:

اوه، منظورت راز آیریش رام است [راز روان آینیش (۱)]؟

جیل:

بله، فیلم خوبی نبود.

وایونا:

یک جور داستان عامیانه است.

مصاحبه گر نوار ویدیویی مذهبی را در قفسه کناری می بیند و درباره آن می پرسد:

نظرتان درباره فیلم عیسی مسیح سوپر استار (۲) چیست؟

خانواده فالون با هیجان، فریاد، خنده و بحث واکنش نشان می دهند. وایونا می گوید:

قبل از اون که به کلیسا بریم، این فیلم (عیسی مسیح سوپر استار) واسطه مذهبی ما بود. ما وقت عید پاک اون رو تماشا می کردیم.

یوتا:

ما این فیلم رو به خاطر سپردیم؛ به علاوه ترانه هاش رو هم می خونیم.

وایونا:

ما از وقتی در فلوریدا بودیم، اون رو تماشا کردیم.

جیل:

ما بعضی از فیلم ها رو ضبط هم می کنیم. مثل مونتئ پائتن و جام مقدس (۳).

وایونا:

۱- The Secret of Roan Inish

۲- Jesus Christ Superstar

۳- Monty Python and Holy Grail فیلمی ساخته تری گیلیام و تری جونز. ساخته سال ۱۹۷۲ در آمریکا. (م.)

باید بگم که این فیلم محبوبِ همیشگیِ شان است.

یوتا در پس زمینه، صداهای بامزه ای در می آورد. فکر می کنم می خواهد تا قسمت هایی از [فیلم] جام مقدس مونتی پایتن را تقلید کند.

مصاحبه گر می پرسد:

آیا جام مقدس، فیلم همیشه محبوب خانواده است؟

وایونا:

بله من دوستش دارم ولی این دو عاشقش هستند! ما اون رو از تلویزیون ضبط کردیم. قسمتی از جام مقدس هست که تماشاش بد نیست.

جیل:

فیلم بامزه ای ست!

یوتا:

ولی [به نظر] ما واقعاً احمقانه است!

وایونا:

یک کمی مبتدل است. یک جورهایی احمقانه است، ولی...

یوتا:

احمقانه، ولی خنده داره.

وایونا:

ولی بچه ها خیلی دوستش دارن. منم دوستش دارم... فکر می کنم ساختن مونتی پایتن و جام مقدس، از نظر بعضی از مردم نوعی بی احترامی به مذهب باشه.

بی تردید، شماری از اعضای کلیسای مسیح این فیلم را بی حرمتی به مسیحیت می دانند. در این جا ما با خانواده ای سر و کار

داریم که هیچ برنامه ای را از تلویزیون معمولی یا کابلی تماشا نمی کنند. دوستان دو

دختر خانواده، این موضوع را امری نامعمول می‌پندارند؛ ولی اعضای خانواده، فیلم‌های ویدیویی بسیاری برای تماشا دارند و معمولاً جمعه شب‌ها، خانوادگی به تماشای شان می‌پردازند. هم‌چنین آن‌ها ارتباط‌های آشکاری میان مذهب و تماشای فیلم‌های ویدیویی برقرار می‌سازند. با این وجود، به نظر نمی‌آید طبق عادت تماشای فیلم، درباره موضوعاتی صحبت کنند که از مسیحیان بازمتولد انتظار داریم. آن‌ها در گذشته عیسی مسیح سوپر استار را به منزله فیلمی مقدس تماشا می‌کردند و حتی امروز گاهی مونت‌پایتن و جام مقدس را می‌بینند و آن‌ها را از فیلم‌های محبوب خود می‌دانند. شاید این احساس لذت آمیخته با گناه، به خوبی همان استقلال را بیان کند که وایونا آن‌ها را وجه مهمی از خود بیان‌گری می‌داند.

در واقع، این راهبرد باعث ایجاد نوعی مصالحه می‌شود. از یک سو، دیدگاهی وجود دارد که تلویزیون را به هر صورت مضر یا باعث اتلاف وقت می‌داند و از سوی دیگر، جذابیت‌های طبیعی و لذتی که تلویزیون و رسانه‌های دیگر فراهم می‌آورند، قابل چشم‌پوشی نیست. تجربیات رسانه‌ای خانواده فالون و تعامل آن‌ها با رسانه‌ها که لذت و خرسندی فراوانی برایشان در پی دارد، هم‌چنین تجربه حضور اعضای خانواده هنگام تماشای فیلم کنار یکدیگر، تضادهایی با توضیح پیرامون رسانه‌ها از سوی وایونا دارد که تلویزیون را چرند می‌داند. راهبرد آن‌ها (تماشای تلویزیون، نه با تماشای برنامه‌های آن، بلکه فیلم‌های ویدیویی) مؤثر افتاده است. شاید فرض کنیم بعضی افراد و خانواده‌ها این موضوع را به راحتی بپذیرند که نمی‌خواهند جزیی از فرهنگ رسانه‌ها باشند. پیش‌تر

درباره شماری از دیدگاه‌های گوناگون درباره [حضور] رسانه‌ها در زندگی روزمره صحبت کردیم که جدایی را ممکن می‌دانند. می‌توان میان رسانه‌ها و جنبه‌های اصیل‌تر یا طبیعی‌تر زندگی خطّ واضحی ترسیم کرد که مذهب، مهم‌ترین آن‌هاست. ایجاد چنین تمایزهایی در عمل به اندازه تئوری ساده نیست. چنان‌که خواهیم دید، رسانه‌ها تقریباً برای همه، به ویژه جوانان، بیش از پیش پذیرفتنی و تا حدودی بخشی از زندگی و فرهنگ شمرده می‌شوند، به اندازه‌ای که وقتی به آن‌ها دسترسی نداریم، بی‌درنگ متوجه می‌شویم. (۱) اگر امکان جداسازی وجود داشت یا می‌شد رسانه‌ها را به صورت اُبژه‌هایی مستقل در عرصه اجتماعی و فرهنگی زندگی روزمره در نظر گرفت، [آن‌گاه] می‌توانستیم آن‌ها را بر اساس مجموعه‌ای به نسبت آشکار و روشن از استنباط‌ها و عملکردهایی بررسی کنیم که آگاهانه شکل گرفته‌اند. در واقع بخش عمده‌ای از آن‌چه درباره رسانه‌ها می‌گوییم و می‌اندیشیم، تا حدی شامل برخورد شناختی با عملکرد رسانه‌هاست. بر فرض که مردم درباره آن‌چه انجام می‌دهند، فکر می‌کنند و می‌توانند تأویل‌گران قابل اعتمادی برای کارهای خود و منابع قابل اعتمادی برای عملکردهای خود باشند، به هر حال جا دارد پرسیم که آیا این فرضیات قابل اعتماد هستند یا نه؟

۱- من و همکارانم در رسانه‌ها، خانه و خانواده، به تفصیل درباره این موضوع هم بحث خواهیم کرد. نگاه کنید به فصل ششم که در آن خانواده پیتن بررسی می‌شوند. دیوید گانتلت و آنت هیل (۱۹۹۹) نیز در زندگی تلویزیونی، به طور مشخص درباره استفاده از تلویزیون به عنوان دوست یا رفیق نکته‌های مشابهی را مطرح می‌کنند. هم‌چنین، نگاه کنید به مفهوم شفافیت رسانه‌ها در لیونگستن (۲۰۰۲).

زندگی با رسانه ها

زندگی با رسانه ها

دیل و بانی جانسن هر دو سی و چند ساله هستند و با دو پسرشان دان شش ساله و کارسن پنج ساله در شهری نه چندان بزرگ در ایالات متحده زندگی می کنند. دیل، پدر خانواده، پس از چند بار تعویض شغل، در رشته کارشناسی مشغول تحصیل است و بانی هم شغلی پاره وقت دارد. دیل به هر دو زبان فرانسه و انگلیسی مسلط است، زیرا مادرش در فرانسه به دنیا آمده است. یکی از والدین بانی هم در اصل اروپایی است. آن ها جزو سیاه پوستان آمریکایی هستند و در خانه ای زندگی می کنند که دانشگاه دیل در اختیارشان گذاشته است. این موضوع کمک فراوانی به آن ها می کند؛ زیرا درآمد خانواده کمتر از ۲۵ هزار دلار در سال است. آپارتمان آن ها کوچک، ولی راحت است؛ البته تعداد اتاق های اش کم است. آن ها در خانه تلویزیون کابلی، دو دستگاه تلویزیون و دو دستگاه پخش ویدیویی دارند (یکی از آن ها در اتاق خواب والدین است)؛ هم چنین به رایانه و اینترنت دسترسی دارند. آن ها صاحب مجموعه ای بزرگ از نوارهای ویدیویی هستند که بیشتر، فیلم های عامه پسند است و در قفسه های جداگانه ای، یکی برای بچه ها و یکی برای والدین نگهداری می شوند. (۱) آن ها مسیحیان مؤمنی هستند و به یکی از کلیساهای

۱- مصاحبه با خانواده جانسن را کریستف دمونت _ هانریش انجام داده است.

مستقل باپتیست می روند؛^(۱) البته پس زمینه مذهبی والدین متفاوت است. دلیل درباره پس زمینه مذهبی خود می گوید:

فکر می کنم خونوام پروتستان، نه ببخشید، پرزبیتترین بودن.^(۲)

بانی در خانواده‌ای باپتیست از جنوب آمریکا بزرگ شده است. پدر و مادر، هر دو خود را مذهبی معرفی می کنند و بیشتر چیزهایی که از آن می گویند، از طریق ارزش ها و افکار مذهبی شان بیان می شود. برای نمونه وقتی می پرسیم چه چیز از نظر آن ها به عنوان یک خانواده مهم است، هر دو می گویند خود خانواده، استفاده بهینه از وقت و تربیت معنوی. پدر و مادر، خود را والدین مسئولی می شمارند که می کوشند این موضوع را به وسیله اجرای قواعدی هنگام استفاده پسران از رسانه ها اعمال کنند؛^(۳) البته هم چون بسیاری از خانواده های دیگر، توصیف آن ها از مشاهده رسانه ها در خانه، قدری مبهم است. وقتی می پرسیم معمولاً چه برنامه های تلویزیونی را تماشا می کنند، دلیل و بانی پاسخ می دهند اخبار و تأکید می کنند که منظورشان نخست، اخبار محلی است. وقتی مصاحبه گر می پرسد که آیا برنامه های CNN یا تام بروکاو^(۴) یا چیزهایی از این قبیل را می بینند یا نه، دلیل پاسخ می دهد:

۱- Baptism، یکی از فرقه های مسیحی است که بیشتر، از پروتستان ها تشکیل شده است. این نام برگرفته از یک آیین قدسی مسیحی است که معتقدند پیروان مسیح باید به فرمان الهی، غسل تعمید (معمولاً به شکل غوطه ور شدن در آب) داده شوند تا ایمان خود را به همه نشان دهند. (م.)

۲- Presbyterianism: (هم چنین موسوم به کلیسای مشایخی) یکی دیگر از فرقه های مسیحی که از پروتستان های اصلاح طلب به شمار می روند و اصل آن ها در اسکاتلند گسترش یافتند. (م.)

۳- چنین قاعده‌هایی از محسوس ترین و بارزترین موارد هویت خانواده هستند. برای بحثی مفصل تر درباره این موضوع نک: Hoover et al. (۲۰۰۴).

۴- ۵. Tom Brokaw توماس جان بروکاو، متولد سال ۱۹۴۰ و دارای مدرک در رشته ژورنالیزم و سیاست از دانشگاه داکوتا در آمریکا است. وی شهرت خود را مدیون اجرای برنامه اخبار شبانه‌گاهی شبکه NBC است. او هنوز هم با شبکه NBC به عنوان یک خبرنگار ویژه همکاری می کند. او تنها فرد در تاریخ شبکه NBC است که در هر سه برنامه مهم خبری آن (The Today Show، NBC Nightly News، Meet the Press) به شکلی حضور داشته است. (م.)

ما MSNBC رو تماشا می کنیم.

سپس هر دو به صورت همزمان می گویند که برنامه DateLine را هم می بینند.

مصاحبه گر:

پس شما هر روز اخبار را تماشا می کنید؟

دیل:

بله! هر روز برنامه های خبری رو می بینیم.

مصاحبه گر:

در چه مدت؟

دیل:

شب ها، فکر می کنم حدود دو ساعت.

مصاحبه گر:

هر روز دو ساعت اخبار می بینید؟

بانی:

خب، هر روز که نه.

دیل:

البته چرا، تقریباً هر روز.

بانی:

چون کار می کنیم، شب ها برای روز بعد ناهار یا شام درست می کنیم. آه... من برخلاف گذشته، دیگه برنامه هایی مثل برنامه اُپرا (وینفیری) رو نمی بینم (می خندد).

مصاحبه گر:

پس وقتی که اخبار پخش می شود، شما دقیقاً در برابر تلویزیون نمی نشینید تا آن را تماشا کنید؟

بانی:

چرا، البته تمام مدت برنامه تلویزیون رو نمی بینم.

مصاحبه گر:

منظورتان از ما این است که بچه ها هم آن را تماشا می کنند؟

بانی:

بچه ها در اون موقع خوابن.

مصاحبه گر:

مگر کی می خوابند؟

بانی:

ما سعی می کنیم که اون ها رو ساعت هشت بخوابونیم.

دیل:

درسته.

بانی:

چون اون موقع دیگه کار زیادی نداریم.

دیل:

اگه اون ها (بچه ها) تلویزیون تماشا کنن، برنامه هایی که می بینن، کارتون یا چیزی توی همین زمینه ها است.

این اطلاعات، به این دلیل جالب است که بخش عمده ای از پژوهش های اجتماعی درباره استفاده از رسانه ها متکی بر این نوع گزارش های شخصی است و در حکم روشی مطمئن برای ارزیابی مشاهده تلویزیون به شمار می رود. دیل و بانی گفته اند مرتب اخبار را تماشا می کنند و چند برنامه مانند اخبار محلی، MSNBC و DateLine را نام می برند؛ برنامه هایی که هر روز تماشا می کنند. مصاحبه گر می گوید این حجم برنامه حدود دو ساعت در روز طول می کشد، مدتش قدری زیاد به نظر می رسد. هدف ما پی بردن به حقیقت موضوع نیست؛ ولی به هر صورت جالب است درباره نتیجه این گزارش بیندیشیم. از خود بیانگری والدین مشخص می شود که اخبار برای شان ارزشمند است و باید هر روز تماشا می کنند و زمانی که به قول خودشان کار زیادی ندارند، وقتشان را به آن اختصاص می دهند.

وقتی گفت و گو به عادت های کودکان هنگام تماشای برنامه ها می رسد، جانسن ها اشاره می کنند که همان روز پسرها برنامه هایی چون دختران پاور پاف، آزمایشگاه دکستر و کارج، سگ ترسو را تماشا کرده اند. بانی با پسرها درباره کارج، شخصیت سگ کارتونی شوخی می کند و معلوم است آن را با بچه ها تماشا کرده است. به نظر می آید کارج برای انجام بیشتر نقشه هایش از رایانه و اینترنت استفاده می کند.

بانی:

منبع دیل برای دسترسی به رسانه ها رایانه است.

مصاحبه گر:

پس برای کارهای دانشکده از آن استفاده می کنید؟

دیل:

برای دانشکده، بله. برای کارهای دانشجویی ام از نرم افزارهای Word یا مایکروسافت پابلیشر استفاده می کنم. امروز می خوام با نرم افزار Excel کار کنم. اگه نخواستم، به سراغ نرم افزار Minesweeper میرم. من به ندرت ای میل هام رو می بینم.

بانی:

و من هم اصلاً از رایانه استفاده نمی کنم.

مصاحبه گر:

[به بانی] شما اصلاً از رایانه استفاده نمی کنید؟

مصاحبه گر:

[به دیل] ولی شما هر روز از آن استفاده می کنید؟

دیل:

نه، من معمولاً چهار بار در هفته برای بازی Minesweeper از اون استفاده می کنم. به گمونم هر نوبت حدود چهل دقیقه طول می کشه؛ ولی سراغ اینترنت نمیرم.

مصاحبه گر:

شما به اینترنت دسترسی دارید، درست است؟

دیل:

بله، ما به اینترنت دسترسی داریم. فکر می کنم سرور اترنت (۱) باشه.

مصاحبه گر:

گفتید تقریباً هیچ وقت سراغ اینترنت نمی روید؟

دیل:

به ندرت از اون استفاده می کنم. تنها چیزی که دنبالش می گردم، [Mapquest](#).

بانی:

من هیچ وقت از اینترنت استفاده نمی کنم. به اون کاری ندارم. هیچ علاقه ای به اون احساس نمی کنم. اگر بخوام با کسی صحبت کنم، براش ای میل نمی فرستم؛ بلکه گوشی تلفن رو برمی دارم و با اون حرف می زنم. من یکی از ضد رایانه ها هستم.

دیل:

بچه ها با رایانه، بازی جنگ تانک ها رو انجام میدن؛ ولی فکر می کنم فقط ماهی یک بار اون رو بازی می کنن. مدتی است اون رو انجام ندادن.

در این جا تصویر خانواده ای شکل می گیرد که به اینترنت دسترسی دارند؛ یکی از والدین از رایانه استفاده نمی کند، در حالی که دیگری می گوید از آن فقط برای حروف چینی و بازی های رایانه ای استفاده می کند. مصاحبه گر کنجکاو است که بداند آیا بچه ها هم از اینترنت استفاده می کنند یا نه. مصاحبه گر رو به کارسن و دان می گوید:

آیا شما از اینترنت استفاده می کنید؟

دیل:

[به جای آن ها پاسخ می دهد] چی؟! نه اون ها هرگز سراغ اینترنت نمیرن؛ تنها گاهی در سایت [shockwave.com](#) یا جنگ تانک ها بازی می کنن.

بانی:

در واقع آگه بخواهیم بچه هامون در مدرسه از اینترنت استفاده کنن، باید امشب نامه ای امضا کنیم. ما نمی خواهیم به اون ها اجازه بدیم در مدرسه از اینترنت استفاده کنند.

مصاحبه گر:

واقعاً؟ پس در عوض چه می کنید؟

دیل:

نمی دونم....

بانی:

خُب اون ها به جاش می خونن، می نویسن....

دیل:

اون ها هر کار دلشون بخواد، می تونن انجام بدن...

دیل:

درباره رایانه باید بگم سایت های زیادی وجود دارن که بچه ها می تونن به اون ها مراجعه کنن ولی نمی تونید همیشه در برابر اون ها سپر ایجاد کنید....

بانی:

درسته.

دیل:

البته تا جایی که به مدرسه مربوط میشه، اون ها نیازی به استفاده از رایانه ندارن. هیچ نیازی به ای میل نیست. نمی تونن بخونن.

نگرانی بانی و دیل درباره اینترنت و رایانه آشکار است طوری که می خواهند دسترسی دان و کارسن را نسبت به آن ها

محدود کنند؛ ولی همان جمله ای که دلیل می گوید، آن ها هرگز از اینترنت استفاده

نمی‌کنند، فاش می‌سازد که علاوه بر بازی رایانه ای جنگ تانک ها، (۱) آن ها سراغ سایت اینترنتی و تجاری shockwave.com هم می‌روند. پس دلیل می‌داند که آن ها از اینترنت استفاده می‌کنند. مصاحبه گر به این موضوع که دلیل و بانی موافق دسترسی بچه ها به اینترنت در مدرسه هستند، کنجکاو است. دلیل می‌گوید که هنوز وقتش نرسیده است. وقتی مصاحبه گر می‌پرسد که چه زمانی مناسب خواهد بود، دلیل پاسخ می‌دهد:

سؤال خوبیه؛ وقتی که برای انجام هدفی باشه. موضوع مهم همینه. اون ها در حال حاضر پنج و شش ساله هستند و چیزی درباره اینترنت نمی‌دونن. اگه می‌خوان وارد اینترنت بشن، باید از والدین خود پرسند و من اون ها رو به سایت هایی که براشون مفیده می‌برم. در حال حاضر نیازی به اینترنت ندارن.

پاسخ خوبی به نظر می‌رسد. تنها مسئله این است که بچه ها قبلاً وارد اینترنت شده اند و معلوم می‌شود که فقط این سایت نیست که آن ها درباره اش می‌دانند. بانی با اشاره به یک وب سایت یا وب سایت هایی که بچه ها معمولاً سراغش می‌روند، از دلیل می‌پرسد:

اون چه سایتیه که بچه ها واردش می‌شن.

دلیل:

Disney.Com یا blueschlues.com؛

دان شش ساله جواب می‌دهد:

۱- Tank Battle این بازی رایانه ای به رایگان از اینترنت دانلود می‌شود.

۲- سایتی اینترنتی برای انجام بازی های رایانه ای، دانلود موسیقی، فیلم های ویدیویی، طرح های گرافیکی و غیره که البته مختص بزرگسالان نیست.

.Disney.Com

بانی:

اسمش Disney.Com است؟

دان:

Nickjr.com هم است.

بانی:

بله همینه. ممنونم دان.

دیل:

بله و اگه بچه ها بخوان با رایانه بازی کنن، از ما می پرسن چه کارهایی باید انجام بدن، در واقع قواعد اصلی رو می پرسن. خُب؟ این روزها بچه ها می تونن رایانه رو کار بندازن و والدین هرگز نمی دونن اون ها چه می کنن. اوه! اون ها با رایانه ور می روند؟ خوب بگذارید بازیشون رو بکنن. اگه بچه ها بخوان برای یافتن چیزی وارد اینترنت بشن، از ما می پرسن و من براشون برنامه ریزی می کنم. دوست دارم اون ها جست و جو کنن، بانی هم به این موضوع علاقه مند است. ما می خواهیم بدونیم بچه ها به دنبال چه می گردن. پس فعلاً نیازی به اینترنت ندارن، مگر اون که بخوان وارد سایت **Nickjr.com** بشن، ولی نمی دونم واقعاً می خوان یا نه؛ زیرا تا به حال از **Nickjr.com** یا سایت های مشابه چیزی نخریدیم.

در این جا تصویری که دانی و دیل ارائه می دهند، قدری متناقض می شود. در ابتدای بحث، بانی گفت بچه ها هیچ وقت وارد اینترنت نمی شوند. وی ادعا می کند خود، کاربر رایانه نیست. قدری بعد، درمی یابیم بچه ها از رایانه خانوادگی استفاده می کنند و بازی های ویدیویی انجام می دهند و حتی وارد بعضی وب سایت ها می شوند که نام

پنج مورد آن‌ها ذکر می‌شود و تازه هیچ‌یک از این منابع مخصوص بچه‌ها نیستند.

روشن است که دِیل و بانی می‌خواهند بر استفاده بچه‌ها از رسانه‌ها نظارت داشته باشند و اطلاعات آن‌ها درباره سایت‌هایی که بچه‌ها به آن‌ها سر می‌زنند، می‌تواند شاهدهی بر نظارت آن‌ها باشد. پسرها شش و پنج ساله هستند و از همین سن سفرهای اینترنتی خود را آغاز کرده‌اند، خواه دِیل و بانی به طور مستقیم دخالت داشته باشند و یا خیر. به سختی می‌توان پیش بینی کرد نتیجه کار چه خواهد شد. به هر حال، روشن است که دِیل و بانی می‌خواهند والدینی باشند (یا قلمداد شوند) که در این بخش مهم از زندگی پسرها دخالت دارند و این موضوع از چگونگی درک آن‌ها از هویت‌های مذهبی در مقام والدین سرچشمه می‌گیرد. آن‌ها به اندازه کافی دغدغه استفاده بچه‌ها از اینترنت را دارند و به این نتیجه رسیده‌اند که نباید به بچه‌ها اجازه استفاده از آن را در مدرسه بدهند، هرچند به نظر می‌رسد کاربرد این وسیله در مدرسه هدفمند باشد. دِیل و بانی اساساً اینترنت را از جنبه سرگرمی آن در نظر می‌گیرند، نه ارزش‌های آموزشی و در واقع با اجازه دادن به بچه‌ها برای ورود به سایت‌های سرگرمی یا تسهیل آن، به طور عملی کاربرد سرگرم‌کننده اینترنت را تشویق می‌کنند. هنگامی که مصاحبه‌وارد بحث درباره استفاده پسرها از تلویزیون می‌شود، همان‌حال و احساس پیشین دوباره پدید می‌آید. مصاحبه‌گر می‌پرسد:

گفتید بچه‌ها تلویزیون تماشا می‌کنند؟

دِیل:

برنامه های شبکه کارتون رو می بینن.

مصاحبه گر:

فقط همین برنامه ها را می بینند؟

دیل:

بله فقط همین ها رو تماشا می کنن.

ولی انگار بانی می خواهد چیزی بگوید که دیل صحبتش را ادامه می دهد:

نیکل ادئون! (۱) یا نیک جونور (۲) یا چیزهایی از این دست.

بانی:

و PBS یا چیزهایی از این قبیل. بچه ها در پاییز برنامه های PBS رو تماشا می کنن، چون اون سگ کوچولو رو دوست دارن، اسمش چی بود؟

دیل:

بله! اسمش ویشبن (۳) است.

بانی:

ویشبن، اون ها از ویشبن خوششون می آد.

دیل:

بله و دان دیروز داشت شبکه دیسکاوری رو تماشا می کرد که فیلمی درباره نهنگ ها نشون می داد، به جز اون دیگه چیزی تماشا نکرد.

مصاحبه گر:

۳- Wishbone سریالی ساخته و پخش شده در سال های ۱۹۹۵ تا ۱۹۹۸ در ژانر حادثه ای/خانوادگی. موضوع سریال سگی باهوش و شوخ است (با بازی یک سگ تربیت شده) که خود را جای شخصیت های کتاب ها تصور کرده و وقایع گوناگونی را تجربه می کند. (م.)

و شما کاملاً بر آن‌ها نظارت دارید؟

دیل:

بله!

بانی:

بله!

دیل:

ما همیشه می‌دونیم اون‌ها چی تماشا می‌کنن.

بانی:

و درست مثل مدرسه من به طور کامل می‌دونم چه موادی به اون‌ها آموزش میدن.

مصاحبه‌گر:

دوست دارید چه نوع موادی را به آن‌ها آموزش دهند؟

بانی:

مایلم به اون‌ها اطلاعات اساسی، همون دانش پایه رو یاد بدن. چیزهایی که وقتی من و شما بچه بودیم، یاد گرفتیم و این‌ها مواد آموزشی بسیار خوبی هستن. اگر اون‌ها بخوان چیزی یاد بگیرن که من دوست نداشته باشم، به معلم‌شان میگم و به فکر چیز دیگری می‌افتیم؛ ولی این موضوع هیچ وقت درباره دانش پایه اتفاق نمی‌افته. به هر حال من سعی می‌کنم تا جایی که میشه، بر آموزش اون‌ها نظارت داشته باشم و می‌خوام به طور دقیق بدونم اون‌ها چه می‌کنند.

با شنیدن این سخنان، شنونده احساس می‌کند دقت آن‌ها درباره برنامه‌هایی که بچه‌های شان در تلویزیون می‌بینند، قدری کمتر از چیزی است که دوست دارند تصور شود. برای نمونه آن‌ها در این جا به دو

برنامه خاص اشاره می کنند، ویشبن و یک برنامه درباره طبیعت که از شبکه دیسکاوری پخش می شود. همان طور که از صحبت های پیشین فهمیده می شود، گویی پسرها سه برنامه اضافی از شبکه کارتون و برنامه صبحگاهی نیکل ادئون را نیز می بینند؛ در حالی که بانی و دیل دوست دارند ما تصور کنیم خطوط آشکاری دور رسانه ها می کشند. آن ها و پسرها بر سر استفاده از تلویزیون و اینترنت با هم سازش کرده اند. آثاری که در دسترس بچه ها قرار دارد، بیشتر برنامه های ویژه بچه ها و چیزهای است که آن ها دوست دارند. والدین گفتند که مواد درسی اساسی و دانش پایه را در مدرسه ترجیح می دهند. این فکر دیل که بچه ها باید به شکلی آگاهانه و هدفمند از اینترنت استفاده کنند، نکات قابل ملاحظه ای در خود دارد که دیدگاه های بسیاری از سازمان های مذهبی را بازتاب می دهد؛ البته در عمل، موانع و مرزها تا این حد مشخص نیستند.

خانواده جانسن نکات فراوانی درباره زندگی خانوادگی در عصر رسانه ها به ما می گویند. آن ها آرزوهای مشخص و زیادی برای استفاده بچه ها از رسانه دارند و نظارت پدرانه و مادرانه ای که در این مورد اعمال می کنند، این نکته را تأیید می کند. دیل و بانی، معتقدند رسانه ها (هم اینترنت و هم تلویزیون) در این فرآیند نتایج خاصی در پی دارند. آن ها در حقیقت نمی خواهند بدانند که دان و کارسن تا چه اندازه با رسانه ها سر و کار دارند. با وجود این، تجربه های آن ها نکته های گوناگونی درباره رسانه ها در زندگی خانوادگی نشان می دهد، نکاتی که مهم هستند.

نخست، لازم است رسانه های امروز را در حکم یک بسته (مجموعه) و نه سرویس ها یا تجربیات متمایز در نظر گرفت. فعالیت های آن لاین پسرها در قالب بسیاری دیگر از برنامه های این چینی قرار دارند که از تلویزیون تماشا می کنند. دوم، چنان که پیش تر درباره برنا و جیل دیدیم، گریز از قلمروی رسانه ها در عمل امکان پذیر نیست، حتی برای پسرهای کم سن و سالی مانند کارسن؛ زیرا رسانه ها حضوری همه جانبه و از جهاتی سازنده دارند؛ برای نمونه، کلیدهای آبی (۱) یکی از برنامه هایی است که بچه ها با آن آشنا هستند، برنامه ای آموزشی، درست مانند ویشبن (۲). برنامه های شبکه های PBS و دیسکاوری هم احتمالاً بیش از آن که مضر باشند، مفیدند. سوم، کل این چشم انداز در سطحی ظریف، تلویحی و در عین حال بارز از تبیین اجتماع در زندگی قرار می گیرد. نه والدین و نه پسرها در حقیقت نمی دانند چه برنامه هایی را ببینند و به سراغ چه وب سایت هایی بروند؛ زیرا فهرستی دقیق یا نظارتی کامل بر این فعالیت ها وجود ندارد. فعالیت های یاد شده جذابیت آشکاری دارند، ولی این رسانه ها به صورتی متفاوت با تصور والدین از استفاده آموزشی به کار می روند. آن ها فرض می کنند که مورد دوم تا اندازه ای کنش منطقی و آگاهانه دارد. در حالی که فکر می کنم استفاده از مورد اول، به واقع همراه با منطق و آگاهی نیست. به تدریج رسانه ها چنان نقش بارزی در زندگی پیدا می کنند که خود نحوه استفاده شان را تعیین

۱- Blue's clues سریالی متعلق به سال ۱۹۹۶ با محوریت دو توله سگ انیمیشنی. (م).

۲- البته دست کم یکی از خانواده هایی که با آن ها مصاحبه شده است، خانواده کالاهان که در فصل ششم متن گفت و گوی شان را خواهیم آورد، به دلایل مذهبی با ویشبن مخالف بودند و آن را مطابق با سلیقه خود نمی دانند.

می کنند، حتی برای والدینی چون دیل و بانی که به نظر می رسد آگاه و دقیقند. آن ها هنگام بحث درباره برنامه منظم تماشای فیلم، از آثاری سخن می گویند که همراه با کودکان خود آن ها را نمی بینند. توجه داشته باشید که پسرها فیلم های جنگی را دوست دارند، آن ها بین فیلم هایی که آن ها را نامناسب می دانند (از قبیل نجات سرباز رایان، (۱) جوخه (۲) و سرباز جین (۳) و فیلم هایی که از نظر آن ها مناسب است (مانند فیلم های جان وین، سلسله فیلم های جنگ های ستاره ای (۴) و آثاری متعلق به دو دهه پیش تر مانند تاپ گان (۵) خطی می کشند. بنابراین، معلوم می شود برنامه ای که پدر و مادر معمولاً به اتفاق کودکان می بینند، برنامه ER است. (۶)

در جایی دیگر از مصاحبه، بانی نظر می دهد که چگونه جذابیت یک برنامه خاص، در تضاد با ایمان وی قرار می گیرد و توصیف می کند که چطور بین آن ها مرزی به وجود می آورد.

بانی:

۱- Saving Private Ryan فیلم مشهور استیون اسپیلبرگ که سرآغاز تحولی در نمایش صحنه ها جنگی و در کل ژانر جنگی بود و البته با اقبال آکادمی اسکار، منتقدین و تماشاگران توأم شد. فیلمی با بازی تام هنکس، محصول ۱۹۹۸ آمریکا. (م.)

۲- Platoon (دسته نظامی) فیلمی از کارگردان جنجالی آمریکای، الیور استون. فیلمی درباره جنگ بی نتیجه آمریکا در ویتنام. با بازی ویلم دافو، جانی دپ، فارست ویتاگر. محصول ۱۹۸۶ آمریکا. (م.)

۳- G.I Jane فیلمی ساخته ریدلی اسکات. اثری درباره حضور زنان در ارتش آمریکا با بازی جولین مور و ویگو مورتسن. محصول ۱۹۹۷ آمریکا. (م.)

۴- Star Wars

۵- Top Gun فیلمی ساخته تونی اسکات. با بازی تام کروز، وال کیلمر، تیم رابینز. فیلمی تبلیغاتی برای تشویق جوانان آمریکایی به پیوستن به نیروی هوایی آمریکا. محصول ۱۹۸۶ آمریکا. (م.)

۶- البته این موضوع پرسشی را درباره ساعت خواب بچه ها که طبق گفته والدین ۸ شب است برمی انگیزد؛ زیرا در جایی که آن ها زندگی می کنند، برنامه ER ساعت ۹ شب پخش می شود!

من از آثاری که به موضوع‌های شیطانی می‌پردازن، خوشم نمی‌آد. قبلاً از مجموعه ساوث پارک خوشم می‌اومد، با اون که یکی دو بار بیشتر اون رو ندیدم. (دیل می‌خندد.) یک دفعه اون‌ها تفسیری درباره خداوند مطرح کردن که من دیگه تصمیم گرفتم اون رو نبینم.

مصاحبه‌گر:

پس....

بانی:

تفسیر خوبی نبود و می‌دونید (تقریباً نجوا می‌کند) خود اون کارتون بسیار بامزه است. در حقیقت، کارتون سرگرم‌کننده است ولی من نمی‌تونستم اون رو تماشا کنم، چون سازندگانش به خداوند توهین کردن.

مصاحبه‌گر:

بسیار خب. هر برنامه یا فیلم تلویزیونی ای که از نظر شما به خداوند اهانت کند، دیگه جایی در ...

بانی:

یا به خداوند توهین می‌کنه یا به خود من در مقام زن....

مصاحبه‌گر:

احتمالاً هر دو مورد در ساوث پارک وجود دارد؟

دیل:

بله، درسته، خدا، من ... (می‌خندد)

بانی:

وضعیت خیلی بدی است، چون اون کارتون خنده‌تان را در میاره ولی من نمی‌تونم بین اون و ایمان خودم سازش برقرار کنم.

مصاحبه‌گر:

آیا فکر می کنید نوع خاصی از فیلم ها یا برنامه های تلویزیونی هستند که هرگز نباید اجازه پخش آن ها را داد؟

بانی:

نه، چون این کار سانسوره. نباید سانسور داشته باشیم.

مصاحبه گر:

پس مهم نیست که محتوا چه باشد؟

بانی:

خب، من می توئم انتخاب کنم. خداوند به من امکان انتخاب مسیرهای مختلفی رو در زندگی داده و من این یکی رو برگزیدم. تا وقتی که در آمریکا زندگی می کنیم (که بر اساس ایمان مسیحی بنا شده)، آزادی گفتار، مذهب و فکر وجود داره. خداوند به ما اراده آزاد داده پس به هیچ صورت به سانسور اعتقاد ندارم. من فقط تصمیم گرفتم چیزهایی رو که از نظر اخلاقی مناسب نمی دونم، تماشا نکنم.

با توجه به سخنان بانی این احساس به وجود می آید که او بیش از آن چه ابراز می کند، هم به مجموعه ساوث پارک علاقه دارد و هم با آن آشنا است. صرف نظر از این که او این برنامه را می بیند یا نه، آشکار است که جایی بین این برنامه و اعتقادات خودش، مرزی مشاهده می کند. این که برنامه ای هم چون ساوث پارک می تواند شخصی مانند بانی (یک مسیحی محافظه کار) را به خود جلب کند، نشان از قدرت فرهنگی و شاخص بودن این برنامه دارد.

بانی هم چون بچه های اش که تجربه ای از حضور و قدرت همه جانبه رسانه ها به منزله منابع فرهنگی دارند، خود را در چهارچوب نقشه ای

می بیند که طبق آن باید بین اعتقادات خود و ارتباط با رسانه ها سازشی به وجود آورد. شاید فکر کنیم که مردم فقط در یادآوری و تشریح رابطه شان با رسانه ها دچار ابهام هستند، ولی بانی و دیل تا اندازه ای در عملکردهای مذهبی روزانه خود نیز ابهام دارند. آن ها توضیح می دهند که با توجه به زمینه مذهبی زندگی شان، به طور مرتب یک یا چند برنامه تله ونجلیستی را تماشا می کنند. دیل هنگام اشاره به عبادت روزانه خانوادگی می گوید:

به جز خواندن انجیل، این برنامه ها را هم تماشا می کنیم.

قدری بعد مصاحبه گر دوباره سراغ همین موضوع می رود.

و شما گفتید که معنویت هم مهم است؟

بانی:

بله، خیلی مهم است.

مصاحبه گر:

پس در کنار کلیسا رفتن، کار دیگری هم انجام می دهید، مثلاً انجیل می خوانید؟

بانی:

بله!

مصاحبه گر:

شما این کار را با هم به صورت خانوادگی انجام نمی دهید؟

دیل:

خب، ما هر کدام انجیل های خودمون رو می خونیم و بعد می خوابیم.

مصاحبه گر:

با وجود این دعا هم می کنید؟

دیل:

بله، ما با پسرها در طبقه بالا دعا می خونیم، دعای خداوند. خب، در گذشته پیش از اون که دوره دانشجویی ام شروع بشه، داستان های انجیل رو برای بچه ها می خوندم. ما دو کتاب درباره داستان های انجیل داریم.

در جای دیگری از مصاحبه، لحن گزارش قدری تغییر می کند؛ دیل می گوید:

چیزهایی که ما می خونیم بیشتر شامل مطالب انجیل میشه.

بانی:

بله انجیل،

دیل:

پیش از اون که بخوایم.

مصاحبه گر:

به صورت خانوادگی؟

بانی:

به تنهایی می خونیم. او انجیل خودش رو می خونه، من هم همین طور.

دیل:

ما قبلاً برای بچه ها پیش از اون که بخوابن، داستان های انجیل و یا کتاب های دیگه می خوندم و به این کار عادت کرده بودیم، الان دوباره باید اون رو شروع کنیم.

اختلال در زندگی روزمره از همین جا مشخص می شود. خانواده هایی چون جانسن باید مدام با موانعی روبه رو شوند که برنامه های آن ها را به چالش می کشند. بیشتر ما چنین مشکلاتی داریم و می توانیم با این خانواده همدمی کنیم. شاید تنها عده کمی از ما می توانیم موقعیت

زندگی مان را با آن صراحتی که دوست داریم، تشریح کنیم. ما سعی داریم منظم باشیم و به روش هایی عمل کنیم که ارزش های زندگی مان را بازتاب می دهند. ما هم درست مانند خانواده جانسن دوست داریم خودمان را در انجام این کار موفق توصیف کنیم. هم چنین شاید این موضوع هم روشن شود که ما گاهی همان افراد و خانواده هایی نیستیم که دوست داریم توصیف کنیم.

خانواده جانسن به ما کمک می کنند که بفهمیم چگونه رسانه ها تبدیل به جزیی از زندگی روزمره می شوند. آن ها از نظر ایفای نقش خود گریزناپذیر، مشکل ساز، متضاد و پیچیده اند. این موضوع روشن است. هم چنین معلوم است که دست کم از نظر خانواده جانسن و خانواده های دیگری که سخنانشان را می شنویم، نقشی که رسانه ها در مذهب و معنویت بر عهده دارند نیز گریزناپذیر، مشکل ساز و متضاد و پیچیده خواهد بود. اکنون به شکل روشن تری به رابطه مذهب و رسانه می پردازیم. ما به نوعی تحلیل خواهیم پرداخت که در چشم انداز اجتماعی _ فرهنگی مذهب و معنویت به روش هایی از منابع رسانه ای می پردازند که این روش ها برای انعکاس شیوه های معاصر ایجاد معنی و هویت به کار می روند. در فصل های پیش دیدیم که چگونه تحولات نوظهور در این چشم انداز، به شکلی بنیادین شیوه های سنتی و اکتسابی نگرش به مذهب را متحول ساخته اند. این تحولات، پژوهش های مذهبی معاصر را بیشتر با توجه به معانی حاصل شده و معانی نسبت داده شده توصیف می کنند و امروزه این عملکردهای مستقل افراد، مهم تر از حق انحصاری نهادها و ساختارها است. هم چنین برخی از خطوط کلی این چشم انداز

را مرور کردیم که به ویژه مبتنی بر آثار وید کلاک روف و رابرت وتناو است. از نظر آن ها عملکرد مذهبی_معنوی و نوظهور جویندگی تا حد زیادی نیروی مذهبی معاصر را نشان می دهد. آن ها هم چنین از این واقعیت غافل نیستند که برای خیلی ها جویندگی نسبت به یقین اهمیت کمتری دارد. روف واژه نامه مفیدی از مذهب، نزد نسل پر زاد و ولد سال های پس از جنگ جهانی دوم در آمریکا (که در فصل سوم از آن ها بحث کردیم) فراهم آورده است. اکنون می خواهیم در تحلیل های خود از این واژه نامه به صورت آشکارتری استفاده کنیم. دو مورد اخیر که معرفی خواهم کرد، در دو قطب مجزا از روح زمانه (۱) مذهب قرار دارند و چگونگی ارتباط آن ها با رسانه ها، بینشی قوی نسبت به مسائلی که دغدغه آن ها را داریم ارائه می دهد.

یک سنت گرا؟

یک سنت گرا؟

جودی کروز ۳۸ ساله، مادر مطلقه ای است که با پسرش دیوید، پانزده ساله زندگی می کند. جودی اهل آمریکای جنوبی است. پدر دیوید هم از اهالی آمریکای لاتین است. جودی و پسرش در آپارتمانی دو خوابه در منطقه مسکونی کم درآمدی زندگی می کنند که نزدیک به حومه یکی از شهرهای بزرگ آمریکا است. با این که جودی دبیرستان را تمام نکرده است، به کالج می رود و هدفش این است که در مدرسه ای کار کند. او

که پشتش آسیب دیده است، حقوق از کارافتادگی می گیرد. دیوید در دبیرستان تحصیل می کند. درآمد خانواده بین ۱۵ تا ۲۵ هزار دلار در سال است. (۱)

جودی بر طبق رده بندی مذهبی روف، نمونه جالبی است. با توجه به درآمد و تحصیلاتش شاید پیش بینی کنیم که جودی از جنبه مذهبی، سنتی تر باشد و در رده بندی مؤمنان معاصر یا رده جزم اندیشان روف قرار بگیرد. به هر حال موقعیت او پیچیده تر از این است. جودی در خانواده ای کاتولیک بزرگ شده و اکنون هم خود را کاتولیک می داند، ولی قدری متحول شده است:

من با دیگر فرقه های مسیحی از جمله باپتیسم هم آشنا شدم، ولی همیشه به مذهب خودم برمی گشتم، چون با اون احساس آسایش می کنم. در تلویزیون یا رادیو چیز زیادی از مذهب کاتولیک دیده و شنیده نشده این کم و بیش، عقیده ای است که روی اون تبلیغات زیادی نمیشه.

جالب است که جودی احساس می کند مذهب را باید با این شیوه طبقه بندی کرد. او از بینندگان همیشگی برخی برنامه های مذهبی است، ولی مذهب خانگی و خارج از خانه کاتولیک را کامل کننده یکدیگر می داند. جالب آن که انواع مذاهب و عناصر معنوی که وی آن ها را در قالب هویت مذهبی خود پیوند داده، گسترده تر از کاتولیک گرایی یا حتی مسیحیت است.

مصاحبه گر:

۱- مصاحبه با خانواده کروزر را دکتر اسکات وبر انجام داده است.

آیا از جنبه معنوی یا مذهبی، خودتان چیزی را در رسانه ها جست و جو کرده اید؟ شما به برنامه تلویزیونی معجزات (نام واقعی این برنامه این یک معجزه است) اشاره کردید و من خواهم از شما درباره آن بپرسم. می دانم که این یکی از برنامه های شبکه PAX است؛ با این حال می توانید قدری درباره آن توضیح بدهید؟

جودی:

من معجزات رو به خاطر تجربه های دست اولش دوست دارم. بله این برنامه از شبکه PAX پخش میشه و جالبه. قراره برنامه دیگه ای هم به زودی پخش بشه که در اون، مردم تجربه های خودشون رو با یک نفر در میون میذارن و اون شخص به شما میگه که اون ها چه گفتن.

مصاحبه گر:

قرار است این برنامه در آینده نزدیک پخش شود؟

جودی:

بله!

از نظر جودی، نقطه قوت این برنامه و برنامه های مشابه دیگری که وی می بیند، واقعیت آن ها است. از نظر وی این آثار به وجه عینی زندگی می پردازند و در عین حال چیزهای دیگری را در برمی گیرند که فراسوی این وجه عینی قرار دارند. این موضوع، علاقه او را برای نمونه به مجموعه نظر کرده فرشته توضیح می دهد. او می گوید:

این برنامه درباره زندگی و واقعیت، چیزهایی که در تجربیات زندگی اتفاق می افته.

مصاحبه گر:

شما به این علت اون رو دوست دارید که فکر می کنید درباره مردم واقعی است یا عنصری معنوی داره که مورد علاقه شماست؟

جودی:

این ها با هم ترکیب شدن.

مصاحبه گر:

به چه صورت؟ از نظر لذتی که از تماشای برنامه می بردید؟

دیوید:

از نظر رازها!

مصاحبه گر:

رازهایی که در این برنامه نشان داده می شود؟

جودی:

فرشتگان، ... دیگر چه بود؟ فکر می کنم ایمان.

از نظر جودی، مذهب و معنویت زمانی قدرت می یابند که با زندگی واقعی پیوند می خورند یا در آن آشکار می شوند؛ البته این یکی از ظرفیت های رسانه است که باعث شکل گیری تجربه مذهبی و خانگی جودی شده است و آن را برای وی از تجربه مذهبی و سنتی خارج از خانه جدا می سازد. جایی که [برنامه] نظر کرده فرشته از نظر مصداق های مذهبی اثری به نسبت قراردادی است، برنامه های دیگری که وی تماشا می کند _ بدون آن که به طور کامل مرتبط با رده بندی های مذهبی باشند _ آثار قدرتمندی هستند.

مصاحبه گر از جودی می پرسد از چه چیز برنامه این یک معجزه است، خوشش می آید. جودی یکی از پی رنگ های اخیر را توصیف می کند که در آن، یک وانت مسقف که کودکی در آن است، از پمپ بتزینی دزدیده می شود.

جودی:

بله و دو تا فرشته به صورت دو تا آدم روی زمین وانت رو تعقیب کردن، اون رو پس گرفتن و کودک رو نجات دادن.

مصاحبه گر:

منظور از فرشته ها....

جودی:

اون ها به صورت انسان هستن، همون آدم های معمولی.

مصاحبه گر:

وقتی می گوید فرشتگان، منظورتان....

جودی:

اون ها برای نجات می آیند.

مصاحبه گر:

آیا این همان کاری است که از فرشتگان انتظار می رود؟

جودی:

بله اون ها آدم های معمولی هستند که... نمی دونم آیا کسی با اون ها حرف می زنه یا نه... اون ها به سرعت وارد ماجرا میشن... اتفاقی می افته و بدون اون که فکر کنن ممکنه به خطر بیفتن، درگیر ماجرا میشن.

مصاحبه گر:

فکر می کنم نظر کرده فرشته دو شخصیت اصلی دارد و شاید شخصیت سومی هم باشد. آیا آن ها روی زمین زندگی می کنند یا از جای دیگری آمده اند؟

جودی:

اون ها از جای دیگه ای او مدن ولی این موضوع تخیلیه.

مصاحبه گر:

ولی در برنامه این یک معجزه است، از فرشتگانی که در زمین هستند صحبت به میان می آید؟ آدم های واقعی که کارهای خیر انجام می دهند.

جودی:

بله، آدم های واقعی، این دو برنامه با هم فرق دارند.

مصاحبه گر:

آیا برای شما هم فرق می کند؟

جودی:

خب، بگذارید ببینم. از نظر خیال و واقعیت بله؛ ولی تا جایی که به انجام هدف مربوط میشه، این دو شبیه هم هستن.

مصاحبه گر:

آیا دوست داشتید عده بیشتری آن ها را تماشا می کردند؟

جودی:

بله، اون وقت کم و بیش می تونستید ببینید که چه تأثیری داره. این که یاد بگیریم زیاد حریص و مادی نباشیم. این که کم و بیش با دید باز زندگی کنیم، بله.

جودی در این برنامه ها رهبانیت و اخلاق را می یابد. استنباط وی از ارزش این برنامه ها، وجه زاهدانه شخصیت او را با چیزی مرتبط می سازد که آن را واقعیت عینی می داند. از سوی دیگر، این ها برای دیگران حکم درس هایی عینی را دارند، روش هایی مؤثر برای انتقال ارزش های مثبت و حتی [ارزش های] مسیحی عدالت و توجه به آخرت. البته تفاوتی هم وجود دارد، چنان که یکی از این برنامه ها _ نظر کرده فرشته _ خیالی

است، در حالی که این یک معجزه است از نظر ارتباط با ماهیت فرشتگان، واقعی است. هر دو برنامه از این نظر که با تجربیات واقعی انسان‌ها ارتباط برقرار می‌کنند و با نیروی الهی یا نیروی تحت تأثیر خداوند در امور انسان‌ها وارد می‌شوند، برای جودی واقعی هستند. در بحثی درباره استفاده از رایانه‌ها، چیزهای بیشتری درباره گرایش‌های مذهبی و معنوی جودی می‌فهمیم. جودی و پرسش یک رایانه دارند، ولی مدلی قدیمی و کند است و هنگامی که دیوید می‌خواهد بازی‌های ویدیویی انجام دهد یا به جست‌وجو در اینترنت پردازد، آن‌ها به کتابخانه می‌روند. جودی می‌گوید که در حال حاضر خودش از رایانه استفاده نمی‌کند. او می‌گوید:

الان با اون سر و کاری ندارم. طوری که در حاشیه زندگیمه.

مصاحبه‌گر می‌پرسد آیا در اینترنت چیزهایی وجود دارند که علاقه‌اش را جلب کنند؟ جودی پاسخ می‌دهد:

موضوعاتی مثل فرزند، بازگشت به دورانی دیگر و شفا برام جالبین. من بیشتر به شفادهندگان... و بگذارید بگم نجوم، ستارگان و چیزهایی از این قبیل علاقه دارم.

جودی هم مانند دیگر مصاحبه‌شوندگان، بین انواع رسانه‌ها (تلویزیون یا اینترنت) که وی به آن‌ها علاقه مند است و برنامه‌های مذهبی تمایز آشکاری قائل می‌شود؛ البته خود می‌گوید که چندان این برنامه‌ها را نمی‌بیند. جالب است که وی پرسش مصاحبه‌گر درباره الهام گرفتن از رسانه‌ها را به معنای برنامه‌های نوع دوم تأویل می‌کند، برنامه‌هایی که وی آن‌ها را معادل با تله و نجلسم می‌داند. مصاحبه‌گر می‌پرسد:

آیا تا به حال از طریق اینترنت یا تلویزیون یا فیلم به جست و جوی منابع الهام پرداخته اید؟

جودی:

منابع الهام معنوی؟

مصاحبه گر:

بله!

جودی:

نه، واقعاً نه. چون اون ها سر و کارشون با پوله. مرتب می پرسن آیا می تونید برای فلان چیز پول پردازید و من فکر نمی کنم کشف منابع الهام معنوی به وسیله تلویزیون یا رادیو و یا به طور کل امواج مخابراتی ممکن باشه. این کار باید به صورت رو در رو انجام بشه. وقتی به این صورت ارتباط برقرار می کنید، واقعی تره. درباره تلویزیون یا رادیو باید بگم تمرکز کردن روی اون ها دشواره و به نظر می آد که خیلی از برنامه ها را به شکل افراطی نمایش میدن، برای نمونه، رقص و موسیقی آدم رو خسته می کنه و دیگه جایی برای فکر کردن باقی نمی مونه.

برای جودی معنویت مهم است، گرچه آن را به شیوه ای نسبتاً نامتعارف بیان می کند. او دنیا را بین عملکرد مذهبی که خارج از خانه اتفاق می افتد (عبادت متعارف کاتولیک) و آن چه داخل خانه در دسترس است، از جمله چیزهایی که می تواند در تلویزیون، رادیو و اینترنت بیابد، تقسیم می کند. افزن بر این، وی در رده بندی بین برنامه ها و سرویس هایی که واقعاً برای او معنی دارند و آن هایی که با عنوان مذهبی ارائه می شوند، تفاوت می گذارد.

مصاحبه گر:

می دانم که قبلاً درباره‌ی نظر کرده‌ی فرشته (۱) و این یک معجزه است، صحبت کردیم. آیا شنیدن گفته‌های واعظان از رادیو یا دیدن آن‌ها بر صفحه تلویزیون برای تان فرق می‌کند؟

جودی:

بله و الان برنامه‌ای با نام جابه‌جایی با همراهی جان ادوارد (۲) در حال پخش (۳) این برنامه برای من جالبه، چون فکر می‌کنم مردم چنین تجربیاتی رو از سرگذردن و میشه با چنین چیزهایی ارتباط برقرار کرد، حالا چه معجزه باشه چه شفای معجزه آسا و غیره. می‌تونید چنین چیزهایی رو تجربه کنید ولی درباره‌ی واعظان، وضع قدری فرق می‌کنه و به این اندازه با اون‌ها راحت نیستید.

روشن است که جودی می‌تواند برنامه‌های با مفهوم _ و حتی با مفهوم از جنبه معنوی _ را در تلویزیون بباید و شاید هم در پی چنین علاقه‌ای به اینترنت هم مراجعه کند. نکته این است که او سراغ جاهای قابل انتظار نمی‌رود. با وجود این که جودی بر اساس معیارها باید نسبتاً سستی باشد (تصور کنید که او در جواب یک نظرسنجی تلفنی درباره‌ی اولویت‌ها یا اعتقادات مذهبی خود چه می‌گوید)، در عوض وی نمی‌خواهد همه

۱- **Touched by an Angel** سریالی که از سال ۱۹۹۴ تا ۲۰۰۳ در ژانر درام خانوادگی فانتزی (۲۱۲ قسمت ۶۰ دقیقه ای) ساخته و پخش شد. موضوع سریال برمی‌گردد به سه فرشته که به سوی زمین گسیل می‌شوند تا به انسان‌های افسرده و وحشت زده گوشزد کنند که خدا آن‌ها را دوست دارد و فراموش شان نکرده است. (م.)

۲- **Crossing over with John Edward** یک برنامه گفت و گو محور (Talk Show) که در سال‌های ۱۹۹۹ تا ۲۰۰۴ با اجرای جان ادوارد پخش شد. (م.)

۳- توضیح این موضوع در سایت www.scifi.com/johnedward: آمده است؛ جان ادوارد به افرادی در دنیای واقعی که عزیز خود را از دست داده‌اند، ملحق می‌شود. برنامه مذکور از دوشنبه تا چهارشنبه از ساعت ۲۳ تا ۳۰/۲۳ و یکشنبه‌ها از ۲۰ تا ۳۰/۲۰ از شبکه **scifi** پخش می‌شود. در این برنامه جان ادوارد با افرادی مصاحبه می‌کند که به ارتباط با عزیزان از دست رفته خود علاقه مند هستند.

چیز را ساده و کلی رده بندی کند. هنگامی که مصاحبه گر چندی بعد به پرسش های مربوط به رسانه ها و مذهب می رسد، این موضوع بیشتر نمود می یابد. مصاحبه گر می پرسد:

هنگامی که با رسانه ها تعامل دارید، درباره خداوند یا معنویت فکر می کنید؟

جودی:

خب،... نه. در خلوت، اوقات خاص خودم به اون ها فکر می کنم.

وی در ادامه شرح می دهد که می خواهد در یکی از روزهای تعطیلات آخر هفته به جلسه ای برود که در آن افرادی با توانایی های فراروان و [از جمله توانایی] شفادهی در آن جا حضور دارند و زمانی را که [او] در آن جا صرف می کند، جزو اوقات خاص خودش است. این نمونه ای جالب از استقلال در جویندگی است که در فصل سوم از آن سخن گفتیم. چنین می نماید که جودی خود را مسئول زندگی معنوی اش می داند. او شخصاً محور جویندگی است و نمی خواهد این نقش را به کلیسا یا رسانه ها واگذارد؛ البته او رسانه ها را عرصه ای مهم برای فکر کردن درباره اعتقاداتش می داند. این موضوع هنگامی مشخص می شود که مصاحبه گر با او از اعتقادش به بیگانگان فضایی سخن می گوید: (۱)

معتقدم که بیگانگان فضایی وجود دارن؛ چون از تجهیزات فوق پیشرفته اون ها چیزهایی به دست اومده. مردم سفینه های فضایی پیدا و تصاویر اون

۱- مصاحبه با جودی کروز یکی دیگر از تحلیل های اساسی این پژوهش را تقویت می کند (Clark ۲۰۰۳). علاقه ما به بیگانگان فضایی و مابعدالطبیعه در زمان انجام مصاحبه تا حدی به دلیل همین طرح پژوهشی بوده است. کلارک به مورد جودی در حکم نمونه ای از بازنمایی خیال در برابر واقعیت از بُعد مذهبی علاقه نشان می دهد، ولی می خواهم بگویم که جودی کاملاً در رده های اکتسابی ایمان و رفتار نمی گنجد.

رو روی نوار ویدیویی ضبط کردن. می دونید خود من چیزهایی دیده ام و معتقدم که در فضا زندگی وجود داره. اون جا موجودات دیگه ای هم هستن.

مصاحبه گر:

آیا شما خودتان به فکر این چیزها می افتید و به جست و جوی شان می پردازید، یا رسانه ها به شما اطلاعات می دهند؟

جودی:

همه اش به تلویزیون برمی گرده. تلویزیون این چیزها رو تلقین می کنه. اون ها اجازه نمیدن تا خودتون پیداشون کنید. مثل مجموعه هایی مثل پرونده های مجهول (۱) یا راسول (۲) که اکنون پخش میشن. اون ها این چیزها رو تلقین می کنن. درباره سفر ستاره ای (۳) نیز وضع همین طوره. اون ها همه چیز رو عوض می کنن، روی خیال پردازی تکیه می کنن و هیچ واقعییتی در کار نیست، پس موضوع رو تغییر میدن.

بدین ترتیب استقلالی که جودی می طلبد با برنامه هایی درباره موجودات فضایی که رسانه ها را اشغال کرده اند، منافات دارد. هم چنین، از نظر وی رویکرد آن ها مفید نیست؛ زیرا (با استفاده از واژه مورد

۱- X-Flies سریال تلویزیونی پرونده های مجهول، ماجراهایی از ماموران FBI را دنبال می کند که اتفاقات ماوراءالطبیعه و حل نشده را رسیدگی می کنند. ماموران ویژه FBI، تلاش می کنند تا نیروهایی را که در حکومت ایالات متحده آمریکا به نقض حقوق مردم مشغولند و موجودات خارجی و ... کشف کنند. (م).

۲- Roswell سریالی که بین سال های ۱۹۹۹ تا ۲۰۰۲ در ۶۱ قسمت ۶۰ دقیقه ای پخش شد. سریال حول چهار نوجوان دورگه انسان/بیگانه می چرخد که دارای استعدادهایی خارق العاده و غیرزمینی هستند. (م).

۳- Star Trek در سال ۱۹۶۶ سریالی در ۷۹ قسمت با این نام ساخته شد که موضوع آن دفاع افسران یک سفینه فضایی از فدراسیون سیارات در برابر دشمنان بود. بعدها طی سال های ۱۹۸۷ تا ۱۹۹۴ از همین کارگردان سری جدید این سریال ساخته شد. دو مجموعه دیگر با همین نام در سال های بعدی ساخته و پخش شدند که همگی حول محور داستان هایی فضایی می چرخیدند. (م).

علاقه اش) خیالی است. مصاحبه گر از جودی می خواهد تا بیشتر توضیح دهد:

من سعی دارم این موضوع را بفهمم. آیا منظورتان این است که چون این چیزها [بیگانگان فضایی، زندگی مابعدالطبیعه و غیره] را واقعی می دانید، مجموعه پرونده های مجهول برایتان یک جور شوخی است، چون همه چیز برای نمایش یا متقاعد کردن بیننده انجام می شود؟

جودی:

بله، بیشتر مسائل برای پول درآوردن؛ چون اون ها فکر می کنن وقتی... [مکث طولانی] این نوع داستان ها رو می نویسن، بازی می کنن و با این لباس ها در صحنه ظاهر میشن، ادای واقعیت رو در می آورند، در حالی که شما فقط خیال پردازی می بینن. این واقعیت نیست.

مصاحبه گر:

واقعیت چیزهایی است که شما به آن عقیده دارید؟

جودی:

بله!

مصاحبه گر:

آیا برنامه جابه جایی همراه با جان ادوارد به واقعیت نزدیک تر است؟

جودی:

بله! خیلی نزدیک تره.

مصاحبه گر:

آن ها برنامه تلویزیونی می سازند و به گمانم می دانند این همان چیزی نیست که شما خیال پردازی می نامید، آیا به این دلیل واقعی است؟

جودی:

اون ها واقعاً تماس برقرار می کنند. به خاطر همینکه که میگم آدم باید خودش بره و ببینه. این تنها راهیه که می تونید بگید که آیا واقعیت است یا خیال. شما خودتون باید برید و بررسی کنید چون در اون جا آدم هایی با استعداد های خاص هستن که می تونند کارهای خاص و عجیبی انجام بدن. اگر اون ها می تونند این کارها رو انجام بدن، عالی است چون از استعداد و توانایشون برای پول درآوردن استفاده می کنن و به کسی ضرری نمی زنن؛ ولی برنامه هایی وجود دارن که ذهن شما رو مخدوش می کنن و....

مصاحبه گر:

ذهنتان را مخدوش می کند؟

جودی:

بله اون ها خیالات رو در ذهن شما می نشوند و شما رو در تشخیص و جداسازی خیال و واقعیت دچار مشکل می کنن.

مصاحبه گر:

از نظر شما فرشتگان، بیگانه ها و زندگی مابعدالطبیعه همان چیزهایی هستند که واقعی می نامید؟

جودی:

بله!

جودی مورد جالبی است؛ او نمونه ای از همان پیچیدگی را نشان می دهد که درباره اش صحبت کردیم. با این که رسانه ها به درک شخصی او از معنویت و اعتقاد کمک می کنند، از نظر وی ادراکاتش تنها جنبه شخصی دارد. وی چشم انداز رسانه ای را مکانی می بیند که در آن معنای مذهبی و تفاوت مذهبی بازنمایی می شود. نوعی مذهب که وی آن را بیرون از خانه می نامد، نقش مهمی در زندگی اش دارد. او کاتولیک است

و همواره کاتولیک بوده است. وی مسلک های دیگر را هم آزموده ولی همیشه دوباره به مسلک کاتولیک بازگشته است؛ البته عقاید و معنویت او به این ها محدود نمی شود. او به برنامه هایی علاقه مند است که در مرز بین اعتقاد سنتی و استنباط خود وی از واقعیت وجودی قرار دارند. فرشتگان برای او مهم هستند؛ زیرا ارزش ها و احساساتی را بازنمایی می کنند که وی آن ها را موافق با روحيات خود می داند. پس در قلمروی رسانه ها، رسانه هایی وجود دارند که چون برنامه های واقعی را پخش می کنند اصیل و جذابند. منظور وی از واقعی این است که برنامه های مذکور به نمایش عینی زندگی روزمره و مردم عادی می پردازند. او هیچ وقتی برای تماشای برنامه هایی ندارد که با عنوان مذهبی پخش می شوند. حتی به برنامه هایی که بر مضامین مورد علاقه او نظر دارند مانند بیگانگان فضایی، از نظر اعتقاداتش با تردید می نگرد. او می خواهد خودش تصمیم بگیرد. او می گوید:

من خودم نتیجه گیری می کنم.

پایان خیالی که او در بسیاری از برنامه ها می بیند، هنگام برخورد وی با امر واقعی، رنگ می بازد. از نظر جودی مواردی چون فرشتگان، بیگانگان فضایی و زندگی مابعدالطبیعه، این ها واقعی و در نتیجه اصیل هستند. این نکته هم جالب است که چگونه جودی با برخی از رسانه ها مخالفت می ورزد، وضعیتی که یادآور فهرست نمادین است. اگر منظور این باشد که نمادگرایی و عملکرد رسانه ها حکم منابعی را می یابند که مردم به وسیله آن ها به مفاهیم جدیدی از مذهب و معنویت می رسند، جودی به ما نشان می دهد که این توصیف قدری ساده انگارانه است.

مسئلاً جودی در مواردی از رسانه‌ها به عنوان منبع استفاده می‌کند. برای نمونه وی با این هدف چیزهایی را در اینترنت جست‌وجو می‌کند. بی‌تردید در برنامه‌هایی چون این یک معجزه است یا جابه‌جایی همراه با جان ادوارد نکاتی مفید و به‌یادماندنی می‌یابد. تجربیات جودی از این برنامه‌ها، درک او از امور معنوی را گسترش می‌دهد. البته وی آشکارا این رسانه‌ها را عرصه‌ای می‌داند که نمادگرایی‌های فوق‌به‌شکلی مناسب یا نامناسب از آن‌ها پخش می‌شوند. او به شیوه‌ای جالب و ظریف توضیح می‌دهد که برنامه‌هایی چون پرونده‌های مجهول، بیش از اندازه خیال‌پردازی می‌کنند و هنگام تصویر کردن بیگانگان فضایی، به اندازه کافی واقعی نیستند. پس این رسانه‌ها می‌توانند اعتقادات را تقویت کنند. آن‌ها تأثیر نیرومندی دارند و به شکل‌گیری هویت مذهبی کمک می‌کنند.

چنان‌که گفتم، جودی برخی از رده‌بندی‌هایی را که ما در این تحلیل به کار بردیم، نفی می‌کند. شاید انتظار برود که وی از نظر جمعیت‌شناختی، دیدگاه مذهبی یا معنوی محافظه‌کار یا سنتی داشته باشد. طبیعی است این انتظار را هم داشته باشیم که سلیقه و استفاده او از رسانه‌ها چنین موضوعی را بازنمایی کند. انتظار می‌رود که وی در مقام کاتولیکی معتقد، علاقه‌چندانی به بازنمایی مذهب از رسانه‌ها یا به ویژه بازنمایی‌های کاتولیک نداشته باشد.^(۱) در این باره ما نکته متفاوتی را

۱- چنان‌که پیش‌تر گفتم، فکر کردن درباره این موضوع که جودی چگونه به پرسش‌های معمول درباره مذهب و ارتباطش با رسانه‌ها پاسخ خواهد داد، روشن‌گر است. وی در رده کاتولیک‌های معتقد قرار می‌گیرد و کسی است که چندان برنامه‌های تله‌ونجلیستی را نمی‌بیند. شاید فرض کنیم که مذهبی بودن او دلیل بی‌علاقه‌گی‌اش به پخش برنامه‌های مذهبی باشد، ولی این موضوع زمینه بسیار پیچیده‌تری دارد.

دریافته ایم. در یک سطح، وی همان گونه است که انتظار داریم باشد. او مرتب در مناسک مذهبی شرکت می جوید، از تله و نجلیست ها خوشش نمی آید (گرچه برنامه های شان را تماشا می کند) و خطی آشکار بین ایمان کاتولیک خود، چیزهای خارج از خانه و چیزهای دیگر خانگی ترسیم می کند که جایگاه دیگری برای او دارند؛ ولی همین جاست که تفاوتی عظیم بین آن چه انتظار داریم و آن چه درمی یابیم، بروز می کند. فعالیت های در خانه او مجموعه ای جالب و پیچیده از اعتقادات و افکار را نشان می دهد: نوعی حساسیت فردی نسبت به جویندگی یا کاوش (گرچه با این اصطلاحات بیان نمی شود) و استفاده از کالاهای فرهنگی برای دست یابی به معنی، درک و تجربه متعالی یا حتی به قول دورکهمیم شور و شوق. نمونه بعدی به گونه ای است که باید با نمونه بالا- تضاد داشته باشد. برخلاف جودی که بر اساس معیارهای قراردادی در رده مؤمنان معمولی یا شاید حتی جزم اندیش روف قرار می گیرد، اکنون به قطبی مخالف می رویم، خانواده ای که شباهت بیشتری به توصیف روف از مؤمنان و جویندگان مابعدالطبیعه دارد.

گذشته گراها؟

گذشته گراها؟

بوچ و پریسیلا کاستیلو، در خانه ای بزرگ در حومه یکی از شهرهای بزرگ آمریکا زندگی می کنند. بوچ ۳۴ ساله و اهل آمریکای لاتین است

و پرسیلای ۳۹ ساله اصل و نسبی ایتالیایی دارد. آن‌ها دو فرزند خردسال، لی چهار ساله و کوری هشت ساله دارند که به مدرسه نزدیک خانه شان می‌روند. خانه بزرگ و راحت آن‌ها در منطقه ای نوساز قرار دارد. بوچ در قسمت فروش یک شرکت ارتباطات بین‌المللی کار می‌کند. پرسیلا خانه دار است و داستان هم می‌نویسد. درآمد خانوادگی آن‌ها در سال، بیش از ۷۵ هزار دلار است. هر دوی آن‌ها در خانواده‌های کاتولیک بزرگ شده‌اند، ولی اکنون بیش از هر چیز با بودیسم احساس همدلی می‌کنند.

آن‌ها بسیار به معتقدان و جویندگان مابعدالطبیعه شباهت دارند؛ زیرا خود می‌گویند که هنوز در جست‌وجوی مذهبی مناسب هستند. از جهتی، بودیسم بیش از آن‌ها که برای شان انتخابی معنوی باشد، نوعی سبک زندگی است و هر دوی آن‌ها به مصاحبه‌گر می‌گویند که هنوز مذهب یا اعتقاد مناسب خود را نیافته‌اند. آن‌ها بهتر می‌توانند توضیح دهند که به چه چیزهای مذهبی ای اعتقاد ندارند، مانند این که دیگر کاتولیک نیستند. به هر حال بودیسم و فرهنگ آسیایی، ویژگی‌های متمایزی در زندگی آن‌ها محسوب می‌شوند.^(۱) مذهب یا معنویت برای آن‌ها جنبه بسیار شخصی دارد. اعضای خانواده به طور رسمی در مراسم مذهبی شرکت نمی‌کنند، در عوض کردارهای بودایی را در زندگی و خانه شان اجرا می‌کنند. توضیحات شخصی، مذهبیت و معنویت آن‌ها،

۱- خانه کاستلواها به سبک ژاپنی با میزهای کوتاه، متکا‌هایی که بر کف زمین قرار دارد و مجموعه ای متنوع از آثار تزئینی آسیایی آراسته شده است. مصاحبه با این خانواده را مونیکا انریش انجام داده است.

در رده گسترده تر جویندگی جای می گیرد (چنان که به گونه‌ای درباره‌ی جودی کروز هم صدق می کند).

ما از نظر جامعه شناختی انتظار داشتیم که نگرش‌ها و رفتارهای رسانه‌ای جودی کروز، تناسب بیشتری با پس زمینه تحصیلی و طبقاتی اش داشته باشد، این که شاید از نظر سلیقه مذهبی و معنوی سنتی تر باشد؛ با این همه دریافتیم که دیدگاه وی پیچیده تر از این هاست. انتظارات ما از خانواده کاستلو نیز متناسب با سطح طبقاتی و تحصیلی آن هاست (هر دوی آن‌ها از کالج فارغ التحصیل شده‌اند). آن‌ها به شکل ظاهری در قالب الگوی جویندگان (حداقل به اصطلاح روف) قرار می گیرند؛ پس درباره جودی نیز لازم است پرسیم که چگونه نگرش و ارتباط آن‌ها با رسانه‌ها به جویندگی و استنباط آن‌ها از خویش پیوند می خورد. در واقع توضیحات آن‌ها پیرامون رسانه‌ها بخش مهمی از روایت‌های شخصی‌شان را شکل می دهد. درباره‌ی بسیاری از والدین دیگر، این موضوع در زمینه استفاده فرزندان‌شان از رسانه‌ها بیان می شود.

مصاحبه گر:

آیا هنگام استفاده از رسانه‌ها محدودیت‌های زمانی خاصی دارید؟

بوچ:

گوش دادن به موسیقی از هر نظر آزاده. اگر کسی رادیو روشن کنه به او نمیکم اون رو خاموش کنه مگر اون که موقع خواب یا وقت شام باشه (پریسیلا تکرار می کند: وقت شام)

پریسیلا:

بعضی وقت ها بچه ها می خوان پیش از رفتن به مدرسه برنامه های کودک رو از تلویزیون تماشا کنن، ولی ما صبح ها تلویزیون روشن نمی کنیم، چون مدرسه شون از این هم دیرتر میشه. (می خندد.) ولی به طور کلی همیشه می خواهیم علاوه بر تماشای تلویزیون، بچه ها کارهای دیگری هم انجام بدن. مثلاً به جای دیدن برنامه های کودکان بازی کنن یا به جای تماشای فیلم ویدیویی بیرون برن و قدم بزنن چون الان در فرهنگ ما رایج شده که بچه ها همیشه یا باید جلوی تلویزیون باشن یا پشت رایانه. هنگامی که با خانواده های دیگه و در خانه هاشون هستیم، این وضعیت بسیار دشوار میشه چون اون ها می خوان مدام پای تلویزیون بشینن یا فیلم ویدیویی تماشا کنن.

توضیحات پرسیلا روشن و نمونه ای از سیاست های والدین در برابر استفاده فرزندان از رسانه ها است. با این وجود، دو نکته جالب وجود دارد. نخست، به نظر می آید که آن ها بین موسیقی و رسانه های دیگه تمایز قائل می شوند (محدودیت های آن ها برای موسیقی کمتر است). دوم، آن ها این واقعیت، که گریزی از رسانه ها نیست را بیان می کنند که ما در ابتدای این فصل از آن سخن گفتیم. اگر خانواده ای از رسانه ها پرهیز یا آن ها را کنترل کند، خانواده های دیگه چنین نمی کنند. به هر حال فرزندان در معرض رسانه هایی قرار دارنند که بسیار فراگیرند. هم چنین خانواده کاستلو از نظر این نوع اولویت ها نمونه ای از افراد طبقات اجتماعی و تحصیلی خود هستند. خانواده کاستلو تفاوت ویژه ای بین رسانه های به اصطلاح صفحه ای (تلویزیون، فیلم، نوارهای ویدیویی، بازی های ویدیویی، رایانه ها) و دیگه رسانه ها قائل می شوند. بوچ هنگام

صحبت درباره یکی از قسمت های اخیر مجموعه مسیر شبانه (۱) که درباره هوش مصنوعی بوده است، بینش خاصی را بروز می دهد. او ضمن اشاره به ترس از آینده ای که در آن ماشین ها زمام امور را در دست می گیرند و انسان ها باید دستیار آن ها باشند، می گوید:

اون ها برنامه رو خیلی ترسناک تموم کردن، البته اون طوری که گفتن؛ البته نمی دونم که دقیقاً همین کلمات رو به کار بردن ولی نقل به معنای این طور میشه: «روزی را تصور کن که نیرویی بسیار مودیانه و بی سر و صدا کنترل ذهن فرزندان و ضمیر خودآگاه آن را به دست می گیرد، افکار فرزندان را کنترل می کند و آینده نوع بشر را به دست خواهد گرفت. در نتیجه نسل انسان را برمی اندازند.» بعدش تصاویری از بچه ها رو نشون دادن که داشتند بازی های ویدیویی انجام می دادن و چشم هاشون این طوری شده بود (او با انگشتانش مژه های پایینی خود را می کشد) و نگاهشون همین طور خیره بود. من این موضوع رو خیلی جدی می بینم، نه لزوماً به خاطر این که توطئه ای علیه ما ترتیب داده باشن بلکه چیزیه که ما ناآگاهانه داریم به ورطه اون می غلتیم.

تصویر کودکانی که به صفحه تلویزیون یا رایانه چسبیده اند به روشنی برای بوج، تصویری تأثیرگذار و درسی است که با افکار او درباره تلویزیون و دیگر رسانه های صفحه ای جور در می آید. این درس بسیار مؤثر و قدرتمند است، چنان که تهیه کنندگان آن قسمت از مسیر شبانه، خود تصمیم گرفتند آن را استعاره ای از تسلط ماشین ها بر انسان در نظر

۱- **Nightline** برنامه ای پخش شده از شبکه ABC. برنامه ای خبری/گفت و گو محور (Talk Show) که از سال ۱۹۸۰ شروع و تا کنون ادامه داشته است. روال برنامه یک بحث شبانه درباره خبر مهم روز است. لیزا مینلی، مارتین بشیر، ویکی میبری از جمله دست اندرکاران برنامه هستند (م).

بگیرند. به نظر می آید این نوع افکار فرهنگی بسیار گسترده اند، چنان که حتی خود اهالی رسانه بی چون و چرا آن ها را می پذیرند.

همان طور که خواهیم دید، سیاست گذاری در استفاده از رسانه ها نقشی مهم و تعیین کننده برای بوچ و پرسیلا ایفا می کند. آن ها افکار خود درباره مناسب بودن انواع رسانه ها را با اعتقادات مذهبی و معنوی و عملکردهای خود مرتبط می سازند. مصاحبه گر از بوچ می پرسد که آیا سیاست های رسانه ای آن ها، با جنبه های دیگر معنویت یا سبک زندگی ارتباط دارد یا نه؟ و بوچ پاسخ می دهد:

آه، بله [لبخند می زند و سر تکان می دهد]. اون ها بسیار با هم در ارتباطند. اعتقادات معنوی، ما رو به این سمت سوق داده که صدا رو در محیط های خارجی و داخلی کم کنیم و مسلماً رسانه ها هم جزیی از این موضوع محسوب میشن. ما زندگی سالمی داریم. سعی می کنیم غذا رو آهسته بخوریم و در هر نوبت جداگانه غذا بپزیم. ما در منطقه ای زندگی می کنیم که با این روش زندگی سازگاره، البته انتخاب مدرسه بچه ها هم بخشی از همین انتخاب سبک زندگیه.

مصاحبه گر می پرسد که این سبک زندگی و معنویت کی و کجا وارد زندگی آن ها شد. بوچ پاسخ می دهد که آن ها چهار سال در ژاپن زندگی کرده اند. نخست با رازورزی (عرفان) بودیسم آشنا شدند که وی آن را باعث آرامش ذهن... هم چون آرامش دریا توصیف می کند. بوچ ادامه می دهد:

به علاوه زندگی سالم، بهداشتی و متعادل مد نظر ماست. برنامه های تلویزیون و رسوماتی که درباره غذا و صحنه های شام در تلویزیون نمایش داده میشن، با این نوع زندگی جور در نمی آد.

بسیار خوب، آیا رسانه‌ها اصلاً نقشی در زندگی معنوی شما برعهده دارند؟

بوچ:

اگر رسانه سی دی رو در نظر بگیرید، پاسخ مثبته. ما به موسیقی آرامش بخش گوش میدیم. در حقیقت خودمون این سی دی‌ها رو انتخاب کردیم، چون حالتی رو ایجاد میکنه که ما می‌خواهیم.

این نکته بار دیگر تمایزی را نشان می‌دهد که بوچ مایل است بین انواع خاصی از رسانه‌ها (که نمونه آن تلویزیون است) و انواع دیگری از آن‌ها به ویژه موسیقی ضبط شده ایجاد کند؛ ولی از نظر وی ارتباط بین معنویت فردی و رسانه‌ها به همین جا ختم نمی‌شود. او در جای دیگری از مصاحبه با این پرسش روبه‌رو می‌شود: «مهم‌ترین موضوع معنوی برای شما چیست؟» پاسخ او در واقع با یکی از پدیده‌های مهم و معاصر رسانه‌ای ارتباط دارد:

به گمانم... بذارید درباره اون فکر کنم. من چنین تجربه معنوی ای را با دیکچو چوپرا (۱) داشتم. من در یک مسافرت تجاری به این کتاب علاقه مند شدم: هفت قانون معنوی برای موفقیت. (۲) این اثر چوپرا واقعاً جادویی است و برای من در حکم تجربه ای مهم به شمار میره. از جنبه معنوی به نظر می‌آد که فقط کافیه این کتاب رو در دست بگیرم و لمس کنم. صادقانه بگم هر بار این کتاب رو لمس می‌کنم، بی‌برو برگرد اتفاق خوبی رخ میده. به گمانم علتش تا اندازه‌ای اینه که تشخیص میدم چه چیز در کتابه؛ چون اون رو

۱- Deepak Chopra (متولد ۱۹۴۶) پزشک و نویسنده هندی که آثار فراوانی (از جمله چهل کتاب) درباره جنبه‌های روحانی و موضوعات مختلف در پیوند ذهن - جسم نوشته است. وی تأثیر ژرفی بر جنبش تفکر نوین در آمریکا گذارده است. (م.)

۲- The Seven Spiritual Laws of Success

خوندم؛ البته تموم کارایی رو که اون گفته انجام ندادم و به طور منظم هم انجام نمیدم، هر چند آرزو داشتم که می تونستم این طوری کنم ولی وقتی این کتاب رو در دست می گیرم یا به اون نگاه می کنم، اتفاقاتی جادویی می افته، چیزهایی خوب. این واقعاً عجیبه.

موضوع جالبی است؛ زیرا تصاویری از افکار سنتی مسیحی درباره ظرفیت اشیاء برای انتقال نیروی روحانی را تداعی می کند. مهم تر آن که، نشان می دهد رسانه ها تا چه حد در زندگی معنوی روزمره حتی برای شخصی مانند بوچ حضور دارند. چیزی که شاید بتوانیم آن را گرایش به جویندگی او بنامیم، این واقعیت است که وی هنوز در جست و جوی افکار و اعمال معنوی رضایت بخش است که به چیزهایی از جمله فرهنگ درمانی کالایی شده می رسد. هم چون بیشتر مردم، بوچ هم خاطراتی از رسانه ها در دوران جوانی اش دارد که هم جذاب و هم الهام برانگیز است:

آه، صادقانه بگم که از تماشای جنگ های ستاره ای لذت بردم، حتی فیلم نابودگر (۱) جزو فیلم های مورد علاقه منه و علتش فقط علاقه به اکشن، جلوه های ویژه و خط داستانی اش نیست... در واقع، فکرم رو چیزهایی مشغول می کنه که فیلم دربارهٔ بچه ها و چالش های پیش روی اون ها در آینده میگه. این موضوع در پایان فیلم، الهام بخشه. وقتی می بینیم مادری باردار و تنها در صحرا سرگردان مونده، موضوع اشک انگیز میشه. مادر می دونه که فرزند متولد نشده اش بعدها درگیر موقعیتی دشوار میشه.

۱ - Terminator مجموعه فیلم هایی در ۳ قسمت که باعث شهرت آرنولد شوارتزنگر بازیگر عضلانی اطریشی الاصل هالیوود (فرماندار این روزهای ایالت کالیفرنیا آمریکا) شدند. کارگردانی قسمت اول را جیمز کامرون (کارگردان اثر مشهوری چون تایتانیک) در سال ۱۹۸۴ بر عهده داشت. دو قسمت بعدی در سال های ۱۹۹۱ و ۲۰۰۳ به کارگردانی کامرون و جاناتان ماستو ساخته شد. (م.)

معلوم می شود که در خاطرات بوچ، رسانه ها عناصر چندان مسئله سازی نبوده اند؛ ولی در دوران فعلی وضعیت برای فرزندانش فرق می کند. شاید هم نشان دهد که برای اغلب والدین و در بیشتر خانه هایی که این مصاحبه ها در آن ها انجام شده است، نکوهش رسانه ها همراه با استفاده کنترل نشده از آن ها انجام می شود.

بوچ در فیلم نابودگر مجموعه ای از ارزش ها، نمادها و آرمان های بارز فرهنگی را می یابد: پشتکار، امید به آینده، عشق مادرانه و غیره که به شکلی قدرتمندانه و به یادماندنی ارائه شده اند. این همان کاری است که رسانه ها انجام می دهند و البته به خوبی هم انجام می دهند. چنان که دیده ایم آن ها در اساس، فرهنگی هستند و جزو عناصر بنیادین فرهنگ محسوب می شوند. در مشاهده چیزی مانند این فیلم، بعضی امور تلویحاً بدیهی فرض می شوند و بیش از آن که ارزش های محدودتر معنوی را نشان دهند، ارزش های گسترده تر فرهنگی را باز می نمایند. این نوع بسیار سکولاری از الهام است که ما در آثاری چون نابودگر یا سلسله آثار جنگ های ستاره ای می یابیم.

پریسیلا کاستیلو نیز هم چون شوهرش بوچ، نوعی سوءظن مادرانه به رسانه ها دارد. او نیز مانند همسرش قبول دارد که برخی از رسانه های خاص، با سبک زندگی و معنویتی که آن ها می خواهند در خانه شان پیروانند، سازگار نیستند. پریسیلا خشنود است که مدرسه ای متفاوت برای فرزندانشان یافته اند، جایی که ارزش هایش با دیدگاه های خانواده آن ها به ویژه درباره تلویزیون مطابقت دارد. در یکی از موارد، مصاحبه گر آن چه را که از زبان پریسیلا درباره وظایف والدین شنیده است و نیز

چالش هایی که بر سر راه حفظ فضای خانه برای فرزندان وجود دارد، خلاصه می کند. پریسیلا به این پرسش به طور کل از جنبه رسانه ها به ویژه تلویزیون پاسخ می دهد. تا این مرحله از مصاحبه، هنوز تلویزیون مطرح نشده است. مصاحبه گر می گوید:

خوب، پس شما می گوئید که سعی دارید... شما عقیده بسیار راسخی درباره چگونگی پرورش فرزندانان دارید و احساس می کنید این دیدگاه در تضاد با دنیا است؛ زیرا سایر افراد دور و بر شما به این ارزش ها پای بند نیستند.

پریسیلا:

بله، من گروه هایی رو مثل مدرسه والدورف می شناسم که تمایلی به تلویزیون ندارند. به گمانم اگر به یکی از مدارس سخت گیر والدورف برید، به شما اجازه نمیدن که در خونه تون تلویزیون داشته باشین. اگر با خانواده های والدورف مصاحبه کنید، نکته های جالبی می فهمید... اون ها کارشون بیشتر صنایع دستی، مانند بافتنی و صنایع چوبی. اون ها تا کلاس سوم چندان روی مطالعه و خوندن پافشاری نمی کنن؛ پس در واقع برای رسیدن به چیزای دیگه ای تلاش می کنن.... این امور معنوی هستن؛ البته بیشتر جنبه مسیحی دارن ولی به نوعی... نمی دونم بنیان گذار این فلسفه چه کسی بوده. فکر می کنم از آلمان یا اتریش اومده.

این موضوع در ادامه همان آرمان هایی است که بوچ پیش تر از آن ها سخن گفته است، این که نوعی سبک زندگی کل نگرانه وجود دارد که وی آن را ایستایی (سکون) می نامد، همان چیزی که خانواده کاستلو مایلند بر فضای خانه شان حاکم باشد؛ البته باز هم تأکید می کنند که به گمان آن ها، تلویزیون به طور مشخص در تضاد با این سبک زندگی قرار

دارد. پریسیلا این فکر، تأثیر فرهنگ بیرونی را در پاسخ به پرسشی دربارهٔ این ارزش‌ها دنبال می‌کند. از نظر وی مهم است که بچه‌ها «ذهنیت خاص خود را داشته باشند و تحت تأثیر فرهنگ بیرونی قرار نگیرند». وی می‌گوید:

شاید بخواهم نظر دهم که فرهنگ بیرونی لزوماً مثبت نیست.

بنابراین، تمایز بین فرهنگ خانگی و فرهنگ بیرونی برای پریسیلا اهمیت فراوانی دارد. تأثیرهای فرهنگ بیرونی، منفی هستند و عناصر منتقل‌کننده آن به خانه (باز هم تلویزیون عامل اصلی شمرده می‌شود) بایستی تا حد ممکن ممنوع یا کنترل شوند. پریسیلا ضمن توصیف ارزش‌های خود، آن‌ها را از جنبه‌ای بسیار بازتابنده، مستقل، مابعدالطبیعه و کلاً به شکل جویندگی شرح می‌دهد.

پریسیلا:

به نظر من این ارزش‌ها در وجود حقیقی شخص بروز می‌کنند. فکر می‌کنم شخصاً روی این موضوع کار و سعی کردم تا لایه‌هایی از وجودم رو بردارم، لایه‌هایی که در اثر اظهار نظرهای مردم درباره این که چگونه باید باشم، چه چیز خوب و چه چیز بد، شکل گرفتن. من با تربیت کاتولیکی بزرگ شدم که در اون بسیاری از ثنویت‌های خوب و بد وجود داشت. مایلم بچه‌ها بر اساس خود درونی‌شان، وجود حقیقی‌شان بزرگ بشن و بر اساس فطرت خود عمل کنن، نه به دلیل این که مادر میگه باید چنین و چنان کنند؛ البته به هر صورت ناچارید در چهارچوب فرهنگ عمل کنید، پس آموزش رفتار و کردار خوب به اون‌ها قدری دشوار میشه، ولی امیدوارم چیزهایی که در اختیار اون‌ها میدارم، برای بقا و پرورش وجود حقیقی اون‌ها مفید باشه. این موضوع واقعاً مهمه و شامل اعتقاد به خداوند، جهان و انرژی معنوی

میشه. ما خیلی از اون صحبت می کنیم. من سعی ندارم که تفاوتی ایجاد کنم، نمی خوام سه مورد فوق رو متفاوت از هم جلوه بدم. اون ها در کنار هم وجود دارن. شبیه حالتی که ما هنگام زندگی در ژاپن احساس می کردیم. ما از وجود مقدس جدا نیستیم، همه این ها در کنار هم قرار دارن.

پریسیلا نمونه ای از تفکر دوره متأخر مدرن و مستقل را نشان می دهد. او تمایزی آشکار بین کاتولیک گرایی سنتی در خانواده اش و امری قائل می شود که آن را فردی تر و نوعی معنویت خودجوش می داند. از دیدگاه وی، معنویت چیزی نیست که بخواهیم فقط یکشنبه ها به آن روی آوریم. این طور نیست که مجبور باشید برای یافتن آن به کلیسا بروید و مثلاً لباس خاصی بپوشید. معنویت در مرکز ثقل وجود، دل و شیفگی بروز می کند:

فکر می کنم واقعاً همین طوره... به این ها باید احترام به طبیعت و انسان های دیگر رو هم اضافه کرد. از نظر من چنین اتفاقی همواره در مذهب سازمان یافته نمی افته. به گمانم چنین مذهبی نوعی جدایی و انتقاد تولید می کنه و از نظر من روند همدلی رو مختل می کنه.

وی تمایزی آشکار بین روش های سنتی مذهب کلیسایی و رویکرد دیگری می یابد که نوعی معنویت آرمانی تراست و آن را در بودیسم کشف کرده است. پریسیلا در این روند، نوعی نقد مذهب سنتی را تبیین می کند. چنین نقدی علایق فردی را در نوعی از تجربه مذهبی که آن را شیوه ای سرکوب گرانه نامیده ام، برجسته می سازد. وی می گوید:

می دونم روش هایی برای رسیدن به معنویت از طریق کلیسا وجود داره، ولی به نظر میرسه که این راه بسیار دشوار باشه. در این مسیر هم لایه های

فراوانی وجود دارن که باید اون ها رو جدا کرد. در حالی که در بودیسم به نظر می آد وجود مقدس، همه جا حضور داره و در کنار شماست.

پس اصالت معنویتی که وی یافته تا حدی مرهون ارتباط پذیری سریع و دسترس پذیری آن است؛ پس باز هم می بینیم که این عنصری اساسی در گرایش جویندگی یا کاوش است که در همین کتاب درباره آن بحث کردیم. فرآیند معنی سازی به خود برمی گردد و درباره کودکان، کمک به آن ها و پیشبرد خود و افکارشان مربوط می شود. به معنایی والدین نباید از حد خود خارج شوند و قواعد، توضیحات و عوامل تعیین کننده خویش را بر بچه ها تحمیل کنند. از نظر پریسیلا کودکان باید هدایت شوند تا خود حقیقی شان را کشف کنند.

پریسیلا روایتی از خود ارائه می دهد که معطوف به کودکان و معنویت است. این روایت از یک سو از تمایزات بین فضای حفاظت شده و مطمئن خانه و دنیای بیرونی و از سوی دیگر از معنویت اصیل و شاخصی سرچشمه می گیرد که وی می خواهد با تکیه بر بودیسم و معنویتی که مذاهب سنتی از جمله کاتولیک گرایی دوران کودکی اش نمود می دهند، پدید آورد. اکنون نکته مهم این است که او و بوچ، این تمایزها را تا اندازه ای به وسیله رسانه ها معین می کنند و می پذیرند. درباره پریسیلا، چنین امری به وسیله فعالیت های اینترنتی او تحقق می یابد. نکته جالب آن که وی فعالیت های اینترنتی را برخلاف تلویزیون تا اندازه ای بی ضرر می داند.

پریسیلا:

گاهی به چند سایت اینترنتی مراجعه می‌کنم. یکی از اون‌ها سایتی روحانی متعلق به فردی با نام سیالو است. (۱) او چند بار به شهر ما اومد. تا به حال دو بار اون رو دیدم. وی راهبه. فکر می‌کنم بودایی باشه ولی گاهی بعضی از قواعد رو می‌شکنه. مانند این‌که، بر اساس آیین بودایی قرار نیست خانوم‌ها رو لمس کنه ولی این کار رو انجام میده. دستیار وی، فردی که همراه با او سفر می‌کنه، یک خانومه. سیالو از صومعه‌ای در برمه اومده. وی قبلاً در ژاپن تاجر بوده، پس در واقع زندگی اش دگرگون شده.

مصاحبه گر:

آیا تاکنون از نزدیک حرف هایش را شنیده اید؟

پریسیلا:

بله، صحبت هاش رو شنیدم و یک جلسه خصوصی هم باهاش داشتم.

بنابراین از نظر پریسیلا، اینترنت زمینه‌ای بی‌ضرر برای کاوش‌های معنوی اوست (البته وی موافق نیست که فرزندانش وارد اینترنت شوند و خانواده کاستلو در خانه رایانه‌ای ندارند، او برای وارد شدن به اینترنت، باید جای دیگری برود). این زمینه‌ای است که با تجربه معنوی در زندگی واقعی ارتباط دارد. مباحث و منابع معنوی‌ای که گایونا سیالو ارائه می‌دهد، به شیوه مؤثری مرز بین زندگی واقعی، محلی، شخصی و زندگی مصنوعی، بیرونی و واسطه‌ای را محو می‌سازد.

به هر حال باید بین این قلمرو، محدوده‌ای وجود داشته باشد. این خدمت مذهبی اینترنتی وقتی بیشتر جالب می‌شود که بدانیم همان نوع کاوش معنوی را نمود می‌دهد که در نظر جویندگانی هم‌چون پریسیلا

جذاب و مهم است. سنت بودایی نسبت به اصالت این راهب خاص، اهمیت کمتری دارد و قابلیت دسترسی به وی از طریق اینترنت، امکان ارتباطی نوین برای پریسیلا به وجود آورده است. وی در پاسخ به پرسش های بعدی مصاحبه گر درباره فعالیت های اینترنتی خود، با آرامش درباره چیزهایی که در این سایت اینترنتی دیده است، صحبت می کند.

مصاحبه گر:

به من بگویید در این سایت اینترنتی چه می کنید؟ آیا می خواهید اطلاعات به دست بیاورید، به جست و جوی برنامه ها بپردازید یا منع الهامی در آن هست؟

پریسیلا:

خیلی ساده است. در واقع موضوع به زمانی برمی گرده که من از نوزاد دختر دوستم پرستاری می کردم و اون به من گفت که می تونم از رایانه اش استفاده کنم. من هم شروع به جست و جو کردم. رایانه او تقویمی از رویدادهای آتی رو نشان می داد که به طور کامل هم پر نشده بود. فکر می کنم موضوع مربوط به ژانویه میشه، بازاری برپا شده بود که در اون برای فروش کیف و چیزهایی از این دست تبلیغ می کردن. سپس صفحه ای اومد که در اون نامه ای خطاب به آمریکاییان پس از واقعه ۱۱ سپتامبر نوشته شده بود. دارم سعی می کنم به یاد بیارم که آیا سایت های دیگری هم بود یا نه؛ البته الان سایت هایی وجود دارن که می خوام از اون ها بازدید کنم. اون ها به گونه ای معنوی هستند... مانند سایت مربوط به مشکلات مادران که البته فقط برای مادران نیست... دست اندرکارانش سعی دارن برای کودکان این کشور و نیز جهان، زندگی بهتری فراهم کنن. در اون جا نامه های فراوانی در مخالفت با جنگ گردآوری شده؛ چون در دوران جنگ، کودکان و زنان رنج

فراوانی می‌برند. من جزییات موضوع رو نمی‌دونم چون به اون سایت مراجعه نکردم، ولی می‌دونم که در اون از مردم می‌خوان برای رییس جمهور نامه بنویسن... اون ها سال گذشته رژه روز مادر رو این جا در شهر برپا کردند، کسانی که در آن رژه شرکت کردن، لباس های خنده داری پوشیده بودن. دو یا سه نفر روی چوب پاهای بلندی ایستاده بودن. به هر حال مطالب این سایت هم آسون و هم قابل هضمه.

در این گفته ها، شرح روشن گرانه ای از چگونگی کارکرد مؤثر اینترنت و وب برای پیوند دادن عقاید و ارزش ها به چشم می‌خورد. از جنبه بازاریابی، اینترنت رسانه استخراج نامیده شده است (جایی که افراد می‌توانند موضوع های مورد نظر خود را استخراج کنند). تجربه پرسیلا نشان می‌دهد که این اصطلاحات در حقیقت توصیفی نیستند. شاید بهتر باشد که این سایت های اینترنتی را در حکم رسانه های شرکت پذیری بدانیم، جایی که مردم خود و افکارشان را با نمادها و ارزش های موجود در آن به مشارکت می‌گذارند. این اطلاعات تا اندازه یی مهم است؛ ولی ارزشی نمادین هم دارد؛ زیرا سایت ها و لینک های مختلفی را معرفی می‌کند. آن ها مطالبی را ارائه می‌دهند که برای پرسیلا، معنای وجودی و خودبیان گری اش اهمیت دارند. بی تردید وجود چنین سایتی برای او مهم است؛ زیرا اطلاعاتی درباره رویدادهای اجتماعی آینده، موضوعاتی چون آموزش و تفکر و ارزش های نمادین در آن به چشم می‌خورد.

گرچه پرسیلا وب سایت (و کالای) خاصی دارد که (در رسانه ای مشخص، اینترنت) به آن علاقه مند است، در ادامه مصاحبه بین عملکرد

خودش و آن چه رسانه ها، انتشارات و پخش رادیو تلویزیونی می داند، تمایزی قائل می شود. مصاحبه گر پرسش از رسانه های صفحه ای را به صورت آشکار تری مطرح می سازد. مصاحبه گر می پرسد:

آیا فکر می کنید در رسانه ها چیز مفیدی برای بررسی معنوی شما وجود دارد؟

پریسیلا:

می تونم از مجله Nexus اسم ببرم. به گمونم نشریات و کتاب هایی وجود دارن که مفیدن.

مصاحبه گر:

پس به نظر می آید که رسانه مورد علاقه شما برای جست و جوی معنوی، چاپ و انتشارات است. هنگامی که درباره رسانه های صفحه ای مانند تلویزیون صحبت می کنیم، شما کمتر به یافتن جنبه های معنوی و الهام در آن ها تمایل نشان می دهید.

پریسیلا:

بله، البته به جز تلویزیون سراسری. می دونم که شبکه PBS هم آثار جالبی نمایش میده. قراره توی دو روز پی درپی، برنامه هایی درباره تبت نشان بده. بوچ منتظر میشه تا ببینه کی برنامه رو پخش می کنن. من خودم نمی دونم که در حال حاضر چه برنامه هایی به نمایش درمی آد؛ ولی گاهی او به تماشای تلویزیون میشینه، چیز جالبی پیدا می کنه و من هم کنارش تماشا می کنم، چیزهایی درباره مردم یا غیره. پس می تونم ببینم که گاهی برنامه های مناسبی پخش میشه. مطمئنم اگر به تلویزیون کابلی دسترسی داشتیم، در اون برنامه ها هم نکات معنوی مفیدی می تونستیم پیدا کنیم.

همان طور که می بینیم پریسیلا و بوچ نسبت به جودی کروز، رژیم رسانه ای بسیار متفاوتی دارند. با توجه به پس زمینه اجتماعی آن ها،

خانواده کاستلو از نوعی برنامه های تلویزیونی که تلویزیون باسمه ای (۱) نام دارد و به نظر جودی جالب می آید، می پرهیزند. به گونه ای متضاد، جودی مجله Nexus را نمی خواند و کمتر به تلویزیون سراسری علاقه مند است. شاید نکته مهم تر، تمایز بین این دو خانواده از نظر تقابل رسانه های صفحه ای با دیگر رسانه ها باشد.

هم چنین، تفاوتی نیز از نظر آمادگی و توانایی جودی برای بحث درباره برنامه های خاص وجود دارد. خانواده کاستلو هم که رسانه ها را برای ایجاد ارتباط در قلمروی فرهنگی و تعیین تمایزهای چنین قلمرویی به کار می گیرند، کمتر می توانند درباره موضوعات خاص آن ها سخن بگویند.

چنان که پیش تر گفتم، جودی و خانواده کاستلو نقاط مشترکی دارند، مشخص تر از همه می توان به گرایش جویندگی آن ها، استقلال فردی و تردید نسبت به مذهب سنتی که گویا باید اصیل تر باشد در قیاس با مذهب خانگی و پویا اشاره کرد. وجه تفاوت اصلی آن ها در رژیم رسانه ای است و این که چگونه از رسانه ها بر زمینه ای که شاید اعتقادات اصلی آن ها بنامیم، استفاده می کنند. از نظر جودی، علاقه او با برنامه هایی مانند فرشتگان، بیگانگان و زندگی پس از مرگ تحریک می شود. از پرسش می پرسیم که آیا تاکنون چیزی مرتبط با معنویت در تلویزیون یا سینما یافته اید؟ پرسش پاسخی می دهد:

بعضی وقت ها در سینما چنین چیزهایی رو جست و جو کردم. من معمولاً فقط فیلم های هنری یا چیزهایی از این دست رو می بینم. بله، البته فیلم های ویدیویی هم می بینم. مدت هاست که دیگه چنین فرصتی برام پیش نیومده، ولی دوست دارم فیلم های ویدیویی درباره مذهب رو بینم. بیشتر اون ها درباره الهه ها یا بودیسم هستن.

مصاحبه گر:

نظرتان درباره موسیقی و معنویت چیست؟

پریسیلا:

موسیقی! من مجموعه بزرگی از آثار موسیقی ندارم؛ ولی می تونم به کتابخونه برم و مثلاً موسیقی سلتی رو به دست بیارم. قوم سلت، موسیقی فوق العاده ای دارن. من به موسیقی گوش میدم و از خودم می پرسم که چطور این موسیقی رو ساختن؟ سعی دارم جست و جو کنم اون هم بیشتر توی کتابخونه و موسیقی جدید بیابم. اگه ما می تونستیم پول بیشتری در این راه خرج کنیم، شاید سی دی های بیشتری می خریدم؛ البته اگر از چیزی واقعاً خوشم بیاد اون رو می خرم.

پریسیلا نیز مانند بوچ، موسیقی را در قیاس با دیگر رسانه ها به معنویت خود نزدیک تر می داند (نمونه ای دیگری از حالات سرکوب شده بیان مذهبی). وقتی درباره رسانه های صفحه ای از او می پرسیم، هم چون جودی که به فرشتگان، بیگانگان و زندگی پس از مرگ علاقه دارد وی هم به داستان هایی درباره الهه ها یا بودیسم تمایل نشان می دهد. هنگامی که مصاحبه گر از وی می خواهد شخصیت ها یا نقش هایی را در سینما یا تلویزیون معرفی کند که به باورهای معنوی او نزدیک ترند، پریسیلا نمی تواند مورد خاصی را نام برد و پاسخ می دهد:

من فیلم های زیادی رو دوست دارم که به مردم می پردازن و مثل عکس هایی از فرهنگ هستن... بیشتر فیلم های خارجی که سرشار از زندگی، رنگ و موسیقی هستن.

تفاوت بین جودی و پریسیلا بحث انگیز است. این سلیقه ها و علاقه ها در سطوحی تعین کننده اند. آن ها نشان دهنده طبقه اجتماعی و سلیقه های تحصیلی هستند. در واقع، محمل ظهور معنویت در فرهنگ معاصر را آشکار می سازند. این واقعیت که تنها رسانه صفحه ای بی ضرر از نظر پریسیلا فیلم (و ترجیحاً فیلم خارجی) است، نشان می دهد که در این سطح نیز تفاوتی وجود دارد. یکی از تفاوت ها در چگونگی ارتباط رسانه ها با معنویت است. از نظر جودی رسانه ها بخشی از زندگی روزمره هستند؛ ولی از دیدگاه خانواده کاستلو، رسانه ها آرمان معنوی زندگی روزانه را تضعیف می کنند. بنابراین این دو قطب، برخی از ظرفیت های مهم و بحث انگیز قلمروی رسانه ها را برای تقویت مذهب معاصر به نمایش می گذارند. چنان که شاید انتظار داشته باشیم، گستره و محدوده این رسانه های مختلف واضح و آشکار نیست. نکته مهم آن که ما به وسیله این توضیحات می توانیم تمایزهای مهمی بین خانواده کاستلو و جودی کروز قائل شویم. البته نکات دیگری هم وجود دارند.

حضور رسانه ها در زندگی معنوی روزانه

حضور رسانه ها در زندگی معنوی روزانه

این مکالمات، نشان دهنده چالشی هستند که هنگام پرسش از مردم درباره رسانه ها و مذهب ایجاد می شود. ما در مصاحبه های مان سعی

داریم به شیوه های متفاوتی این موضوع را بررسی کنیم. صرف نظر از چگونگی طرح این پرسش‌ها، ما هر بار که به پرسش‌های مربوط به روابط مذهب و رسانه‌ها پرداختیم، چیزهای بیشتری آموختیم. چنان که پیش‌تر گفتم بخشی از دلیل این امر باید نامحسوس باشد، باید گذاشت تا این روابط از طریق خودِ روایات مطرح شوند. نقش مصاحبه‌گر دنبال کردن روایت به شیوه‌ای خاص، هدایت و در صورت لزوم بازگشت به آن است. باید تأکید کنیم که آن چه از این مصاحبه‌ها ناشی می‌شود، روایاتی است که نکات بحث‌انگیزی دربارهٔ رسانه‌ها، مذهب و فرهنگ به طور کلی و این افراد و خانواده‌ها به طور خاص ارائه می‌دهند. نکته، کلیت بخشیدن به این افراد در حکم نمایندگان رده‌های جمعیتی نیست، بلکه می‌خواهیم بدانیم روایت‌های آن‌ها چه چیز درباره چگونگی استفاده این رده از افراد از رسانه‌ها و نیز تفکر آن‌ها درباره مذهب و به هم رساندن این دو بیان می‌کنند. آن‌ها اطلاعاتی درباره ظرفیت این چیزها برای ارتباط بر زمینه زندگی خانوادگی می‌دهند.

خب، چه دریافتیم؟ من چیزهایی را که دیده و شنیده‌ام، آن‌هایی را که جالب و بحث‌انگیز بوده‌اند، خلاصه می‌کنم. کار را با بررسی این موضوع آغاز کردیم که رسانه‌ها بُعدی ضروری و گریزناپذیر از زندگی مدرن محسوب می‌شوند. هر یک از موارد مطالعاتی ما کم و بیش درستی این موضوع را نشان دادند. کودکان و جوانان مایلند تا این موضوع را به طور مستقیم تجربه کنند. والدین هم دست کم به طور غیر مستقیم آن را احساس می‌کنند. حتی در مصاحبه‌های ما به نظر والدین، رسانه‌ها به طریقی بدیهی تصور می‌شوند، گویی که یکی از ویژگی‌های

شاخص زندگی مدرن هستند و از طریق آن‌ها بخش قابل توجهی از گفتمان‌ها و معانی پدید می‌آیند. دیدیم که رسانه‌ها نقش برجسته و ظریفی در این خانواده‌ها و زندگی‌ها ایفا می‌کنند. البته چنان‌که شرح دادم این نقش پیچیده و دارای ابعاد گوناگونی است. جالب آن‌که از نظر غالب مصاحبه‌شوندگان، رسانه‌ها حکم نوعی بسته بندی (مجموعه) و نه لزوماً شبکه‌ها یا خدمات متمایز را دارند. تفاوت بین رسانه‌های گوناگون اختلافاتی به وجود می‌آورد، ولی در عین حال این واقعیت تکنولوژیک را باید بپذیریم که ما در دوران چندرسانه‌ای زندگی می‌کنیم. منظور این است که برنامه‌ای فرضاً در شبکه کارتون یا PAX در سایت اینترنتی و مجله هم عرضه می‌شود. شاید بازی ویدیویی و نسخه‌های دیگری هم داشته باشد. روش استفاده مردم از این رسانه‌ها و منابع مختلف هم اهمیت دارد، چنان‌که اطلاعاتشان از رسانه‌ای به رسانه‌ای دیگر منتقل می‌شود.

گرچه شاید بخش عمده چیزی که ما می‌خواهیم بدانیم درباره‌ی وجه مذهبی یا معنوی رسانه‌هاست، کاملاً مشخص است که آن‌ها دلالت فرهنگی هم دارند. رسانه‌ها در چهارچوب فرهنگی که پدیدشان می‌آورد، دارای معنی هستند (این موضوع جای تعجب ندارد). این نکته به روشنی در گفته‌های بوچ کاستیلو درباره‌ی علاقه‌اش در سال‌های جوانی به فیلم نابودگر صدق می‌کند. وی به قول خودش از فیلم الهام گرفته است، هرچند الهامی سکولار یا فرهنگی و نه معنوی.

رسانه‌ها به این علت موفقند که می‌توانند ارزش‌ها، نمادها، افکار و مجازهای (۱) را در فرهنگ، تداعی کنند و به کار گیرند. آن‌ها جذاب و حتی لذت‌بخشند. (۲) پس در اساسی‌ترین سطح، جا دارد آن‌ها را به صورتی تبیین شده بر زمینه فرهنگی تصور کنیم.

درباره مسئله‌ای که ما را به این جا کشاند، باید بگوییم که رسانه‌ها دارای عناصر مهم مذهبی و معنوی هستند. با توجه به مباحث فصل سه، حجم زیادی از منابع در رسانه‌هایی که آن‌ها را سکولار می‌نامیم، مرتبط با جویندگی مذهبی و معنوی است که بیان کردیم. جالب‌ترین مورد در استفاده جودی کرووز از منابع مرتبط با فرشتگان، بیگانگان فضایی و مابعدالطبیعه دیده می‌شود. شاید انتظار داشته باشیم جودی در مقام فردی که از نظر جمعیت شناختی دیدگاه سنتی‌تری یا محافظه‌کارانه‌تری دارد، برای ورود به چنین عرصه‌هایی تمایل نشان ندهد؛ ولی وی رده‌بندی پخش برنامه‌های مذهبی را نفی می‌کند (البته به اندازه کافی آن‌ها را می‌بیند که بخواهد نقدشان کند) و برنامه‌های سکولارتر را جالب‌تر، حتی قابل تأمل و از نظر معنوی متقاعدکننده می‌داند. به گمان وی چنین برنامه‌هایی عملاً نوعی الهیات مسیحی از دنیای بیگانگان و معجزات ارائه می‌دهند. نکته جالب‌تر آن که وی بین این برنامه‌ها نیز تمایز قائل می‌شود، برخی از آن‌ها را بسیار بازاری و خیالی و برخی دیگر را به دلیل واقعی‌تر بودن، قانع‌کننده‌تر می‌شمرد. جودی بین فعالیت‌های خانگی و خارج از خانه تفاوت می‌گذارد. او به

۱- tropes

۲- (Aeng (۱۹۹۶); Fiske (۱۹۸۷)

شیوه‌ای، برخی از افکار روف و وتناو درباره پویایی خود مستقل و جوینده را یادآور می‌شود. او می‌خواهد عملکرد اصیل خود را در چهارچوب خانه که محیط صمیمی تری دارد، ببیند. برای او نیز مانند خانواده کاستلو (هم‌چنین وایونا فالون و خانواده جانسن) استقلال و جویندگی مهم و حتی حیاتی است. جودی نیز مانند آن‌ها نوعی سوءظن به مراجع کلیسایی و نهادهای مذهبی دارد. شواهد فراوانی این موضوع را تأیید می‌کند؛ زیرا مفهوم جویندگی مذهب و معنویت از رده بندی‌های محتمل یا اکتسابی اجتماعی یا فرهنگی می‌آید. می‌توانستیم به راحتی فرض کنیم که جویندگی بیشتر پدیده‌ای متعلق به خانواده‌ها و افراد بالاتر از نظر طبقه اجتماعی - اقتصادی باشد، کسانی مانند کاستلوها که به گروه‌هایی موسوم به گذشته‌گرا علاقه دارند.

در فصل سه پیش‌بینی دیگر ما این بود که بازار رو به گسترش کالاهای مذهبی و نمادین، جایی است که منابع مستقیم و غیر مستقیم بیشتر در دسترس مخاطبان علاقه‌مند قرار می‌گیرند. شواهد امر در مصاحبه‌های ما به خوبی دیده می‌شود. جودی، بوچ و پریسیلا هر یک کالاهای معنوی مورد علاقه خود را در رسانه‌ها یافته‌اند. آن‌ها همگی چندرسانه‌ای هستند. از نظر جودی بهترین نمونه، جان ادوارد و برنامه‌اش است. گرچه این برنامه تلویزیونی است ولی ادوارد در اینترنت هم حضوری چشمگیر دارد و مجموعه‌ای از کالاهای و خدمات رسانه‌ای را در اختیار علاقه‌مندان می‌گذارد. از نظر پریسیلا بهترین نمونه خدمات روحانی، فعالیت‌های سیالو است که به هر دو صورت آن لاین و شخصی

کارش را انجام می دهد. البته با توجه به خودبیانگری جودی، نسخه آن لاین جالب تر است. به گمان بوچ بهترین نمونه، دپیک چوپرا است که از طریق کتابش با وی ارتباط برقرار می کند و گویی نوعی قدرت عرفانی بر بوچ اعمال می کند. به گفته پریسیلا و بوچ، سیالو و چوپرا نمادها و افکاری را تداعی می کنند که ارتباط آزادانه ای با عملکرد شبه بودایی آن ها دارد. به علاوه چوپرا، سیالو و ادوارد بسیار کالایی شده اند و عملاً باید گفت بدون رسانه ها نمی توانند ارتباط کنونی شان را برقرار سازند. پس واقعاً جزو پدیده های رسانه ها هستند. دسترسی خانواده های کروزر و کاستلو به آن ها، نشان دهنده ارزش عوامل واسطه در انتقال نمادهایی خاص به فضاهای خانوادگی و صمیمی است. هم چنین، این برنامه ها و خدمات سکولار رسانه ای، روش های سنتی تر کاوش معنوی را به چالش می طلبند؛ برای نمونه، مونتئ پائتن و جام مقدس برای خانواده فالون اهمیت فرهنگی چشمگیری دارد و آن ها را به تماشای فیلمی برمی انگیزد که افکار سنتی مسیحیت را باز می تاباند، همان افکاری که فکر می کنیم باید در کلیسا مطرح شود.

از نظر تمام جویندگان، هر چیز که مذهب اکتسابی و نهادینه را به چالش بکشد، جذابیت بیشتری دارد به همین دلیل می توانیم گمان بریم که برخورداری از رسانه ای مقاوم هم چون فیلم مونتئ پائتن و جام مقدس، لذت افزوده ای داشته باشد.

شواهد بسیاری در این مصاحبه ها وجود دارد که گرایش آن ها را به جلب مخاطب و مصرف بیشتر نشان می دهد. به نظر می رسد دیدگاه بانی جانسن درباره ساوث پارک و خانواده فالون درباره مونتئ پائتن و

جام مقدس نشان‌دهنده نوعی کشش به طرف رسانه‌ها باشد، چیزی که آن را فراگیر می‌دانیم؛ ولی باید بگوییم که فرضیات اکتسابی ما دربارهٔ مسائل رسانه‌ها و مذهب، نوع دیگری از مشاهده را می‌طلبد، همان که با ارزش‌ها یا علایق معنوی یا مذهبی برانگیخته و با انواع خاصی از رسانه‌ها در روندی کمابیش منطقی و شناختی اقناع می‌شود. دست کم برخی از انواع مصرف که درباره آن‌ها سخن گفتیم به شکل دقیق در چنین مسیری هدایت نمی‌شوند. به نظر می‌رسد رسانه‌ها فقط آن‌جا هستند، مصرف می‌شوند و معانی مذهبی یا معنوی در قالب نوعی رابطه دیالکتیکی توسط مخاطب ایجاد یا دنبال می‌شوند.

چنان که پیش‌تر گفتیم این موضوع مسائلی را هم درباره مفهوم فهرست نمادین مطرح می‌کند. هم‌چنین دسترسی به رسانه‌ها بخش دیگری از داستان ما را تشکیل می‌دهد. این واقعیت که رسانه‌ها در قلمرویی صمیمی جای گرفته‌اند، دغدغه و تشویش برمی‌انگیزد، ولی شواهدی داریم که نشان می‌دهد دست کم از نظر این افراد، وجود رسانه‌ها در محیط خانوادگی شان به معنای مصرف آن‌ها است. این موضوع اهمیت خاصی دارد. به گمان جودی کروزر، استفاده از اینترنت تا حدی به این خاطر بی‌ضرر است که در خانه‌اش به آن دسترسی دارد. هم‌چنین استدلال کردم که گرچه رسانه‌ها حضوری آشکار دارند، لازم است که به نقش پنهانی و ظریفشان هم فکر کنیم. مردم روی آن‌ها تمرکزی ندارند، بلکه وجودشان را بدیهی می‌پندارند و از جهاتی دیگر برای آن‌ها کارکرد خاصی قائلند. البته رسانه‌ها کاملاً شفافند و جای چندانی برای معانی و کنش‌های تلویحی به جا نمی‌گذارند. در طرح

مستقل خود، این روایت‌ها با روش‌هایی در فعالیت‌های رسانه‌ای ادغام می‌شوند که عملاً چنین استقلال را بیان می‌کنند. برای نمونه، جودی در برابر تحمیل افکار رسانه‌ای پیرامون بیگانگان فضایی مقاومت می‌کند.

استقلال محدود به هیچ چیز از جمله رسانه‌ها نمی‌شود. والدینی مانند جانسن‌ها مایلند که فرزندان‌شان استقلال فردی خود را نیز توسعه دهند و انتخاب رسانه‌ها را نیز در حکم عنصری مهم از چنین استقلال‌ی بدانند. برای بیشتر آن‌ها و به ویژه خانواده فالون این فکر که رسانه‌ها باید کنترل شوند، جزیی از این طرح استقلال محسوب می‌شود. جای گفتن ندارد که در نظر همه آنان، استقلال معنوی هم نوعی ارزش است که بر زمینه جویندگی و در تقابل با مرجعیت اکتسابی ابراز می‌شود.

توضیح دربارهٔ رسانه‌ها نیز در ایجاد تمایز فرهنگی، مذهبی و معنوی اهمیت دارد، وضعیتی که خود رسانه‌ها نیز بر آن تأثیر می‌گذارند. رسانه‌ها نقشه‌هایی ترسیم می‌کنند که در آن، مصاحبه‌شوندگان روایات خود را ارائه می‌دهند. پیش‌تر درباره تفاوتی که جودی کروز بین مذهب خانگی و خارج از خانه می‌گذارد، سخن گفتیم؛ هم‌چنین [تفاوت] بین پخش برنامه‌های مذهبی سنتی و برخی آثار رسانه‌های سکولار که از نظر معنوی مهم هستند. تمایزی که جودی بین واقعیت و خیال در برنامه‌های اخیر می‌گذارد یکی دیگر از طبقه‌بندی‌های جالب است. از نظر وی مذهب خانگی و رسانه‌هایی که وی به ابعاد معنوی‌شان می‌پردازد به نحو خاصی دلالت‌گرند؛ زیرا ریشه در تجربه تاریخی و چیزی دارند که وی زندگی واقعی می‌داند. برای خانواده کاستلو، جانسن‌ها و وایونا فالون، چنین تمایزهایی وجه تکنولوژیک برجسته‌تری

دارند. خانواده جانسن دغدغه اینترنت دارند و آن را برای فرزندانشان بدشگون می دانند. وایونا می خواهد با استفاده از دستگاه پخش ویدیوکاست، رژیم رسانه ای خود را برنامه ریزی کند و تماشای فیلم های ویدیویی را تبدیل به یکی از آیین های محوری زندگی خانوادگی کرده است. تمایزهای خانواده کاستلو، مشخصاً حاکی از گرایش طبقاتی هستند. آن ها نسبت به رسانه های صفحه ای سوءظن دارند که ناشی از قدرت بالقوه آن ها برای القاگری و این تصور است که این صفحات وقت آدم را هدر می دهند. بایستی اضافه کنیم که با وجود انزجار طبقاتی آن ها از رسانه ها، در آن ها آثاری یافته اند که از نظر معنوی قابل توجه اند. در چنین اظهاراتی رسانه ها طبقه بندی، متمایز و تا اندازه ای تبدیل به بیانیه هایی درباره مذهب، دلالت و ارزش معنوی می شوند. در این خانواده ها، طبیعی پنداشتن رسانه ها نیز اهمیت خاصی دارد. از نظر جودی کروزر و خانواده جانسن، رسانه ها بخشی از محیط خانه و کم و بیش بی ضررند. در خانواده کاستلو نقشه اساسی تری ترسیم شده که بین رسانه ها و سبک زندگی آن ها خطی می کشد. تمام رسانه ها، به ویژه تلویزیون با فضای کل نگرانه ای که آن ها می خواهند در خانه شان بسازند، تضاد دارند. این احساس در بین دیگر افراد هم طبقه آن ها فراگیر است و در مدرسه فرزندانشان هم بدیهی شمرده می شود.

وقتی از مصاحبه شوندگان درباره ارتباط خودشان با رسانه ای خاص می پرسیم، به نوع ویژه ای از رفتار رسانه ای اشاره می کنند. وقتی آن ها برنامه های رسانه ای را به زندگی معنوی و مذهبی خود می آورند، بهترین واژه برای توصیف رفتار آن ها بازیگوشی و نه تأمل است. در پیوند با نظر

درباره عملکرد رسانه ای از جمله مفهوم معروف قُر زدن از متن (۱) که هنری جنکینز مطرح ساخته است، رویکرد این مصاحبه شوندگان را می توان نوعی تجربه گرایی، آزمون و برگرفتن دانست. نمی خواهیم بگوییم که این موضوع برای آن ها جدی نیست. برخورد بوچ با کتاب دپیک چوپرا به طور مشخص نقش بسیار مهمی در زندگی او داشته است؛ ولی جایی که آن ها منابع رسانه ای را در برابر رفتارهای سنتی و اکتسابی مذهبی قرار می دهند، این بازیگوشی معنای دیگری می یابد. درباره بوچ گرایش جویندگی به وی امکان می دهد تا واقعیت های سخت ایمان سنتی (از جمله بودیسم متعصبانه) را متعادل تر کند و محدوده ای برای بازیگوشی بیابد، جایی که با چوپرا و الهام مواجه می شود. درباره جودی، داعیه های جدی تر و سخت گیرانه تری که در کاتولیک گرایی سنتی وجود دارد، باعث می شود تا وی بین خود و آن ها فاصله ای بگذارد. حال آن که در خانه معانی پرشورتری درباره فرشتگان، بیگانگان فضایی و مابعدالطبیعه می پروراند.

پریسیلا و جودی مانند بوچ تشخیص می دهند که برنامه های معنوی رسانه ای تا چه حد با داعیه های مرجعیت و تعصب تضاد دارند. در هر مورد، آثاری رسانه ای وجود دارند که حالات سرکوب شده گوناگون در تجربه مذهبی را تداعی می کنند، موضوعی که در فصل های پیشین درباره آن سخن گفتم. خانواده کاستلو چنین تأثیری را از موسیقی

می گیرند. در تمام این خانواده ها مفهوم تجربه به خودی خود و افکار مرتبط با معنویت پرشور، چنین حالاتی را تداعی می کنند.

دیدیم که رسانه ها بُعدی گریزناپذیر و حتی فراگیر از زندگی مدرن هستند. هم چنین، شواهدی از چگونگی ارتباط رسانه ها با زندگی معنوی و مذهبی در این خانواده ها را بررسی کردیم. تفاوت ها و اشتراکات بین این زمینه های کاملاً متمایز، (خانواده های کاستلو و کروز) بحث انگیز است. در فصل بعد با استفاده مستقیم تر از رده بندی های روف به خانواده های بیشتری خواهیم پرداخت. با این روش امیدواریم که بتوانیم درباره نقش رسانه ها در زندگی روزانه معنوی و مذهبی، شرح و تفصیل بیشتری بدهیم.

پاره ششم: ابژه های فرهنگی و هویت مذهبی نزد مسیحیان باز متولد و مومنان معاصر

اشاره

پاره ششم: ابژه های فرهنگی و هویت مذهبی نزد مسیحیان باز متولد و مومنان معاصر

در حال حاضر مذهب در ایالات متحده و غرب دستخوش تحولات شگرفی است. بسیاری از روش های اکتسابی و تثبیت شده برای تفکر درباره مذهب دیگر اولویت ندارند. از سوی دیگر، خاطرات مشترک مذهبی هم چنان تعیین کننده بخش عمده اموری است که مذهبی یا معنوی می پنداریم. روش های جدید تر بررسی مذهب به گونه ای که در آثار پژوهشگران برجسته ای چون رابرت و تناو، استیون وارنر، نانسی آمرمن، کاترین آلبانِس و وید کلارک روف نشان داده می شود، شاخص های مهمی از تغییر در تجربه و بیان مذهبی را نمود می دهند.

خانواده ها و افرادی که در فصل های اخیر سخنانشان را شنیدیم، برخی از ویژگی های مهم بیان مذهبی و معنوی در دوران کنونی را نشان دادند. به دلایلی مشخص می توانیم بپذیریم که بخش عمده این گرایش مذهبی باید ارتباط خاصی با فرهنگ رسانه ها داشته باشد، چنان که در سراسر این کتاب درباره این موضوع استدلال کرده ام.

اکنون به ارزیابی آشکارتری از تجربه مذهبی معاصر و ارتباط آن با رسانه ها می پردازیم. برای انجام این کار بر زمینه افکار معاصری که درباره مذهب وجود دارد، بار دیگر به رده بندی مذهب در نسل پر زاد و ولد آمریکا می پردازیم، موضوعی که وید کلارک روف آن را شرح و بسط داده است. مهم است به خاطر داشته باشیم که تحلیل روف به گونه ای

که در دو کتاب تأثیرگذار او شرح داده شده است، برگرفته از رده بندی رویکرد مذهبی و دور از آمارها و مصاحبه های مفصل است. از نظر وی این رده بندی ها، جنبه استقرایی ندارد؛ بلکه بیشتر نشان دهنده شیوه های تفکر و گفتار مصاحبه شوندگان درباره مذهب و معنویت است که منطبق بر ادراکات مشترک، هویت، خودبیانگری و عملکرد آن ها در این زمینه گرد آمده اند. این رده بندی ها از حساسیت مذهبی ای سرچشمه می گیرند که روف طی پژوهش های خود در دهه ۱۹۹۰ شناخت، گرایش که نه فقط با دغدغه نسبت به هویت، بلکه با اصالت بخشیدن به این هویت با روشی خاص تعیین می شود. چنان که روف اشاره می کند و می نویسد:

نیروهای نوظهوری که از این فرآیندِ جویندگی بروز می کنند، نه در جهت دستیابی به هویت گروهی و جایگاه اجتماعی، بلکه بیشتر برای تقویت فردیت و زندگی درونیِ اصیل به کار می رود. (۱)

روف می نویسد که این موقعیت، سه بُعد مهم دارد؛ نخست، شمار افرادی که چنین گرایش هایی را دنبال می کنند. در واقع جنبشی گسترده به سوی جویندگی یا کاوش است که از نظر جمعیت شناختی تمام رده بندی های اجتماعی و مذهبی را که شاید انتظار داشته باشیم قدرتمندتر باشند، پشت سر می گذارد.

دوم، به گفته روف این خودآگاهی و خودبازتابندگی در عملکردهای مذکور، ریشه در دوران پسامدرن دارد. چنان که گیدنز و دیگر

پژوهشگران، آن را به منزله دورانی تشریح کرده اند که خود و درک خود، شیوه های غالب آگاهی را تشکیل می دهند.

سوم، روف می خواهد تأکید کند که:

این گرایش ها خودمحور یا خودبینانه نیستند، بلکه نوعی اشتیاق ژرف به دگرگونی خود را بروز می دهند که اصیل و از جنبه فردی رضایت بخش است. (۱)

چنان که پیش تر گفتم، این روش های نوظهور برای پرداختن به مذهب و معنویت از الگوی جدیدی سرچشمه می گیرند که عناصری را در چهارچوب منابعی تلفیق می کنند و محور توجه شان عملکرد مخاطب نسبت به رسانه ها است. روف این الگوی جدید را مذهب زنده در زندگی روزمره می داند (۲) که نمادها و عملکردهای جدید را با هم ترکیب می سازد و افراد را در چهارچوب هایی نمادین قرار می دهد که در آن ها خود کم و بیش مستقلی یافته اند، خودی که هم عاملی فعال و هم اُبژه این مذهب یا معنویت است. در این میان، زمینه گسترده تر اجتماع هم عامل مهمی است؛ زیرا امروزه مذهب سنتی باید با جامعه ای اشباع شده از رسانه های چندوجهی رقابت کند که در آن ترکیب سنت ها و نمادهای مذهبی نوعی هنجار به شمار می آید. (۳) روف عاملیت فردی را در حکم نتیجه منطقی شرایط مذهب، در دوران مدرنیته اخیر می داند. وی می نویسد:

۱- ۹. Roof (۱۹۹۹), p.

۲- اصطلاح مذهب زنده از گفتمان پژوهشگرانه قدیمی تری می آید که دیدگاهی انسان شناختی را هم در کار پژوهش وارد ساخته است. بخش عمده این تفکر در حال (۱۹۹۷) توضیح داده شده است.

۳- ۴۱. Roof (۱۹۹۹), p.

تأکید بر جویندگی اشاره به این نکته است که در دوران نفوذپذیری خاص مرزها، جایی که تبادلات، آزادانه و به راحتی صورت می‌پذیرند، جای تعجب ندارد که کاوش مذهبی رایج شود. انعطاف‌پذیری و جنبش، فرآیندهای خلاق و معنوی را برمی‌انگیزند. عملکرد واقعی مذهب بر این زمینه و همپوشانی فرهنگ‌های مذهبی و مرزهای مخدوش تا اندازه‌ی افراد را به خودکاوی و تفکر تشویق می‌کند. ایمان سنتی در جوامع مذهبی و معنویت در شکل مطلق آن، به منزله نوعی جایگزین، تأمل و اراده‌ی پایدار می‌طلبد. مسلماً چنین وضعیتی در شرایطی امکان‌پذیر می‌شود که هیچ نهاد مذهبی خاصی یا فعالیت معنوی نخواهد نمود گرایشی در امور مقدس را انحصاری بداند. (۱)

گرچه شاید این خودگرایی به دلیل فقدان مفهومی از شکل یا زمینه، اضطراب‌هایی را به وجود آورد، روف به ایده رابرت جی لیفتن درباره خود منعطف اشاره می‌کند. اُبژه باید سیال باشد، طوری که فرد بتواند آزادانه بین زمینه‌ها، مکان‌ها و منابع نمادین سیر کند و با وجود این، در موضعی قرار داشته باشد که آن چه می‌جوید توضیح یا چهارچوبی برای درک یا کنش فراهم آورد. (۲) در واقع این شوق به سیال و در عین حال مستقر بودن، یکی از دشوارترین نکات برای درک فرهنگ جویندگی است و در واقع کمک می‌کند تا به خاطر داشته باشیم که کل عملکرد رسانه‌ای بر محور عاملیت بازتابنده و استقلال فردی می‌گردد. مجموعه‌ای فرضی از نمادها یا عملکردها که برگرفته از سنت مذهبی

Roof (۱۹۹۹), p. ۴۴ – ۱

Roof (۱۹۹۹), p. ۱۳۲, citing Lifton ۱۹۹۳, p. ۹ – ۲

خاصی هستند، برای مشروعیت نیازی به اتکا بر ویژگی های رسمی آن سنت ندارند. نکته مهم، معنی دار بودن آن ها برای فرد هنگام برقراری ارتباط بین سنت ها (سیال بودن) و حضور در بطن سنت ها (مستقر بودن) است. چنان که روف اشاره می کند، بیشتر مصاحبه شوندگان او (و خیلی ها که در این صفحات نظراتشان را منعکس کردیم) جویندگی خود را به شیوه ای بسیار عمل گرایانه مشروعیت می بخشند:

دنبال کردن راهبردهای مختلف برای آن ها مؤثر است. (۱)

برای بررسی ابعاد اصلی این استدلال ها درباره ماهیت جویندگی یا کاوش در معنویت، دنبال کردن نکته های زیر مهم به نظر می رسد. نخست این که مذهب و معنویت تجربیات روزمره هستند. آن ها ابتدا پیگیری شده و بعد ساخته و بر زمینه زندگی روزمره تجربه می شوند.

دوم این که عملکردهای رسانه ای بازتابنده هستند؛ بدین معنی که سطحی پیچیده از خودآگاهی و جهت گیری به سوی هویت فردی را شامل می شوند.

سوم این که عاملیت فرد در این فرآیند که نوعی استقلال در جویندگی و شکل دهی به تجربه است، نقش مهمی بر عهده دارد. در نهایت، پیوند این نمادها، عملکردها و ارزش های متعدد، به ساخته شدن خود آرمانی می انجامد.

اهمیت پژوهش روف برای طرح ما، ضمن تأویل مناسب از فرهنگ مذهبی معاصر، درک مفاهیم مذهبی و معنوی در دوران رسانه ها است.

هم‌چنین شیوه بیان و انتقال چنین فرهنگی در زندگی و توضیحات افراد، خانواده‌ها و گروه‌ها هنگام برخورد آن‌ها با فرهنگ مذهبی و معنوی را در برمی‌گیرد. این واقعیت که رده بندی‌های روف رسمی (فرمی) یا استقرایی نیستند، می‌تواند باعث پیوند میان گفت وگوهای ما دربارهٔ مذهب، معنویت و رسانه‌ها با مضامین گسترده تری در مطالعه فرهنگ مذهبی شود. چنان که روف، وارنر، آلبانس و دیگر پژوهشگران مذهبی‌الگوی نوین استدلال می‌کنند که دیگر جست‌وجوی مذهب در رده بندی‌های اکتسابی، فرمی، استقرایی یا اساس‌گرا معنایی ندارد. نمونه‌های مذهبی روف، روشی برای سازماندهی و تأویل تجربیات بیان شده در زندگی روزمره فراهم می‌آورند، به گونه‌ای که نشان‌دهنده تفکر ما نسبت به سازمان‌دهی مجدد مذهب، طی دوران کنونی است که در خود مذهب انجام می‌شود.

رده بندی‌های روف

رده بندی‌های روف

در فصل سه رده بندی‌های روف را معرفی کردم، از جمله پیشنهادهای درباره انواع رویکرد‌های رسانه‌ای که می‌توانیم از نمونه‌های مختلف انتظار داشته باشیم. ما به نوبت هر یک از این رده بندی‌ها را بررسی خواهیم کرد و کار را با مرور نمونه‌هایی آغاز می‌کنیم که انتظار داریم از نظر عملکرد رسانه‌ای در هر یک از این رده بندی‌ها بیابیم؛ سپس ادامه خواهیم داد تا ببینیم دربارهٔ افراد یا خانواده‌هایی که با آن‌ها مصاحبه کرده‌ایم چه نکاتی می‌توانیم بگوییم که کم و بیش در تعاریف روف

بگنجد. در ادامه این روند، برخی از نتایج کلی را درباره آن چه دیده ایم بررسی خواهیم کرد.

قراردادن مصاحبه شونده‌گان در این رده بندی‌ها، قدری دشوارتر از آن است که شاید انتظار داشته باشیم. چنان که پیش‌تر درباره گِلن دانگِل در فصل چهار دیدیم و البته در موارد دیگر هم خواهیم دید، مصاحبه شونده‌گان ما به طور کامل در رده بندی روف قرار نمی‌گیرند. در عوض لازم است تا طبقه بندی او را گاهی از جنبه فرمی به کار گیریم و در مواقع دیگر با تلفیق توضیحات، عناوین اکتسابی و خود بیانگری، وضعیت هر یک از رده‌ها را مشخص سازیم. در مصاحبه‌های فصل پیش به عناصری رهگشا برای این چالش توجه کردیم. نکته‌ای که بسیاری از آن روایت‌ها را مشخص می‌سازد، نوعی بازیگوشی (۱) است. افرادی مانند جودی کروز و خانواده کاستلو با نوعی سبک شخصی (مرتبط با افکار بازتابندگی در دوره مدرنیته) به موضوعات معنوی در رسانه‌ها می‌پردازند. این سبک تجربی پرشور، جذاب و زنده است. شاید نتیجه کار برای جودی تا حد مشخصی نوعی بریکولاژ (۲) باشد که همزمان سیال و مستقر است. منظور آن است که گرایش‌های مذهبی و معنویت در وی ایستا نیستند که بتوان آن‌ها را طبقه بندی کرد. نقش رسانه‌ها در جویندگی و کاوش جودی (و دیگران) از این هم پیچیده‌تر است. به گمان جودی رسانه‌ها زمینه‌ای برای بازی نیز هستند چنان که به نظر

۱- playfulness

۲-۲. bricolage: گردآوری و قراردادن عناصر، متون و قطعات دم دست و نه لزوماً مرتبط در قالب یک اثر، که از ویژگی‌های آثار پسامدرن شمرده می‌شود. (م.)

می آید حکم مکانی کم و بیش ضرر برای بررسی را دارند. از نظر او و کسان دیگری که در این فصل به بررسی افکارشان خواهیم پرداخت، معنی سازی در رسانه ها با آن چه شاید انتظار داریم هنگام برخورد با منابع و فرهنگ نمادین ببینیم، متفاوت است. جودی و دیگر مصاحبه شوندگان ما، رسانه ها را در حکم یک زمینه و در عین حال فهرستی نمادین به شمار می آورند؛ بنابراین نقش رسانه ها در هویت و معنای وجودی آن ها شاید بیش از آن چه انتظار می رود شکل دهنده باشد.

مسیحیان بازمتولد

اشاره

مسیحیان بازمتولد

در فصل سه اشاره کردم که اونجلیسم، بیش از دیگر سنت های مسیحی معطوف به رسانه ها بوده است. در آن جا گفتم که شاید انتظار داشته باشیم در بین مصاحبه شوندگانی که جزو مسیحیان بازمتولد هستند، استقبال بیشتری از نقش رسانه ها برای جویندگی و رسیدن به معنای مذهبی را ببینیم. در عین حال شاید انتظار داشته باشیم که آن ها مرزهای آشکارتری بین انواع رسانه ها بکشند؛ برای نمونه، رسانه های مذهبی را برای انتقال افکار و ارزش های هنجار بخش، مناسب تر از رسانه های سکولار به شمار آورند. هم چنین نظر دادم که شاید سلیقه طبقاتی آن ها در مقایسه با دیگر طبقات پایین تر اجتماعی و اقتصادی جامعه آمریکا، در تأویل های شان نمود بیشتری داشته باشد (گرچه در سال های اخیر چنین تمایزی مخدوش شده است). این امر ناشی از

گرایش سنتی اوانجلیست ها و مسیحیان بازمتولد است. گرچه روف این نکته را خاطر نشان می کند که حتی مسیحیان بازمتولد هم نوعی جویندگی مستقل و تردید نسبت به مرجعیت مذهبی بروز می دهند؛ پس شاید نزد ایشان رده بندی های اکتسابی رسانه های خوب و رسانه های بد نسبت به مصاحبه شوندگان سنتی تر و یا جزم اندیش تر اهمیت کمتری داشته باشد.

خانواده میلیکن

خانواده میلیکن

خانواده میلیکن در حومه یکی از شهرهای بزرگ ایالات متحده زندگی می کنند. پدر و مادر خانواده، به ترتیب جی و لین هر دو بیرون از خانه کار می کنند. (۱) این دو خود را مسیحیان بازمتولد می دانند؛ ولی اندکی پیش از مصاحبه در مراسم غسل تعمید شرکت جسته و به عضویت کلیسای روح القدس (۲) درآمده اند. لین و جی در کلیساهای سنتی و متعارف بزرگ شده اند ولی اخیراً جویندگی شان به یافتن کلیسایی انجامیده که اکنون به آن مراجعه می کنند. لین و بیچه ها هفته ای بیش از یک بار به کلیسا می روند، ولی جی به دلیل برنامه کاری اش معمولاً نمی تواند در کلیسا حاضر شود. لین و جی هر دو به مدرسه عالی رفته و تا مقطع کاردانی تحصیل کرده اند. لین در مهد کودک کار می کند و جی راننده کامیون است. آن ها بیش از یک سال پیش از منطقه ای دورافتاده به مکان فعلی شان آمده اند. فعالیت های اجتماعی آن ها بیشتر در ارتباط

۱- مصاحبه با خانواده میلیکن را اسکات وبر و میشل مایلز انجام داده اند.

با کلیسایی است که به آن مراجعه می کنند. ری فرزند سیزده ساله خانواده، عضو سازمان دریانوردان جوان نیز هست و خواهرش لورا هفت ساله هم می خواهد وقتی به سن عضویت برسد، وارد آن سازمان شود. لین مادر هر سه فرزند است، ولی پدر ری و لورا شوهر اول لین است. ریچ پسر چهار ساله خانواده تنها فرزند جی است، ولی جی خیلی دوست دارد که پدر دو فرزند ارشد هم شمرده شود، گرچه لین حضانت هر دو را برعهده دارد. درآمد خانواده بیش از سی و پنج هزار دلار در سال است. مانند بسیاری از خانواده ها، میلیکن ها از حضور رسانه ها در خانه شان راضی اند. شاید انتظار داشته باشیم که رفتارها و عادت های آن ها همراه با نوعی سخت گیری اخلاقی نسبت به رسانه ها باشد، ولی رسانه ها و تکنولوژی، در خانواده میلیکن حضور همه جانبه ای دارند. در جایی از مصاحبه آن ها درباره عادات رسانه ای ری حرف می زنند.

لین:

او این نوار، سی دی را خرید. اسمش بود...

مصاحبه گر:

صورت بچگانه!

لین:

چیزی توی همین مایه ها...

مصاحبه گر:

این اسم هنرمند است یا خود اثر؟

لین:

اسم اثره. نوعی از موسیقی سیاه پوستان آمریکا....

جی:

خُب، ما اشعارش رو شنیدیم و بعد....

لین:

ما اول آلبوم رو دیدیم و بعد به اون گوش دادیم، در حقیقت اون رو بررسی کردیم؛ سپس به ری گفتیم که باید چیز دیگه ای رو برای شنیدن انتخاب کنه.

مصاحبه گر:

آیا این کار در خانواده شما رایج است؟

لین:

خب، درست مانند بازی های رایانه ایه. ما کنترل های خاص خودمون رو داریم.

جی:

فیلتر پدرانِه_مادرانه.

مصاحبه گر:

در اینترنت؟

لین:

بله اینترنت را هم کنترل می کنیم، ولی ری از این موضوع با خبره.

جی:

اون می دونه که چطور از پس همه چیز بر بیاد.

لین:

اون سعی اش رو می کنه، ولی می دونید ما خیلی... (خطاب به ری) فکر کنم ما کارهای تو با رایانه رو هم کنترل می کنیم، مگه نه؟

فکر می‌کنم باید این روال کار رو قدری تغییر بدیم چون وقتی گاهی وقت‌ها بالا میام، می‌بینم که اون مشغول کار با رایانه است و نمی‌دونم چطور از شر صفحه رایانه خلاص بشم. واقعاً نمی‌دونم.

تجربه آن‌ها، تجربه والدین در سراسر جهان با نوجوانان و رسانه‌ها است. مسیر فرهنگ به سوی خانه‌ها از طریق سلیقه و انتخاب‌های فرزندان هموار می‌شود. این یکی از واقعیت‌های اساسی زندگی در عصر رسانه‌هاست. پیش‌تر این موضوع را در فصل پنج ملاحظه کردیم. برای خانواده میلیکن این امر آشکارا قابل توجه است، چون درباره آن فکر می‌کنند و برایش اهمیت قائلند؛ ولی در این روند با موقعیت‌هایی رو به رو می‌شوند که کمتر از آن‌چه می‌خواهند بر رسانه‌ها کنترل دارند. میلیکن‌ها مانند بسیاری از والدین دیگر، به نقش رسانه‌ها در زندگی‌شان توجه خاصی دارند. هم‌چنین جالب است که در این‌جا نیز مانند بسیاری دیگر از لحظات مصاحبه، وقتی درباره راهبردهای خود برای پرداختن به رسانه‌ها صحبت می‌کنند، به صورت آشکار یا خودآگاهانه به مذهب یا ارزش‌ها یا افکاری که برگرفته از ایمان بازمتولد آن‌ها است، اشاره نمی‌کنند. هر چند شاید چنین افکاری ابزارهای هنجاربخشی برای توجه به مسائل رسانه‌ها محسوب شوند؛ البته نباید انتظار داشته باشیم که هر یک از این خانواده‌ها به طور کامل نماینده تیپ آرمانی در بین مسیحیان بازمتولد باشند. با وجود این، خانواده میلیکن مانند بسیاری از خانواده‌هایی که با آن‌ها مصاحبه کرده‌ایم و در این رده قرار دارند، در عمل از نظر ارزش‌ها یا رفتارها، برخی از کلیشه‌های این عنوان را بر نمی‌تابند؛ برای نمونه لین علیه این برداشت استدلال می‌کند که

مذهب وی یا هر مذهب دیگری را باید به منزله عامل تعیین کننده در رویکرد معنوی به شمار آوریم:

فکر می کنم بین مذهب و رابطه با خداوند به تفاوتی وجود دارد. حداقل احساس شخصی من اینه. می تونید به کلیسا برید، می تونید مذهب خودتون رو داشته باشید، می تونید اعمال مذهبی انجام بدید، ولی بین مذهب و رابطه با خداوند تفاوت فراوانی وجود دارد.

این طرز فکر، نمونه فردگرایی مسیحیان بازمتولد است. سویه قدرتمند و پرشور تجربه مذهبی یا معنوی، رابطه ای است که فرد با خداوند و مسیح، نه با گروه یا چهارچوبی سازماندهی شده دارد. نهادها، تواریخ [تاریخ مذهب و حکایات تاریخی - مذهبی] یا اصول نظری مذهبی، نقشی در تجربه مذهبی یا معنوی ندارند. همان طور که واسطه آن ها نیز محسوب نمی شوند. برای نمونه لین استقلال خود از ساختارهای مرجعیت مذهبی را در عرصه ای مهم - نگرش درباره آموزش جنسی - به فرزندان بیان می کند. شاید بتوان او را بیش از والدین دیگر آزاداندیش دانست، چنان که درباره جنسیت بی پرده با فرزندانش صحبت می کند. هم چنین نواری ویدیویی را که توسط سازمان اوانجلیکال کانون خانواده تولید شده است، نشان می دهد که آشکارا تولد نوزاد را تصویر می کند. وی طوری این موضوع را بیان می کند که گویی خود را مشخصاً متفاوت با دیگران (والدین محافظه کارتر) می پندارد. این مفهوم آشکار یا ضمنی که باید انتظار داشته باشیم مسیحیان بازمتولد برای راهنمایی درباره ارزش های اجتماعی به مراجع روحانی یا نهادهای مرجعه کنند، به طور مشخص

درباره لین یا جی صدق نمی کند؛ زیرا آن ها مسیر خود را در پیوند با فرهنگ گسترده تری یافته اند.

درباره نقش رسانه ها در زندگی آن ها چه می توان گفت؟ خانواده میلیکن هم چون بسیاری از مصاحبه شوندگان اوانجلیکال یا بازمتولد ما، تمایزی آشکار بین رسانه های سکولار و رسانه های مذهبی قائل هستند و به ویژه به رسانه های مذهبی علاقه ندارند. وقتی درباره رسانه هایی می پرسیم که با عقایدشان سازگار هستند،

جی می گوید:

ما سعی می کنیم که برنامه های TBN... را نبینیم. اسمش همینه دیگه؟

مصاحبه گر:

منظورتان شبکه رادیو تلویزیونی ترینیتی (۱) است؟

جی:

بله، در این شبکه برنامه های فریبکارانه ای پخش میشه.

با این که لین نشان می دهد تا اندازه ای به برنامه های مذهبی از جمله آثار شبکه TBN و بنی هین (۲) علاقه بیشتری دارد، باز هم احتیاط را

۱- Trinity Broadcasting Network برای اطلاعات بیشتر درباره این شبکه رک به: بررسی شبکه ماهواره ای TBN.

احمد شاکر نژاد. ماه نامه رواق هنر و اندیشه. شماره های ۳۱ تا ۳۳. مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما. قم. ۱۳۸۷. (م).

۲- Toufik Benedictus "Benny" Hinn توفیق بندیکتوس هین، مشهور به بنی هین، تله ونجلیست مشهور آمریکایی، به سال ۱۹۵۲ در حیفا (فلسطین) به دنیا آمد. پدرش عربی فلسطینی (از مسیحیان وابسته به کلیسای ارتدکسی یونان) و مادرش یکی از ارامنه فلسطین بود. وی پس از جنگ شش روزه اعراب و اسرائیل به همراه خانواده اش به آمریکا مهاجرت کرد و در آن جا اونجلیست شد. وی شهرت خود را مدیون برنامه های موعظه ای است که عمدتاً در استادیوم های بزرگ شهرها برگزار می کرد و در آن عده ای مدعی معجزه می شدند. مشهورترین برنامه وی با نام **This Is Your Day** بود. وی بعدها با پاول کراچ در شبکه معروف TBN همکاری کرد. وی چندین جلد کتاب به رشته تحریر در آورده است. (م).

کنار نمی گذارد:

فکر می کنم باید تعادلی وجود داشته باشد. گاهی وقت ها مردم خیلی در تماشای چنین برنامه هایی افراط می کنند. وقتی چنین حالتی پیش می آید باید نوعی تعادل برقرار کرد. از یک طرف احتمال داره دچار تأسف بشید و از طرف دیگره ممکنه با اون ساده انگارانه برخورد کنید، می دونید منظورم چیه؟

بار دیگر به نظر می آید که این موضوع ریشه در عقاید لین داشته باشد، چیزی که جی هم به آن اعتقاد دارد، این که در نهایت هر شخصی مسئول ایمان خود و دستیابی به افکار و کنش هایی دقیق و کارآمد در این زمینه است. در واقع چیزی نیست که بتوان آن را به دیگری یا کانون مرجعیت مذهبی و غیره واگذار.

خانواده میلیکن مجموعه ای از نوارهای ویدیویی و صوتی دارند که سازمان کانون خانواده آن ها را توزیع کرده است، ولی آن نوارها را در حکم منابعی برای دریافت مفاهیم معنوی و چیزی شبیه کتابخانه مرجع می بینند، نه آثاری که باید ایمان و کنش را دیکته کنند. علاوه بر آرشیو کانون خانواده، میلیکن ها تعدادی سی دی مذهبی هم دارند، از جمله آن هایی که از ژانر موسیقی معاصر مسیحی می آید و شنوندگان ایستگاه هایی رادیویی در منطقه شان به آن ها گوش می دهند.

در بین اعضای خانواده، ری سیزده ساله از انواع رسانه ها استفاده می کند و بدین جهت پدر و مادر توجه خاصی به رفتار رسانه ای او دارند. ری به موسیقی مسیحی معاصر علاقه نشان می دهد، هر چند به اینترنت

و بازی‌هایی ویدیویی هم گرایش زیادی دارد، موضوعی که گاهی از نظر والدینش مسئله ساز است. این امر در گذشته باعث حذف اینترنت و بازی‌های ویدیویی، در حکم نوعی مجازات، شده است؛ البته خانواده میلیکن باید و نباید‌های سخت‌گیرانه‌ای برای استفاده از رسانه‌ها ندارند. سلیقه رسانه‌ای ری مشخصاً با والدینش متفاوت است. در جایی از مصاحبه وقتی از او می‌پرسند که اگر برنامه‌های تلویزیون کابلی را مشترک شوند، چه خواهد کرد، وی جواب می‌دهد که برنامه‌های نیکل‌آدیون و شبکه کارتون را تماشا خواهد کرد. پدرش می‌افزاید، برنامه‌های کانال دانش و کانال تاریخ هم ارزشمند هستند. (۱) به واقع ری در سنی است که بیشتر به حاشیه‌های ناشناس بازار رسانه‌ها سرک می‌کشد. وی از تماشای بازی‌های ویدیویی هم چون استار کرفت (۲) و حیوان گوشت خوار (۳) لذت می‌برد. هم‌چنین به بازی‌های رایانه‌ای در سایت‌هایی مانند Shockware علاقه‌مند است.

هم‌چون بسیاری از خانواده‌ها در مطالعات ما (و دیگران)، خانواده میلیکن بین اعتقادات خود به رسانه‌ها و رفتارهای شان تضادهایی بروز می‌دهند؛ برای نمونه در موقعیتی که آن‌ها بی‌علاقه‌گی خود را به ژانر تلویزیون _ واقعیت ابراز می‌کنند، به نظر می‌آید که مجموعه بازمانده، یکی از اولین آثار این ژانر تلویزیونی را همراه با برنامه‌های مشابه دیگر می‌بینند. در این بخش، مصاحبه‌گر می‌پرسد که آیا اعضای خانواده

۱- Learning Channel, History Channel

۲- Starcraft

۳- Carnivore

برنامه هایی را به طور منظم و در کنار هم می بینند یا نه. لورا هفت ساله شروع به پاسخ دادن می کند.

لورا:

من و ری برنامه ای رو می بینیم که در اون بچه ها یارکشی می کنن و مسابقه میدن. بعضی از اون ها در تیم های قرمز هستن و بعضی در تیم های آبی. آخرین تیمی که

جی:

اسم این برنامه چیه ری؟

ری:

نمی دونم درباره چی حرف می زنی!

لورا:

این جواری است که انگار پنج نفر در مسابقه شرکت می کنن و بعد....

مصاحبه گر:

آیا این برنامه شب ها پخش می شود؟

لورا:

مسابقه در هاوایی برگزار میشه، ری اسمش چی بود؟

ری:

نمی دانم درباره چی حرف می زنی.

لورا:

یادت میاد حشرات و چیزهایی مثل اون رو خوردن؟ یا چه طور هزار دلار بردن؟

ری:

ص: ۳۷۲

لورا:

بله! بازمانده. اسمش بازمانده است.

مصاحبه گر:

بازمانده... شما دو نفر تماشایش کرده اید؟ پدر و مادر هم آن را می بینند؟

لین:

ما دو بار با هم اون رو تماشا کردیم.

چی:

من در حقیقت همه این مجموعه رو ندیدم.

لین:

اون همیشه...، به اون چی میگوید؟

مصاحبه گر:

کانال عوض می کند؟

لین:

بله! کانال عوض می کنه. درست است چی؟

چی:

بله!

مصاحبه گر:

آیا واقعاً می خواهید سری جدید بازمانده را که از این هفته شروع می شود ببینید؟

چی:

من واقعاً از این برنامه های تلویزیون _ واقعیت خوشم نمیاد.

لین:

ما قدری از اون ها رو می بینیم و بعد جی کانال رو عوض می کنه.

جی:

من به طور معمول یک قسمت از این مجموعه ها رو می بینم و بعد تصمیم می گیرم که قسمت های بعدی رو تماشا کنم یا نه، می دونید....

مصاحبه گر:

هنوز تصمیم نگرفته اید که به تماشای یکی از مجموعه ها ادامه بدهید؟ به این نتیجه نرسیده اید که مثلاً فلان مجموعه جالب است... یا به طور کلی به برنامه های تلویزیون _ واقعیت علاقه ندارید؟

جی:

به درد من نمی خورن.

لین:

یکی از این مجموعه ها رو ببین. همون که افراد در جزیره هستن.

جی:

بله! اون رو دیدم.

این همان رویکرد به تلویزیون است که پیش تر ملاحظه و درباره آن بحث کردیم. توضیح درباره رسانه ها که این بار تلویزیون _ واقعیت را در گفتمان رسانه های معاصر، ژانر نامناسبی می داند. همزمان ما در این خانواده، شیوه ای از تماشای تلویزیون را می بینیم که همیشه منجر به دخالت برای محدود ساختن برنامه ها نمی شود. نه فقط بچه ها بازمانده را تماشا می کنند، بلکه لین ادعا می کند چند بار به اتفاق هم برنامه را تماشا کرده اند. این قسمت تا اندازه ای شیوه تماشا در خانه میلیکن را هم آشکار می سازد، به ویژه زمانی که جی دستگاه کنترل از راه دور تلویزیون را در اختیار دارد. مهم آن است که گرچه جی می گوید برنامه های تلویزیون _ واقعیت به دردش نمی خورند، ولی اعتراف می کند

که آن‌ها را می‌بینند. به خوبی متوجه می‌شویم که بخش زیادی از روند تماشای برنامه‌های تلویزیونی در خانه میلیکن، به عوامل دیگری غیر از انتخاب برمی‌گردد، حال فرقی نمی‌کند که مبتنی بر چه ارزش‌ها و معیارهایی باشد. وقتی درباره برنامه‌هایی می‌پرسیم که اعضای خانواده نمی‌بینند، لین به متأهل و بچه‌دار (۱) اشاره می‌کند. ولی در این مورد هم مانند ژانر تلویزیون _ واقعیت دوست نداشتن یا موافق نبودن با چیزی، همیشه بدین معنی نیست که نباید آن را دید. مصاحبه‌گر می‌پرسد:

آیا برنامه‌هایی هست که هیچ کس دوست نداشته باشد؟

لین:

اون نمایش ازدواج خانوادگی چیه؟

جی:

متأهل و بچه‌دار؟

لین:

بله تو از اون خوشت میاد. من به موقع تلویزیون رو روشن می‌کنم، شاید بخوام اخبار روز رو بینم. ما در این تلویزیون فقط دو یا سه شبکه داریم، پس خودم رو به اون چه میشه دید محدود کردم.

مصاحبه‌گر:

آیا این برنامه‌ها... نمی‌خواهم بگویم که شما طرفدار پر و پاقرص متأهل و بچه‌دار هستید، ولی می‌نشینید و آن‌ها را تماشا می‌کنید. آیا برنامه‌ای هست که یکی از اعضای خانواده بخواهد ببیند و دیگری نخواهد؟ منظور این است

۱- Married with Children سریالی در ژانر کمدی که از سال ۱۹۸۷ تا ۱۹۹۷ در آمریکا (حدود ۲۶۲ قسمت ۲۲ دقیقه ای) پخش شد. داستان سریال حول شخصیت مردی می‌گذرد که فروشنده کفش‌های زنانه است با زندگی‌ای درهم و برهم. وی از شغلش راضی نیست، پسری نامتعادل و دختری ساده لوح و ولنگار دارد. این خانواده نماد خانواده‌های سفیدپوست بی‌کلاس آمریکایی (White Trash) است. (م.)

که شما از متأهل و بچه دار خوشتان نمی آید؟

لین:

من خوشم نیامد.

مصاحبه گر:

چطور؟

لین:

بعضی چیزهای اون... در بعضی موارد الگوهای مناسبی نشان نمیده.

مصاحبه گر:

در چه مواردی؟

جی:

احترام متقابل. شخصیت های این مجموعه مدام یکدیگر رو تحقیر می کنن.

لین:

اون ها... نمی دونم، ولی من هم فکر می کنم الگوی خوبی نمایش نمیده. نمی خوام بگم که بد است یا چیزهایی از این قبیل....

چه چیز دیدگاه جی را نسبت به این برنامه توضیح می دهد؟ این برنامه در ساعتی نزدیک به برنامه خبری پخش می شود که جی می خواهد آن را ببیند؛ ولی توضیح بهتر به این واقعیت ساده مربوط می شود که تلویزیون به خودی خود جذاب است. از نظر جی، محدودیت برنامه های تلویزیون به دو یا سه شبکه، انتخاب های آن ها را توجیه می کند. نکته مهم، نفس تماشای تلویزیون است؛ برنامه ها یا مضامین خاص اهمیت کمتری دارند. هم چنین هر چه اعضای خانواده در نهایت تماشا می کنند همان است که انتظار می رود یا مناسب پنداشته می شود.

وقتی لین درمی یابد که متأهل و بچه دار شاید الگوی مناسبی نباشد و جی هم می پذیرد، لین از محکوم کردن برنامه می پرهیزد و می گوید:

نمی خوام بگم که بده یا چیزهایی از این قبیل....

برنامه هایی وجود دارند که جی و لین مخصوصاً می خواهند تماشا کند. جی می گوید:

بعضی از سریال ها رو واقعاً نمی خوام از دست بدم.

وقتی مصاحبه گر می پرسد کدام یک؟ جی پاسخ می دهد:

من یکی از طرفداران دو آتشف سفر ستاره ای هستم.

سپس می افزاید که آن ها به طور مرتب مجموعه پرونده های مجهول را می بینند. معلوم می شود که تمام اعضای خانواده از جمله لورا که خردسال ترین است، پرونده های مجهول را می بینند؛ البته تماشای این مجموعه آمیخته با لذتی دلهره آور است. لین با قدری ناراحتی فاش می کند که لورا به پدرش در کالیفرنیا گفته بود که این برنامه را می بیند. جی می گوید:

این برنامه رو تماشا می کنیم چون به اون علاقه داریم. هر چند ناگهان اتفاقی می افته و به خودم میگم که شاید بهتر بود نمی گذاشتم بچه ها تماشایش کنن.

مصاحبه گر:

چه اتفاقاتی؟

جی:

اتفاقات ترسناک

مصاحبه گر:

مثلاً هیولاهای ترسناک؟ یا... من آن را نمی بینم، ولی انگار در چند

قسمت از آن هیولاها ظاهر می شوند...

لین:

خب، می دونید مردگان هم ظاهر میشن.

ری:

آدم های مرده و چیزهایی مثل هیولاها می گوشت خوار...

صرف نظر از نگرانی درباره خشونت هولناک، نکات دیگری هم درباره معیارهای آشکار یا پنهان برای برنامه ها وجود دارد که آن ها را باید در نظر بگیرند. جی از تماشای مسابقات کشتی دست کشیده است؛ زیرا گمان می برد که ری بعد از تماشا از آن ها تقلید می کند. وقتی از ری به طور مستقیم پرسیده می شود که آیا می داند تماشای تلویزیون برای اش همراه با محدودیت ها و قواعدی است، او پاسخ می دهد که علاقه ای به دیدن فیلم هایی ویدیویی بد ندارد. وقتی مصاحبه گر می پرسد که فیلم ویدیویی بد چگونه است، ری جواب می دهد:

فیلمی که در آن فحاشی می کنند و چیزهایی مانند آن.

پاسخ او یادآور نظری است که پیش تر مطرح کردیم؛ شاید رسانه های موجه فقط آن هایی باشند که بدون معیار مشخص ملایم هستند. هم چنین خانواده میلیکن یکی از محبوب ترین سریال های تلویزیونی را هم می بینند (برنامه ای که تا اندازه ای بحث انگیز هم بوده است): خانواده سیمپسن؛^(۱)

۱- The Simpsons سریال خانواده سیمپسن، مشهورترین انیمیشن آمریکایی، در سال ۱۹۸۹ از شبکه FOX پخش شد و تا سال ۲۰۰۸ ادامه یافت. خالق این سریال، مت گرونینگ است. ماجراهای این مجموعه، در شهری به نام اسپرینگ فیلد اتفاق می افتد. بیشتر شهروندان اسپرینگ فیلد زردرنگ و با سروشکلی غریب هستند. خانواده سیمپسن شامل پدر با نام هومر، مادر با نام مارج و سه فرزند خردسال (۲ دختر و یک پسر) هستند که وقایع داستان را رقم می زنند. سریال به نوعی راوی زندگی آمریکایی است. (م).

مصاحبه گر می پرسد:

بسیار خب، خانواده سیمپسن... آیا بچه ها هم تماشایش می کنند؟

جی:

بله اون ها تماشاش می کنن. چون کارتونی است، به اون علاقه دارن.

مصاحبه گر:

نظرتان درباره آن چیست؟ منظورم همه اعضای خانواده است.

ری:

گاهی وقت ها تماشاش می کنم.

لین:

البته نه همیشه.

مصاحبه گر:

آیا آن را می پسندید؟

ری:

بله! خوبه.

مصاحبه گر: [خطاب به لین]

آیا از آن خوشتان می آید؟ دوست دارید تماشایش کنید؟

لین:

مدتی می نشینم و با اون ها تماشا می کنم و اگر چیزی ببینم که نپسندم میگم که بهتره کانال رو عوض کنیم.

مصاحبه گر:

چه چیز باعث می شود که وقتی خانواده سیمپسن می بینید، کانال را

عوض کنید؟

ری:

وقتی کلمات زشتی بر زبان میارن و چیزهایی از این قبیل.

جی:

خب، در واقع اون ها کلمات چندان زشتی نمی گویند....

لین:

نمی دونم، اون ها [جی و بچه ها] تماشایش می کنند.

ری:

خانواده ما هم یکی از اون خانواده های ناهنجاره.

لین:

بله! همین طوره.

مصاحبه گر:

خودتان می گوید ناهنجار و می خندید؟

لین:

چون حقیقت داره.

جی:

ما فکر می کنیم گاهی ناهنجار میشیم!

خانواده میلیکن هم مانند میلیون ها آمریکایی دیگر به تماشای خانواده سیمپسن می نشینند، از آن لذت می برند و با شخصیت های اش همدلی می کنند. دیدن این برنامه برای آن ها لذت بخش است و گاهی باعث می شود تا به دیگر روش های معنی سازی در فرهنگ رسانه ها روی بیاورند. با وجود این واقعیت که برنامه مذکور در مدت طولانی نمایش، به ویژه از جانب

محافظه کاران و به اصطلاح طرفداران خانواده، مدام در

معرض انتقاد شدید بوده است، این خانواده از مسیحیان بازمتولد، تقریباً بدون مسئله آن را تماشا می کنند.

انتظارات ما درباره روش ارتباط چنین خانواده هایی با تلویزیون، شاید به موضوع ها یا ارزش های مذهبی یا معنوی ای بر گردد که هنگام انتخاب و درک برنامه های تلویزیونی مطرح می شوند. وقتی خانواده میلیکن را در نظر می گیریم، ممکن است پرسیم: «هنگام تماشای تلویزیون چه چیزهای مذهبی یا معنوی ای می یابند؟» پاسخ در واقع هیچ است که نکته جالبی را مطرح می کند؛ پس توضیحات آن ها درباره رسانه ها کمتر از آن چه انتظار داریم پیچیده و با توجه به عقایدشان تبیین شده است. شاید بخواهیم برخی از دلایل محتمل برای کم توجهی خانواده میلیکن به ارزش های مذهبی خود در برخورد با رسانه ها را بررسی کنیم. دیدیم که لین در استنباط شخصی اش از مذهب و ارزش های معنوی، چندان با مرجعیت نهادینه یا شرعی هممدل نیست. از سوی دیگر به نظر می آید که جی نیز چنین موضعی دارد. در چنین موردی یک گفتمان معنوی بر مبنای تلویزیون چگونه می تواند مطرح شود؟ هم چنین، احتمال می دهیم که خانواده میلیکن، فاقد قطب نمای اخلاقی ای باشند که هدایتشان کند؛ زیرا از مرجعیت کلیسایی فاصله دارند (البته فراموش نکنیم این بدگمانی، یکی از ویژگی های عمومی اونجلیست های معاصر است و شاید چنین رویکردی غیرمنتظره نباشد). شاید عامل دیگری هم وجود داشته باشد. به نظر می آید که خانواده میلیکن چندان تمرکز و تأملی بر رفتارهای رسانه ای خود ندارند. دیدگاه جی در این مورد که تماشای تلویزیون به هر صورت رفتاری فراگیر و

قابل انتظار است، نوعی کلیشه را تداعی می کند که با عنوان خوره تلویزیون (۱) پیوند خورده است. (۲)

برای بررسی بیشتر این موضوع بیاید سراغ خانواده ای برویم که ظاهراً تفاوت های چشمگیری با خانواده میلیکن دارند.

خانواده کالاهان

خانواده کالاهان

خانواده کالاهان در حومه یکی از شهرهای بزرگ آمریکا زندگی می کنند. (۳) کارل ۴۵ ساله و دینا ۳۷ ساله سه فرزند دارند؛ لیزا و کتی که دو قلو و هشت ساله اند و برنت که هشت سال دارد. کارل و دینا جمهوری خواه هستند و خود را از هر دو جنبه سیاسی و مذهبی محافظه کار می دانند. آن ها به طبقه متوسط آمریکا تعلق دارند، زن و شوهر هر دو صاحب درآمد هستند، گرچه دینا نیمه وقت به صورت پرستار سفارشی کار می کند. آن ها بی تمایل نیستند که خود را اونجلیست بازمتولد بدانند، گرچه از مسلک کلیسای مشایخی به کلیسای باپتیست گراییده اند. کارل اشاره می کند:

ما می خواهیم به کلیسای باپتیست وارد بشیم، هر چند شاید از نظر اهمیت مذهبی در مرتبه دوم قرار داشته باشه.

از نظر آن ها کلیسا محیط اصلی برای حضور اجتماعی است. گرچه دینا عضو گروه نیایش مادران در کلیسا نیز هست و هر دوی آن ها

۱- couch potato

۲- درباره بحث پیرامون این سبک از مشاهده و نقد آن نگاه کنید به : Joseph G. Champ's in Hoover et al. Chapter ۹; (۲۰۰۴)

۳- مصاحبه با خانواده کالاهان به وسیله لی هود انجام شده است.

داوطلبانه عضو هیئت مدیره استخر محلی شده اند. کارل گذشته اعتقادی خود را به صورت گذر از مرحله غیرمذهبی به مذهبی توصیف می کند؛ البته مانند بسیاری از اوانجلیکال ها به ذکر گذشته ای می پردازد که از کلیسا آغاز شده است، سپس در دوران کالج ایمانش تضعیف گشته و پس از تماس با سازمان زندگی جوان، بازمتولد شده است. دینا می گوید که اعتقاداتش در دوران زندگی چندان تغییر نکرده است. آن ها نسبت به خانواده میلیکن، اعتقادات خویش و رابطه این اعتقادات با فعالیت های اجتماعی را فصیح تر و آشکارتر بیان می کنند. در زمینه ارتباط عقاید با رسانه، آن ها می گویند که باورهای شان تا حدی گرایش به گفتمان اجتماعی و سیاسی را شکل داده است و بدین ترتیب رسانه ها را بیشتر در حکم زمینه می بینند تا فهرست نمادین.

در واقع بخش عمده سخنان آن ها درباره رسانه ها، مربوط به چنین ارزش ها و موضوعات سیاسی ای می شود که تحت تأثیر مذهب قرار دارند. کارل هنگام اظهارنظری که تلفیق آگاهانه ای از بیان تضاد رسانه ها با ارزش ها و انتقادی از برنامه های اخبار محلی است، می گوید:

ما معمولاً اخبار محلی رو تماشا می کنیم. فکر می کنم تهیه کنندگان این برنامه ها بیشتر دوست دارن اون ها رو جنجالی کنن تا جذاب تر به نظر برسن. به گمانم اون ها بیشتر به فکر بالا بردن آمار مخاطبان هستن تا گردآوری مطالب ارزشمند؛ بنابراین محتوای برنامه هاشون بیشتر در جهت افزایش تعداد مخاطبان و سرگرمی و در تضاد با ارائه اخبار و اطلاعات ارزشمند. برای نمونه فکر می کنم دست اندرکاران برنامه تحریم دیزنی بیشتر چنین چیزهایی رو می پسندن؛ چون مطالب مذهبی رو به شکل جنجالی و کلیشه ای مطرح می کنن و از افراد مذهبی، تصویر منفی نمایش میدن.

نظرات کارل درباره ارزش های رسانه ای معطوف به پرسش هایی است که بیشتر سیاسی شمرده می شوند تا مذهبی. وقتی درباره موقعیت هایی می پرسیم که طی آن ها با فرزندانشان درباره محتوای رسانه ها صحبت می کنند، کارل و دینا به ذکر نمونه هایی می پردازند که بحث های کنونی درباره سیاست های مذهبی را بازتاب می دهد.

کارل:

به نظرم اگر موضوعی از نظر سیاسی جهت گیری درستی داشته باشد، اون رو بحث و تفسیر می کنیم.

مصاحبه گر:

منظورتان از جهت گیری درست سیاسی چیست؟

کارل:

خب، الان گرایش ها و عقاید سیاسی فراوانی وجود داره که در موقعیت های عادی زندگی، نامعموله. درباره این موارد زیاد بحث و تفسیر نمی کنیم.

دینا:

برای نمونه بچه ها قبلاً برنامه تلویزیونی موسوم به معماخانه (۱) رو می دیدن. این برنامه به شدت چندقطبیه و من به خیلی از موضوعاتی که در اون مطرح میشه اعتقاد ندارم. بیشتر درباره چنین موضوعاتی صحبت می کنم و توضیح می دهم که چرا با ارزش ها و اعتقادات ما سازگار نیستن.

کارل:

به نظر من این برنامه پر از زبان بازی، غیرواقعی و نسبی گراست.

۱- The Puzzle Place سریالی که در حد فاصل سال های ۱۹۹۴ تا ۱۹۹۸ در آمریکا (۷۵ قسمت ۳۰ دقیقه ای) به کارگردانی راب استرک پخش شد. نقش آفرینان اثر مجموعه ای از عروسک های خیمه شب بازی با فرهنگی متفاوت بودند. (م.)

دینا:

هم‌چنین به ساختارهای خانوادگی، پدر و مادر و تفاوت‌های مذهبی می‌پردازد... ویشن هم چنین حالتی دارد. من از موضوعات ویشن و موجودات کرت (۱) خیلی با بچه‌ها صحبت کرده‌ام. موضوع بوم‌شناسی در موجودات کرت به نجات کره زمین مربوط می‌شود، ولی شیوه ارائه به گونه‌ای که بچه‌ها نسبت به حیوانات دچار سوء تفاهم می‌شوند. این فلسفه سازندگان برنامه است، نه اون چیزی که من باور دارم. منظورم اینست که درباره همه این‌ها صحبت خواهم کرد؛ البته نمی‌گم که بچه‌ها نباید این برنامه رو ببینند، نکته‌های خوبی در اون هست، ولی من با شیوه کارشان موافق نیستم. در ویشن نیز همین حالت رو به نوع دیگری می‌بینیم: والدین طلاق گرفته‌اند و بچه با مادرشون زندگی می‌کنند. اون‌ها همیشه این سبک‌های مختلف زندگی رو نشون میدن، انگار که زندگی این‌طوره ولی من می‌خوام بچه‌ها بدونند که این لزوماً بهترین روش زندگی نیست. به همین خاطر درباره این موضوعات صحبت می‌کنیم.

دینا و کارل به طور مشخص به برنامه‌هایی که موضوعات خانواده و ارزش‌های اجتماعی را منعکس می‌سازند، حساسیت خاصی دارند. گویی آنان رسانه‌ها را به منزله کانون کشمکش بین ارزش‌های خود و امانیسم سکولار در فرهنگ اجتماعی می‌بینند. از نظر آن‌ها گوناگونی و تکثر، ارزش‌هایی منفی هستند که باز هم گفتمان‌هایی درباره ارزش در قلمروی اجتماعی را بازتاب می‌دهند. دینا می‌گوید:

۱- Kratt's Creatures مجموعه‌ای که در سال ۱۹۹۵ در آمریکا نمایش یافت. خالقان اثر کریس و مارتین کرات بودند که هر هفته به دنبال حیوانات متفاوت برای کشف عادات و نحوه زندگی متفاوتشان بودند. از جمله شخصیت‌های دیگر این مجموعه یک دایناسور انیمیشنی بود. این اثر در ۵۰ قسمت ۳۰ دقیقه‌ای پخش شد. (م.)

اون ها انواع و اقسام آدم ها و روابط رو نشون میدن؛ برای نمونه دختر یهودی و پسر سیاه پوست آمریکایی، سرخ پوست، دختر مکزیکی... و غیره. منظورم اینه که انواع فرهنگ های نژادی حضور دارن. قبول دارم که باید دیگران رو بپذیریم ولی روش این کار به صورتی که نشون داده میشه برایم قابل قبول نیست.

خانواده کالاهان می دانند که پیام حمایت از تنوع ارتباط بین نژادها و دیدگاه آزاد در این برنامه تلویزیونی در جهت بازنمایی و ترویج چنین تنوعی ارائه می شود و والدین با این پیام ها و نیت سر سازگاری ندارند. دینا می گوید:

وقتی بچه فقط سه سالشه، چرا باید چنین چیزهایی رو ببینه؟

خانواده کالاهان نیز مانند میلیکن ها به خوبی از وجود تلویزیون مذهبی آگاهند و دینا می گوید که بخشی از برنامه های شبکه مسیحی محلی را می بینند. به نظر نمی رسد که وی علاقه چندانی به این شبکه داشته باشد و کارل نیز با او هم سلیقه است. وی می گوید که برنامه های این شبکه آثاری کلیشه ای و تصنعی در مایه های تله و نجلیسیم هستند. وی ادامه می دهد:

به نظر من خیلی از موعظه هایی که در این برنامه ها انجام میشه پیش پا افتاده و سطحیه. میخوان بگن اگه شما واقعاً با خداوند گام بردارید، او هم به شما حال میده و چیزهایی از این دست. موضوع اصلاً این نیست. این نوع پیام ها به نظرم بسیار سطحی و عامیانه میرسه. فکر می کنم اصالتی ندارن.

کارل پاسخ جالبی به پرسش درباره فیلم های مورد علاقه اش می دهد، فیلم هایی که مشتمل بر ارزش های بسیار سنتی آمریکایی هستند، از

جمله زندگی شگفتی انگیزی است (۱) و فیلم های وودی آلن. سپس به سرعت خاطر نشان می کند که فیلم های اولیه وودی آلن بیشتر در ذهنش مانده اند، آن هایی که به پرسش های مهم می پردازند و اگزستانسیالیسم تلخ تری را بازنمایی می کنند. او نیز مانند خیلی های دیگر معتقد است که شخصیت جیمز استیوارت در فیلم زندگی شگفت انگیزی است، نشان دهنده ارزش های مثبت و آمریکایی از جمله شخصیت مداری و انعطاف پذیری است. هم چنین این فیلم را به خاطر پایان خوشش دوست دارد. کارل ادعا می کند که چندان علاقه ای به تلویزیون ندارد یا صرف نظر از برنامه های ورزشی به طور منظم آن را نمی بیند. او به سرعت می افزاید که نظراتش درباره تلویزیون ناشی از تماشای آگهی ها و تیزرهای تجاری است که هنگام پخش برنامه های ورزشی می بیند. ارزیابی وی از بیشتر برنامه های تلویزیون چیست؟ کارل نیز با بسیاری از مردم هم عقیده است که برنامه های تلویزیونی خوب، ملایمند و بیننده را آزار نمی دهند، ولی محصولات فعلی به طور کل به سوی جنسیت و تحریک بیننده جهت گیری شده اند. وی می گوید:

برنامه ها و تبلیغات تلویزیونی بیشتر وجه غریزی مرا تحریک می کنن، در تضاد با وجهی که می خواد آگاهی و اعتلا پیدا کنه. از دیدگاه وی تمام این برنامه ها رگه ای از جنسیت یا خشونت دارند. هم چنین کارل نوعی بی اعتمادی نسبت به حالتی ابراز می کند که آن را تجربه بصری با رسانه هایی چون تلویزیون و فیلم (و احتمالاً اینترنت و

۱- It's a Wonderful Life فیلمی ساخته فرانک کاپرا. با بازی جیمز استیوارت. محصول ۱۹۴۶ آمریکا. فیلم به مانند

دیگر آثار کاپرا حاوی مضمونی در ستایش انسانیت است. (م.)

وب جهانی) می نامد. وی اشاره می کند که نقش اصلی رسانه های بصری باید ایجاد سرگرمی باشد و ادامه می دهد:

هم چنین رسانه های بصری درک و اطلاعات ما درباره جهان رو شکل میدن. اون ها استنباط ما از موضوعات جهانی رو پی می ریزند و به ما کمک می کنن تا درباره امور جهان بیندیشیم. وقتی به تماشای تلویزیون می پردازید یا سینما میرید، شروع به فکر کردن می کنید و ارزش های خود رو می سنجید. این حالت، سرگرم کننده نیز هست؛ چون می تونید صحبت کنید و افکارتون رو با دیگران در میان بگذارید. [وی تفاسیر خود را به حوزه موسیقی و رایانه می برد] فکر می کنم موسیقی واقعاً می تونه با روح انسان سخن بگه. برای من آثار تصویری و رسانه های بصری تا این اندازه تأثیرگذار نیستن... ولی موسیقی واقعاً می تونه به روح آرامش بده، می تونه روح رو اعتلا ببخشه یا آدم رو غمگین کنه. رایانه ها نیز قدری با رسانه های بصری متفاوتند. اون ها باید به ما آموزش و آگاهی بدن و در عین حال سرگرممون کنن و حتی کارهایی چون گردآوری کتاب یا نامه نگاری رو آسون تر کنن.

البته خانواده کالاهان تلویزیون تماشا می کنند. کتی و لیزا اطلاعات گسترده ای درباره برنامه های روزانه و آخر هفته تلویزیون دارند، ولی جزئیات بیشتری درباره برنامه های مورد علاقه شان نمی گویند. در صحبت ها و پاسخ های آن ها اسم برنامه های ممنوعه ای چون بیویس و باتهد (۱) و رن و استیمی (۲) مطرح می شوند. هر کدام از آن ها در

- ۱- **Beavis and Butthead** سریال انیمیشن/کمدی شبکه MTV که از سال ۱۹۹۳ تا ۱۹۹۷ در آمریکا پخش شد. این سریال در ۱۹۹ قسمت ۱۲ دقیقه ای پخش گردید. اثر درباره دو نوجوان علاقه مند به موسیقی هوی متال بود که دست به کارهای احمقانه می زدند. این دو فراری از درس و مدرسه و عاشق مرور ویدیو کلیپ ها و تماشای تلویزیون بودند (م).
- ۲- **Ren and Stimpy** سریالی انیمیشن/کمدی که بین سال های ۱۹۹۱ تا ۱۹۹۶ پخش گردید. شخصیت های انیمیشن نوعی سگ (chihuahua) بسیار فعال و یک گربه لابلای بی مغز بودند که تجارب کثیف و تفربرانگیز یکدیگر را با هم در میان می گذاشتند. این سریال در ۵۲ قسمت ۳۰ دقیقه ای نمایش یافت. (م).

مصاحبه های جداگانه به طیف گسترده ای از برنامه های کودکان اشاره می کنند. حتی کتی می گوید که هنگام دیدار با دوستانش برنامه های ممنوعه را تماشا کرده است.

به نظر می آید که برای کالاهان ها تماشای تلویزیون به صورت خانوادگی مهم باشد و خودشان می گویند که هر وقت بتوانند دور هم جمع می شوند و برنامه ها را می بینند؛ پس افکار آن ها نیز مانند بیشتر خانواده هایی که با آنان مصاحبه کردیم، به این موضوع برمی گردد که چه آثاری برای بچه ها بهتر هستند، چه الگوهایی مناسب ترند و محتوای کدام برنامه ها با افکار خانواده سازگارتر است. کارل می گوید:

از نظر من این موضوع در نهایت به انتخاب کیفیت سرگرمی مربوط میشه. فکر نمی کنم ممنوعیت های اون چنانی داشته باشیم. ما فقط چیزای دیگه ای رو ترجیح میدیم. برای نمونه من و دینا قبلاً مجموعه ER رو تماشا می کردیم. شاید با شروع فصل جدید پخش این برنامه بازم به تماشایش بشینیم. این واقعاً تنها برنامه تلویزیونی ایه که به خصوص می خواهیم ببینیم. در بقیه موارد چندان سر و کاری با تلویزیون نداریم. من از تماشای برنامه های ورزشی هنگام تعطیلات آخر هفته لذت می برم، به خصوص حالا که فصل جدید مسابقات فوتبال شروع شده ولی بازم میگم که تماشای تلویزیون برای ما همراه با ممنوعیت آثار سرگرم کننده نیست؛ البته با برنامه هایی که جملات رکیک، صحنه های جنسی و خشن دارن، مخالفیم. فکر نمی کنم حتی چیزی درباره این جور برنامه ها بدونیم.

دینا:

نه، فکر می‌کنم قانون ما اینه که برنامه تلویزیون باید آموزنده و ارزشمند یا بامزه باشه. به همین خاطر که کارتون‌های صبح شنبه رو تماشا نمی‌کنیم، چون به ندرت چیز ارزشمند یا آموزنده‌ای در اون‌ها وجود داره. در واقع برام مهم نیستن. همون طور که فیلم‌های خنده‌دار احمقونه رو نمی‌پسندم. خیلی از اون‌ها فقط کمدی‌های اسلپ‌استیک (بزن و بکوب) ابلهونه هستن. بسیاری از برنامه‌های PBS درس‌های اخلاقی خوبی ارائه میدن یا درباره مطالعه‌اند؛ بنابراین من ترجیح میدم که وقتمون رو صرف تماشای آثار ارزشمند کنیم. قانون اصلی اینه که زمان تماشای تلویزیون باید محدود باشه. من سعی دارم که اون رو در حد یک ساعت در روز نگه دارم؛ البته گاهی وقت‌ها بیشتر طول میکشه. مسیر راهنمای کلی من همینه. ما بیشتر وقتمون رو صرف تماشای فیلم‌های ویدیویی می‌کنیم تا تلویزیون. وقتی بچه‌ها به خونه دوستاشون میرن خودشون تصمیم میگیرن که چه برنامه‌ای رو تماشا کنن. ولی در خونه می‌دونم که قراره در تلویزیون چی ببینیم.

در این جا تضاد جالبی دیده می‌شود که در بسیاری از خانواده‌های دیگر هم وجود دارد. از یک طرف خانواده کالاهان می‌خواهند توصیف رسانه‌ها در خانه‌شان مستقیماً با کیفیت و ارزش‌های آثار رسانه‌ای خوب و رفتار تماشاگرانه مناسب مرتبط باشد. در عین حال گزینش‌های خاص آنان چندان تفاوتی با خانواده‌های دیگر ندارد. رفتار مناسب بیننده تلویزیون همراه با آگاهی و تمرکز است و محتوای مناسب چیزی است که بر جنسیت و خشونت تأکید نکند. از سوی دیگر آن‌ها به شدت از این که سانسورچی تصور شوند، پرهیز دارند. کارل می‌گوید:

ما می‌خواهیم که بچه‌ها زندگی رو به صورت مجموعه‌ای از انتخاب‌های ممکن ببینند و این که برخی از انتخاب‌ها مفیدتر از بقیه‌اند.

به گمان وی این نوع رفتار برای هدایت مردم مناسب‌تر از آن است

که مجابشان کنیم که چه انجام دهند و چه انجام ندهند. به نظر می آید آن ها می خواهند به بچه های شان اعتماد کنند تا دست به انتخاب های مناسبی بزنند، از جمله انتخاب هایی که پدر و مادر هنگام تماشای تلویزیون برای آن ها انجام می دهند. دینا مانند بسیاری دیگر از اعضای خانواده هایی که با آنان مصاحبه کردیم معتقد است که برنامه های قدیمی تر تلویزیون نسبت به برنامه های کنونی کم ضررتر بودند. شبکه کابلی نیکل اُدیون مجموعه ای از این نوع برنامه ها ارائه می دهد و دینا می گوید بخش عمده برنامه هایی که اعضای خانواده تماشا می کنند، جزو محصولات همین شبکه است. وی نمونه هایی از چنین آثاری را که اعضای خانواده در کنار هم می بینند، فهرست بندی می کند که شامل مجموعه های دیک و ن دایک (۱) و مری تایلر مور (۲) است و اکنون دوباره پخش می شوند. برخی از انتخاب های آن ها از جمله پخش مجدد مجموعه تاکسی جزو آثاری هستند که می خواهند از آن ها پرهیز کنند؛ زیرا در زمانی که برای اولین بار پخش شدند نژادپرستانه به شمار می رفتند.

وقتی درباره برنامه های با محتوا، مضامین یا پی رنگ های مذهبی از

۱- Dick Van Dyke. مجموعه شویی کمدی/خانوادگی که بین سال های ۱۹۶۱ تا ۱۹۶۶ در ۱۵۸ قسمت ۳۰ دقیقه ای، در آمریکا پخش شد که در آن شخصیت های محوری (زن و شوهری به همراه پسرشان) جملگی نویسندگان و برنامه سازان تلویزیون بودند. (م.)

۲- Mary Tyler Moore سریال کمدی آمریکایی که از سال ۱۹۷۰ تا ۱۹۷۷ از شبکه CBS پخش شد. این سریال یکی از محبوب ترین شوهای تاریخ تلویزیون آمریکا و مقبول ترین سریال ها از نظر منتقدان بود. (م.)

جمله مجموعه نظر کرده فرشته یا آسمان هفتم (۱) می پرسیم، کارل پاسخ می دهد:

هر چند وقت یک بار اون ها رو می بینیم، می خواهید درباره نظر کرده فرشته صحبت کنیم؟

دینا:

بله و بعد آسمان هفتم. من اون رو یک بار دیدم ولی ما به جست و جوی چنین برنامه هایی نمی پردازیم و چندان هم تماشاشون نمی کنیم.

ولی بعد کارل ادامه می دهد:

تنها برنامه هایی که در پنج سال اخیر آگاهانه تماشاشون کردیم ER است. مسئله مهم برنامه زمانی پخش تلویزیونی به این واقعیت برمی گردد که تلویزیون _ واقعیت نوعی سرگرمی کم اهمیته. به جز برنامه های ورزشی آخر هفته و تماشای فیلم های ویدیویی، چیز خاصی در تلویزیون نمی بینیم.

جالب است که کارل و دینا به چنین برنامه ای اهمیت می دهند. توضیح آن ها درباره علاقه به ER و چگونگی تماشای برنامه جالب است. دینا می گوید:

من اون رو تماشا نمی کردم تا این که عده ای از دوستانمون که واقعاً براشون احترام قائلم به من گفتن که از تماشای این مجموعه لذت می برن.

وقتی مصاحبه گر از او می پرسد آیا آنان جزو همکارانش در بیمارستان بودند، دینا پاسخ می دهد:

خب بیشتر اون ها از اعضای خانواده و نزدیکانم بودن که توصیه کردن اون رو بینم. هنگامی که درباره سریال صحبت می کردن، علاقه مند شدم که

۱- ۷th Heaven سریالی که از سال ۱۹۹۶ تا ۲۰۰۷ در ژانر درام خانوادگی پخش شد. سریالی هفتگی درباره یک پدر و مادر و هفت فرزندشان که وقایع زندگی آن ها در ارتباط با یکدیگر و دیگران را دنبال می کند. (م.)

اون رو تماشا کنم.

معلوم می شود که از نظر دینا و کارل، ER متفاوت با برنامه های دیگری است که به اتفاق بچه های شان می بینند، چنان که انگار برای آن ها نوعی اعتبار اجتماعی و فردی در پی دارد. آن ها این برنامه را به اتفاق هم می بینند و با شخصیت هایش احساس همدلی می کنند. آن ها تماشای مجموعه را به دلیل توصیه های خانواده و دوستان آغاز کردند. تأثیر ER برای شان لذت بخش و قانع کننده است و جزو برنامه هایی است که در رده آثار احساساتی یا ملایم رده بندی می شود. این برنامه نوعی تجربه فراگیر از فرهنگ آمریکایی سکولار را نمود می دهد، تجربه ای همراه با ارزش های انسانی سکولار که خانواده کالاهان مورد انتقاد قرار می دهند. از جنبه ای، ارزشمندترین تجربه تلویزیونی خانواده کالاهان آن ها را به بطن فرهنگی سکولار و نه مذهبی یا فرقه ای می برد. آن ها علاقه ای ندارند که ER را بر مبنای ارزش های مذهبی نقد کنند. در عوض با خشنودی سریال را می بینند و می توان استدلال کرد که به روشی نسبتاً بنیادین در تجربه ای فرهنگی، آمریکایی و عمومی شرکت می جویند. آن ها از این نظر چندان تفاوتی با خانواده میلیکن ندارند و برای مشارکت در تجربه فرهنگی تماشای تلویزیون همانند همسایه های غیر بازمتولد خود عمل می کنند.

خانواده آلبرت

خانواده آلبرت

سومین خانواده، آلبرت ها (۱) تضادی جالب با خانواده های میلیکن و

۱- مصاحبه با خانواده آلبرت را، لی هود انجام داده است.

کالاهان دارند و می توان آن ها را با هم مقایسه کرد. از توضیحات خانواده آلبرت برمی آید که بیش از دیگران تماشای تلویزیون را برای بچه هایشان محدود می کنند؛^(۱) البته پدر و مادر قبول دارند که نقش آن ها دیکته کردن گزینه های اخلاقی به فرزندان نیست، بلکه می خواهند ابزارهایی در اختیار آن ها قرار دهند که خودشان بتوانند دست به انتخاب بزنند. ریچل آلبرت هم چون دیگر مادران، تضادی بنیادین میان رسانه ها و ارزش های مسیحی می بیند. او و شوهرش تری مانند خانواده کالاهان، این نکته را اساساً با ارجاع به ارزش های اخلاقی سیاسی هم چون تنوع قومی و خود آگاهی محیطی مطرح می سازند. آن ها نیز مانند دیگران برنامه های قابل قبول را شناسایی کردند که هم چون آثار مورد علاقه کالاهان ها احساساتی یا ملایم است؛ ولی برخلاف میلیکن، مجموعه خانواده سیمپسن را برنامه ای غیر قابل قبول می دانند. در بین برنامه های احساساتی و ملایمی که می پسندند می توان به پیشرفت خانواده^(۲) و آسمان هفتم اشاره کرد که آن ها را به شکل خانوادگی و منظم تماشا می کنند. هم چنین مانند خانواده های دیگر، خانواده آلبرت دیدگاهی را بیان می کنند که مذهب اکتسابی و سنتی را به نقد می کشد، آنان حتی تردید دارند که چنین گرایش های مذهبی ای داشته باشند؛ البته آشکارا

۱- تنها دستگاه تلویزیونی موجود در خانواده آلبرت ها در اتاق خواب والدین قرار دارد. از این وسیله برای نظارت بر فضای خانه استفاده می شود.

۲- Home Improvement مجموعه ای تلویزیونی در ژانر کمدی/خانوادگی که در بین سال های ۱۹۹۱ تا ۱۹۹۹ در ۲۰۴ قسمت ۳۰ دقیقه ای نمایش داده شد. موضوع سریال تجربیات و آزمایش های مردی به نام تیم تیلور (میزبان یک شوی تلویزیونی) بود که با همراهی همسری سلطه جو، سه پسر موذی و شرور و یک همسایه نابغه حاصل می شد. (م).

و با غرور اعلام می کنند که جزو مسیحیان بازمتولد هستند. از نظر خانواده آلبرت نیز هم چون دیگران، تأکید بر تکامل خود مذهبی باعث می شود تا از مرجعیت مذهبی جدا بمانند و آن را با سوءظن بنگرند. به نظر تری در چنین موقعیتی، وی از جنبه اخلاقی شخصاً دست به انتخاب می زند و خودش مسیر معنوی را طی می کند.

هر چه پیش تر میرم... بیشتر با مسیح گام برمی دارم و بیش از پیش مذهب رو می شناسم... خوب، این موقعیت باعث رشد انسان میشه و فکر می کنم ممنوعیت های (تابوهای) فراوانی وجود داره که کلیسای مسیح اون ها رو ذکر می کنه و جامعه ما رو فرا می گیره ولی فکر نمی کنم تا این اندازه که مرجعیت مسیحی اعلام می کنه مهم و اساساً برای ما مضرر باشن. منظورم اینه که مثلاً وقتی من و بچه ها مجموعه خلیج داونسن (۱) رو می بینیم، می تونم بگم که اون ها ارتباط دارن. ارتباط خوبه ولی درباره هجده ساله های مجرد چنین نظری ندارم، به هر حال مناسب نیست. پس این موضوعات رو بیشتر به عنوان ابزارهای آموزشی در نظر می گیرم. به علاوه می خوام به اون ها کمک کنم تا بفهمن زندگی چیه؛ چون ممکنه دچار اشتباه بشن. ممکنه دختران من بیرون برن و بدون اون که ازدواج کنن باردار بشن، نمی خوام اون ها رو از خونه بیرون کنم یا دست به اعمال مشابهی بزنم.

این نکته درباره تری و ریچل اهمیت دارد که از نظر نگرش به رسانه ها نمی خواهند اخلاق گرا و سانسورچی به شمار آیند. به گمان آن ها چنین رویکردی در چهارچوب آن مذهبی انجام می شود که

۱-۴ Dawson's Creek مجموعه ای تلویزیونی به کارگردانی کوین ویلیامسن (سازنده سریال نخل های پنهان)، که حد فاصل سال های ۱۹۹۸ تا ۲۰۰۳ ساخته و پخش شد. اثر به زندگی چهار نوجوان می پردازد که چگونه دوران بلوغ خود را طی می کنند. معروف ترین بازیگر سریال کیتی هولمز (همسر کنونی تام کروز) بود. این سریال در ۱۲۸ قسمت ۶۰ دقیقه ای ساخته و پخش گردید. (م.)

می خواهند از آن فراتر بروند و آن را پشت سر بگذارند. مذاهب، اخلاق گرا هستند و از نظر خانواده آلبرت، ممنوعیت های مذهب سنتی روز به روز کم اعتبارتر می شود. آن ها می خواهند دسترسی فرزندان خود به برخی از چیزها را کنترل کنند، ولی آن را در ایجاد نگرش فرزندان تعیین کننده نمی دانند. به ویژه تری نگران است که چنین رویکردی مزورانه شمرده شود یا واقعاً باشد. نکته جالب آن که یکی از برنامه هایی که به صورت خانوادگی تماشا می کنند، عملاً کشمکش های بین سخت گیری های مذهب سنتی و آن چه را که به نظرشان ایمان اصیل می رسد، تشریح می کند. مجموعه آسمان هفتم در اساس به نظر ریچل بسیار موعظه گر است:

بله اون ها کشیش سنتی، زنش، فرزندان و روش زندگیشون رو به تصویر می کشن. این درست همون نوع برخورد قضاوت گرانه است که من از اون رویگردانم. نمی خوام چنین حالتی تبدیل به برجسبی برای مسیحیت بشه. این موضوع به احساسات قوی من علیه چیزی برمی گرده که اون رو کلیسا گرایی می نامم.

وقتی صحبت به انواع رسانه هایی می کشد که تری و ریچل آلبرت از نظر معنوی و اخلاقی معتبر می دانند، آن ها نه به رسانه های مسیحی یا مذهبی بلکه به رسانه های سکولار اشاره می کنند. از سوی دیگر به نظر تری فیلم سینمایی شجاع دل (۱) حتی برای فرزند هشت ساله اش فیلم بسیار مناسب و قابل قبولی است. گرچه او و ریچل از خشونت افراطی

۱- Braveheart.۵ فیلم مشهور و ستایش شده مل گیسن درباره زندگی یک آزادی خواه اسکاتلندی به نام ویلیام والاس که علیه استعمار انگلستان می شورد. فیلم دارای صحنه های خشونت بار زیادی است. محصول ۱۹۹۵ آمریکا. (م).

در برنامه های سرگرم کننده انتقاد می کنند، [ولی از نظر آن ها] خشنونت در شجاع دل قابل پذیرش است؛ زیرا چیزهایی را نشان می دهد که در حقیقت اتفاق افتاده است. هم چنین برنامه هایی که ریچل و تری به اتفاق یکدیگر و بچه ها انتخاب و تماشا می کنند، جالب و مهم است. از نظر ریچل، رسانه های علمی - تخیلی آثاری قدرتمند، حتی از جنبه های معنوی ارائه می دهند. اعضای خانواده به طور مرتب مجموعه پرونده های مجهول را می بینند. ریچل می گوید:

خب ما عملاً برنامه های تلویزیون رو می بینیم... یکشنبه شب ها من و تری مجموعه پرونده های مجهول رو تماشا می کنیم. البته این کار بسیار حساب شده است چون هنگام تماشای این برنامه قراره بچه ها خواب باشن (می خندد) و این وضعیت جدیدیه. ما قبل از این پس از اون که بچه ها می خوابیدن، مجموعه سفر ستاره ای رو هم تماشا می کردیم؛ ولی الان علاقه چندانی به دیدنش نداریم.

از نظر ریچل سفر ستاره ای سریال مشخصاً معنا گرایی بوده است. گرچه وی ارزش های مذهبی و غیره در فیلم را لیرال می نامد. در عین حال این برنامه برای او معنوی است:

چون فکر می کنم وقتی نیروهای برتر، وجودهای برتر و چیزهایی از این قبیل رو نشون میدید، رگه ای از معنویت هم در اون دیده میشه.

این موضوع درباره پرونده های مجهول هم صدق می کند، ولی ریچل در هنگام تشریح این مجموعه، تنها به نسبت دادن کیفیات شبه مذهبی به برنامه اکتفا نمی کند، بلکه به نوعی با علاقه خود نسبت به برنامه کلنجر می رود، گویی چیزی در آن است که ریچل در برابر آن مقاومت می کند. او در برابر وسوسه جذابیت این برنامه مقاومت می کند ولی

نمی تواند آن را درست شرح دهد:

بله پرونده های مجهول یکی دیگر از اون برنامه های مذهبییه. می تونه به طور کامل نظر مردم رو جلب کنه، ولی نظر من درباره اون چیز دیگه ایه. اون ها می گویند این ها حقیقته. خب، کدام حقیقت؟ در ظاهر، برنامه همه عوالم رو نشون میده: آخرت، دنیا و اکنون؛ ولی من نمی تونم مطمئن باشم که چنین است. میشه تصور کرد که معنوی است یا شاید هم علمی و تخیلی باشه. نمی دونم، من واقعاً برنامه هایی رو که بر اساس این فرضیات پیش برن، تماشا نمی کنم.

بنابراین خانواده آلبرت هم مانند دیگران، مرزی مشخص بین رسانه های مذهبی و سکولار ترسیم نمی کنند. آن ها از بیشتر جهات در منطقه رسانه های سکولار زندگی می کنند و از آن ها جدا نیستند. تری و ریچل آشکارا دریافته اند که نقششان در مقام پدر یا مادر ایجاد ممنوعیت برای بچه ها و پرهیز از تأثیر فرهنگ سکولار، امانیستی و کفرآمیز نیست، بلکه باید با چنین فرهنگی کنار بیایند. آن ها سرمایه مهم نمادین، فرهنگی و حتی مذهبی خویش را در چهارچوب آن یافته اند و نسبت به خانواده های دیگر نقاط اشتراک بیشتری را نمود می دهند. آثاری که آن ها در قلمروی رسانه ها انتخاب می کنند (توضیح درباره رسانه ها که به واسطه آن رابطه خود را با رسانه ها توصیف می کنند، شیوه استفاده از برنامه ها و تلاش برای آموزش فرزندان و معانی ای که از محتوای رسانه ها برمی گیرند) همگی شاخص های مهمی از سازش با دنیایی محسوب می شوند که در آن به سر می برند. این زمینه ها یعنی ایمان آن ها، نمادهای مذهبی، داعیه ها و سنت ها از یک

سو و نمادها، داعیه‌ها و سنت‌هایی که در فرهنگ گسترده‌تر اجتماعی و رسانه‌ها وجود دارد از سوی دیگر، همگی بر انواع خاصی از همدلی، کنش و وفاداری تأکید می‌ورزند. هر یک از این‌ها، نقاط بارز و مخاطرات خاص خود را دارند. به هر حال نکته مهم این است که می‌توان دید قلمروی رسانه‌ها از نظر فراهم آوردن شاخص‌ها برای زمینه‌های دیگر و هم‌چنین در ارائه روش‌هایی برای سیر در آن [شاخص]ها هم فعال است و هم از جهاتی حکم پایگاه‌خانگی را دارد که تمام این فرمان‌ها از آن جا صادر می‌شود.

می‌توانیم ببینیم که بخش عمده چیزهایی که انتظار داشتیم نزد خانواده‌های رده‌بازمتولد‌ها بیابیم، قدری نادرست به نظر می‌رسد. هم‌چنین هر یک از خانواده‌هایی که در این جا و فصل‌های پیش دیدیم، برخی از نمونه‌های بنیادین توضیح درباره‌ی رسانه‌ها را تأیید می‌کنند، همان نکته‌ای که فرهنگ گسترده‌تر جامعه نیز قبول دارد. از جنبه وظایف پدر و مادری این انتظار وجود دارد که رابطه پدر و مادر با فرزندان همراه با نوعی آموزش رسانه‌ای برای بچه‌ها باشد. برخی از رسانه‌ها خوب و برخی دیگر بد هستند. این خانواده‌های بازمتولد قبول دارند که آموزش و روشنگری، ارزش‌های مهمی در رسانه‌ها هستند (کارل کالاهان تا جایی پیش می‌رود که می‌گوید سرگرمی نیز برای رسانه‌های بصری یا صفحه‌ای نیز ارزشی مثبت به شمار می‌آید). از سوی دیگر گرچه آن‌ها با وجهی از چشم‌انداز مذهبی آمریکایی همدلی می‌کنند که بیشتر محافظه‌کارانه و اخلاق‌گرا شمرده می‌شود، همگی با این کلیشه مبارزه می‌کنند و درمی‌یابند که دآوری‌ها و رفتارهای آنان

نسبت به رسانه‌ها بیشتر به عنوان محل استقرارشان در چنین نقشه‌ای استنباط می‌شود. آن‌ها می‌دانند که همه انتظار دارند مسیحیان محافظه‌کار نسبت به رسانه‌ها محدودکننده و اخلاق‌گرا باشند، ولی آن‌ها از چنین نقشی می‌پرهیزند. در واقع می‌دانند که ایجاد تمایزها مهم است، با وجود این در بعضی از سطوح، تمایلی به انجام چنین کاری ندارند. اگر درباره این موضوع فکر کنیم، علت برای مان‌روشن می‌شود. چنان‌که دیده‌ایم مسیحیت معاصر به سوی خودمستقل‌گرایش دارد. مسیحیان بازمتولد تعبیر خاص خود را از این موضوع دارند، چنان‌که شماری از مصاحبه‌شوندگان ما در بین خانواده‌ها تعبیرشان را مطرح کردند. آن‌ها با مراجع نهادینه سنتی و کلیسایی میانه‌ای ندارند و در محیط خانه نیز مرجعیت سنتی پدر و مادر، در لحظات ارتباط با رسانه‌ها و از نظر آموزشی مطرح می‌شود. هیچ‌کس نمی‌خواهد آدم ماشینی بار بیاورد. همه می‌خواهند فرزندانشان شخصاً فکر کنند. پدران و مادران خانواده‌های یادشده بیشتر چنین احساساتی را بروز می‌دهند، نه آن‌که بخواهند نقش بازدارنده برعهده بگیرند.

نکته جالب آن‌که هیچ‌یک از این خانواده‌ها علاقه خاصی به تلویزیون مذهبی نشان ندادند. در واقع تعدادی از مصاحبه‌شوندگان، عملاً از این ژانر انتقاد داشتند. بیشتر این خانواده‌ها با رسانه‌های مذهبی آشنا هستند و برنامه‌های شان را می‌بینند؛ از جمله موسیقی معاصر مسیحی، نوارهای صوتی، ویدیویی و کتاب‌هایی که ناشران و تهیه‌کنندگان مذهبی توزیع کرده‌اند. به گمان خیلی از آن‌ها رسانه‌های فوق، آثاری متفاوت و جایگزین رسانه‌های سکولار را فراهم آورده‌اند؛ البته این آثار

متفاوت عملاً جایگزین آثار دیگری نمی شوند که همگی، آن ها را نتیجه مشارکت در فرهنگ آمریکایی می دانند و فعالیت هایی چون تماشای تلویزیون، گوش دادن به رادیو، رفتن به سینما و استفاده از اینترنت را شامل می شود. انتخاب های آنان در چهارچوب رسانه های سکولار تا اندازه ای با این فکر تعیین می شود که برنامه های تلویزیونی احساساتی یا ملایم یا سنتی بنابر تعریف خوب هستند. هم چنین، افکار کارل کالاهان درباره مسائل رسانه های بصری یا صفحه ای نشان دهنده گونه ای سلیقه طبقاتی است. پس برخی انتظارات ما از مؤمنان بازمتولد برآورده می شوند و برخی دیگر نمی شوند.

مؤمنان معاصر

اشاره

مؤمنان معاصر

افرادی که روف آن ها را مؤمنان معاصر می نامند، بیش از مؤمنان بازمتولد با نهادهای مذهبی ارتباط دارند. چنان که وی خاطر نشان می سازد، آن ها هم خود را به دلایل موجهی معاصر می دانند و هم به دلیل هویت خود و پیوندهای گسترده خانوادگی، با سنت های مذکور همدلی بیشتری دارند. در فصل سوم استدلال کردم که شاید آن ها بیش از دیگر گروه ها با نقد فرهنگ جمعی در رسانه ها موافق باشند، بیشتر به سوی فرهنگ متعالی گرایش نشان دهند تا فرهنگ عامه پسند و به طور کلی بیش از مؤمنان بازمتولد به فرهنگ جمعی بدگمان باشند. در شرایطی که کلیساها یا مرجعیت متداول کمتر دست اندرکار گروه های اوانجلیکال برای تولید رسانه های خاص خودشان بوده است، شاید انتظار داشته باشید که این گروه با رسانه های مذهبی خود آگاهانه همدلی

نکنند یا حتی به چنین رسانه‌هایی مشکوک باشند. پیش‌تر دیده‌ایم که مسیحیان بازمتولد، محتوای رسانه‌ها را از جنبه اخلاقی و فرهنگی مورد انتقاد قرار می‌دهند. شاید بتوان انتظار داشت که مؤمنان معاصر کمتر به چنین انتقاداتی دست بزنند. هم‌چنین به دلیل استفاده از واژه معاصر درباره آن‌ها نظر می‌دهند که باید با جنبه‌هایی از فرهنگ رسانه‌ها همدلی کنند که به طور کلی معاصر (به روز)، فراگیر یا مورد تأیید اکثریت باشند.

خانواده باسول

خانواده باسول

دن و لورا باسول که هر دو در حدود چهل و پنج، شش‌ساله هستند با سه فرزندشان کاترین پانزده‌ساله، امیلی سیزده‌ساله و رایان هشت‌ساله در حومه یکی از شهرهای بزرگ غرب آمریکا زندگی می‌کنند. لورا در خانواده‌ای معتقد به کلیسای کاتولیک رم بزرگ شده و اعضای خانواده هم‌چنان به طور منظم به کلیسای کاتولیک محلی می‌روند. دن در خانواده‌ای معتقد به کلیسای مستقل پروتستان (۱) پرورش یافت، ولی بعد به مسلک کاتولیک گرایید. خانواده باسول برخلاف بسیاری از مؤمنان بازمتولد داستان خاصی درباره رستگاری فردی شان ندارند. از نظر آن‌ها مذهب چیزی است که باید در آن مشارکت کرد و در کل به وسیله نهاد کلیسا می‌توان تجربه‌اش را از سر گذراند. حضور هفتگی در کلیسا مهم است گرچه لورا گزارش می‌دهد که فرزندان معمولاً با این

نوع حضور منظم در کلیسا مخالفند. (۱)

گفت و گوی ما با خانواده باسول دربارهٔ ارتباط بین ایمان و رسانه های مورد توجه آن ها، معطوف به سه رسانه خاص شد: مجلات، آرشیو نوارهای ویدیویی خانواده و فعالیت های آن لاین آن ها در اینترنت. آن ها کمتر دربارهٔ تماشای منظم برنامه های تلویزیونی صحبت می کنند. هم چون بسیاری از دیگر مصاحبه شوندگان ما، بحث با پرسش هایی دربارهٔ فرزندان، پرورش آن ها و ارزش رسانه ها شکل گرفت. وقتی لورا و دن درباره رسانه ها و فرزندانشان فکر می کنند ارزش های مذکور در ذهنشان اهمیت خاصی می یابد. نمونه آن، بحثی درباره ارزش های مجله YM است؛ ایمیلی می گوید:

این مثل یکی از مجلات نوجوانانه، ولی گاهی اوقات مطالب بدی در اون دیده میشه. ما اون مطالب بد رو نمی خونیم، فقط ستون مد رو می خونیم.

مصاحبه گر:

منظورتون از مطالب بد چیه؟

ایمیلی:

خب....

لورا:

مثلا- می نویسن که در سن چهارده سالگی چطور دوست پسرتون رو ببوسید.... چطور رابطه رو شروع کنید. به نظرم این ها مطالبی نیست که لازم باشه نوجوون های سیزده، چهارده ساله بدونن. منظورم اینه که حتی درباره کاترین... فکر می کنم مجله Seventeen یا چیزی شبیه اون برای

۱- مصاحبه با خانواده باسول بر عهده لی هود بود.

نوجوان ها مناسب تر باشه. به نظرم حتی چنین مجلاتی هم قدری مطالب مذکور رو حتی نه به شکل چندان گرافیکی ارائه میدهن. [سپس خطاب به دختران می گوید] این همان مجله YM نیست که در اون مقاله ای درباره دختر بازیگر سریال آسمان هفتم اومده بود؟ منظور اینه که سریال آسمان هفتم از همه بهتر و منظم تره ولی اون ها در مجله شون مطالبی آوردن... از قبیل اطلاعاتی از دوست پسر اون دختر و این که دختر، تا چه اندازه از مادرش متنفره. منظورم اینه که وقتی درباره چنین شخصیت جذابی می نویسن... واقعاً عجیبه؛ البته مطمئنم که اون واقعاً همین طوره.

لورا به طور کامل از مطالب آن مجله آگاهی دارد و در حال حاضر خواندن آن مجله ممنوع و به جایش نشریات مناسب تری از جمله سینتین توصیه می شود. مجموعه تلویزیونی آسمان هفتم، یکی از بخش های منظم رژیم تلویزیونی خانواده است. لورا و دخترها از دیدن مطالبی درباره بازیگر دختر مجموعه در چنین مجلاتی تعجب کردند. بچه ها معمولاً به سینما می روند. به گفته لورا در کل اعضای خانواده هفته ای یک بار به سینما می روند. آن ها حساسیت خاصی به انواع فیلم ها ندارند و از بچه ها می خواهند که خودشان هم تنهایی به سینما بروند. دخترها می گویند که مجازند به تماشای فیلم هایی با درجه بندی سیزده سال به بالا (۱) بروند؛ البته خانواده آرشیو بزرگی از نوارهای

۱- سامانه رده بندی سنی، جهت آگاه کردن تماشاگر آمریکایی از کیفیت مضامین غیراخلاقی و خشونت موجود در فیلم است گرچه موارد دیگر را هم شامل می شود. این رده بندی که توسط انجمن تصویر متحرک آمریکا (MPAA) تبیین شده، به قرار زیر است: G (مناسب برای همه سنین)، PG (مناسب برای همه سنین با کمی هشدار برای والدین)، PG-۱۳ (تماشا برای زیر ۱۳ سال فقط با همراهی والدین)، R (تماشا برای زیر ۱۷ سال فقط همراه با والدین)، NC-۱۷ (تماشا برای زیر ۱۷ سال مطلقاً ممنوع)، NR (غیرقابل استفاده برای خانواده ها/کسانی که فیلمشان را برای دریافت رده بندی نمی فرستند). البته ESRA انجمن رده بندی بازی های ویدیویی هم رده بندی ای برای بازی های ویدیویی ارائه داده است. PEGI و CERO سامانه رده بندی اروپا و ژاپن در زمینه بازی های ویدیویی هستند. (م.)

ویدیویی دارد و آن‌ها بیشتر بر اساس سلیقه‌شان به تماشای فیلم‌ها می‌پردازند.

گفته شد که معمولاً پنج‌ تا هفتاد فیلم به طور منظم می‌بینند، از جمله فیلم‌هایی چون زندگی یک حشره، بسیاری از فیلم‌های والت دیزنی و آپولو سیزده (۱) هم چنین در مجموعه نوارهای ویدیویی خانواده آثاری وجود دارند که لورا آن‌ها را فیلم‌های زمان اتوکشی می‌نامد و به طور مشخص، به بی‌خواب در سیاتل (۲) و قسمت‌های ضبط شده نمایش تلویزیونی فیل سیلورز (۳) اشاره می‌کند.

به نظر می‌آید که والدین به وسیله این برنامه‌های ضبط شده، تماشای فیلم‌ها و برنامه‌های تلویزیونی را کنترل می‌کنند و این موضوع در حقیقت برای شان ارزشمند است. بچه‌ها به ویژه رایان خردسال، اخیراً با دنیای اینترنت و فعالیت‌های آن‌ها لاین آشنا شده‌اند؛ زیرا در ایام کریسمس رایانه جدیدی خریدند که نقطه عطف مهمی در رژیم رسانه‌ای آن‌ها محسوب می‌شود. این موضوع به ویژه برای بچه‌ها اهمیت خاصی دارد؛ زیرا زندگی پیش از دوره اینترنتی خود را نوعی انزوای فرهنگی و اجتماعی می‌نامند.

۱- Apollo ۱۳ فیلمی به کارگردانی ران هاوارد و با بازی تام هنکس، اد هریس و کوین بیکن. فیلمی مبتنی بر واقعیت دربارهٔ

تلاش گروهی برای سفر به ماه و حوادثی که برای شان رخ می‌دهد. محصول ۱۹۹۵ آمریکا. (م).

۲- Sleepless in Seattle. ۵. فیلمی ساختهٔ نورا افران با بازی تام هنکس و مگ رایان. کمدی/رمانتیک محصول ۱۹۹۳

آمریکا. (م).

۳- Phil Silvers Show نمایشی تلویزیونی که بین سال‌های ۱۹۵۵ تا ۱۹۵۹ در ۱۴۳ قسمت ۳۰ دقیقه‌ای پخش شد.

شخصیت محوری این نمایش، یک گروه‌بان بی‌نهایت متقلب و گوش بر ارتش آمریکا به نام ارنی بیلکو بود. (م).

ایمیلی:

تا وقتی که رایانه جدیدمون رو نگرفته بودیم، تنها خونواده ای بودیم که اینترنت نداشتیم. ما از رایانه مون مثل ماشین تحریر استفاده می کردیم.

رایان:

آمیش. (۱)

ایمیلی:

انگار که ما از نظر تکنولوژیک معیوب بودیم.

رایان:

آمیش.

مصاحبه گر:

آیا احساس عجیبی بود؟

کاترین:

بله، یک جورایی.

مصاحبه گر:

درباره این موضوع چیزی به دوستانان نمی گفتید؟ چطور با آن کنار می آمدید؟

کاترین:

خب اون ها همیشه درباره کارهاشون در اینترنت با ما صحبت می کردن.

ایمیلی:

اون ها می گفتن ساعت پنج و نیم وارد اینترنت شو تا با هم چت کنیم. و ما می گفتیم اینترنت چیه؟

۱-۷. Amish فرقه ای وابسته به کلیسای باپتیست که در سوییس پا گرفت و به دلیل سبک زندگی ساده، لباس های ساده و مقاومت در برابر مظاهر و قواعد زندگی مدرن شهرت دارد. (م.)

لورا: (با لحنی تمسخرآمیز)

خیلی غم انگیزه، مگه نه؟

از نظر این خانواده، نقش غالب و فراگیر بودن رسانه ها در خانه عمدتاً از طریق دسترسی به اینترنت احساس می شود. دن و لورا پیش از این با فعالیت های آن لاین مخالف بودند؛ زیرا فکر می کردند که فقط وقت بچه ها را هدر می دهد؛ ولی در آخر به این نتیجه رسیدند که ارزش اطلاعاتی اینترنت استفاده از آن را توجیه می کند. بچه ها به طور مرتب برنامه های MTV را می بینند و اعضای خانواده درباره تماشای منظم دو برنامه پیشرفت خانواده _ هنگامی که پخش می شد _ و به دنبال آن سریالی خانوادگی درباره خانواده یک کشیش به نام آسمان هفتم صحبت می کنند. وقتی می پرسیم اعضای خانواده در کنار هم چه برنامه ای را معمولاً تماشا می کنند، لورا از آسمان هفتم نام می برد و بحث درباره ارزش های آن شروع می شود؛

مصاحبه گر:

شما قبلاً این سریال را بسیار خوب و متزه دانستید: از چه چیز آن خوشتان می آید؟

رایان:

آه، نمی دونم.

لورا:

واقع گرایانه است (هر دو دختر می گویند: بله) شخصیت هاش خیلی بچه مثبت نیستن. یک سریال خانوادگی خوبه و هر چیز که در اون دیده میشه واقیعه، از جمله مواد مخدر، مسئله جنسیت که این موضوعات هم به خوبی کار شدن.

دَن:

و من فکر می کنم هر کدام از بچه ها می تونن با یکی از شخصیت های این مجموعه احساس نزدیکی کنن.

لورا:

یکی از شخصیت ها هم سن و سال اون هاس....

دَن:

در سن و سالیه که می تونن با وی هم ذات پنداری کنن.

نکته جالب آن که وجه مذهبی و آشکار برنامه در نظر خانواده باسول، ارزش مهمی محسوب نمی شود. آن ها در جاهایی دیگر نیز ارتباطی بین ایمان و اعتقادات خود با رسانه ها نمی بینند و فقدان چنین چیزی جالب است (هر چند نامعمول نیست، بسیاری از خانواده هایی که آسمان هفتم را دیدند، بیشتر آن را در حکم الگوی سریالی خانوادگی می بینند تا داستان خانواده یک روحانی) هم چنین درباره مؤمنان بازمتولد و به طور کلی تراونجلیست ها، این مفهوم که برنامه مذکور صرفاً ملایم است، ارزش مهمی محسوب می شود؛ البته این مضمون هم مورد توجه است که گاهی الگوی مناسبی از روابط مثبت خانوادگی ارائه می دهد. تصویری که خانواده باسول از ارتباط خود با رسانه ها ترسیم می کنند، کم و بیش معمولی است. توضیحات آن ها درباره رسانه ها با انتخاب ها و توانایی شان برای برنامه ریزی رژیم رسانه ای به وسیله آرشیو فیلم های ویدیویی (و تا حدی دسترسی به اینترنت)، برای والدین اهمیت خاصی دارد. به هر حال درباره دیگر خانواده ها، این کل داستان محسوب نمی شود. وقتی مصاحبه گر می پرسد که آیا برای تماشای آثار رسانه ای

قوانینی دارند، بحثی مطرح می شود که موقعیت بسیار مشابهی را با دیگر خانواده ها نشان می دهد.

مصاحبه گر:

آیا سیاست ها و قواعدی در برابر استفاده از رسانه ها در خانه تان دارید؟

رایان:

اوم....

کاترین:

نمی تو نیم گفت و گوهای تلویزیونی رو تماشا کنیم.

رایان:

گفت و گوی تلویزیونی چیه؟ آه، بله جری اسپرینگر. (۱)

لورا:

منظور اینه که برنامه های گفت و گوی تلویزیونی آپرا وینفری خوبه ولی برخی از....

دن:

قاضی جودی. (۲)

رایان:

آه، بله من و بابا اون رو خیلی با هم تماشا کردیم.

۱ - Jerry Springer مجری یهودی یکی از برنامه های TalkShow آمریکا است. برنامه وی با نام شوی جری اسپرینگر، از سال ۱۹۹۱ تا کنون در بیش از سه هزار اجرا نمایش داده شده است. شکل برنامه بر حضور خانواده هایی است که دچار مشکل هستند و در استودیو، میزبان و میهمان برنامه به همراه برخی مخاطبین پیشنهاداتی برای حل مشکلاتشان می دهند. با این حال هر قسمت برنامه روی مشکلاتی دست می گذارد که عمدتاً غیراخلاقی هستند: زنا با محارم، کودک آزاری، هم جنس بازی، نژادپرستی، زن پوشی، فتیشیسم و... (م).

۲ - Judge Judy برنامه ای تلویزیونی که از سال ۱۹۹۶ ساخته شده و تا کنون پخش می شود. اثری در ژانر

کمدی//تلویزیون-واقعیت که در هر قسمت ۳۰ دقیقه ای، قاضی پیشین دادگاه های نیویورک (جو دی شیندلین به نقش خودش) به کمک یکی از همکارانش، به بازخوانی یکی از پرونده های قضایی و روبه رو کردن مدعی و مدعی علیه می پردازند. (م).

لورا:

و من از اون متنفرم. هنگامی که چنین برنامه هایی رو تماشا می کنن، دیوونه میشم.

مصاحبه گر: (خطاب به رایان)

آیا برنامه ای که تو و بابا می بینید قاضی جودی است؟

دن:

همیشه نمی بینیم، فقط یک بار در ماه.

رایان:

و ما هم... اون یکی چیه، اون مجموعه پلیسی؟

دن:

آه پلیس های درجه یک. (۱)

رایان:

بله این همون چیزیه که تماشا می کنیم.

لورا:

اگر من این دور و برا باشم، به اون ها اجازه نمیدم تماشا کنن.

دن:

فکر می کنم ما بیشتر از همه جری اسپینگر و برخی از این برنامه ها رو می بینیم.

لورا:

فکر می کنم دخترها خودشون حواسشون جمعه. اگر از محتوای برنامه ای خوششون نیاد اون رو خاموش می کنن.

داستان هایی از روزهای پرتهاپ کاری خود را تعريف مي کنند. (م.)

مصاحبه گر:

از چه چیز گفت و گوهای تلویزیونی خوشتان نمی آید.

لورا:

خیلی ابلهانه اند.

دن:

هرچه مزخرف دلتان بخواهد می تونید توی این برنامه ها ببینید... موضوع برخی از اون ها به قدری اغراق شده است که ارزش نداره وقتتون رو برای تماشاشون صرف کنید.

مصاحبه گر:

و در خانه شما این قانون بوده که گفت و گوی تلویزیونی نبینید؟

پاسخ می دهند:

بله!

در این جا شباهت طرز تلقی اعضای این خانواده با خانواده های دیگر جالب است. در شرایطی که باسول ها درک و توضیحات خود را از رسانه ها به شکل نسبتاً واضحی بیان می کنند، برخی از تغییرات در روال تماشای برنامه ها، نشان دهنده اولویت های خاصی است. روشن نیست که چگونه بین انواع مختلف برنامه های گفت و گوی تلویزیونی تمایز قائل می شوند. منظور لورا از ابلهانه مشخص نیست و صحبت از این موضوع با وی هم کمکی به روشن تر شدن آن نمی کند. هم چنین به نظر می رسد که رایان و دن با وجود احساس گناهی که تماشای بعضی از برنامه ها برای شان در پی دارد، از تماشای آن ها لذت می برند، برنامه هایی که مورد قبول لورا نیستند. به طور خلاصه خانواده باسول از نظر استفاده از

رسانه ها با بسیاری از خانواده های دیگر چندان تفاوتی ندارند.

خانواده آلن

خانواده آلن

جیل آلن ۳۷ ساله، با دو دخترش لورا شانزده ساله و ملیسا ده ساله در حومه یکی از شهرهای بزرگ آمریکا زندگی می کند. وی از شوهرش، پدر دخترها، طلاق گرفته است و طی سال های بعد روابط پراکنده ای داشته است. جیل آمریکایی انگلیسی تبار است، پدر بچه ها آمریکایی لا-تین تبار است. آن ها رابطه نزدیکی ندارند و پدر به خانواده کمکی نمی کند. جیل تحصیلات دبیرستانی دارد و در یکی از کارخانه های اطراف پشت خط مونتاژ کار می کند. درآمد خانواده کم است و مدام با مشکلات مالی دست و پنجه نرم می کنند؛ البته خانواده از این نظر خوشبخت است که می تواند در خانه ای تمیز، شیک، خوش ساخت و سه اتاق خوابه زندگی کند. این خانه را یک سازمان مسکن غیرانتفاعی در محل به صورت یارانه ای در اختیارشان گذارده است. لورا که شانزده سال دارد می خواهد پس از اتمام دبیرستان به کار مشغول شود و به خانواده کمک کند. (۱) جیل در خانواده ای معتقد به کلیسای باپتیست بزرگ شده است؛ ولی وقتی شانزده ساله بود، مادرش خانواده را به کلیسای پروتستان لوتری برد و از آن به بعد همگی پروتستان لوتری شده اند. جیل و دخترها به طور مرتب و معمولاً همراه با مادر جیل که نزدیک آن ها زندگی می کند، به کلیسا می روند. کلیسا از جنبه هویت برای این

۱- مصاحبه با خانواده آلن را اسکات و بر انجام داده است.

خانواده، کانون مهمی محسوب می شود و سنت خانواده یکی از دلایل اصلی وفاداری شان به کلیسا است. دخترها معمولاً در برنامه های مخصوص جوانان در کلیسا شرکت می کنند و لورا در جلسات عضویت در کلیسا حاضر می شود. لورا در گروه کُر نوجوانان در کلیسا و جیل در گروه کُر بزرگسالان می خوانند، از این رو کلیسا مکان مهمی برای حضور اجتماعی این خانواده است. لورا در برنامه های جمع آوری پول برای کارهای خیریه در کلیسا نیز شرکت می کند و هنگام مصاحبه در یک گروه جوانان فعالیت داشته و قرار بوده به واشنگتن بروند. رسانه ها در خانه آلن اهمیت فراوانی دارند. آن ها سه دستگاه تلویزیون دارند. یک دستگاه گیرنده بزرگ در اتاق نشیمن که مرکز سرگرمی خانه محسوب می شود و دو دستگاه دیگر که هر کدام در اتاق های دختران قرار دارند. به هر حال وجود آن ها در اساس برای انجام بازی های ویدیویی ضروری است. اتاق نشیمن مکانی است که آن ها به اتفاق هم تلویزیون تماشا می کنند. آن ها آبنه خدمات تلویزیونی یک شبکه ماهواره ای شده اند که صد و بیست کانال را در اختیارشان قرار می دهد. خانواده آلن معمولاً برنامه های تلویزیون را ضبط نمی کنند که بعد ببینند و آرشیوی هم از نوارهای ویدیویی ندارند. موسیقی نیز رسانه مهمی برای شان محسوب نمی شود. تلویزیون بسیار مهم تر است. از نظر آن ها تلویزیون رسانه ای است که باید همگی در آن سهم باشند. طی مصاحبه، همه آن ها در گفت و گوهایی درباره انتخاب برنامه های تلویزیونی شرکت کردند. برخلاف بسیاری از والدین که انگار دوست دارند بر فعالیت ها و استفاده فرزندان از رسانه ها نظارت داشته باشند، جیل سلیقه و رفتار تلویزیونی

خود و دختران را در حکم نوعی عملکرد مشترک خانوادگی می داند. به نظر می آید که شبکه های محبوب آن ها شبکه هایی است که فیلم ها و برنامه های تلویزیونی قدیمی تر را دوباره پخش می کنند. مثلاً آن ها برای تماشای مجدد مجموعه کلاسیک من لوسی را دوست دارم (۱) که از یکی از شبکه ها پخش می شود، نوعی آیین خانوادگی دارند و با علاقه و هیجان از مجموعه سخن می گویند.

مصاحبه گر:

شما قسمت های زیادی از مجموعه من لوسی را دوست دارم تماشا کرده اید [خطاب به بچه ها] آیا آن ها را با مادرتان می بینید؟

جیل:

آه، بله!

مصاحبه گر:

اکنون برنامه چه ساعتی پخش می شود؟

لورا:

دوشنبه شب ها، ما نیز همون موقع سریال رو تماشا می کنیم.

مصاحبه گر:

در تمام شب؟

لورا:

تا ساعت یازده.

۱- I Love Lucy برنامه ای تلویزیونی که بین سال های ۱۹۵۱ تا ۱۹۵۷ (۱۷۹ قسمت ۳۰ دقیقه ای) در ژانر کمدی خانوادگی با بازی لوسییل بال ساخته و پخش شد. شخصیت محوری داستان، زنی ساده لوح و کوشا است که تلاش می کند به یک ستاره تبدیل شود و در این راه خود را در موقعیت های مختلفی قرار می دهد. وی در این راه از همراهی همسرش بهره می برد. (م.)

مصاحبه گر:

چه ساعتی شروع می شود؟

لورا:

هفت.

مصاحبه گر:

از چه چیز این مجموعه خوشتان می آید؟ من فکر می کنم قرار است پنجاهمین سالگرد پخش سریال در قالب مراسمی جشن گرفته شود.

جیل:

کارهای لوسی خیلی بامزه است. اون همیشه منو به خنده می اندازه.

ملیسا:

اون هم مانند لوسی برای به دست آوردن یا بازپس گرفتن هر چیز از قبل فکر می کنه و هنگامی که ایده ای به ذهنش خطور می کنه میگه من ایده ای دارم، بعد به خونه میره و می شنوه که یک نفر می خواد داخل بشه سپس خودش رو مخفی می کنه.

به نظر می آید که خانواده آلن در مقایسه با دیگران معیارهای آشکار کمتری برای استفاده از محتوای رسانه ها دارند. وقتی مصاحبه گر درباره این موضوع می پرسد به نظر می آید که افکار جیل بیشتر کلی هستند. وی کمتر به نام برنامه های خاصی اشاره می کند.

مصاحبه گر:

آیا برنامه تلویزیونی یا بازی ویدیویی ای برای تان ممنوع شده است؟

لورا سرش را به علامت نه تکان می دهد. مصاحبه گر ادامه می دهد:

شما هر بازی ویدیویی ای که بخواهید می توانید بخرید و مشکلی با آن ندارید؟

جیل:

مگه اون که... محتوای جنسی داشته باشه. فقط همین؛ البته هر دو تاشون می دونن.

مصاحبه گر:

درباره تلویزیون هم همین طور است...؟

جیل:

بله!

مصاحبه گر:

ولی آیا برنامه هایی وجود دارند که نخواهید ببینند؟

جیل:

نه! فقط می‌گیم که ما نمی‌تونیم این برنامه رو تماشا کنیم و چیز دیگه ای می‌بینیم.

مصاحبه گر:

و آن چه خواهد بود؟ کدام یک از برنامه‌ها را حق ندارند ببینند؟

جیل:

مثلاً- فیلم‌های خشن یا چیزایی از این دست و لورا این موضوع رو به خوبی می‌دونه. بیشتر وقت‌ها نمی‌خوام این‌ها رو ببینم، اون خیلی جوونه.

مصاحبه گر:

پس خشونت و جنسیت ممنوع است؟

ملیسا دستانش را روی چشم‌هایش می‌گذارد. مصاحبه گر می‌گوید:

این همان کاری است که انجام می‌دهی، دست‌هایت را روی چشم‌هایت می‌گذاری؟

بله!

مصاحبه گر:

از کجا می فهمی که چه زمانی باید دست هایت را روی چشمانت بگذاری؟

ملیسا:

مولین به من میگه.

به نظر می آید که از نظر جیل تماشای برنامه با دخترها، همراه با نوعی کنترل نیز باید باشد. ولی صرف نظر از این موضوع احساس می شود که تلویزیون وجهی ضمنی و هنجار در زندگی روزمره خانوادگی محسوب می شود. پس از نظر جیل آستانه ای برای دغدغه سوءظن وجود دارد که معمولاً هم به آن نمی رسد. در واقع او بیشتر نگرانی های مبهمی نسبت به محتوای جنسی و خشونت دارد؛ البته این نگرانی ها در بیشتر موارد بیهوده به نظر می رسند؛ زیرا بیشتر برنامه هایی که آن ها می بینند مجموعه های خانوادگی و فیلم های ملایم هستند. به جز پخش مجدد مجموعه های کلاسیکی چون من لوسی را دوست دارم، رژیم تلویزیونی آن ها بیشتر شامل مجموعه های معاصر از جمله آسمان هفتم و پیشرفت خانواده می شود. چنان که دیده ایم آسمان هفتم برنامه ای است که محتوای مذهبی اش آشکار است. شخصیت اصلی مجموعه کشیش است؛ ولی پی رنگ های برنامه بیشتر معطوف به موضوعات خانوادگی است تا حرفه کشیش.

خانواده آلن قدری بیش از کسانی که با آن ها مصاحبه کردیم، با محتوای برنامه های مذهبی ارتباط برقرار می کنند. لورا اشاره می کند که

هر چند پدر خانواده در این سریال واعظ است با تماشای برنامه برای اش مشخص می شود که همه خانواده ها اساساً مشابه هستند. وی می گوید:

شاید از نظر ظاهر بتوانید بگید که تفاوت زندگی اون با ما چیه؛ چون اون کشیشه ولی واقعاً چیزی فرق نمی کنه، همه مثل همیم.

به هر حال برنامه هایی را که آن‌ها از جنبه مذهبی یا معنوی مهم می دانند، به ویژه نظر کرده فرشته و این یک معجزه است (۱) عملاً به عنوان راهنماهایی در مسیر معنویت یا مذهب به شمار می روند. از نظر جیل و دخترها، محتوای مذهبی یا معنوی این برنامه ها از موقعیت مرموز یا حتی رازورزانه ای سرچشمه می گیرد که عنصری روحانی در زندگی شان وارد می شود و آن‌ها را متحول می سازد. در حالی که دخترها این برنامه ها را صرفاً می توانند محشر توصیف کنند، جیل سعی دارد آن‌ها را به شکل عینی تری توضیح دهد و می گوید که وی احساساتی از نوعی پیش بینی حوادثی که در این یک معجزه است دیده می شود درک می کند. او می گوید:

من این مجموعه رو دوست دارم چون... آدمی مثل من می تونه حس کنه که واقعاً چنین چیزی اتفاق می افته و بعد... یک نفر می خواد به شما کمک کنه تا این اتفاق معجزه آسا رو درک کنید.

مصاحبه گر ضمن اشاره به این یک معجزه است، آسمان هفتم و نظر کرده فرشته می پرسد که آیا تماشای این برنامه ها به تداوم پیوند با کلیسا یا برقراری ارتباط های جدید کمک می کند یا نه.

لورا:

بعضی وقتا.

جیل:

بله... وقتی به کلیسا می رم و دعا می کنم، می تونم اون رو احساس کنم.

مصاحبه گر:

این که می گوئید احساسش می کنید، احساس در ارتباط با این نمایش ها یا بقیه مجموعه ها یا به طور کل سایر رسانه ها...

جیل:

نه، من اون رو طوری احساس می کنم که... گویی خداوند به من میگه که ... من اون چه در زندگی از دستم برمیاد، دارم انجام میدم. مادری خوب و کارگری سخت کوش هستم. اون چه از دستم برمیاد انجام میدم. در آینده چیزی فرا می رسه ولی نمی دونم چیه، ولی وقتی فرا برسه می فهممش. فقط زمانش رو نمی دونم.

مصاحبه گر:

وقتی آن برنامه ها را می بینید، چنین چیزی را احساس می کنید؟

لورا:

بله انگار که حقیقه و کاملاً حس میشه... توضیح دادنش سخته. درست مانند اون که خداوند بر شما نظارت می کنه و بر دیگران نظارت می کنه و حس می کنیم با اون ارتباط داریم.

پس از نظر خانواده آلن نوعی ارتباط معنوی با مضامین این برنامه ها وجود دارد، چیزی که آگاهانه با فعالیت های مذهبی خود در کلیسا مرتبط می بینند، نوعی همدلی با تجربیات و انتظاراتی که شخصیت ها در این سریال ها دارند. این سریال ها، گاهی حکم راهنمایی برای زندگی معنوی را بر عهده می گیرند. هم چنین به بیننده این احساس

آرامش بخش را می دهند یا به وی یادآوری می کنند که زندگی شخصیت های سریال چندان متفاوت با خودش نیست.

زندگی در شرایط معاصر

زندگی در شرایط معاصر

روف در کتابش، نسلی از جویندگان، این نکته را مطرح می سازد که مؤمنان معاصر به این دلیل اهمیت دارند که معاصرند و به چنین استنباطی از خود معتقدند. همکار من دایان آلترز همین وجه معاصر بودن و رابطه آن را با استفاده از رسانه ها در خانه در کتاب مشترکمان رسانه ها، خانه و خانواده بررسی کرده است. (۱) در موقعیتی که آن ها به طور منظم و جدی به کلیسا نمی روند؛ ولی به شدت خود را مذهبی احساس می کنند، مذهبی نه از دیدگاه فرقه ای بلکه ذاتاً خود را مسیحی می دانند. رایان پدر خانواده تأکید می کند که می خواهد بچه ها زندگی مسیحی، اخلاقی را پیش بگیرند؛ ولی دیدگاهش نسبت به ماهیت این زندگی و رابطه اش با ارزش هایی که ریشه مذهبی دارند، قدری مبهم است.

چنان که آلترز خاطر نشان می کند، توضیحات پدر خانواده درباره این موضوع باعث می شود تا نوعی مسیحیت بر اساس قانون طلایی تداعی شود، همان که از خانواده مؤمن معاصر انتظار داریم. چنان که رایان می گوید:

می دونید، منظورم نوعی نگرش اخلاقی و مسیحیه که مثلاً می خواد

Diane F. Alters, "In the Heart of the Culture: The Hartmans and the Roelofs," – ۱

(Chapter Seven in Hoover et al. (۲۰۰۴

همسایه تون رو به اندازه خودتون دوست داشته باشید و با دیگران طوری رفتار کنین که انتظار دارین باهاتون رفتار کنن. (۱)

چنان که آلتز اشاره می کند، وجه مذهبی خانواده زُ洛夫 و رابطه آن ها با رسانه ها پیچیده است. (۲)

به هر حال برخی از وجوه اشتراک و تضاد بین خانواده های اَلن و باسول در این جا قابل توجه است. خانواده زُ洛夫 مانند دیگران، تماشای خانوادگی برنامه های تلویزیون را کاری ارزشمند می دانند (گرچه به ندرت آن را انجام می دهند) هم چنین بر اهمیت استفاده والدین از رسانه ها برای آموزش ارزش ها به کودکان، تأکید می ورزند. خانواده زُ洛夫 هم مانند دیگران، مجموعه ای مبهم از ممنوعیت های رسانه ای را برمی شمردند که بیشتر معطوف به صحنه های جنسی و خشن است. به هر صورت، در قیاس با خانواده های دیگر آن ها توضیحات متمرکزتری درباره رسانه ها ارائه می دهند، به ویژه از گفت و گوهای تلویزیونی روزانه و موسیقی رپ انتقاد می کنند. خانواده زُ洛夫 نیز مانند باسول ها تأکید خاصی بر موضوع زمان دارند و می گویند که قصد دارند مدت زمانی را که بچه ها صرف انواع رسانه ها می کنند، محدود سازند. هم چنین به نظر می رسد در خانواده زُ洛夫 که در دل رسانه ها جای گرفته اند، والدین که سعی دارند محدودیت هایی برای دیدن انواع برنامه ها اعمال کنند، دریافته اند که در این کار، واقعیت دقیقاً با خواسته ها سازگار نیست.

یکی از مهم ترین وجوه تفاوت این خانواده های مؤمن معاصر با مؤمنان

Ibid, p. ۱۱۶-۱

Ibid, p. ۱۲۸-۲

بازمتولد این است که اعتقادات مذهبی یا معنوی آن‌ها باعث می‌شود تا همیشه در تضاد با فرهنگ گسترده‌تر پیرامون خود قرار گیرند. به گونه‌ای متضاد، این مؤمنان معاصر به ندرت چنین مفهومی از تفاوت را ابراز می‌کنند. چنان‌که آلترز در توصیف خانواده زلوف می‌گوید آن‌ها این وجه اشتراک را بین خود و دیگر مردم اجتماع می‌دیدند که در نظر گرفتن معیارهای خاص اخلاقی به آن‌ها کمک می‌کند تا به قضاوت درباره محصولات رسانه‌ای بپردازند. (۱) به نظر می‌رسد که وجه اشتراک با فرهنگ پیرامون و نه تفاوت با آن می‌تواند دیدگاه آن‌ها را معین کند. با این‌که به نظر می‌آید مؤمنان بازمتولد دیدگاهی اکتسابی را پذیرفته‌اند و بیان می‌کنند، دیدگاهی که اخلاق گرایانه‌تر، فرقه‌ای‌تر و متعصبانه‌تر است، مؤمنان معاصر تا این حد کلیشه‌های گسترش یافته درباره اعتقادات و نگرش‌های خود نسبت به رسانه‌ها را بیان نکردند. هم‌چنین در توضیحات آن‌ها ارجاعاتی به موضوعات معاصر در سیاست‌های مذهبی دیده نمی‌شود یا بسیار اندک است، موضوعاتی که در بحث‌های ما با مؤمنان بازمتولد بیشتر مطرح شد.

مرکزی گسترده

مرکزی گسترده

روایات مطرح شده در این جا، برخی از مضامین و ارزش‌هایی را نشان می‌دهند که وجه اشتراک بین مؤمنان بازمتولد و معاصر است. به نظر

می رسد بیشتر کسانی که تاکنون سخنانشان را شنیده ایم قبول ندارند ارزش ها و انتظارات آن ها باید به وسیله رسانه هایی که مورد استفاده قرار می دهند و فعالیت های ادراکی بیننده بیان یا بازنمایی شود؛ بلکه این فکر برای شان مطرح است که فرهنگ گسترده پیرامون را منعکس می سازند، فرهنگی که انتظار می رود آن ها تا اندازه ای با آن ارتباط برقرار کنند. این میراث، ناشی از جایگاهی است که در چشم انداز فرهنگی دارند. در واقع باید نسبت به رسانه هایی که در خانه های شان قابل دسترس هستند دیدگاهی داشته باشند. به نظر می آید که آن ها بر این زمینه وجه اشتراک دارند که انتخاب و کنترل باید در واکنش های آن ها نسبت به رسانه ها نقش اساسی داشته باشد. این ایده مشترک وجود دارد که رسانه ها واکنش می طلبند و این واکنش یا از طریق کنترل، انتخاب یا تلفیق این دو بیان می شود. از نظر بیشتر این مصاحبه شوندگان، انتخاب و کنترل نشان دهنده نوعی استقلال در ارتباط با رسانه ها است. هیچ کس نمی خواهد بیننده ای منفعل باشد. همه می خواهند به شیوه ای منتقدانه و پویا به تماشای رسانه ها پردازند. دیگر نکته مشترک در این مصاحبه ها، دغدغه والدین نسبت به فرزندان و شیوه استفاده شان از رسانه ها است که البته منجر به دیدگاه های متمایزی در این زمینه شده است. در فصل آتی ما این موضوع را با جزییات بیشتری بررسی خواهیم کرد؛ ولی در این جا تعداد اندکی از والدین می خواهند کنترل مستقیمی بر استفاده بچه ها و خانواده از رسانه ها اعمال کنند. در عوض بیشتر آن ها ترجیح می دهند که بچه ها همان برنامه هایی را ببینند که خودشان تماشا می کنند، کنشی مستقل

در انتخاب دقیق آن چه مشاهده یا مصرف می شود.

یکی از ابعاد جذاب این مصاحبه ها، فاصله بین خواسته و واقعیت است. چنان که پیش تر اشاره کردیم مجموعه ای از افکار اکتسابی یا توضیح درباره رسانه ها در روش تفکر مردم و بازنمایی شان از فعالیت های رسانه ای خود در خانه، نقش مهمی ایفا می کند. در این جا فقط اشاره ای به این موضوع می کنیم و در ادامه با ذکر جزئیات بیشتری به آن خواهیم پرداخت. تفاوت این افکار اکتسابی با واقعیت های استفاده از رسانه ها، شکلی اساسی و تعیین کننده دارد. قضیه به این سادگی نیست که عاملی، مثلاً فقدان اراده اخلاقی، والدین را از آن مخاطبان رسانه ای آرمانی که می خواهند باشند، محروم می سازد. در واقع مجموعه گسترده تری از نیروهای اجتماعی و فرهنگی در این امر دخیل هستند.

در فصل بعد دیدگاه های بیشتری درباره این ابعاد و دیگر فعالیت های رسانه ای در پیوند با مذهب و معنویت مطرح خواهیم ساخت. در آن جا به بررسی مصاحبه شوندگانی می پردازیم که در دیگر رده های روف قرار دارند. آن فصل با ارزیابی کلی از آن چه تا کنون آموخته ایم و نگرش به موضوعات پایان خواهد یافت.

پاره هفتم: ابژه های فرهنگی و هویت مذهبی در بین معتقدان به ما بعدالطبیعه، جزم اندیشان و سکولارها

اشاره

پاره هفتم: ابژه های فرهنگی و هویت مذهبی در بین معتقدان به ما بعدالطبیعه، جزم اندیشان و سکولارها

رده بندی هایی که در فصل پیش بررسی کردیم، دو قطب مهم (حداقل) در تاریخ مذهبی آمریکا را تشکیل می دهند. تکامل جنبش اونجلیست در اواسط قرن بیستم باعث شد تا پروتستان گرایی دو وجه مهم بیابد: افراد و جنبش هایی که با اونجلیسم همدلی کردند (آن هایی که مایلند خود را بازمتولد توصیف کنند) و کسانی که چنین تمایلی ندارند. چنان که روف نظر داده است، شاید آن چه هویت اصلی گروه دوم را شکل می دهد، این باشد که خود را جزو گروه اول نمی دانند. از سوی دیگر افرادی که در هر یک از این دو گروه قرار گرفته اند، وجه اشتراک فراوانی دارند، به ویژه با توجه به احساس نزدیکی با سنت مسیحی و پروتستان به روش های خاص و رسمی و نیز حساسیت عمومی پروتستان به این موضوع که باید برخوردی آزادانه و بی قید و بند با فرهنگ داشته باشد. گرچه هر دو طرف عملاً به روش های مختلف چنین کاری را انجام می دهند. هم چنین، به نظر می رسد آن ها از نظر

رویگرد به فرهنگ رسانه‌ها که دغدغه اصلی ما در این کتاب است، وجه اشتراک فراوانی دارند. چنان که گفته‌ام، موضوع‌های انتخاب و کنترل، مضامین اصلی خودبازتابندگی آن‌ها، دربارهٔ رابطه‌شان با قلمروی رسانه‌هاست. هم‌چنین، به نظر می‌آید آن‌ها توجه خاصی به نقش خود در مقام والدین و عینیت بخشیدن به تجربه فرزندان خود یا دیگران، در حکم موضوع‌های مهمی دارند که نحوه استفاده‌شان از رسانه‌ها را تعیین می‌کند. همه آن‌ها تلویحاً پذیرفته‌اند که در کانون چشم انداز مذهبی قرار گرفته یا باید قرار گیرند؛ ولی افرادی که در این فصل، سخنانشان را خواهیم شنید، چنین دیدگاهی ندارند.

در این فصل قدری بیشتر به مرزهای جریان مذهبی- فرهنگی اخیر می‌پردازیم که شامل روندهای متفاوت اوانجلیسم و هویت معاصر و متأثر از مفهوم رابطه با سنت است. البته در رده‌ای که اکنون بررسی خواهیم کرد، سنت به خودی خود به موضوع مهمی تبدیل می‌شود. در نخستین رده بندی زیر یعنی معتقدان و جویندگان مابعدالطبیعه، چالش بر سر مفهوم مذهب سنتی، به عنصر هویتی مهمی تبدیل می‌شود. این موضوع دربارهٔ سکولارها که در انتهای فصل به آن‌ها خواهیم پرداخت نیز صدق می‌کند. از نظر جزم اندیشان که در میانه بحث مطرح می‌شوند، سنت، امری است که باید آن را کاملاً در بر گرفت و تجلیل کرد؛ پس چیزی که در این جا می‌بینیم، رده بندی‌های گرایش مذهبی است. احتمالاً برای افرادی که در این رده‌ها قرار می‌گیرند، مفهوم پیشینه و سنت مذهبی باید مهم‌تر از کسانی باشد که در فصل پیش سخنانشان را شنیدیم. کار

را با مرور کلی پنج رده بندی و آن چه در این مسیر آموخته ایم، پایان خواهیم داد.

معتقدان و جویندگان مابعدالطبیعه

اشاره

معتقدان و جویندگان مابعدالطبیعه

پیش تر ضمن بررسی این گروه از مذهبی‌های معاصر، نظر دادم که رابطه آن‌ها با رسانه‌ها تفاوت چشمگیری با دیگر رده‌ها دارد؛ در حالی که رده بندی روف، عملکرد و گرایش به سمت استقلال، جویندگی یا کاوش را بازنمایی می‌کند. شاید انتظار داشته باشیم که معتقدان و جویندگان مابعدالطبیعه بیش از دیگران از دامنه گسترده منابع نمادین و معنوی در قلمروی رسانه‌ها استقبال کنند. ویژگی این گروه، جدایی ژرف از نهادهای مذهبی سنتی و فرهنگ مذهبی و یا حتی انتقاد از آن‌ها است؛ پس می‌توانیم انتظار داشته باشیم که آن‌ها در ایجاد و شکل دادن به افکار و احساسات مذهبی و معنوی خود، فعال‌تر از گروه‌های دیگر باشند. انتظار می‌رود آنان عناصری را از طیف منابع مختلف بگیرند که بیشتر از طریق رسانه در دسترس شان قرار می‌گیرد. آن‌ها به دور از دخالت مرجعیت کلیسایی یا نهادینه، فعال‌ترین گروه در مرز بین رسانه‌ها و مذهب محسوب می‌شوند.

خانواده استیونز _ وَنِ گلدِر

خانواده استیونز _ وَنِ گلدِر

ویکی استیونز ۴۶ ساله و جین وَنِ گلدِر، ۴۴ ساله زوجی مؤنث، هم جنس گرا و والدین برت نه ساله هستند. (۱) آن ها در شهری کوچک در غرب ایالات متحده زندگی می کنند و در خانه ای چوبی و دو طبقه به سر می برند. (۲) ویکی و جین هر دو مددکار اجتماعی هستند، البته جین در کار معاملات مسکن هم سرمایه گذاری می کند. آن ها دقیقاً در طبقه متوسط اجتماع جای می گیرند و هر یک به تنهایی درآمد دارند. برت به مدرسه ای ابتدایی و غیرسنتی می رود با این حال، هفته ای یک بار به مدرسه مذهبی انجمن نوسازی یهود نیز می رود که یکی از اعضایش جین است. ویکی هم به کلیسای علوم مذهبی می رود. با وجود عضویت در سازمان های مذهبی، ویکی و جین مشخصاً جوینده هستند و خود را عضو هیچ سازمان یا گروهی نمی دانند. برت به مصاحبه گر یادآور می شود که شاید این موضوع بسیار نامتعارف باشد که یکی از والدین با مرکزی یهودی ارتباط دارد و دیگری به مرکزی مسیحی می رود. ویکی اعتراف می کند که در دوره های مختلف به آیین یهود تعلق خاطر داشته است؛ ولی این علاقه در دوره هایی شدت و ضعف یافته، گاهی از بین رفته و بعد دوباره تجدید شده است. وی می گوید:

بله، من از نظر جست و جوی معنویت، التقاطی هستم.

-
- ۱- در میان خانواده های هم جنسگرا، پذیرفتن فرزندخواندگی کودکان متدوال است لذا منظور از والد بودن زوجی هم جنسگرا (که طبیعتاً غیرممکن است) چیزی غیر از این نیست. (م.)
 - ۲- مصاحبه با خانواده استیونز _ وَنِ گلدِر را لی هود انجام داده است.

به نظر می‌رسد هر سه نفر آن‌ها بدون هیچ دغدغه‌ای از زندگی معنوی خود صحبت می‌کنند. آن‌ها زبان معنویت را بر زبان مذهب ترجیح می‌دهند. دیدگاه‌های آن‌ها درباره‌ی ارتباط میان معنویت و سازمان‌های مذهبی‌شان، نشان‌دهنده‌ی نوعی تسامح بین جویندگی مستقل و علاقه به نوعی پس‌زمینه یا ساختار مذهبی، هر چند به شکل محدود است. آن‌ها به صورت خانوادگی هم در انجمن نوسازی یهود (ماهی یک بار) و هم در کلیسای علوم مذهبی (به صورت هفتگی) حضور می‌یابند.

ویکی می‌گوید:

ما به تمام این مراکز میریم؛ چون هیچ‌گونه تضادی با هم ندارند. انجمن نوسازی یهود، آزادمنش‌ترین گروه در آیین یهوده و احتمالاً کلیسای علوم مذهبی هم آزادمنش‌ترین گروه...

برت:

آزادمنش‌ترین گروه مسیحیته!

ویکی:

بله! پس اون‌ها با هم تضادی ندارند.

برت:

منظورت از تضاد چیه؟

ویکی:

خُب! مثلاً در کلیسای علوم مذهبی چیزی از مسیح گفته نمیشه. اون‌ها درباره‌ی خدا صحبت می‌کنن و عیسی رو معلم می‌دونن. اون‌ها عقیده دارن که فقط عیسی پسر خدا نبوده، بلکه همه آدما فرزند خدا هستن و این موضوع با یهودیت تضادی نداره که عیسی رو فردی خردمند معرفی می‌کنه...

پرت:

ولی نه!...

ویکی:

نه، جایگاه بسیار خاصی نداره، به طور معمول فردی به شمار میاد که خیلی می دونه.

جین:

توی این مراکز از عیسی حرفی نمی زنن ولی اگر درباره عیسی با یهودیا صحبت کنید، اون ها میگن معلمی بسیار روحانی و خردمند بوده ولی در واقع ماشیح (ناجی) نیست. این تلقی شبیه....

برای آن ها مهم است که هم یهودیت و هم مسیحیت از دیدگاهی آزادمنشانه مطرح می شوند. این واقعیت که هر دو گروه خود را از مسیحیت سنتی جدا کرده اند، هم از اهمیت ویژه ای برخوردار است. بنابراین، این مفهوم که مسیح معلمی بزرگ بود و تنها او منبع بینش نبود، در نظر آن ها اهمیت خاصی دارد. جالب است که پرت با وجود سن کم، در گفت و گوهای مادرش درباره این موضوعها، فرو رفته و به خوبی آن ها را جذب کرده است. ویکی بیشترین توضیح را درباره گرایش های مذهبی خانواده می دهد. او با تربیت کاتولیکی بزرگ شده است ولی در بیست و چند سالگی کلیسا را رها کرده و تا یک دهه بعد از آن، نیازی به ارتباط مذهبی در خود احساس نکرده است. از نظر او فضای آزاد و بازی که وی در کلیسای علوم مذهبی می یابد، تفاوت زیادی با فضای کاتولیک و دیگر مذهب هایی دارد که در سنین جوانی تجربه کرده است. ویکی می گوید:

اون ها رویکرد بسیار آزادی دارن. موضوع به طور کلی اینه که خدا در وجود همه ما زنده است و ناجی خاص، به شکلی که در مسیحیت سنتی مطرح میشه، وجود نداره... اون ها عیسی رو معلمی بسیار خردمند می دونن و البته معتقدن معلمای خردمند دیگه ای هم وجود دارن. هیچ کس هم پسر خدا نیست؛ همه ما فرزندانای خداییم. من از این نوع ذهنیت باز خوشم میاد ولی از این که بخوان چیزی رو به من تلقین کنن و بگن راه فقط همینیه و بس، خوشم نمیاد. در کلیسای علوم مذهبی، مردمی با پس زمینه های مذهبی خیلی متفاوتی حضور دارن. برخی از اون ها با تربیت یهودی بزرگ شدن. وابستگان به تموم فرقه های مسیحی در اون جا حاضر میشن؛ چون فضا بسیار آزاده... من به برخی از کارگاه ها و مراکز تجمع رفتم که در اون ها از روحانیت بومیان (سرخ پوستان) آمریکا و روحی که در همه موجودات جاریه، صحبت میشه. فکر کردم: آه، این جا فضای بسیار بازی داره. من از اون خوشم میاد! پس، برخی از مذاهب بشری رو که همون قدر باز و آزاداندیش هستن، بررسی کردم. همگی از وجود خدا در روح و جسم ما تجلیل می کنن. پس از اون، جین علاقه مند شد تا به مطالعه یهودیت پردازه و ما وارد این مسیر شدیم.

برت از میز غذاخوری مجاور صحبت ما را قطع می کند و می گوید که آن ها مراسم انقلاب زمستانی (۱) را جشن می گیرند. مصاحبه گر می پرسد:

پس شما خود را جزئی از شرکت کنندگان این جشن هم می دانید؟

ویکی:

بله! علاقه اصلی جین همینیه ولی همه ما به مراسم شبات (۲) و بعد به کلیسای علوم مذهبی میریم. همگی، یکشنبه ها توی کلیسای علوم مذهبی

۱- Winter Solstice کوتاه ترین روز سال؛ روزی که آب و هوا به دلیل ورود به فصل زمستان تغییر می کند. مشابه شب یلدای ایرانیان است. (م.)

۲- Sabbath: روز تعطیل آخر هفته که در آیین یهود و مسیحیت برای پرداختن به امور مذهبی در نظر گرفته شده است. در یهودیت شبات از جمعه شب آغاز و تا شنبه شب ادامه می یابد و این مراسم نزد مسیحیان تا یک شنبه ادامه می یابد. (م.)

حاضر میشیم. در واقع به همهٔ مراکز مذهبی سر می‌زنیم؛ چون هیچ یک مانع از دیگری نمیشه. در واقع، انجمن نوسازی یهود هم مثل کلیسای علوم مذهبی بسیار باز و آزاداندیشه. [وی می‌گوید هر یکشنبه به کلیسای علوم مذهبی می‌رود و در مراسم مذهبی یهود هم شرکت می‌جوید].

به نظر می‌آید پرهیز و یکی از مذاهب محدودکننده و تمایل او به مذاهب آزاداندیش و باز، آشکارا برای او اهمیتی بنیادین داشته باشد، موضوعی که هم هویت مذهبی وی و هم انواع فعالیت‌های مذهبی‌ای را تعیین می‌کند که دوست دارد خود و خانواده اش در آن شرکت کنند. این موضوع در مصاحبه‌های ما فراوان پیش آمده که دریابیم معتقدان و جویندگان مابعدالطبیعه بیشتر از مؤمنان معاصر درباره جنگ‌های فرهنگی و سیاست‌های مذهبی آگاهی دارند. پس آن‌ها نقطه مقابل بسیاری از مؤمنان بازمتولد هستند. ایشان فرهنگ رسانه‌ها را در حکم زمینه‌ای می‌بینند که می‌تواند متمایز بودن خود را در آن بیان و ترسیم کنند. یکی این تفاوت را از موضع دیگری می‌بیند و ایمان مذهبی خود را تا اندازه‌ای با ویژگی‌هایی که ندارد، معرفی می‌کند:

من، مسیحی بازمتولد نیستم.

وقتی از او می‌پرسیم آیا بین مذهب و معنویت تفاوتی می‌بیند پاسخ می‌دهد:

بله! فکر می‌کنم معنویت بیشتر به رابطه ما با روح و این که دنیا رو چطور می‌بینیم، مربوط میشه. به گمونم مذهب مجموعه ای از آیین‌ها و احکامی که مردم برای جلو بردن معنویت خود به کار می‌برن ولی این تنها راه ممکن نیست. خیلی از دست راستی‌ها و مسیحیان بازم تولدی که می‌شناسم... اصلاً ویژگی معنوی ندارن. این خیلی بی‌رحمانه است ولی درباره خیلی‌ها که با اون‌ها برخورد داشتیم، برای مثال خواهر خودم، صدق می‌کنه. خواهری دارم که رفتارش وحشتناکه. اون مدام می‌خواد به من بگه که چه قدر بد هستم و روش زندگی ام رو محکوم می‌کنه و مدام از این جور حرف‌ها می‌زنه. این نوع برخورد اصلاً معنوی نیست. فکر می‌کنم معنویت، همه شموله و همه رو به دیده یکسان نیگا می‌کنه ولی گمون نمی‌کنم درباره مذهب این جوری باشه.

این تعبیر کلیشه‌ای از مؤمنان بازم تولد شامل دو تمایز می‌شود که برای ویکی اهمیت دارن. نخست این مفهوم که معنویت به خودی خود ارزشی مثبت است و مناسب‌ترین روش برای بیان جویندگی مستقل شمرده می‌شود. دوم، وی معنویت را زمینه‌ای بازتر و همه شمول‌تر از مذهب می‌داند که همیشه دیدگاه داورانه و اختصاصی دارد. سپس از اعضای خانواده درباره ارتباط کنونی‌شان با رسانه‌ها می‌پرسیم. برت پاسخ می‌دهد که در حال حاضر استفاده از تلویزیون و دستگاه پخش ویدیویی محدود شده و ویکی سیم دستگاه پخش را از برق کشیده است.

مصاحبه‌گر می‌پرسد:

چرا این کار را کردید؟

برت:

ما فکر کردیم... (به طرف ویکی بر می گردد) چرا نمیگی؟ چون خودت تصمیم گرفتی.

ویکی:

خُب، من فکر کردم... نه تلویزیون به خودی خود، بلکه یکی از وسایلی که به تلویزیون وصله و اسمش نیتندو، سوپر نیتندو (۱) است، بیش از حد توجه برت رو جلب کرده و وقت زیادی رو صرف بازی سوپر نیتندو می کنه.... ما خیلی از برنامه های معمول تلویزیونی رو نمی بینیم پس تصمیم گرفتیم یک ماه اون رو خاموش کنیم و در عوض کارهای دیگه ای رو انجام بدیم.

به هر صورت آن ها دربارهٔ برخورد دینی خود با رسانه ها صحبت و اشاره می کنند که دوست دارند فیلم های خانوادگی را ببینند. آن ها مجموعه ای کوچک از نوارهای ویدیویی دارند که به طور منظم تماشا می کنند. معلوم می شود مشاهده برنامه های تلویزیونی برای آن ها تبدیل به رسمی خانوادگی شده و معمولاً به اتفاق هم (به جز یکشنبه شب ها) همیشه یکی از فیلم های والت دیزنی را می بینند. به گفته آن ها یکشنبه شب، زمان مناسبی برای تماشای برنامه های تلویزیونی به صورت خانوادگی است.

ویکی:

بله! ما در اتاق نشیمن شام می خوریم که کار نامعمولیه. وقتی تلویزیون تماشا می کنیم، شام هم می خوریم. بعدش روی کاناپه دراز می کشیم و به تماشا ادامه میدیم. معمولاً فیلم جالبی در اون ساعت پخش میشه.

چین:

این همون وقتی که تصور میشه برای تلویزیون تماشا کردن بچه ها وقت مناسبه. این روزا توی تلویزیون خشونت و چیزایی از این قبیل زیاد دیده میشه که ما از اون ها دوری می کنیم. در چنین مواردی ترجیح میدیم تلویزیون رو خاموش کنیم.

خانواده استیونس _ وَن گلدِر چندان به تلویزیون و دیگر رسانه ها بدبین نیستند؛ ولی به هر حال برای آن چه تماشا می کنند، معیارهایی دارند و می خواهند نشان دهند که خشونت در تلویزیون و فیلم های سینمایی بیش از صحنه های جنسی آن ها را آزار می دهد. این ممنوعیت باعث شده تا به برت اجازه ندهند که به تماشای برخی از فیلم ها انیمیشنی عامه پسند برود. خانواده های دیگری هم که می خواهند خود را از طرف دست راستی جریان فرهنگی متمایز کنند، با دقت دیدگاه خود را درباره خشونت رسانه ها مطرح می کنند. البته اعتراف می کنم که کمتر در معرض برنامه هایی با مضامین جنسی هستند؛ زیرا مشترک تلویزیون کابلی نیستند. وقتی درباره معیارهای شان می پرسیم، برت به برهنگی و جملات رکیک اشاره می کند ولی جین و ویکی بی درنگ بحث را به خشونت برمی گردانند. برت می گوید:

اگر فیلمی درجه بندی (X) داشته باشه و آدم ها در اون برهنه باشن... یا فیلم هایی که درجه بندی (R) دارند؛ چون حرف های زشتی در اون ها زده میشه.

جین:

۱- X-rated: درجه بندی فیلم هایی که صحنه های برهنگی و هرزه نگارانه نمایش می دهند. (م).

۲- R-rated: درجه بندی فیلم های ترسناک و خشن. (م).

بِرت هرگز چنین چیزی رو ندیده؛ ولی فیلم رنجر تگزاس (۱) با شرکت چاک نوریس رو دیده. من با تماشای این جور فیلم ها مخالفم. نمی دونم چرا با وجودی که این ها خشن هستن، هنوز پخش میشن.

مصاحبه گر:

پس علت اصلی پرهیز شما از تماشای این فیلم، خشونت است؟

جان و برت هر دو می گویند: بله!

جین:

من به هیچ وجه نمی پسندم که بچه هایی توی این سن و سال، صحنه های جنسی بینن؛ البته ما تلویزیون کابلی هم نداریم و یکی از دلایلی که ما مشترک تلویزیون کابلی نیستیم، پخش فیلم های زیادی با درجه بندی R از شبکه های کابلیه.

برت:

سه برنامه خوب از اون جا پخش میشه و بقیه درجه بندی R دارن.

ویکی:

به علاوه ما اون قدر تلویزیون نمی بینیم که بخواهیم برنامه های تلویزیون کابلی رو هم مشترک بشیم. منظورم اینه که ما اخبار و گاهی یک فیلم می بینیم که وقتش هم یکشنبه شبه. توی بقیه موارد ما زیاد تلویزیون تماشا نمی کنیم.

دغدغه آن ها درباره رسانه های خشن حتی به برنامه های خبری محلی نیز سرایت کرده است. برنامه هایی که آن ها به قول ویکی تقریباً هر شب

۱- Texas Ranger Walker, سریالی که از سال ۱۹۹۳ تا ۲۰۰۱ (در ۲۰۳ قسمت ۴۵ دقیقه ای) پخش شد. محوریت داستان بر دو شخصیت به نام های واکر (با بازی چاک نوریس) و تریوت از سواره نظام تگزاس قرار داشت که شغلشان مبارزه با جنایت در تگزاس و نواحی اطراف آن بود. (م).

برای با خبر شدن از آخرین اوضاع تماشا می کنند. (۱) ولی آن ها اخبار آخر شب را تا حدی به این دلیل می بینند که بعد از ساعت خواب بَرت آغاز می شود. جین می گوید:

یکی از علت هایی که نمی خوام بَرت اخبار اون ساعت ها رو ببینه اینه که، دوست ندارم احساس کنه جهان تا این اندازه که نشون داده میشه، خشنه. منظورم اینه که گاهی پای اخبار می شینیم و اخباری رو درباره قتل... این که سه بچه تیر خوردن و دو تا بچه در هنگام رانندگی مست بودن و دچار سانحه شدن، می شنویم.

ویکی:

تازه خبرهای مربوط به اون تجاوزگر هم هست... چه کسی می خواد بچه ها این چیزها رو ببینن.

جین:

بعضی وقت ها این طوره که... سه قتل، سه عمل خشن پشت سر هم نمایش داده میشه. درسته که این اتفاقها خارج از محل زندگی ما می افتن ولی ما سعی داریم به بچه ها بگیم بیشتر مردم خوب هستن، در حالی که برنامه های خبری نشون نمیدن که بیشتر مردم خوب هستن یا کارهای مثبتی انجام میدن. برنامه های خبری تحریف شدن.

پس استنباط اصلی آن ها از خشونت تلویزیونی، بر مبنای ترس از این موضوع که بَرت رفتار خشن را تقلید کند ایجاد نشده است _ نکته ای که از موضوع های اصلی بیشتر پژوهش های مربوطه است _ بلکه درباره آموزش ارزش ها در روابط انسانی معاصر است. آن ها نمی خواهند

۱- برای مطالعه بحثی کامل درباره چگونگی استفاده خانواده استیونز _ وَن گلدنر از اخبار محلی، نگاه کنید به: Hood (۲۰۰۱)

پرت دنیا را جایگاهی خشن بداند یا مکانی که خشونت، رفتاری هنجاربخش دانسته شده است. جین و ویکی دغدغه موضوعی را نیز در برنامه های تلویزیونی دارند، که البته دغدغه عمومی نیست؛ بلکه کلیشه نقش جنسیتی است که در بسیاری از برنامه ها دیده می شود. وقتی به این مضمون در فیلم های والت دیزنی می رسیم که تمام خانواده با هم تماشا می کنند، جین می گوید:

من به اندازه پرت و ویکی اون ها رو تماشا نمی کنم. مثلاً یکی از آخرین فیلم هایی که از شرکت دیزنی دیدم، دیو و دلبر (۱) بود. من از این فیلم متنفرم. این فکر که شخصیت اصلی زن فیلم، اسیر و بعد عاشق مردایی میشه که اون رو اسیر کردن و می تونن از اون سوءاستفاده کنن، برام ناراحت کننده است. ما خیلی درباره مضمون دیو و دلبر صحبت کردیم و این که... چقدر به نظرم مضحک میاد!

مشخص است که جین خود را در برابر استفاده پرت از رسانه ها جدی تر و هوشیارتر می داند. او فعالانه فیلم ها و نوارهای ویدیویی خریداری شده را می بیند و می گوید که بیش از ویکی به محتوای فیلم هایی که قرار است با پرت ببیند، توجه دارد. گرچه نمی خواهد بگوید که با ویکی بر سر مسائل بنیادین اختلاف دارند؛ زیرا او و پرت را مصرف کنندگان اصلی برنامه های رسانه ای در خانه می داند. وقتی جین با پرسش کلی ما روبه رو می شود، پاسخی می دهد که بازتاب نظریه های خانواده بازمتولد میلیکن و خانواده مؤمن معاصر الین است: این فکر که

پدر و مادر مؤظفند به بچه ها امکان انتخاب فردی در برابر رسانه ها را بدهند، نه آن که نقش سانسورچی یا کنترل چی محتوای آثار رسانه ای را بر عهده گیرند؛ البته تفاوت آن ها بیشتر به نوع محتوای برنامه ها بر می گردد.

جین:

من واقعاً... دوست داشتم فیلم های مفید و مثبت بیشتری ساخته می شد. به نظر میاد توی فیلم های کنونی خیلی روی خشونت تاکید میشه. منظورم اینه که فکر نمی کنم برای برت مناسب باشه که فیلم های جنسی بیینه ولی باز ترجیح میدم این ها رو بیینه تا صحنه های خشن... فکر می کنم... اون نمی خواد تلویزیون رو روشن کنه و بیینه که فیلم خشنی نشون داده میشه ولی به گمونم توی چند سال آتی این موضوع مهم تر بشه. هنگامی که دوستانش به دیدن فیلم های اکشن میرن، موضوع جدی تر میشه، شاید هم نشه ولی منظورم اینه که ارزش های اون در پرهیز از خشونت بسیار خصوصی و حفاظت شده است.

رسانه ای که آن ها بیش از هر چیز درباره برت به آن حساسند، بازی های ویدیویی است. برت به شدت به بازی نینتندو علاقه دارد. وی در حال حاضر فقط می تواند سه ساعت و نیم در هفته به کار غیر آموزشی با رایانه پردازد. این موضوع مسلماً باعث ایجاد تنشی در خانواده شده است، ولی جین قصد دارد سخت پای این موضوع بایستد. وقتی او و ویکی ترجیح می دهند رابطه برت با رسانه ها را بر اساس مهارت فزاینده در انتخاب برنامه بدانند، جین احساس می کند که رسانه بازی های ویدیویی، تأثیر مستقیمی بر برت می گذارد. جین بیش از ویکی دغدغه رابطه خانواده با فرهنگ گسترده تر را دارد. وی از این نظر

که خانواده اش خارج از جریان اصلی فرهنگ آمریکایی قرار دارند، با مسیحیان بازمتولدی که با آن ها مصاحبه کردیم، وجه اشتراک دارد. علت این امر، فقط هم جنس گرابودن والدین خانواده نیست. در این مرحله، افکار او شبیه خانواده هایی است که از نظر مذهبی سخت گیر هستند. به گمان او فرهنگ و انتخاب رسانه ها، یکی از شاخص های مهمی است که نشان می دهد فردیت و ارزش های فردی در محیط فرهنگی _ رسانه ایی که حالت تحمیل گرانه ای دارد، تضاد پیدا می کند. جین می گوید:

مسلماً نمی خواهم خیلی از چیزهایی که بیرون توی فرهنگ و رسانه ها وجود داره، به حریم خونه بیارم. به نظر میرسه که لازمه تغییر زیادی توی رسانه ها انجام بشه. من دوست دارم سازمانی برای انجام این تغییرات تأسیس بشه و خودم هم به عضویتش دربیام؛ چون گرچه احساس می کنم حداقل در محیط خانوادگی ام می تونم کارهایی انجام بدم، ولی فکر می کنم موضوع شدیدتر از اینه و می خوام فکری به حالش بکنم. فکر می کنم خیلی از مردم هم با من موافقن، ولی هیچ کدوم نمی دونیم چه کار باید بکنیم. طبیعتاً عده بسیار زیادی از مردم به سینما میرن، بازی های ویدیویی رو می خرن و کارهای از این قبیل انجام میدن. بنابراین گمان می کنم استقبال مردم از این ها بیش از چیزیه که من بتونم با اون کنار بیام، در واقع احساس می کنم جدا ایستادم و نمی خوام از چیزایی استقبال کنم که عموم مردم در این زمینه می پسندن.

مانند بیشتر والدینی که از جنبه اجتماعی محافظه کارند، جین فشار رسانه های فراگیر و همه جا حاضر را احساس می کند و می خواهد از تأثیرهای شان دور بماند. جین به روشی خاص درمی یابد که خانواده او از

نظر نگرش به رسانه ها یا رفتارهای رسانه ای با بسیاری از خانواده های دیگر تفاوتی ندارد. شاید این شباهت برای او آرامش بخش باشد. وقتی می پرسیم آیا فکر می کند چیز ناخوشایندی در رفتارهای رسانه ای خانواده اش وجود دارد، پاسخ می دهد که به استثنای فیلم هایی که شاید مضامین هم جنس گرایانه داشته باشند، خانواده مشکلی در تماشای بقیه برنامه ها ندارند.

جین:

برخی از افرادی که با اون ها کار می کنم... جهت گیری مذهبی شدید تری دارن و فکر می کنم برای برخی از اون ها مضمون هم جنس گرایی خوشایند نباشه. پس تماشای فیلمی با این مضمون حتی اگر هم صحنه های جنسی یا خشن نداشته باشه، برای اون ها دلچسب نیست ولی به طور کلی بقیه با بیشتر برنامه هایی که ما می بینیم، مشکل ندارن.

مصاحبه گر:

فکر می کنید اعتقادات معنوی شما بر انتخاب برنامه های رسانه ای و قواعد استفاده از رسانه ها تأثیر می گذارد یا نه؟

جین:

می خواهید بدونید عقاید من بر چیزایی که برای تماشا انتخاب می کنم، تأثیر داره یا نه؟ بله! منظورم اینه که ما از تماشای صحنه های خشن پرهیز می کنیم و نظام اعتقادی ما به طور کامل با خشونت منافات داره. به خاطر همین چنین چیزهایی رو برای تماشا انتخاب نمی کنیم. به علاوه، نمی خوام برنامه بیلی گراهام^(۱) یا چیزی شبیه اون رو هم بینم (می خندد).

۱- William Franklin "Billy" Graham, Jr تله ونجلیست مشهور آمریکایی که متولد سال ۱۹۱۸ است. او مشاور مذهبی چندین رئیس جمهور آمریکا بوده است. او جزو باپتیست های جنوبی است. وی به واسطه موعظه های رادیویی و تلویزیونی اش و نقش پررنگ در تصمیم گیری های سیاسی و مذهبی دولت های آمریکا شهرت دارد. وی در سال ۲۰۰۷ همسرش روت گراهام را از دست داد. وی از تنها همسرش ۵ فرزند دارد که برخی از آن ها چون فرانکلین در راه پدر قدم گذارده اند و درصدد گسترش مسیحیت در جهان هستند. (م).

ویکی درباره گرایش کلی به رسانه‌ها با جین موافق است (او بخش زیادی از برنامه‌های رسانه‌ای را بد، منفی، خشن و استثمارگرانه می‌داند) هم‌چنین، بر سر این موضوع با وی توافق دارد که اگر ارزش‌های خانوادگی خود را با معیار رسانه‌ها بسنجند، بیشتر آن‌ها خارج از چهارچوب کلی فرهنگ حاکم قرار می‌گیرند. ویکی نتیجه‌گیری می‌کند:

جامعه ما داره به ورطه سقوط میره.

وی هم‌چنین عقیده دارد این واقعیت که والدین خانواده هم‌جنس‌گرا هستند، تأثیر زیادی بر نگرش آن‌ها به فرهنگ رسانه‌ها نگذارده است. ویکی می‌گوید:

به نظرم، موضوع مهم‌تر از ارزش‌های ماست. اگه ما والدینی ناهم‌جنس‌گرا (۱) بودیم، باز هم این ارزش‌ها و خوشبختانه همین حساسیت‌ها رو داشتیم.... ما دوستانی داریم که ناهم‌جنس‌گرا هستن، ولی افکارشون بسیار شبیه ماست. ما همون بحث‌ها رو داریم و اون‌ها هم از موضوع‌های تبعیض اجتماعی و جنسیتی جامعه خبر دارن، همون برنامه‌هایی رو تماشا می‌کنن که ما می‌بینیم و با بقیه شون کاری ندارن.

چنان‌که مشخص است، ویکی اشاره می‌کند که گرچه وی و خواهر مسیحی بازم تولدش بر سر خیلی از مسائل تفاهم ندارند، هر دو می‌پذیرند که برنامه‌های خشن تلویزیونی برای کودکان نامناسب است. از نظر جین و ویکی اعتقادات و رویکردهای آنان در برابر رسانه‌ها، با گفتمان‌های عمومی‌تری درباره نقش و ارزش‌های والدین در جامعه

مرتبط می شود. وی می گوید:

فکر می کنم ما دوست داریم خودمون رو متعلق به بخش بزرگ تری از جامعه بدونیم و مایلیم ما زو به همین صورتی که هستیم، بپذیرن.

جین و ویکی هر دو در شناخت و پذیرش رسانه های خاصی که از جنبه مذهبی یا معنوی با اعتقاداتشان سازگار باشد، تلاش فراوانی به خرج داده اند. مانند بسیاری از افراد دیگری که با آنان مصاحبه کردیم، آن ها نیز به سختی می توانند چنین ارتباطی برقرار کنند. به نظر ویکی، اعتقادات آن ها بر نوع فیلم هایی که تماشا می کنند تأثیر می گذارد. وقتی می پرسیم آیا فیلم ها و آثار رسانه ای دیگر را به دلیل معنویتشان انتخاب می کنند یا خیر، وی می گوید:

من فیلم هایی رو دوست دارم که مضمون معنوی دارن. وقتی برای کرایه فیلم های ویدیویی میریم یا برای تماشای فیلم عازم سینما میشیم، دنبال فیلم هایی می گردیم که چنین مضمونی دارن. منظورم اینه که فیلم های مورد نظر ما به روابط انسانی می پردازن، حال فرقی نمی کنه رابطه بین خود انسان ها باشه یا با زمین یا معنویت و چیزای دیگه. ما بیشتر به این نوع مضامین علاقه مندیم. بله! ما چنین فیلم هایی رو دوست داریم.

خانواده استیونز_ وَن گلدنر افکار آشکاری درباره رسانه ها دارن. آن ها از رسانه های خشن می پرهیزن، از نظر ایشان انتخاب محتوای رسانه ای باید در چهارچوب جنگ های فرهنگی ای انتخاب شود که مبنای مذهبی دارد؛ البته کل خانواده از تماشای آثار رسانه ای لذت می برن، حتی برای تماشای هفتگی آن، نوعی مراسم دارن. آن ها در مقام والدینِ کودکی خردسال، نگرش های خود را در برابر رسانه ها کاملاً متعارف می دانند. در عین حال، با خانواده های دیگر رده بندی های روف هم عقیده اند که در

خارج از محیط خانه جریانی فرهنگی متکی بر رسانه‌ها وجود دارد که بعضاً با ارزش‌های آن‌ها سازگار نیست. جین و ویکی می‌خواهند پسرشان مهارت‌های خاص خود را در استفاده از رسانه‌ها توسعه دهد و او را در این روند هدایت می‌کنند. البته عرصه‌ای وجود دارد که برای آن‌ها دغدغه ایجاد می‌کند: میزان زمانی که صرف استفاده از رسانه‌ها می‌شود و جای فعالیت‌های مثبت یا آموزشی را می‌گیرد. آن‌ها از والدینی که دغدغه چنین موضوعی را ندارند، انتقاد می‌کنند. جین می‌گوید:

فکر می‌کنم رسانه تاثیر مهمی توی زندگی خیلی از مردم داره. به گمونم مردم وقت زیادی رو برای تماشای تلویزیون صرف می‌کنن.

مصاحبه گر:

آیا چنین افرادی را می‌شناسید؟

جین:

بیشتر افرادی که می‌شناسم، سعی دارن محدودیت‌هایی برای تماشای تلویزیون توی خونه هاشون اعمال کنن... زمانی بود که برت خیلی از تماشای ویشن خوشش می‌اومد. این برنامه سه بار در روز پخش می‌شد و چیزی حدود یک ساعت و نیم وقت می‌گرفت. از طرفی قبلاً بیشتر اون‌ها رو دیده بود. قسمت‌های مختلف این برنامه مدام تکرار می‌شد. فکر می‌کنم برای مردم خیلی رغبت برانگیزه که جلوی تلویزیون بنشینن، خودشون رو سرگرم کنن و خلاق نباشن.

مصاحبه گر:

آیا خود مجموعه ویشن خوب و مناسب است، یا مشکل شما فقط مدت زمانی بود که برت صرف تماشای آن می‌کرد؟

چین:

بله! فکر می‌کنم برنامه خوبیه ولی خیلی وقت‌ها برت تلویزیون رو روشن و وقت زیادی صرف تماشای اون می‌کرد.

این موضوع نشان‌دهنده برداشت این خانواده از کاربرد رسانه‌ها، چه دربارهٔ مجموعه‌های آموزشی مانند ویشبن یا بازی ویدیویی، در حکم عاملی است که بالقوه می‌تواند ذهن کودک را از آموزش، روشن‌گری و خلاقیت دور کند.

گرچه آن‌ها تأکید زیادی بر این موضوع نمی‌کنند که رسانه‌های صفحه‌ای کم‌ارزش‌تر و انحرافی‌تر از دیگر رسانه‌ها به ویژه کتاب هستند ولی از فحواي کلامشان می‌توان چنین چیزی را استنباط کرد. والدین هر دو از کتاب و خواندن استقبال می‌کنند و معتقدند که در زندگی‌شان کتاب از جنبه معنوی، بسیار مهم‌تر از فیلم (سینما) یا تلویزیون است. بدین ترتیب، آن‌ها به افراد هم‌طبقه اجتماعی و تحصیلی خود نزدیک‌کنند، چنان‌که پذیرش نگرش‌های مرتبط با سلسله مراتب فرهنگی دربارهٔ رسانه‌ها رایج‌تر می‌شود.

خانواده تیبر - کالینز

خانواده تیبر - کالینز

سارا تیبر ۴۱ ساله همراه با سه دخترش سامانتا کالینز هفده ساله، کریستین کالینز چهارده ساله و کلوتیه کالینز سیزده ساله (۱) در شهری متوسط در غرب ایالات متحده زندگی می‌کنند. درآمد سالانه او کمتر از ۲۵ هزار دلار است؛ ولی آن‌ها در خانه‌ای مناسب، زندگی آسوده‌ای را

۱- مصاحبه با خانواده تیبر - کالینز را آنا ماریا روسو انجام داده است.

می گذارند. خانواده تیر-کالینز، بودایی هستند و خانه شان یک محراب و نمادهای دیگر اعتقاداتشان را دارد.

وقتی از سارا می پرسیم آیا از مذهب دیگری برگشته و بودایی شده، سارا پاسخ می دهد که، در خانه ای با گرایش مذهبی ضعیف بزرگ شده است، اگر اصلاً بشود گفت چنین گرایشی وجود داشته است. او می گوید:

من کاملاً با تربیت الحادی بزرگ شدم.

وی ادامه می دهد:

پدرم کافر بود. خودم هم ندانم گو (لاادری) بودم.

سارا اظهار می دارد که از نظر وی بودیسم در حقیقت مذهب نیست:

منظورم اینه که اون رو بیشتر به منزله نوعی تمرین معنوی روزمره می بینم تا مذهب. البته به گمانم واقعاً مذهب، سازمان و تشکیلاتی داره... این سازمان در سراسر جهان گسترش یافته و یکی از سازمان های قوی صلح طلبه که از خشونت انتقاد می کنه، اون ها آدم های مثبت و همراهی هستن و در حقیقت، معنای انسانیت هم همینه.

مصاحبه گر:

ولی اگر کسی از شما پرسد....

سارا:

که آیا من خیلی مذهبی ام؟

مصاحبه گر:

چه نوع مذهبی دارید؟ شما خواهید گفت....

سارا:

احتمالاً میگم که بودایی ام!

سارا می گوید که دخترها برخلاف او مدام به این جا و آن جا سرک می کشند. مادر بزرگ پدری آن ها، زن مسیحی بسیار قدرتمندی است، پس آن ها تحت تأثیر مسیحیت هم قرار دارند.

به هر حال، اعضای خانواده هفته ای یک بار به مرکزی بودایی در محل زندگی شان برای مدیتیشن (مراقبه) می روند و این منظم ترین فعالیت مذهبی یا معنوی آن ها در اجتماع است. از یک سو آن ها در عملکردهای خود به منزله بودایی های آمریکایی بسیار متعارف و قراردادی هستند؛ از سوی دیگر به طور کلی در رده معتقدان و جویندگان مابعدالطبیعه قرار می گیرند. (۱) با توجه به خوانش ما از آثار روف، انتظار داریم خانواده های این رده از نظر سلیقه و رفتار رسانه ای نامتعارف باشند. اگر قلمروی رسانه ها منابع لازم برای جویندگی را فراهم نمی آورد، انتظار می رود این خانواده ها علاقه خود را به جویندگی از طریق تعامل و با استفاده از رسانه ها بیان کنند. وقتی از آن ها می پرسیم که آیا برنامه هایی را به طور منظم می بینند، این چنین پاسخ می دهند:

کلوئه:

ما پنجشنبه ها مجموعه دوستان (۲) رو می بینیم.

۱- این موضوع شکافی را در رده بندی روف و استنباط ما از ماهیت گرایش مذهبی جویندگان آشکار می سازد. به طور معمول، مسیحیان سابق متولد ایالات متحده که بودایی می شوند، یا به مذهبی غیر غربی می گرایند، به خوبی عملکرد جویندگی را نشان می دهند. ما همیشه چنین عنوانی را درباره پروتستان هایی که کاتولیک می شوند و مسیحیانی که یهودی می شوند یا غیره به کار نمی بریم.

۲- ۳. Friends یکی از مشهورترین سریال های جهان که قریب به بیش از ده سال ساختن و نمایش آن به طول انجامید. جنیفر آنیستن (همسر پیشین برد پیت و بازیگر مشهور سینمای آمریکا) عملاً با این فیلم معرفی شد. این فیلم داستان زندگی چند دوست است که در بطن این سریال کمدی نقبی به وضعیت اجتماعی و فرهنگی جامعه آمریکا زده می شود. سریال موفق پاورچین و نقطه چین به کارگردانی مهران مدیری را می توان نمونه ایرانی آن دانست. (م).

ص: ۴۴۸

سامانتا:

و خانواده سیمپسن.

کلوئه:

و خانواده سیمپسن... ویل و گریس. (۱)

سامانتا:

بله، ویل و گریس. ما گاهی برنامه های MTV و برنامه های شبکه های (۲) BET و Comedy Central رو هم تماشا می کنیم.

کریستین:

بعضی وقت ها برنامه هایی پخش میشن که همه می خواهیم ببینیم، تعدادی نماهنگ یا چیزهایی که خودم به تنهایی تماشا می کنم.

مصاحبه گر:

آیا برنامه ای هست که بخواهید روی نوار ضبط کنید؛ چون فرصت دیدنش را ندارید و نمی خواهید آن را از دست بدهید؟

کلوئه:

دوستان.

مصاحبه گر:

شما ضبطش می کنید؟

کلوئه:

بله! وقتی نمی تونیم اون رو در شب ببینیم، ضبطش می کنیم.

۱- Will and Grace سریالی که از سال ۱۹۹۸ تا ۲۰۰۶ در ژانر کمدی پخش شده است. ویل، وکیلی شوخ و شنگ است در حالی که گریس یک طراح دکوراسیون داخلی رُک است. آن ها دو دوست خوب هستند که در یک آپارتمان در شهر

نیویورک زندگی می کنند. وقایع سریال حول این دو نفر و دوستان شان می گذرد. (م).

Black Entertainment Television -۲

آن‌ها همراه با تجربه‌های آیینی در تماشای تلویزیون، مجموعه‌ای از نوارهای ویدیویی دارند و می‌گویند فیلم محبوب همیشگی‌شان گوجه‌فرنگی‌های سبز سرخ کرده (۱) است. سارا هم‌چون بسیاری از مؤمنان معاصر و برخلاف بسیاری از مسیحیان بازمتولد، عقیده دارد که مهم‌ترین دغدغه درباره تلویزیون یا دیگر رسانه‌ها خشونت است. سارا هم‌چون والدین دیگر می‌گوید که افکار او درباره رسانه‌های مناسب به صورت مجموعه‌ای از قواعد یا اعمالی رمزگذاری شده که دخترانش آن‌ها را درک و دنبال می‌کنند. وی به ویژه یادآور می‌شود که تماشای مجموعه بافی خون آشام کش (۲) را کنترل و محدود کند. علت امر بیش از آن که به مضامین جنسی سریال مربوط باشد ناشی از صحنه‌های خونریزی و کشت و کشتار آن است.

وقتی درباره نمونه‌های دیگر می‌پرسیم، سارا پاسخ می‌دهد:

پرونده‌های مجهول، از اون‌ها هم خوشم نیامد. وحشتناک بود.

کلوئه:

و فرشته.

مصاحبه‌گر:

این برنامه‌ها علمی-تخیلی هستند.

سارا:

۱- Fried Green Tomatoes فیلمی به کارگردانی جان ایونت و با بازی کتی بیتس که در سال ۱۹۹۱ پخش شد. فیلم با محوریت دو زن روایت می‌شود: زنی خانه‌دار که از زندگی خود خوشحال نیست و در آسایشگاه سالمندان همدم زنی پیر شده است که داستان‌هایی زیبا تعریف می‌کند. (م.)

۲- Buffy the Vampire Slayer سریالی که از سال ۱۹۹۷ تا ۲۰۰۳ در ژانر اکشن/درام/فانتزی و در ۱۴۴ قسمت ۴۴ دقیقه‌ای ساخته و پخش شد. این سریال الهام گرفته از فیلمی با همین نام بود که موضوع آن برمی‌گشت به وظیفه یک دختر برای مقابله با خون آشام‌ها و نجات بشریت. (م.)

نه! فقط میشه گفت که، خشونت با صحنه های جنسی زیادی در اون ها ترکیب شده.

مصاحبه گر:

آیا صحبت درباره شیطان، فرشتگان، خون آشام ها و امور مابعدالطبیعه شما را آزرده است؟

سارا:

نه! صحنه های خونریزی در اون زیاده. این سریال هیچ چیز برای من نداره. در حقیقت با کارهایی که شخصیت های اون انجام میدن، موافق نیستم.

البته سارا در عین حال نمی خواهد او را به گونه ای تصور کنند که انگار به شدت می خواهد جلوی تماشای آثار رسانه ای را بگیرد. موضوع فوق با این مفهوم مقارن می شود که خانواده تیپر _ کالینز با خشنودی به تماشای تلویزیون و آثار رسانه ای می نشینند. سارا می گوید:

منظورم اینه که در بعضی موارد محدودیت قائل میشن ولی این ها زیاد نیستن. من احتمالاً... بیشتر فیلم های تولید شده با درجه بندی R از نظر من ارزش تماشا ندارن ولی درباره این دو تا (به کریستین و کلوئه اشاره می کند) نظارت بیشتری لازمه. با این حال، به نظرم سامانتا اون قدر بزرگ شده که بتونه خودش تصمیمات مناسب بگیره.

مصاحبه گر:

بسیار خب. آیا برنامه تلویزیونی ای هست که همه شما از آن متنفر باشید؟

سامانتا:

نه!

خانواده تیپر _ کالینز برنامه های تلویزیون را زیاد می بینند. دخترها

فهرستی از برنامه ها و شبکه هایی فراهم آورده اند که معمولاً تماشا می کنند؛ البته از نظر آن ها و سارا، نکته مهم این است که در مقام مقایسه بگویند که خانواده از رسانه ها اشباع نیست.

مصاحبه گر:

پس، از دیدگاه یک فرد خارج از محیط خانواده، شما چندان علاقه مند به رسانه ها نیستید؟

سارا:

بله!

مصاحبه گر:

(خطاب به دختران) شما هم در مقایسه با دوستان تان به همین موضوع فکر می کنید؟

سامانتا:

بله! خیلی. چون خیلی از دوستان من وقتی به خونه میرن، ساعت ها پای تلویزیون میشینن. منظورم اینه که ما در مدرسه آماری گرفتیم تا ببینیم که چقدر تلویزیون تماشا می کنیم. بعضی از بچه ها هر روز تا چهار ساعت تلویزیون می بینن؛ ولی من خودم هر دو هفته چهار ساعت تلویزیون تماشا می کنم. انگار که اصلاً تلویزیون نمی بینم. وقتی تلویزیون تماشا می کنم، خسته میشم.

مصاحبه گر: (خطاب به کریستین)

شما چه می گوید؟ دوستان شما نیز همین قدر پای تلویزیون می نشینند؟ دوستان تان بیش از شما از رایانه استفاده می کنند؟

کلوئه:

بله! همین طوره.

اعضای خانواده دوست دارند طوری از رسانه ها سخن بگویند که گویی هر وقت بخواهند سراغشان می روند و هر وقت نخواهند کنارشان می گذارند. آن ها به طور منظم برنامه های رسانه ای را تماشا می کنند؛ ولی برای شان مهم است که خود را متمایز از دیگران، خانواده هایی که از رسانه ها اشباع شده اند، به شمار آورند. سارا دغدغه ای را که پیش تر در جاهای دیگر شنیدیم درباره محتوای رسانه ها بیان نمی کند (به جز درباره محتوای خشن) آن ها نیز مانند خانواده استیونز_ وَن گلدن بیشتر دغدغه زمانی را دارند که صرف تماشای تلویزیون می شود و نه تأثیرهای محتوایی و ارزش هایی که ارائه می دهد. این دیدگاه بیش از آن که اخلاقی باشد، متفکرانه است. باید گفت کشف این موضوع نزد خانواده های غیرسنتی و جوینده، چندان هم غافلگیر کننده نیست.

چند خانواده دیگر

چند خانواده دیگر

برخی از این مضامین، در مصاحبه با دیگر خانواده های رده معتقدان و جویندگان مابعدالطبیعه بازتاب می یابد. مارک پرایس و گابریل بنو، زوجی هم جنس گرا هستند که با دختر یازده ساله شان، لیزت در حومه یکی از شهرهای آمریکا زندگی می کنند. (۱) هر سه نفر آن ها دیدگاه هایی

۱- مصاحبه با خانواده پرایس _ بنو را لی هود انجام داده است. وی با آن ها درباره رسانه ها و وظایف پدرانه صحبت کرده است. هم چنین بنگرید به: اشباح، ارواح، شوارتزنگر: تماس کودکان با خدا در فرهنگ رسانه ای شده. لی هود. شهریار وقفی پور. ماه نامه رواق هنر و اندیشه. شماره ۳۵. مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما. قم. خرداد ۱۳۸۷ (م). هم چنین بنگرید به: "Fitting in the with the Media: The Price-Benoites and the Franzes".chapter ۸ of (Hoover et al (۲۰۰۴

درباره مذهب و معنویت مطرح می‌سازند که به رده جویندگی مابعدالطبیعه روف مربوط است. مارک عقیده دارد مذهب، بیشتر به انتخاب فرقه ای مذهبی مربوط می‌شود. لیزت موافق است:

دور و بر خودتون انواع و اقسام عقاید رو پیدا می‌کنید. از نظر من مذهب اینه. معنویت رابطه شما با خداونده و از نظر من به معنای رابطه با دنیاست.

وی ادامه می‌دهد:

معنویت ایمان به خودتونه و این ایمان لزوماً نباید به مذهب باشه.

کاربردها و رفتارهای رسانه ای بخش مهمی از هویت را برای خانواده پرایس – بنو تشکیل می‌دهد. رسانه ها نقش مهمی در زندگی خانوادگی آن ها و در خودبیانگری های آنان در قالب خانواده دارند. در عین حال، برای آن ها مهم است که خود را در قیاس با دیگر خانواده ها، خانواده ای توصیف کنند که کمتر برای فرزندان محدودیت به وجود می‌آورند. همکار من لی هود، در تحلیل رفتارهای رسانه ای این خانواده می‌گوید:

گرچه آن ها می‌گویند که گاه و بی‌گاه تلویزیون و دیگر رسانه ها را تماشا می‌کنند، به نظر می‌آید رسانه ها به ایشان این امکان مهم را می‌دهند تا بتوانند خود را در چهارچوب فرهنگ خانواده آمریکایی ببینند. (۱)

البته آن ها در این روند فرهنگ آمریکایی، دوست دارند خود را در موضع دست چپی و متمایز از خانواده های اخلاق زده یا محدودکننده به شمار آورند. مارک به هود گفته است:

ما قواعد بسیار کمی داریم. لیزت قواعدی برای خودش گذاشته که از

اون چه ما گفتیم، بیشتره.

لیزت ادامه می دهد:

من فیلم هایی می بینم که صحنه های خونین نشون میده یا برنامه های خبری که صحنه های جنگ و کشتار داره ولی اگر از حد بگذره، من دیگه تماشا نمی کنم. والدین من واقعاً کاری ندارن که چه چیز تماشا می کنم تا وقتی که پرسشی برا من پیش بیاد و بخوام با اون ها صحبت کنم. می تونم هر وقت دلم بخواد، بلند شوم و برم. احساس نمی کنم مجبورم اون جا بمونم. در این کار یک جور نظم دارم. پس اون ها هم به من اعتماد می کنن.

با توجه به این که محتوای برنامه های رسانه ای، عنصر مهمی در خودبیانگری افراد خانواده است، این فکر که می توان به لیزت اعتماد کرد تا خودش برنامه ها را برای تماشا انتخاب کند، اهمیت خاصی می یابد. گابریل می گوید:

البته موضوع اصلی اینه که لیزت می دونه چه برنامه هایی پخش میشه. اون می دونه که ما چه چیزهایی رو نمی خواهیم ببینیم و این که همیشه همیشه خود رو از برنامه های مضر در امون نگه داشت.

مهم تر از مسئله انتخاب های خاصی که لیزت انجام می دهد، مفهوم تمایز اجتماعی است که آن ها می خواهند به وسیله استفاده از رسانه ها آن را تأیید کنند. به نظر می آید تمایز مورد نظر آن ها بیش از آن که مربوط به هم جنس بودن والدین باشد، به طبقه اجتماعی شان برمی گردد. گابریل می گوید:

شاید بقیه مردم کارهایی انجام بدن که ما انجام نمیدیم. شاید بعضی کارها برای بعضی افراد مناسب باشه ولی برای ما معنایی نداره.

استنباط آن ها از خود که رنگ مذهبی دارد، باعث می شود درباره

چگونگی و زمان ورود مذهب به رسانه ها و استفاده از رسانه ها درک خاصی داشته باشند. وقتی می پرسیم آیا هنگام تماشای تلویزیون درباره مذهب یا معنویت سخن می گویند، گابریل می گوید که تنها آن برنامه هایی که آگاهانه مذهبی ساخته شده اند، چنین افکاری را بر می انگیزند:

چنین برنامه هایی باید چیزی درباره مذهب یا خداوند داشته باشن. آگه فیلمی درباره کشیشی دیوونه ساخته بشه، من رو به نشستن و فکر کردن درباره خدا وا می داره. آگه برنامه های خبری فرقه ای مذهبی رو نشان بده، افکار مذهبی من رو تحریک می کنه.

در این جا به نظر می آید افکار مارک و گابریل با موضوعات مهمی درباره هویت، ارتباط می یابد. آن ها احساس می کنند برای خودشان و لیزت مهم است که بتوانند بدون دخالت تاریخ، اصول نظری یا مراجع کلیسایی دست به انتخاب بزنند. گابریل می گوید رسانه ها نباید فراتر از حد داوری فردی بروند و حالت سلطه جویانه پیدا کنند. وی ادامه می دهد:

صرف این که چیزی رو می خوانید یا می شنوید، دلیل نمیشه اون رو ببلعید و نظرتون رو با اون شکل بدید. این فقط یک ابزاره و حکم الهی نیست که بر سنگ نوشته شده باشه یا چیزی شبیه اون.

استنباط آن ها درباره مذهب نیز به همین شیوه و چنان است که باید بر اساس نظرهای خودشان به آن برسند؛ چون گمان می کنند لازم است با نوعی بدینی رسانه ها را نگرست. آنان به دشواری می توانند بینند رسانه ها منابع اصیل یا معنی داری در زمینه مذهب یا معنویت فراهم

می آورند. چنین جست و جویی نیاز به استقلال فردی بسیاری دارد. جایی که مذهب یا معنویت به عرصه رسانه ها می آید، برنامه یا منبعی آگاهانه مذهبی نام گذاری می شود یا جایی که برنامه های خبری مضامین یا موضوعاتی را پوشش می دهند که می توان به طور دقیق عنوان مذهبی را درباره شان به کار برد. این واقعیت که مارک و گابریل زوجی هم جنس گرا هستند، باعث می شود توجه خاصی به قلمروی مذهب و رسانه ها داشته باشند؛ برای نمونه، مارک تعامل خود را با لیزت درباره مجله ای مسیحی و محافظه کار شرح می دهد، که یکی از خاله های لیزت به صورت آبنونه آن را برای خواهرزاده اش تهیه کرده است. مارک می گوید:

لیزت این مجله رو به وسیله پست دریافت می کنه، اون رو می خونده و من می پرسم: نظرت راجع به این مطالب چیه؟ اون جواب میده: آه، واقعاً احمقانه است. من رو با این چیزا اذیت نکن. بعد من اون رو می خونم و می بینم که چه چیزایی آورده. این مجله به شدت ضدهم جنس گرا و محافظه کاره. وقتی درباره اون با لیزت صحبت می کنم، میگه: خب، نگرانش نباش. و بعد سعی می کنم نگران نباشم.

بنابراین مضمون غالب برای آن ها، رابطه والدین فرزند و این آرمان است که لیزت خود مسئولیت انتخاب های اش را بر عهده می گیرد. نکته مهم، ویژگی های آثاری نیست که لیزت تماشا می کند یا از آن ها می پرهیزد، بلکه این واقعیت است که می تواند به شخصه آن ها را برای خودش انتخاب کند. مذهب و رسانه ها به طریقی نزد آن ها تعامل دارند که رسانه های برخوردار از مضامین یا افکار مذهبی، به بُعدی مهم و

دایمی از بازار رسانه‌ها تبدیل شده‌اند؛ البته نشانه‌ای وجود ندارد که استنباط کنیم آن‌ها به وسیله رسانه‌ها به جویندگی می‌پردازند. در عوض، برای ایشان در مقام جوینده مهم است تا همان قدر با رسانه‌ها فاصله داشته باشند که از مذهب دوری می‌جویند.

بوچ و پریسیلا کاستلو زوجی سی و چند ساله و والدین کوری هشت ساله و لی پنج ساله هستند. (۱) بوچ و پریسیلا هر دو با تربیت کاتولیک بزرگ شده‌اند ولی پس از چند سال زندگی در ژاپن، اکنون خود را بیشتر با بودیسم هم‌فکر و هم‌دل می‌دانند. مانند دیگر خانواده‌های جوینده مابعدالطبیعه که در مصاحبه‌های مان دیدیم، آن‌ها هم بر زمان صرف شده برای رسانه‌ها بیش از محتوای آن‌ها تأکید دارند.

هم‌چنین، مانند دیگران با این فکر مخالفند که قواعد والدین برای استفاده فرزندان از رسانه‌ها باید محدودکننده یا اخلاق زده باشد و گمان می‌کنم این موضوع باعث تمایز آن‌ها از دیگر خانواده‌هایی می‌شود که اخلاق زده یا کمتر محدودکننده هستند.

وقتی درباره استفاده از رسانه‌ها می‌پرسیم، پریسیلا می‌گوید:

... قانون کلی ما اینه که سعی داریم علاوه بر تماشای تلویزیون، چیزای دیگه‌ای هم پیدا کنیم؛ مثلاً به جای تماشای برنامه‌های کودک، بازی کنیم یا به جای تماشای فیلم ویدیویی بریم قدم بزنیم. ما توجه خودمون رو به جایی دیگه‌ای معطوف می‌کنیم؛ چون در فرهنگ ما باب شده که همیشه یا باید جلوی تلویزیون بشینی یا پشت میز کامپیوتر. وقتی هم که با خانواده‌های دیگه توی خونه هاشون هستیم، این وضعیت خیلی دشوار میشه؛ چون اونا همیشه می‌خوان

۱- مونیکا امریش مصاحبه با خانواده کاستلو را انجام داده است.

تلویزیون یا فیلم های ویدیویی ببینن.

مصاحبه گر:

و شما آگاهانه تصمیم گرفته اید که استفاده از تلویزیون و تعامل با رسانه ها را محدود کنید؟

پرسیلا:

بله!... من نمی دونم بچه ها چه احساسی دارن، ولی دوست داریم همه چیز طبیعی باشه، درست مثل خانواده و خونه خودمون. موضوع این نیست که سعی نکنیم تلویزیون ببینیم، بلکه ما... واقعاً نمی خواهیم اون رو ببینیم. تلویزیون جزیی از زندگی روزمره ما نیست.

در بین مؤمنان معاصر و جویندگان مابعدالطبیعه، دیگران هم مایلند خود را از رفتارهای نمونه وار والدین و ایرادهای آن ها به نمایش جنسیت و خشونت دور نگه دارند. برای برخی دیگر از این والدین آزاداندیش تر یا مترقی تر، دغدغه مهم نه مسئله جنسیت، بلکه بیشتر خشونت است. از نظر خانواده کاستلو جنسیت و خشونت چندان مسئله ساز نیستند، بلکه زمان صرف شده برای رسانه ها و مادی گرایی اهمیت بیشتری دارد.

بوچ:

فکر می کنم این امتیازیه که می تونیم به بچه هامون بدیم. واقعاً فکر می کنم برای اون ها امتیازه، این که کامپیوترها، تلویزیون و بقیه رسانه ها، اون ها رو تحت کنترل خودشون در نیارن.

پرسیلا:

تازه مصرف گرایی هم می تونه آدم رو به چهارمیخ بکشه. این هم یکی دیگه از نکته هاست. بچه های ما هیچ وقت نمیگن من این مدل لباس یا اون اسباب بازی رو می خوام.

دیدیم که به نظر بسیاری از مصاحبه شوندگان ما، دشوار می توان ارتباط مستقیمی میان مذهب یا معنویت و رسانه های مورد استفاده آن ها یافت. موضوع مورد بحث درباره بیشتر آن ها، زمانی اهمیت بیشتری می یابد که رسانه آگاهانه و عامدانه مذهبی یا معنوی باشد. به هر حال، خیلی از آن ها فکر می کنند از این جنبه بین رسانه ها تفاوت وجود دارد. موسیقی و فیلم بیشتر می توانند واکنش های اصیل مذهبی یا معنوی را برانگیزند و تلویزیون کمتر می تواند چنین کاری را انجام دهد. این عقیده به ویژه نزد مؤمنان معاصر و جویندگان مابعدالطبیعه قوت بیشتری دارد.

کیم آندرسن نمونه خوبی از این تفکر را نشان می دهد. (۱) او مادری چهل و یک ساله است. گرایش معنوی او ترکیبی از اصول مسیحی، هندو و بودیسم است که در آن اولی هم تحت تأثیر دو گرایش بعدی قرار دارد.

کیم:

من خودم رو مسیحی می دونم، ولی نمی خوام صددرصد روی چیزایی تأکید کنم که مسیحیا و بقیه مسلک های معنوی فکر می کنن باید باشم؛ چون زمینه های فراوونی توی بودیسم وجود داره که می تونم با اون ها ارتباط برقرار کنم. این موضوع درباره مسلک هندو هم صدق می کنه.

گرایش معنوی او به خصوص متوجه مسئله تناسخ (۲) است. وقتی از او می خواهیم درباره نقش رسانه ها در زندگی معنوی خود نظر بدهد، کیم

۱- مصاحبه با کیم آندرسن را دنیز واکر انجام داده است.

۲- reincarnation

بی درنگ به توصیف انواعی از موسیقی می پردازد که چنین کارکردی دارند.

من توی عالم موسیقی، حتی از وقتی که بچه بودم، شروع به گشتن دنبال ترکیبی از افکار مسیحی با موسیقی کردم؛ ولی دنبال چیزای دیگه هم بودم. از طرفی توی موسیقی مورد علاقه ام همیشه به بررسی ارتباط میون پدیده های عالم، برای نمونه ارتباط بین زمین و موجودایی که توی اون هستن، پرداختم. درست مثل افکاری که سرخ پوستای آمریکا درباره هستی و تعامل بین موجودات داشتن. به همین خاطر توی موسیقی هم دنبال چنین ارتباطی گشتم. من به شنیدن آثاری مثل موسیقی گاسپل (۱) مسیحی علاقه ای ندارم... وقتی به معنویت توی موسیقی فکر می کنم، متوجه میشم که این نوع موسیقی با اونی که توی نظرمه، جور در نیواد. من دوست دارم موسیقی، کل نگر باشه... نمی خوام بگم که همه چیز مثلاً درختا روح دارن ولی از فکر ارتباط با موجودات و تعامل با آدمای دیگه لذت می برم و برام مهمه.

این خانواده ها را می توان دقیقاً بنا بر تعریف روف، از معتقدان و جویندگان مابعدالطبیعه توصیف کرد. آن ها به طور مشخص از نظر گرایش مذهبی و معنوی با دیگر رده ها تفاوت دارند؛ هم چنین افکارشان درباره نقش آرمانی رسانه ها در زندگی نیز با خانواده های دیگر در دیگر رده ها متفاوت است.

در هر حال، به نظر نمی رسد از جنبه آشنایی با رسانه های معاصر از جمله تلویزیون فرق زیادی با دیگران داشته باشند. بیشتر آنان عامه پسندترین برنامه ها و ژانرهای معاصر را تماشا کرده اند و افکار

۱ - Gospel نوعی از موسیقی مسیحی که برای بیان ایمان فردی یا جمعی به کار می رود و در آن استفاده فراوانی از هارمونی انجام می شود. (م.)

روشنی درباره محتوای آن‌ها دارند؛ البته موضوع‌هایی فراسوی این محتوا نیز وجود دارند که بیشتر آن‌ها دغدغه‌ای نه فقط درباره محتوای برنامه‌های تلویزیونی، بلکه درباره تمایل آنان برای در اختیار گرفتن و مصرف کردن وقت و توجه بچه‌ها و خانواده‌ها بروز می‌دهند.

جزم اندیشان

اشاره

جزم اندیشان

من بر اساس خوانش توضیحات روف از این رده، در فصل سه نظر دادم که انتظار داریم آن‌ها از نظر درک رسانه‌ها بیش از دیگر رده‌ها دوگانه‌باور (ثنویت‌گرا) باشند. در حالی که بخشی از مصاحبه‌شوندگان به هیچ وجه مایل نیستند جزو کسانی شمرده شوند که محدودیت‌داورانه یا اخلاقی را روشی مناسب برای پرداختن به رسانه‌ها در خانه می‌دانند، می‌شود از این خانواده‌ها انتظار داشت که چنین رویکردی را دقیقاً مناسب بدانند. آن‌ها به عنوان افرادی که به سیطره سنت بر اعتقاد و عمل عقیده دارند، می‌توانند برای هدایت یا چگونگی پرداختن به رسانه‌ها به جست‌وجوی چنین منابعی برآیند. برخلاف برخی دیگر، انتظار داریم آن‌ها بتوانند ارتباط‌های آشکاری میان عقاید خود و رسانه‌ها ترسیم کنند هرچند این ارتباط بیشتر منفی خواهد بود.

خانواده مولر

خانواده مولر

کتی و دیوید مولر که بیست و هشت_نه ساله هستند، با سه فرزندشان کُدی شش ساله، ریس سه ساله و برایان ده ماهه در خانه‌ای

کوچک در غرب آمریکا زندگی می کنند. (۱) آن ها مورمون های (۲) معتقدی هستند که در منطقه خود افراد فعالی به شمار می روند (۳) و خانه زیبا و متحرکشان با عکس های خانوادگی و تصویری از کلیسای شان در سالت لیک سیتی تزیین شده است. آنان از نظر درآمد، متوسط هستند.

رسانه ها در خانه مولر هم اهمیت خاصی دارند و مجموعه بزرگی از نوارهای ویدیویی روی یک قفسه کتاب در اتاق نشیمن دیده می شود. خانه یک مرکز سرگرمی دارد که در آن دستگاه های تلویزیون و پخش ویدیویی به چشم می خورد. افکار آن ها درباره مرجعیت کلیسا ضمن بحث از کاربرد اینترنت مطرح می شود. کتی و دیوید هر دو از رایانه برای دسترسی به سایت های اینترنتی مرتبط با مورمون ها استفاده می کنند. هر دوی آن ها باید با تبارشناسی (۴) و چیزهایی مانند الهام یا دعای روزانه سر و کار داشته باشند. توضیحات مورها _ به گونه ای متفاوت با بسیاری از توضیحات دیگری که مربوط به جست و جوی مذهب _ معنویت در اینترنت می شود _ آشکارا نشان می دهند که مرجعیت کلیسا در پشت این سایت های اینترنتی نهفته است و از نظرشان این موضوع ارزشمند است. مصاحبه گر می پرسد:

آیا شما برای کسب اطلاعات بیشتر وارد اینترنت می شوید یا تنها

۱- مصاحبه با خانواده مولر را جوزف گ. چمپ انجام داده است.

۲- فرقه مذهبی آمریکایی که در ۱۸۳۰ پایه گذاری شد و پیروانش خود را نمونه های امروزی مؤمنان به کلیسای مسیح می دانند. (م.)

۳- در این جا باید متذکر شوم که اعتقاد مولرها به مسلک مورمون به خودی خود باعث نمی شود آن ها را جزم اندیش بدانیم، در واقع رویکرد آن ها به مسائل اعتقادی خود، نقش مهم تری دارد. ما در مصاحبه های مان با خانواده های مورمونی مواجه می شویم که مثلاً به طور کامل در رده مؤمنان معاصر جای می گیرند.

۴- genealogy

می خواهید خود را با کلیسا مرتبط سازید؟

کتی:

کلیسا....

دیوید:

روشنگری معنوی... و مهم اینه که بدونیم به این جا سنجاق نشدیم. دنیا با همهٔ مسائلش خیلی وسیعه... آدم دوست داره مطمئن بشه که بچه ها درست بزرگ میشن (می خندد) یا شهروندای خوبی از کار در میان و...

کتی:

اون ها... روش زندگی رو به شما یاد میدن.

دیوید:

... این موضوع بیشتر مربوط به روشنگری معنوی و نوعی ارتقای معنویه. این که آدم بدونه زندگی هدفی داره و بالاخره روزی می میره و چیزایی از این دست. ما به تجلی مستقیم انوار الهی اعتقاد داریم، بدون اون که بخوایم به انواع و اقسام اصول نظری فراوون و چیزای دیگه... وارد بشیم. ما پیامبری داشتیم. مسیری رو به ما نشون داده که با پیمودنش می تونیم با پدر ملکوتی یا خدای متعال ارتباط برقرار کنیم. پس پیمودن این راه درست به اندازه خوندن نوشته های مذهبی اهمیت داره.

مولرها با تلویزیون راحت نیستند. آنان بیشتر ترجیح می دهند فرزندان شان وقت خود را با اسباب بازی ها بگذرانند تا تماشای تلویزیون و برای رسانه ها، سلسله مراتبی قائلند. به نظر آنان، خواندن برای بچه ها بسیار بهتر از تماشای تلویزیون یا رسانه های دیگه است. البته، در عین حال به نظر می آید تلویزیون را کم و بیش بدون مسئله (مانند برخی دیگه) تماشا می کنند. در واکنش به پرسشی دربارهٔ این که معمولاً

چگونه تلویزیون تماشا می کنند، کتی پاسخ می دهد:

فکر نمی کنم ما زیاد تلویزیون ببینیم... نه واقعاً این طور نیست. بعضی وقتا کارتون ها و فیلم های دیزنی رو تماشا می کنیم. معمولاً جمعه شب ها پای تلویزیون میشینیم... جمعه شب ها چی تماشا می کنیم؟

کُدی:

شکارچی کروکدیل(۱)

کتی:

ما شکارچی کروکدیل رو دوست داریم. اون یکی چی بود که کامیونای بزرگی داشت؟ (کُدی فکر می کند)

کتی:

گورکن(۲)

کُدی: (یادش می آید)

اُه، بله!

کتی:

گرفتاری بزرگ(۳)

ریس:

ما گرفتاری بزرگ رو هم تماشا می کنیم!

کتی:

گرفتاری بزرگ.

۱- Crocodile Hunter سریالی که از سال ۱۹۹۶ در ژانر مستند حادثه ای ساخته شده و پخش می شود. شخصیت های این مستند، استیو ابروین و همسرش تری هستند که در کشور استرالیا با حیوانات وحشی زندگی کرده و حادثه می آفرینند.
(.م)

Grave Digger -۲

Monster Jam -۳ برنامه تلویزیونی مستند که در سال ۲۰۰۵ با اجرای استیسی کیدمن در انگلستان ساخته و پخش شد.

(م.)

مصاحبه گر:

بسیار خوب، این برنامه جمعه شب ها پخش می شود. چیزی شبیه کشتی فوق ستاره ها (۱) که در آن، کامیون ها جای آدم ها را گرفته اند.

کتی:

بله، اون ها می پرن. از موانع می گذرن....

کتی:

آقای عضله، اون می دونه که چطوری....

دیوید:

ما گرفتاری بزرگ و بعد PBR رو می بینیم، مسابقه گاوسواری.

کتی:

مسابقه گاوسواری PBR و گرفتاری بزرگ رو می بینیم که جمعه شب ها پخش میشه. اون رو همراه با مسابقه گاوسواری می بینیم. این برنامه جمعه شب ماست. در خونه می شینیم و منتظر میشیم تا ساعت پنج برسه. (کتی و دیوید از این که چه اندازه این حالت ابلهانه به نظر آید، می خندند!)

مولرها می گویند برخی از رسانه های آن ها، با ارجاع مستقیم به توصیه های کلیسا انتخاب می شود. وقتی از آن ها می خواهیم برخی از این انتخاب ها را توضیح دهند، درمی یابیم توضیحاتشان تفاوت زیادی با خانواده هایی چون باسول و میلیکن ندارد. مولرها از برنامه های آزاردهنده و مسئله داری که محتوای جنسی، خشن و جملات رکیک داشته باشند، می پرهیزند. البته آن ها می گویند که چند فیلم با درجه بندی R را دیده اند. دیوید و کتی با یکدیگر کمی اختلاف سلیقه

۱- Allstar Wrestling یک برنامه تلویزیونی دیرپا که از سال ۱۹۶۰ تا ۱۹۹۰ در ژانر اکشن/ورزشی ساخته و پخش شد. هدف از ساخت این برنامه ترفیع و ترقی ورزش کشتی در میان مردم آمریکا بود. (م.)

دارند. دیوید تمایلی ندارد که مانند کتی در انتخاب یا چانه زدن بر سر تماشای برنامه های تلویزیونی یا فیلم سخت گیری کند؛ برای نمونه، کتی به شدت از مجموعه کارتون‌ی و عامه پسند خانواده سیمپسن انتقاد می کند. دیوید می گوید:

می تونید حتی از هیچ، چیز مثبتی یاد بگیرید.

او با دیگران بر سر این نکته موافق است که والدین باید توانایی انتخاب مناسب را در وجود کودکان پرورش دهند، نه آن که بخواهند آن ها را از برنامه های نامناسب دور نگه دارند، وی توضیح می دهد:

... چیزی که ما می خواهیم به بچه هامون یاد بدیم اینه که، در بیرون از محیط خونه چیزای خوبی وجود داره و اگه شما دنبال چیزای خوب بگردین _ که البته لازمه بگردین _ اون ها رو پیدا می کنین. همین الان درباره برنامه های بد و فیلم های بد باهاتون حرف زدم ولی معتقدم به همین اندازه آثار و برنامه های خوب هم وجود داره؛ مثلاً اگه سریال خونواده سیمپسن رو تماشا کنین، می تونید چیزای خوبی توی اون پیدا کنین، به شرط اون که با دقت کافی اون رو ببینید! منظورم اینه که کارتونای خوبی ساخته میشن. اگه اون رو خیلی توی دلتون جا ندید، به تماشا کردنش می ارزه (می خندد) ولی اینا کارتونای بچه ها نیستن. خیلی از کارتونا در اصل برای بچه ها ساخته نشدن.

مصاحبه گر:

پس شما با خانواده سیمپسن کمتر مشکل دارید...

دیوید:

کمتر از کتی، بله و البته تماشای مجموعه بچه های کوچک (۱) هم من رو اذیت نمی کنه (می خندد)! این موضوع درباره فیلم های ترسناک و... غیره هم صدق می کنه....

در سخنان دیوید درباره استفاده از رسانه ها، بازتابی از نظرهای افراد دیگری را هم می بینیم که پیش تر با آن ها مصاحبه کردیم. به نظر دیوید، کاربرد رسانه ها باید در ارتباط با افکار و مسئولیت فردی باشد؛ هر چند برخلاف خیلی ها وی تردید دارد آن چه رسانه های روز نامیده می شود، منبع قابل اعتمادی برای اخبار یا اطلاعات باشد. او برای این که از جنبه ایدئولوژیک گمراه نشود، به منابع گوناگونی مراجعه می کند:

من از برنامه [DateLine](#) (خط بین المللی تاریخ) و ۲۰/۲۰ (۲) خوشم نیاد؛ چون بوی کهنگی میدن. منظورم اینه که توی این جور برنامه ها مدام فقط شاهد نظر یک نفر هستید، همون طور که در مقاله های خبری روزنامه ها، رادیو یا جاهای دیگه هم فقط نظر یک نفر شما رو وارد ماجرا می کنه. به همین علتیه که من خوندن روزنامه ها توی اینترنت رو دوست دارم؛ چون می تونید مطالب شش خبرنگار مختلف رو درباره یک موضوع ببینید و...

این ها برخی از مواردی است که انتظار داشتیم در خانواده جزم اندیش مولر ببینیم. آن ها تمایزهای آشکاری میان دنیایی که رسانه ها بازنمایی می کنند و دنیایی که ایمان مورمون بازنمایی می کند، قائل می شوند. آن ها مایلند برای انتخاب های رسانه ای خود به کلیسا و افکار کلیسایی مراجعه کنند. هر چند به سختی می توان گفت چگونه

۱- [Rugrats](#) سریالی انیمیشن در ژانر کمدی/خانوادگی که از ۱۹۹۱ تا ۲۰۰۴ پخش شد. این سریال حول زندگی، رفتار و نگرش چهار کودک خردسال می چرخد. (م.)

۲- یک برنامه تلویزیونی خبری/مستند که از سال ۱۹۹۲ در شبکه [NBC](#) حال پخش است. (م.)

۳- مجله خبری شبکه [ABC](#) که از سال ۱۹۷۸ شروع به کار کرده است. (م.)

رفتار رسانه ای آن‌ها عملاً باعث کشف چنین افکاری به صورت نظام یافته می‌شود. هم چنین، آن‌ها نقش خود را به طور کلی کمک به بچه‌ها برای تصمیم‌گیری و انتخاب شخصی و نه بازداشتن آن‌ها از تماشای برخی آثار می‌دانند.

خانواده دانگل

خانواده دانگل

گِگن دانگل که در فصل چهارم با وی آشنا شدیم، بسیاری از ویژگی‌هایی را که روف با اصطلاح جزم اندیش توصیف می‌کند به نمایش می‌گذارد. وی مسلک کاتولیک را ترک گفته و به پروتستان‌های اوانجلیکال پیوسته است، ولی در مقایسه با مسیحیان بازمتولد این مورد دوم را در حکم مجموعه‌ای از رمزها یا اصول نظری می‌بیند. به نظر می‌رسد گِگن از نظر درک رسانه‌ها، دوگانه باور باشد. او بر اساس این فرض سخن می‌گوید که اغلب رسانه‌ها در بیشتر مواقع به حمایت از افکار و ارزش‌هایی می‌پردازند که وی با آن‌ها موافق نیست. او نیز مانند دیگران معتقد است که نقش والدین باید مجهز کردن بچه‌ها باشد تا حفاظت از آن‌ها در برابر رسانه‌های مضر. وی انتقادهای فراوانی از محتوای رسانه‌ها نیز دارد. پس برخلاف دیگران بیش از آن که مدت زمان تماشای برنامه‌ها برای اش مهم باشد، دغدغه محتوای آن‌ها را دارد. گِگن و لیز دانگل، تماشای تلویزیون را به برنامه‌های ملایم و پاکیزه محدود ساخته‌اند. وقتی می‌پرسیم از چه برنامه‌هایی می‌پرهیزند، لیز تأکید می‌کند که آن‌ها روی صحنه‌های جنسی حساسیت بیشتری دارند تا خشونت. لیز می‌گوید:

MTV! ما اون رو بستیم و هر چیز دیگه ای از این دست رو هم تماشا نمی کنیم؛ مثلاً- محتوای جنسی افراطی توی برنامه ها ...

گلن:

حتی اگه افراطی هم نباشه، تماشا نمی کنیم.

لیز:

بله! خب من امروز خبری خوندم که قراره توی ساعت‌های پریننده برنامه هایی با صحنه های جنسی بیشتری پخش کنن. ما سعی می کنیم که بچه ها رو از این موضوع آگاه کنیم. به طور حتم، نمی تونیم به طور کامل از این جور برنامه ها دور بمونیم. این بستگی به سطح خشونت داره. منظورم اینه که در برخی فیلم ها و برنامه ها میزان خشونت مهمه. در واقع، فیلم هایی هستن که ما دوست داریم ببینیم، ولی توی اون ها خشونته؛ مثلاً شجاع دل و مسیر سبز. (۱)

گلن:

بعضی از فیلم ها مثل رهایی از شاوشنک (۲) خوبن... البته توی این فیلم نکات کفرآمیزی وجود داره ولی فیلم تلخ و تأمل برانگیزه. اگه ما خودمون این جور فیلم ها رو از قبل دیده باشیم، به بچه ها هم اجازه میدیم با ما تماشا کنن ولی به نظرم در این فیلم ها پیام مهمی وجود داره. فیلتر کردن فیلم های نه چندان خوب هم البته کار سخته. چیزای فراوونی برای فهمیدن توی این جور فیلم ها وجود داره.

با این که لیز و گلن افکار روشنی درباره برنامه های مناسب در

۱- The Green Mile فیلمی از فرانک دارابانت. بر اساس داستانی از استیون کینگ. با بازی تام هنکس. محصول سال ۱۹۹۹ آمریکا. احتمالاً منظور از صحنه های خشن، بخش هایی از فیلم هستند که لحظات اعدام محکومین به وسیله دستگاه صندلی الکتریکی را نشان می دهد. (م.)

۲- Shawshank Redemption فیلمی دیگر از فرانک دارابانت با بازی مورگان فریمن و تیم رایینز. محصول سال ۱۹۹۴ آمریکا. یکی از برترین فیلم های تاریخ سینما در بیشتر نظرسنجی ها. (م.)

تلویزیون بیان می کنند، به ویژه با ارجاع به بچه های شان، خود به طور مرتب پای تلویزیون می نشینند. آن ها از علاقه مندان یک کمدی تلویزیونی هستند که به طور منظم آن را می بینند و می گویند که هر شب به مدت یک ساعت در تختخواب تلویزیون تماشا می کنند (معمولاً برنامه های گفت و گوی تلویزیونی_ کمدی که آخر شب پخش می شوند). به گمان آن ها نیز مانند دیگران، چنین می نماید که رسانه ها کم و بیش گریزناپذیر هستند.

سکولارها

اشاره

سکولارها

در فصل سوم گفتم که بنا بر رده بندی روف، سکولارها با دو ویژگی شناخته می شوند. نخست، آن ها چون تمایل دارند در میان طبقات با درآمد بالا و تحصیل کرده بازنمایی شوند، چندان به طور منظم از رسانه های عامه پسند استفاده نمی کنند. هم چنین، شاید آن ها در رژیم رسانه ای خود بیشتر گزینشی و هدف مند باشند. برای نمونه، برنامه های تلویزیون سراسری را بر شبکه های تجاری ترجیح می دهند. به دلیل بی علافگی به مذهب، آن ها علاقه ای هم به برنامه هایی با محتوای مذهبی یا معنوی در رسانه ها ندارند.

خانواده مُرفی _ گوردُن

خانواده مُرفی _ گوردُن

شریل مُرفی ۴۹ ساله و لنی گوردُن ۵۶ ساله، هر دو در یک دانشگاه استاد هستند. آن ها در شهری بزرگ در ایالات متحده با پسرشان پُل

سیزده ساله و دخترشان اِربین ده ساله زندگی می کنند. (۱) آن ها به کلیسا نمی روند و مراسم مذهبی انجام نمی دهند. البته، فرزندان شان به یک مدرسه کاتولیک می روند که به نظر والدین شان در بین مدارس خصوصی، بهترین گزینه در منطقه شان است. آن ها تأکید می کنند این مدرسه چندان در آموزش مذهبی به بچه ها افراط نمی کند. شِریل که در خانواده ای پروتستان بزرگ شده، می گوید که پس زمینه مذهبی اش در شکل گیری ارزش های سکولار انسانی او نقش داشته است. لنی و شِریل نمی خواهند از نظر نگرش به رسانه ها متعصب به شمار آیند، ولی در عین حال انتخابگری در ارتباط خود با رسانه ها را امری مهم می دانند. منظور این که در برابر برنامه هایی که بچه ها تماشا می کنند اولویت هایی دارند. شریل می گوید:

ما پیش تر قانونی داشتیم که طی اون همگی باید برنامه های PBS و فیلم های ویدیویی رو تماشا می کردیم. از وقتی بچه ها بزرگ تر شدن، این قانون هم رنگ باخته.

خانواده مُرفی _ گوردُن ایجاد تمایز بین رسانه های قابل قبول و غیر قابل قبول را به منزله عاملی مهم در تمایز خود از فرهنگ معاصر می دانند. آن ها از روش هایی آگاهند که باعث ایجاد و بالارفتن شمار مخاطبان می شود و این که چگونه آمار مخاطبان با ارزش های اجتماعی مشترک یا رایج ارتباط می یابد.

لنی:

ما به بچه ها اجازه نمیدیم فیلم های با درجه بندی R رو ببینن، مگر

۱- مصاحبه با خانواده مُرفی _ گوردُن را لی هود انجام داده است.

اون که بسیار خاص باشن ولی متوجه شدیم که آمار مخاطبان گمراه کننده است؛ چون اون ها اجازه میدن خشونت به فیلم های با درجه بندی سیزده سال به بالا راه پیدا کنه ولی اگر اون فیلم کلمات رکیک یا صحنه های جنسی داشته باشه اون رو به رده R می برن. اگر فیلم هایی با درجه بندی R خشونت کمی داشته باشن، به دور از صحنه های جنسی نیستن و جملات زشتی هم در اون ها شنیده میشه؛ پس چگونگی درجه بندی، خودش موضوعی گمراه کننده است.

شریل:

در واقع تابستان امسال پُل همراه با ما، دو تا فیلم با رده بندی R تماشا کرد.

پُل:

سه فیلم!

خانواده مُرفی _ گوردُن با غرور از تفاوت خود با دیگر خانواده ها در برابر این موضوع سخن می گویند. آن ها نیز مانند دیگران می خواهند بچه ها مهارت های خود را برای انتخاب و برخورداری از رسانه ها گسترش دهند ولی بیشتر مایلند که بچه ها برنامه هایی ببینند که حواسشان را شش دانگ به خود جمع می کند. (۱)

آن ها بین رسانه ها تمایز قائل می شوند. فیلم و مطالعه، آشکارا بر تلویزیون برتری دارند. والدین ترجیح داده اند مشترک شبکه های تلویزیون کابلی نشوند؛ زیرا آثارشان برنامه های خانوادگی تلویزیونی نیست.

۱- البته نکته جالب این است که یکی از سه فیلم مورد بحث آن ها، مزرعه حیوانات (Animal House) بود که به سختی می توان آن را نمونه مجسم سینمای آوانگارد دانست.

با وجود این استنباط فردی، آن‌ها خیلی تلویزیون می‌بینند. می‌توانند از سریال‌ها و ژانرهای نام‌برند که معمولاً یا به صورت فردی یا خانوادگی تماشا می‌کنند؛ برای نمونه هنگامی که مجموعه کم‌دی پیشرفت خانواده پخش می‌شد، آن‌ها معمولاً در کنار هم به تماشای آن می‌پرداختند و خاطراتی از پیوند خانوادگی بر اساس این سریال دارند. هم‌چنین شریل خاطر نشان می‌کند که هر روز یکی از برنامه‌های گفت‌وگویی تلویزیونی آخر شب را می‌بیند.

شریل و لنی جزو معدود والدینی هستند که در مصاحبه به طور مشخص، به مسئله کلیشه‌های نقش جنسیتی در رسانه‌ها و فرهنگ اشاره کردند.

شریل:

گمون می‌کنم چیز دیگه‌ای که ما سعی کردیم از اون دوری کنیم، کلیشه‌های جنسیتی. ما به هیچ صورت اون رو مناسب نمی‌بینیم و نمی‌خوایم دخترمون شخصیتی تجزیه شده داشته باشه.

مصاحبه‌گر:

به خاطر همین است که در خانه عروسک باربی ندارید؟

شریل:

بله! درسته. هیچ نوع عروسک دختر خوشگلِ کله‌پوکی (۱) توی خونه نداریم؛ البته ایرین عروسک داره. اون از دوره نوزادی عاشق عروسک‌ها بود ولی این عروسک‌ها نماینده دخترای آمریکایی هستن.

لنی:

این عروسکا برای خودشون داستانی دارن،... به گونه‌ای انسانیت دارن. نه اون که فقط تصویری کلیشه‌ای و خاص از زن زیبا رو نشون بدن.

این تمایز بین دغدغه‌های آنان درباره‌ی خشونت و این استنباط که صحنه‌های جنسی یا جملات رکیک بیشتر مورد توجه خانواده‌های متعارف هستند، نکته مهمی است. ضمن دنبال کردن بحث، از شریل می پرسیم که آیا آن‌ها هم بیش از هر چیز دغدغه خشونت در تلویزیون و رسانه‌ها را دارند یا خیر. وی تأیید می کند:

خشونت موضوع مهمیه. جزو مهم ترین مسائل فهرست منه.

مصاحبه گر:

حتی مهم تر از چیزهای دیگری مانند...

شریل:

بله! من خیلی به واژه‌ها و جملات رکیک اهمیت نمیدم؛ شاید چون خودم زبون تند و تیزی دارم و فکر هم نمی کنم شنیدن یک کلمه زشت، شخصیت بچه‌ها رو عوض کنه یا الگوی نامناسبی براشون بسازه. منظورم اینه که بیشتر واژه‌هایی که می شنویم این طور نیستن. مسئله دیگه، نمایش صحنه‌های جنسیه و صادقانه بگم که بچه‌ها تمایلی به دیدن صحنه‌های بی پروای جنسی ندارن... بالاخره باید به خشونت اشاره کنم که از نظر من نقش مهمی در تضعیف حساسیت‌های افراد داره. نکته دیگه این که، خشونت بیشتر علیه زن‌ها به کار میره. توی رسانه‌ها... توی فیلم‌ها، خشونت حالتی غیر واقعی داره. من هرگز اثرات خشونت رو بررسی نکردم، حداقل عوارضی رو که بچه‌ها در معرض اون قرار دارن... فیلم‌های عمیقی درباره‌ی خشونت ساخته شده و من می خوام روزی بچه‌ها بعضی از اون‌ها رو ببینن ولی اون‌ها

چنین نمی‌کنم... منظورم اینه که دوست دارم فهرست شیندلر(۱) یا گاندی(۲) یا فیلم‌هایی از این دست رو ببینم؛ ولی خودشون تمایلی به اون‌ها ندارن. اون‌ها دوست دارن رُبات پلیس(۳) ببینن. بچه‌های امروزی تا سن ده سالگی حدود ۲۵ هزار صحنه قتل و جنایت می‌بینن! خب مجبورم بگویم که وقتی پُل ده ساله بود حتی درصد بسیار کمی از این صحنه‌ها را ندیده بود. پس واقع‌گرایی در کار نیست. سازندگان چنین آثاری به بررسی عواقب کارشان نمی‌پردازند، ابداً کسی پاسخگو نیست... منظورم این است که از خشونت در این آثار، به ویژه فیلم‌ها تجلیل می‌شود... و از نظر من تجلیل خشونت در جامعه‌ای خشن، کار زننده‌ای است.

لنی و شِریل با تعداد فراوانی از برنامه‌های تلویزیون آشنا هستند و حتی می‌توانند از برنامه‌هایی نام ببرند که با آن‌ها ارتباط خوبی برقرار می‌کنند و حتی از تماشای شان لذت می‌برند. شِریل به سریال جنایی انگلیسی، مَظنون اصلی(۴) علاقه دارد که شخصیت اصلی‌اش زنی قوی و حرفه‌ای است. او می‌گوید:

من به همه شخصیت‌های زن پلیس علاقه دارم.

وی اشاره می‌کند که رمان‌های جنایی جزو آثاری هستند که وی با

۱- Shindler's List فیلمی از استیون اسپیلبرگ. با بازی لیام نسن، رالف فاینز و بن کینگزلی. فیلمی دربارهٔ یهودستیزی آلمان نازی. محصول سال ۱۹۹۳ آمریکا. (م.)

۲- Gandhi فیلمی دربارهٔ زندگی مهاتما گاندی به کارگردانی ریچارد آتن بورو. با بازی بن کینگزلی. محصول ۱۹۸۲ انگلستان. (م.)

۳- Robocop فیلمی از پل ورهوفن. با بازی پیتر ولر و نانسی آلن. محصول ۱۹۸۷ آمریکا. این فیلم که الهام گرفته از داستان مصور انگلیسی قاضی دِرد بود تا آن‌جا با اقبال تماشاگران روبه‌رو شد که نسخه‌های دو و سه آن هم ساخته شد. بعدها در سال ۱۹۹۴ تا ۱۹۹۵ مجموعه‌ای تلویزیونی هم با همین نام ساخته شد. (م.)

۴- Prime Suspect سریالی دربارهٔ پلیس انگلستان که از سال ۱۹۹۰ تا ۲۰۰۶ از سوی شبکهٔ ITV و در هفت فصل پخش شد. در هر فصل یکی از اعضا جنایی مورد بررسی قرار می‌گرفت: تبعیض جنسی، نژادپرستی سازمان یافته، آزار جنسی کودکان، تجاوز به زنان، بهره‌کشی از کودکان، روسپیگری؛ عمدهٔ مضامین این سریال دربارهٔ مسایل جنسی بود. هلن میرن، بازیگر برندهٔ اسکار، یکی از اصلی‌ترین بازیگران این سریال بود. (م.)

اشتیاق می خواند و از این کار لذتی آمیخته با احساس گناه می برد. هم چنین شریل و لین فکر که متمایزند، چون نگرش های خاصی به محتوای رسانه ها دارند، تفاوتی هم میان خود و دیگر خانواده ها از نظر آگاهی به مخاطرات ناشی از محتوای برنامه های رسانه ای می بینند. شریل می گوید:

فکر می کنم در خیلی از خانواده ها این مسئله مطرح نیست که ارزش های خانوادگی در برابر ارزش های رسانه ای قرار می گیره. چیزی که می بینم، بی تفاوتی والدین به ارزش هایی که بچه هاشون از رسانه ها دریافت می کنن. همین موضوع رو نزد دوستان پل هم می بینم. منظورم اینه که مطمئنم ارزش هایی وجود داره. اگه پرسید: آیا به خشونت علاقه دارید؟ اون ها پاسخ میدن: نه! من به خشونت علاقه ای ندارم ولی فکر می کنن که زندگیشون بسته به تماشای فیلمه. به همین خاطر زندگی بچه هاشون هم وابسته به فیلم میشه.

در بین کسانی که با آن ها مصاحبه کردیم، خانواده مرفی _ گوردن جزو خودآگاه ترین افراد به روابط بین رسانه ها، وظایف والدین و هویت خانوادگی هستند. آنان با صراحت و در عین حال پیچیدگی از نقش رسانه ها در زندگی شان سخن می گویند و آن ها را به طریقی به کار می گیرند که باعث ایجاد تمایزهایی بین خودشان و خانواده های دیگر می شوند. آنان درباره مسائل مربوط به این که، چه برنامه های تلویزیونی و فیلم هایی قابل قبولند و کدام ها نیستند، با دیگران از جمله جزم اندیشان که سخنان شان را شنیدیم، موافق نیستند. این خانواده، ارزش فراوانی برای نوع برنامه های ملایم تلویزیونی که دیگران در حکم آثار خوب به شمار می آورند، قائل نمی شوند. از نظر آنان چنین آثاری بسیار بی بو و بی خاصیت هستند. در عوض، دوست

دارند بچه های شان از فیلم های مهم، کتاب ها و (تا جایی که مد نظر دارند) از تلویزیون استفاده کنند. اعتقاد مذهبی مرتبط با احساسات آن ها درباره رسانه ها است ولی چنین پیوندی فقط از طریق مسیری که پس زمینه های مذهبی شان را با ارزش های کنونی پیوند می دهد، ایجاد می شود و به واسطه استقلال خاص و راسخ آن ها در اعتقاد به ارزش ها و آرمان های خاص نمود می یابد.

خانواده آبراهام

خانواده آبراهام

دومین خانواده سکولاری که با آن ها مصاحبه کرده ایم، وجوه مشترک فراوانی با خانواده مرفی _ گوردن دارند. سوزان و جوزف آبراهام که هر دو پنجاه ساله اند، با پسرشان زد شانزده ساله در حومه یکی از شهرهای بزرگ غرب ایالات متحده زندگی می کنند. (۱) پدر و مادر، هر دو تحصیلات دانشگاهی در مقطع کارشناسی دارند و در مؤسساتی معتبر و حرفه ای کار می کنند. سوزان و جوزف هر دو با تربیت یهودی بزرگ شده اند و هنوز هم به کنیسه منتسب هستند ولی معمولاً به آن جا نمی روند و آن قدر که بشود در رده بندی مؤمنان معاصر روف قرارشان داد با آن احساس نزدیکی نمی کنند. وقتی پسرهای شان به سن بلوغ رسیدند (پسر بزرگ ترشان از خانه رفته است) مراسم جشن تکلیف پسران یهودی (۲) را برایشان برگزار کردند و این امکان انتخاب را برای آن ها فراهم آوردند که با پس زمینه یهودی خود ارتباط برقرار کنند.

۱- مصاحبه با خانواده آبراهام را لین شفیلد کلارک انجام داده است.

آن‌ها خود را از جنبه مذهبی لیبرال توصیف می‌کنند. جوزف می‌گوید برای آن‌ها مذهب، روشی خارجی برای مواجهه نیست. هم‌چون خانواده مرفی – گوردن، خانواده آبراهام ارتباط چندانی بین مذهب یا معنویت و رسانه‌ها نمی‌بینند. از طرف دیگر، افکار روشنی درباره برنامه‌های مناسب و نامناسب رسانه‌ها دارند. آن‌ها هرگز سامانه‌ای از قواعد برای بچه‌ها نگذاشتند که چه چیزهایی را در تلویزیون ببینند یا به تماشای چه فیلم‌هایی بروند. آن‌ها نیز مانند خانواده مرفی – گوردن، بیشتر نگران نمایش خشونت در تلویزیون هستند تا صحنه‌های جنسی. سوزان در گفته‌های اش به دوره‌ای اشاره می‌کند که فیلمی هنری کرایه کردند که صحنه‌های برهنگی داشت ولی والدین احساس کردند تماشای این فیلم برای زد که آن زمان هشت ساله بود، کاملاً مناسب است. سوزان می‌گوید:

در فیلم کافه بغداد^(۱) پیرزنی بود که نقاش داشت پرتره اش رو می‌کشید و اون نیمه برهنه بود. یادت میاد؟

زد:

من یادم نمیاد.

سوزان می‌خندد و زد می‌گوید:

احتمالاً از یادم رفته.

جوزف:

سوزان یادش میاد. من خونه نبودم.

۱- Bagdad Café فیلمی از پرسی آدلون. با بازی ماریانه زاگه برشت و جک پالانس. محصول ۱۹۸۷ آلمان غربی. (م.)

آن طور که ماجرا بازگو می شود، مشخص است که به نظر والدین خانواده آبراهام، ارزش ماهیت هنری فیلم مهم تر از چند صحنه جنسی است و مسئله کلی نظارت بر چنین آثاری، چندان اهمیتی برای شان ندارد. در واقع، خشونت برای شان مسئله دارتر است. خانواده آبراهام نیز مانند خانواده مرفی _ گوردن و دیگران، مایلند تمایزی بین رسانه ها قائل شوند. از نظر ایشان، رسانه ها سلسله مراتب مشخصی دارند. در صدر فعالیت های رسانه ای، خواندن کتاب و مجله توصیه می شود و درباره تلویزیون، اخبار بر سرگرمی برتری دارد. جوزف می گوید:

آدم های باسواد روزنامه می خونن. خب فکر نمی کنم این کار نزد بچه ها رایج باشه.

زد:

از کی شروع به خواندن روزنامه کردید؟ از وقتی به کالج رفتید؟

جوزف:

در واقع روزنامه در کالج به دستم می رسید. روزنامه شیکاگو برام فرستاده می شد... سی و پنج سال پیش تلویزیون اهمیت کمتری داشت و حتی مزاحم بود. بیشتر مردم روزنامه می خوندن. منظورم اینه که ما در اتاق کالج، تلویزیون نداشتیم. در اون زمان تلویزیون، فقط صفحه ای با نقطه های کوچیک سیاه و سفید بود. منظورم اینه که دنیا در اون زمان متفاوت بود. این انتقاد نیست بلکه بیان واقعیه. من به شخصه دوست دارم بچه ها علاوه بر تماشای تلویزیون، کتاب، روزنامه و نشریات هم بخونن و به خصوص بچه های بزرگ تر، برنامه های شبکه CNN رو ببینن. آدام (پسر بزرگ ترشان) از بیننده های همیشگی این برنامه است.

زد:

من هم اون رو می بینم؛ همین طور برنامه های شبکه های CNN و MSNBC و CNBC رو می بینم.

البته شاید این موضوع تعجب آور نباشد که بفهمیم افرادی که واقعاً از نظر نگاهشان سکولار هستند، چندان درباره روابط بین رسانه ها و مذهب یا معنویت فکر نمی کنند؛ پس این واقعیت که سکولارهای مورد بحث شبیه کسانی هستند که با آن ها مصاحبه کردیم، قابل توجه است. شاید انتظار داشتیم خانواده هایی مانند مرفی – گوردن و خانواده آبراهام از نظر رفتارهای رسانه ای و خود بیان گری، تفاوت های مشخصی با دیگر گروه های مذهبی تر داشته باشند. این خانواده های سکولار می دانند که تفاوت آشکاری با دیگر خانواده های مصرف کننده رسانه ها دارند و این تفاوت ها را با غرور بیان می کنند. آن ها مواجهه خود با رسانه ها را نسبت به دیگران کمتر همراه با داوری می دانند و با غرور اعلام می کنند که از نظر انتخاب های رسانه ای شان، کمتر جنبه اخلاق گرا دارند. هم چنین، به نظر می آید با استفاده از رده بندی ها، افکار برگرفته از نقد هنر و فیلم، به تحلیل و نقد رسانه ها می پردازند؛ در حالی که به نظر می آید دیگر خانواده ها رسانه ها را بیشتر از دریچه نگاه والدین می نگرند و عملکردی هدایت گرانه برای خود قائلند پس طبعاً جهت گیری متفاوت تر و ارزیابانه تری می یابند.

نتیجه گیری و اظهار نظر درباره هر پنج رده بندی

نتیجه گیری و اظهار نظر درباره هر پنج رده بندی

در این جا شباهت ها بیش از تفاوت هاست. ما این بررسی را با امید

یافتن تمایزهای آشکاری بین رده بندی های مختلفی آغاز کردیم که شاید بتوانیم از طریق آن ها رویکردهای نمونه وار این رده ها را تشریح کنیم. مهم ترین موارد، شباهت های ناشی از این فکر است که رسانه ها (و به ویژه تلویزیون) فرهنگی عمومی را شکل می دهند که همه خانواده ها در آن زندگی می کنند و همه تا اندازه ای می خواهند از آن برخوردار شوند. ما شواهد این امر را در فصل های پیش دیدیم. جایی که درباره شفافیت، فراگیر بودن و حضور همه جانبه این رسانه ها در زندگی روزمره خانواده ها بحث کردیم. از نظر بیشتر این خانواده ها، حتی کسانی که آشکارا با زندگی مذهبی قرابت دارند، انگیزه های قدرتمندانه ای برای استفاده از رسانه های مشابه وجود دارد. در مصاحبه های یادشده، همین نکته که تلویزیون فرهنگی عمومی و بدیهی است، با سه استدلال بیان می شود. نخست، مفهومی که جی میلیکن آن را به روشن ترین شکل بیان کرد؛ این که تلویزیون توقع یا حق طبیعی پنداشته می شود. وی می گوید علت تماشای تلویزیون و انتخاب برنامه های خاص آن، به این موضوع برمی گردد که خود و اعضای خانواده اش فقط دو شبکه را می توانند ببینند. به نظر می آید آن ها در سطحی بنیادین از فعالیت های انسانی انتظار تلویزیون را می کشند و تماشای اش می کنند. البته این موضوع بیشتر درباره بچه ها صدق می کند. مطالعات ما درباره این خانواده ها (و بسیاری از افراد دیگر) نشان می دهد تلویزیون برای کودکان و نوجوانان و رسانه های دیگر یکی از واقعیت های زندگی به شمار می آید. دومین استدلالی که بر اساس آن، رسانه ها فرهنگی عمومی را شکل می دهند، با این فکر مرتبط می شود که آن ها

مجموعه ای مشترک از زبان ها، نمادها و افکاری هستند که خانواده های ما برای سوار بودن بر موج فرهنگی در آن ها مشارکت می جویند. حتی جزم اندیش ترین و ضد رسانه ترین زوج (دانگل ها) پیش از خواب شبانگاهی، برنامه های دیروقت گفت و گوی تلویزیونی را می بینند.

بیشتر کسانی که با آن ها مصاحبه کردیم، به گرایش ها و ژانرهای اخیر تلویزیون علاقه دارند و حتی به طور منظم، برنامه های اش را تماشا می کنند. مسیحیان بازمتولد افکار روشنی درباره تمایز میان ایمان خود و ایمان دیگران (حتی با در نظر گرفتن سلیقه های رسانه ای) مطرح می کنند ولی از نظر نگرش و برخورد با رسانه ها، بسیار شبیه دیگرانند.

آخرین استدلالی که رسانه ها را به منزله فرهنگی عمومی در نظر می گیرد، ظرفیت آن ها برای نشان دادن افکار و نمادهای معتبر و مهم فرهنگی به شیوه ای قدرتمندانه و جذاب است. رسانه ها تا اندازه ای به دلیل توانایی خود برای انجام این کار، عمومی به شمار می آیند. هم چنین، به دلیل آن که می توانند خود را از جنبه زیبایی شناختی در چهارچوب هنجارها و افکار گسترده فرهنگی قرار دهند. تقریباً تمام افرادی که در این جا با آن ها صحبت کردیم، این ظرفیت رسانه ها را تشخیص و به آن واکنش نشان می دهند. همزمان به نظر می آید این یکی از ظرفیت های رسانه باشد. به ویژه درباره رسانه هایی که سکولار نامیده می شوند و حتی نزد مصاحبه شوندگان اوانجلیست و بازمتولد که رسانه های سکولار را بر رسانه های مذهبی ترجیح می دهند.

پویایی های رسانه به منزله فرهنگ عمومی در خانواده ها نیز اهمیت دارد. در این زمینه، پویایی های نهادینه و جنسیتی خاصی

دست اندرکارند. همان طور که در جایی دیگر و در این صفحات اشاره کردم، کودکان و جوانان، رسانه ها را با روش های متفاوت از والدین خود مشاهده می کنند. در این مورد به نظر می آید فرهنگ عمومی جوانان، اهمیت بیشتری دارد. همچنین، تمایزهای جالبی میان مردان و زنان دیده می شود. گرچه زنان و مردان علاقه های مشترکی به رسانه ها دارند، به نظر می آید که مردان رسانه ها را با خودانتقادی کمتری در مقایسه با زنان ملاحظه می کنند و زنان دست کم در این مصاحبه ها، بیش از مردان رسانه ها را از دریچه نگاه مادرانه_ پدرانه می نگرند. دیگر وجه شباهتی که میان این رده ها وجود دارد، مرتبط با توافق گسترده بر سر چیزی است که توضیح درباره رسانه ها نامیده ایم. به نظر می آید برجسته ترین وجه این توافق، اهمیتی است که والدین برای پیشبرد مهارت های فرزندان در استفاده از رسانه ها و نه اعمال نظر خود بر آن ها قائلند. به جز جزم اندیشان که گویی بیش از همه به کنترل برنامه های رسانه ای علاقه دارند، دیگران می خواهند فرزندان شان بر اساس ارزیابی فردی دست به انتخاب بزنند؛ این که بتوانند به طور مستقل درباره چیزهایی که می خواهند ببینند و کارهایی که مایلند انجام دهند، تصمیم بگیرند. البته در توضیحات آن ها درباره انواع خاصی از برنامه ها، ژانرها و ارزش های رسانه ای توافق کمتری دیده می شود.

به نظر می آید درباره تمام رده بندی ها، توضیح درباره رسانه ها عرصه مهمی است که تمایزهای قابل توجه و آشکاری بین هویت های مذهبی یا معنوی آن ها و هویت های دیگران ترسیم می کنند. به هر حال ماهیت این توضیحات، متغیر است. از نظر سکولارها و جویندگان مابعدالطبیعه،

ایجاد فاصله بین خود و نقدهای اخلاق گرا درباره محتوای رسانه ها، موضوعاتی چون نمایش صحنه های جنسی و کفرآمیز مهم است. می توان پیش بینی کرد که جزم اندیشان و مسیحیان بازمتولد، بیش از همه دغدغه مسائل اخیر را داشته باشند. مهم ترین دغدغه مؤمنان معاصر، جویندگان و سکولارها، خشونت است که البته برای مسیحیان بازمتولد هم عاملی نگران کننده در رسانه ها محسوب می شود. تنها وجه اشتراک این گروه های مختلف، توافق گسترده تر بر سر موضوع خشونت نیست بلکه تقریباً تمام خانواده ها سلسله مراتب رسانه های قابل قبول را پذیرفته اند که رسانه های صفحه ای _ پرده ای (به جز برخی از فیلم ها) پایین ترین جایگاه این رده بندی را دارند و خانواده ها ترجیح می دهند فرزندان شان مطالعه کنند یا برای دریافت اطلاعات به اینترنت مراجعه کنند. در بین خانواده هایی که بررسی کردیم، همگی _ جز جزم اندیشان _ احساس می کنند برخی از مسائل مرتبط با محتوا و رفتار رسانه ای، در اثر انتخاب مستقل بروز پیدا می کنند. بسیاری از این خانواده ها آرشیو ویدیویی دارند و تماشای آن ها را جزو مهم ترین موارد استفاده از رسانه ها می دانند (گرچه کاملاً آشکار است که حتی این خانواده ها نیز حجم زیادی از آثار رسانه ای خارج از خانه را نیز ملاحظه می کنند). هم چنین، برخی از این خانواده ها به طور مشترک پذیرفته اند که مسئله آن ها با رسانه های صفحه ای _ پرده ای بیشتر با مدت زمانی که صرف تماشای آن ها می شود و مخاطب را از انجام فعالیت ارزشمندتر باز می دارد، ارتباط می یابد و نه انتقال ارزش ها. تقریباً همه این خانواده ها در ایجاد ارتباط بین رسانه ها با ارزش های مذهبی یا معنوی، اعتقادات و

رفتارهای خود دچار مشکل هستند. گویی توصیفی از رسانه‌ها وجود دارد که باعث ایجاد تضاد بیشتر می‌شود. عده کمی می‌توانند به راحتی درباره رسانه‌هایی صحبت کنند که ایمان، اعتقادات مذهبی یا معنوی آن‌ها را تحت تأثیر قرار دهد یا بیان کند. مسیحیان بازمتولد و جزم‌اندیشان بیش از همه درباره رسانه‌ها و مذهب سخن گفته‌اند. در بین خانواده‌هایی که در این رده‌ها جای می‌گیرند، این احساس مشخص و دقیق وجود دارد که باید بین رسانه‌ها و ایمان، پیوندها و تمایزهای آشکاری وجود داشته باشد. به نظر نمی‌رسد این امر به شکل‌گیری روش‌هایی لزوماً متمایز یا ضروری برای برخورد، به کارگیری یا تأویل رسانه‌ها منجر شود؛ برای نمونه، مسیحیان بازمتولد از رسانه‌هایی با عنوان مذهبی پرهیز دارند (۱) و چنان‌که پیش‌تر گفتم، ارزیابی‌شان از رسانه‌ها نشان‌دهنده اعتقادها یا ایمان آن‌ها نیست.

چنان‌که اشاره کردم وقتی برای نمونه درباره برنامه‌های مناسب می‌پرسیم، پاسخ متعارف، معمولاً به طریقی با برنامه‌های ملایم پیوند می‌یابد؛ داوری‌هایی که واقعاً متفاوت با آن‌هایی نیست که والدین در رده بندی‌های خود مطرح می‌سازند. پس به نظر می‌آید این داوری‌ها درباره رسانه‌ها، بیشتر با نقش آن‌ها در مقام والدین و نه مسیحیان بازمتولد ارتباط می‌یابد. البته، باید اشاره کنیم که در تمام مصاحبه‌های مربوط به پنج رده مورد بحث، به جز تلویزیون، بقیه رسانه‌ها ارتباط بیشتری با مذهب و معنویت دارند. به نظر می‌آید موسیقی، شکلی

۱- به جز درباره آن‌هایی که از رسانه‌های جایگزین (برای نمونه کتاب یا فیلم ویدیویی مخصوص کودکان که به وسیله سازمان‌های مذهبی تهیه شده) استفاده می‌کنند.

رسانه ای باشد که غالباً ارتباط نیرومندتری با ایمان و اعتقاد اصیل دارد. بقیه به فیلم ها و کتاب های ارزشمندی اشاره کردند. به نظر می آید سطح مشخصی از رویکرد رسانه ای، تحت سیطره جهت گیری به سوی فرهنگ واسطه و عمومی از طریق رسانه های فراگیر تلویزیون، اینترنت (برای جوان ترها) و بازی های ویدیویی است. در سطوح دیگر تبیین، جایی که ارتباط های ژرف تر یا بهتری جست و جو می شوند یا اهمیت می یابند، شکل های رسانه ای دیگر مورد توجه قرار می گیرند. نکته مهم تر این است که، نزد خانواده هایی با گرایش های مذهبی و معنوی، تمام انواع این رسانه ها ملاحظه و استفاده می شوند.

به نظر می آید تمایز، عنصر مهمی در داوری ها و افکاری باشد که در این جا بیان شده است. مسیحیان بازمتولد و جزم اندیشان، خود را از نظر نگرش به رسانه ها جدا از فرهنگ روز می دانند (هر چند شاید به روش های متمایزی رفتار نکنند). سکولارها و جویندگان مابعدالطبیعه خود را از اخلاق زده ها که در بخش دیگری از جریان فرهنگی قرار گرفته اند، جدا می دانند. نکته جالب آن که به نظر می آید مؤمنان معاصر، گروهی هستند که کمتر می توانند این تمایز را تبیین کنند. گویی از نظر آن ها صرف به روز بودن در نگرش به رسانه ها و نیز اعتقادات و رفتارهای مذهبی شان اهمیت خاصی دارد. این موضوع مهم و جالب است. مشخص است که توضیحات پیرامون رسانه ها به صورتی که در این روایات خود بیان می شوند روش های مهمی هستند که به وسیله آن ها افراد، خانواده ها و گروه ها جایگاه خود را با ارجاع به جریان فرهنگی تعیین می سازند. گرچه شاید توصیف روش هایی که رسانه ها از

طریق آن‌ها به طور مستقیم به مفاهیم تبیین شده مذهبی یا معنوی می‌پردازند، آسان نباشد؛ ولی این فرض وجود دارد که ایمان شخصی، اعتقاد یا رفتار باید نگرش‌های آشکاری را دربارهٔ رسانه‌ها در نظر بگیرد. این واقعیت که ما تمایزهای آشکاری بین رده‌بندی‌ها مذهبی _ معنوی که شاید در این جا انتظارشان را داشته باشیم نمی‌یابیم، خود به تأملاتی در این باب می‌انجامد. شاید دلیل اصلی در نکته‌ای باشد که پیش‌تر به آن اشاره کردم، این که مردم مایلند به طریقی با رسانه‌های خاصی دست کم به منزله منابعی در فرهنگ عمومی مرتبط شوند. هم‌چنین از دیدگاه‌های مختلف مذهبی، آن‌ها به راحتی رسانه‌ها را با جنبه‌های اصلی زندگی مذهبی مرتبط نمی‌سازند. نمی‌خواهم بگویم که هیچ ارتباطی وجود ندارد؛ زیرا دیده‌ایم (و خواهیم دید) که به هر حال ارتباطی وجود دارد. باید بگوییم به دلایل مختلفی مرتبط با زمینه‌های اکتسابی اجتماعی که توصیف رسانه‌ها را بر اساس آن‌ها ارائه می‌دهیم، ما به راحتی نمی‌توانیم ارتباطی را تشخیص دهیم یا تبیین کنیم. نمی‌خواهیم خودمان را تحت تأثیر رسانه‌ها (یا حتی متأثر از مرجعیت روحانی یا نهادهای مذهبی) بدانیم. منظور این است که درک اکتسابی درباره اهمیت رسانه‌ها اساساً به دلیل تأثیرهایی که بر جا می‌گذارد باعث می‌شود تا به دشواری دربارهٔ تأثیرگذاری آن‌ها بر زندگی مذهبی یا معنوی خودمان بیندیشیم؛ در عین حال نمی‌خواهیم خود را نیازمند اوامر دیگران یا فرمانبرداری کورکورانه از آن‌ها بدانیم؛ پس دشوار می‌توان تصور کرد که مذهب یا معنویت هم بر رسانه‌ها تأثیر بگذارند. هم‌چنین در این جا ملاحظه کردیم که برخی از فرضیات آسان دربارهٔ

رده بندی پایه و انتظارات ما، تا اندازه‌ای نیاز به نقد دارد. از جنبه‌ای در مطالعات ما بسیار مهم است که تفاوت‌ها از آن چه انتظار داشتیم کمتر است. در عرصه استقلال خود آگاهانه است که مردم خود را با توجه به عملکرد فرهنگی و اجتماعی ارزیابی می‌کنند. تقریباً همه افراد و خانواده‌هایی که در این جا دیدیم، به روش بنیادین می‌خواهند خود را مسئول اصلی زندگی مذهبی شان بدانند. این زبان در خانواده‌هایی که آن‌ها را جزو مسیحیان بازمتولد شمردیم، به اندازه جویندگان و معتقدان به مابعدالطبیعه مشترک است. منظور آن که، یکی از پویایی‌های اساسی که به آن اشاره کردم، در این جا مطرح می‌شود: جویندگی مستقل، کنشی که در تمام رده بندی‌ها وجود دارد و محدود به یک یا دو مورد از آن‌ها نمی‌شود.

در فصل بعد مصاحبه‌ها را به شیوه متفاوتی بررسی خواهیم کرد. در آن جا با دقت بیشتر مشخص می‌شود که شاید رسانه‌ها با روایات ژرف تر و بنیادی تر با خود مذهبی یا معنوی مرتبط شوند. این روش متفاوتی برای نگریستن به موضوعات مورد بحث است. رویکرد آتی ما با رویکرد قبایی در این فصل تفاوت دارد و با وجه استدلالی پررنگ تری به موضوعات می‌نگرد. چنان که پیش تر اشاره کردم بسیاری از مصاحبه شوندگان ما به دشواری می‌توانستند روش‌هایی را توصیف کنند که زندگی مذهبی یا معنوی آن‌ها در رسانه‌ها را منعکس می‌کند؛ البته در بسیاری از مصاحبه‌ها به جایی می‌رسیم که رسانه‌ها در نهایت می‌توانند چنین موضوعاتی را تبیین کنند.

در فصل هشتم بخش‌هایی وجود دارد که در آن، مصاحبه‌ها مجموعه

روش هایی را آشکار می کند که به گمان مصاحبه شوندگان، رسانه ها از طریق آن ها با زندگی ایشان مرتبط می شوند.

پاره هشتم: بازنمایی نتایج**اشاره**

پاره هشتم: بازنمایی نتایج

یکی از نظرات همیشگی درباره شیوه ارتباط رسانه‌ها و مذهب، ریشه در مفاهیم اجتماعی گسترده تری از قدرت و نفوذ رسانه‌ها در زندگی اجتماعی دارد؛ البته اظهارنظرهای مربوط به این که چگونه نفوذ رسانه‌ها ممکن است بر افکار مذهبی تأثیر بگذارد، بیش از نظرات مربوط به چگونگی تأثیر احتمالی مذهب بر رسانه‌ها رواج دارد. (۱) در بخش قابل توجهی از گفتمان‌های مربوطه، از اثرات بالقوه منفی رسانه‌های غیرمذهبی سکولار بر اعتقاد و رفتار مذهبی اظهار تأسف شده است. چنان که گفته‌ام بررسی‌های ما در این کتاب روشی برای آزمودن چنین افکاری است. در فصل حاضر به این مسئله خواهیم پرداخت که چگونه

۱- این نظر بیشتر از سوی منتقدان محافظه‌کار از جمله مَدود (۱۹۹۲) ابراز شده ولی حتی پژوهشگرانی که دیدگاه متعادل‌تری دارند، مانند وارن (۱۹۹۷)، چنان که خودمان هم گفته‌ایم، معتقدند که قدرت رسانه‌ها بیشتر است.

رسانه ها می توانند نتایج مذهبی داشته باشند و به روش های مذهبی یا به روش هایی شبیه مذهب مورد استفاده قرار گیرند. (۱)

در فصل سوم به بررسی مجموعه روش های ممکن برای برقراری رابطه میان مذهب و رسانه ها پرداختیم. این موارد شامل روش های اساس گرا، کهن الگویی، فرمی، واقع گرا، تحول گرا و دیگر رویکردها می شوند. مفهوم تأثیر یا نتایج آثار رسانه ای در بسیار از این دیدگاه ها به شکل تلویحی و با تکیه بر این فرض وجود دارد که رسانه ها می توانند با اتخاذ شیوه هایی قدرتمندانه به اعتقادات، نمادها یا افکار پردازند یا آن ها را تبیین کنند. این موضوع باید در بحث های ما آشکار باشد که الگوی مورد نظر ما در این جا کارکرد یا تأثیر را بدیهی نمی پندارد، بلکه به این موضوع می پردازد که چگونه افراد با رسانه ها تعامل برقرار و از آن ها استفاده می کنند تا به بازنمایی خود و زندگی شان پردازند. این موضوع، مسائلی را درباره نتایج یا تأثیر رسانه ها مطرح می سازد و در پی آن است که پرسش های مربوط به نتایج را با درکی پیچیده و متوازن از پیش شرط های تعامل با رسانه ها و خلق معانی مطرح سازد. چنان که دیده ایم بین متن و ادراک، فاصله فراوانی وجود دارد. یکی از مهم ترین ابعاد این فاصله به روش هایی مربوط می شود که مردم از طریق آن ها در جوار رسانه ها زندگی می کنند، همان توصیف (توضیح درباره) رسانه ها

۱- در پژوهش گرگور گوئالس (۲۰۰۰) مثالی گویا و قانع کننده درباره کارکردهای مذهبی یا شبه مذهبی رسانه ها در تجربه مخاطب وجود دارد. گوئالس همواره یکی از پژوهشگران تأثیرگذار و طرفدار خوانش دورکهمی از مذهب در رسانه ها بوده است و بدین ترتیب بر نتایج و کارکردها تأکید می کند. گرچه تأکیدش بر مخاطب جمعی و نه فردی است.

که در این مصاحبه‌ها دیده‌ایم، ولی فراسوی این توضیحات می‌توانیم به بررسی چگونگی تجربه و تعامل مردم با رسانه‌ها پردازیم.

دیدیم که چگونه خود بیانگری مصاحبه‌شوندگان ما به شیوه‌هایی بنیادین با رسانه‌ها و مذهب _ معنویت ارتباط می‌یابد. به نظر می‌آید رسانه‌هایی خاص، مبنای مهمی را برای مشارکت در فرهنگ و جامعه شکل می‌دهند. نیاز به ارتباط با رسانه‌ها، تبدیل به نوعی توقع شده است که بخشی از فرهنگ محسوب می‌شود. این موضوع حتی درباره افرادی که انتظار می‌رود اعتقادات مذهبی، معنوی و عملکردشان آن‌ها را از ارزش‌های رسانه‌های سکولار جدا سازد هم صدق می‌کند. در خانواده‌هایی که فرزند دارند نوعی فشار بی‌وقفه در استفاده از رسانه‌ها دیده می‌شود. این موضوع از یک طرف ریشه در گرایش طبیعی کودکان به رسانه‌ها و از سوی دیگر در تصویر رسانه‌ها از فرهنگ کودکان و جوانان در زندگی معاصر دارد؛ البته به نظر می‌آید که والدین نیز جذب رسانه‌ها شده‌اند و می‌خواهند بخشی از این گفتمان فرهنگی واسطه و عظیم باشند. منظور آن‌که، انتظار می‌رود رسانه‌ها به منزله نوعی مبنای بیشتر خانواده‌ها با سنت‌ها و پس‌زمینه‌های مختلف، حکم واقعی بدی و آشکار را داشته باشند. هم‌چنین به نظر می‌آید مردم در ایجاد ارتباطی آشکار بین زندگی رسانه‌ای و زندگی مذهبی یا معنوی خود با مشکل مواجه شوند. توضیحات آن‌ها درباره رسانه‌ها، نشان‌دهنده این فرض مشترک است که رسانه‌ها نباید رابطه‌ای مثبت با معنویت یا مذهب داشته باشند. وضعیت یادشده با در نظر گرفتن دیدگاه حاکم بر این تفاسیر، پیچیده می‌شود. مطابق با این تفاسیر، فقط رسانه‌هایی که

عامدانه جهت گیری مذهبی یا معنوی دارند می توانند تجربیات مذهبی یا معنوی خانوادگی یا جمعی را منعکس کنند.

در اغلب مصاحبه های ما، تأثیر کار به این صورت است که مردم نقشی را برای زندگی رسانه ای خود در پیوند با مذهب یا معنویت در خودبیانگری شان شرح نداده اند؛ البته رسانه ها چنان حضور مشترک و فراگیری در زندگی های ما دارند که برخی از ارتباط ها، گریزناپذیر می نماید. برای بیشتر آن ها چیزی که توضیح درباره رسانه ها نامیده ایم، بین استفاده آن ها از رسانه ها و درکشان از روش های ارتباط رسانه ها با زندگی مذهبی و معنوی مطرح می شود. منظور آن که در بیشتر موارد ناچار شده ایم این پرسش ها را به شیوه ای غیر مستقیم تر بیان کنیم. برای نمونه همان طور که درباره گلن دانگل در فصل چهار دیدیم غالباً روش هایی وجود دارد که مردم به وسیله آن می توانند رسانه ها را در پیوند با زندگی مذهبی خود تشریح کنند، ولی ارتباط های معنی دارتر فقط بعد از قدری تفکر و گفت و گو ایجاد می شود؛ برای نمونه درباره گلن، مجموعه تلویزیونی نمایش اندی گریفیث به شکلی اساسی و دلالت گر مفهومی از خود مذهبی، معنوی و اخلاقی او را در بر دارد. او توانست توضیحی پیچیده و معنی دار از چگونگی ارتباط این برنامه با مفهوم زنده خود، هویت و ارزش های هنجاری بخش ارائه دهد. البته این کار هم به سهولت میسر نشد. لازم بود که او و مصاحبه گر پیش از آن که صحبت هایشان به اندی گریفیث بکشد، درباره موضوعات فراوانی بحث کنند. هنگامی که آن برنامه پایان یافت گلن به افکار و معانی مهمی رسیده بود.

در فصل پیش دیدیم که رده بندی های اکتسابی در تجربه و عملکرد مذهبی معاصر به راحتی با روش های تفکر درباره رسانه ها و استفاده از آن ها مرتبط نمی شود. به نظر می آید در این جا وجوه اشتراک، مهم تر از تفاوت ها باشد. در این فصل از دیدگاهی کاملاً متفاوت به برخی از مصاحبه شوندگان خود می پردازیم.

در فصل گذشته این فرض را مطرح کردیم که در عملکرد و اعتقادات رسانه ای مبتنی بر گرایش های مذهبی یا معنوی موجود تفاوت هایی وجود دارد. این فرض بر اساس پیوند ها، علایق و همدلی های محتمل شکل گرفته است که شاید وجود داشته باشد. در این جا مسیرمان را عوض و توضیحاتی را بررسی می کنیم که مصاحبه شوندگان از طریق آن ها به بیان نقش رسانه ها در مفهوم خود، هویت یا معنای وجودی شان می پردازند. این رویکرد عملاً بسیار شبیه روشی متداول است که با آن رسانه ها را از جنبه تأثیر بر مخاطبان بررسی کردیم. چنان که گفته ام این تأثیرها فقط بخشی (در بعضی موارد بخش مهمی) از داستان را تشکیل می دهند؛ ولی همواره در افکار و سخنان ما درباره رسانه ها این انتظار وجود دارد که زمان ها و روش آن ها از قدرت بیشتری برخوردار باشد. ما این موضوع را با معرفی مجموعه ای از رده بندی های معنی، تأثیر یا کارکردهایی که در مصاحبه ها یافت می شود بررسی خواهیم کرد.

بحث درباره تأثیر رسانه ها، به ویژه در پیوند با مذهب و معنویت تداوم یافته است و مجموعه ای از افکار متفاوت درباره چگونگی تأثیر رسانه ها بر مذهب و برعکس، نقش مهمی در نوشتارهای اجتماعی _ اکتسابی این عرصه برعهده گرفته است. رده بندی های مورد بحث ما

برگرفته از همان گفتمان هستند و دیدگاه های ما در حکم تحلیل گر و دیدگاه مصاحبه شوندگان را هنگام گفت و گو از افکار و تنش های شان در برمی گیرد. این تعامل بین عناصر تحلیلی و خودبیانگرانه با توجه به استدلال هایی قابل درک است که پیش تر پیرامون ماهیت گفتمان در رسانه ها مطرح کردم. در موقعیتی که چنین افکاری از یک سو تبدیل به بخشی از گفتار عمومی درباره رسانه ها می شود، از سوی دیگر به دستمایه ای برای تحلیل کارشناسان تبدیل می گردد و نیز دستمایه ای برای بازتاب وظایف والدین و مخاطب گیری رسانه ها. پس بررسی شماری از افکار درباره کاربرد و تأثیر رسانه ها که تا مدت ها بخشی از افکار کارشناسان را به خود مشغول کرده است، نباید ما را به تعجب وادارد. معلمان، نویسندگان، کشیشان سخنور، معلمان مذهبی و مدرسان زبان رسانه ها، همگی از انواع کاربردها و تأثیرهایی که در این صفحات بررسی کردیم سخن گفته اند.

رده بندی هایی که در این جا می نگریم برگرفته از دو منبع هستند؛ نخست، از تحلیل هایی می آیند که شاید ضمن بازبینی ادبیات در رسانه ها و فرهنگ و تفکر درباره مسائل مذهب، ایمان و معنویت انتظار داشته باشیم. دوم، از مصاحبه ها هم برمی آیند، جایی که از مردم می خواهیم درباره تعامل خود با رسانه ها نظر بدهند. در هر دو مسیر می توانیم به نخستین سطح ارتباط که پیش تر در کتاب از آن سخن گفتیم بنگریم، سطحی که آن را تجربیاتی در عرصه رسانه ها نامیدیم. در حالی که به نظر می رسد موضوع های مطرح شده در فصل های پنجم، ششم و هفتم به توضیح پیرامون رسانه ها می پردازند، بخش عمده چیزی

که در این فصل خواهیم دید، مربوط به گزارش هایی است که مصاحبه شوندگان پیرامون تجربیات مستقیم خود با برخی از متون خاص رسانه ای ارائه می دهند. هم زمان چنان که خواهیم دید، این وضعیت دو سطح دیگر تعامل پیرامون رسانه ها و توضیح درباره رسانه ها را تداعی می کند. در بیشتر روایاتی که ملاحظه کردیم، به سختی می شود این سطوح را از هم جدا کرد و می توان آن ها را به دلایل قابل توجهی دارای ارتباط درونی و تعامل دانست.

رده بندی هایی که در این جا ملاحظه خواهیم کرد از دیدگاه افراد خاص تشریح می شوند، آن ها درباره نقش و تأثیرهای رسانه ای به اظهار نظر می پردازند. این توصیفات شامل موارد زیر هستند: (۱) رسانه ها واقعاً مرا تحت تأثیر قرار می دهند؛ (۲) به من الهام می بخشند؛ (۳) مرا به تفکر یا رفتار خاصی هدایت می کنند؛ (۴) رسانه ها به من اطلاعات می دهند؛ (۵) می خواهم با آن ها احساس صمیمیت کنم؛ (۶) مرا توصیف می کنند؛ (۷) من با استفاده از رسانه ها خودم را توصیف می کنم؛ (۸) می خواهم رسانه ها را به چالش بطلبم و رد یا تأیید کنم؛ (۹) آن را برای گفت و گو با بچه ها یا دیگران درباره ارزش ها و اخلاقیات به کار می برم.

مهم است تا رویکرد این مصاحبه ها را که منجر به پدید آمدن چنین روایاتی شده است تکرار کنیم. پیش تر گفتم که ما به سختی تلاش می کنیم تا جای ممکن، بحث های ما درباره این موضوعات با مصاحبه شوندگان نامحسوس باشد. نمی خواهیم آن ها را به نتیجه گیری سوق دهیم یا شرایط بحث یا تحلیل را تعیین کنیم. ترجیح می دهیم این آموخته ها از خود مکالمات برآیند نه آن که به وسیله مکالمات

هدایت شوند. پس آن چه در این جا بررسی می کنیم، نتایج این روند (دست کم آرزو داریم) نامحسوس نیمه ساختاریافته و هدایت نشده است.

آن چه در ادامه می آید، مجموعه روش هایی است که برگرفته از مصاحبه های ما هنگام اظهارنظر مردم درباره تجربیات مستقیم تر خود با نمادها و محصولات رسانه ای است. پیش تر برخی نکات را از زبان مردم شنیدیم. توضیحات مذکور با توجه به مکالمات پیشین جالب هستند. در این جا می بینیم که چگونه مصاحبه شوندگان درباره رسانه ها به منزله محصولات یا تأثیرهایی فعال بر تجربیاتشان سخن می گویند.

سه عرصه نخست کلاً در زیرمجموعه کارکردهای اولیه مذهبی یا معنوی رسانه ها قرار می گیرند. این ها به منزله کارکردها یا تأثیرهایی شمردنی می شوند که شاید دیگر کارکردها را تحت تأثیر قرار دهند، با آن ها به رقابت بر خیزند یا جایگزین چیزهایی شوند که آن ها را مؤلفه های اساسی رهبانیت و عملکرد مذهبی می دانیم.

«مرا به شدت تحت تأثیر قرار می دهند»

«مرا به شدت تحت تأثیر قرار می دهند»

بخش عمده گفتمان های اکتسابی درباره روابط بین رسانه ها و مذهب تا سطحی بر این پایه استوار است که دستمایه های رسانه ای، قدرت منحصر به فردی برای متقاعد ساختن و تأثیر گذاری دارند. حتی به نظر می آید برخی از نظراتی که در فصل های اول و دوم شنیدیم گویای آن است که شاید رسانه ها قدرتی بی نظیر برای رقابت با آموزه ها و تأثیرهای معنوی و مذهبی در زندگی های فردی داشته باشند. پس شاید انتظار

برود برای مصاحبه شوندگان ما عادی باشد که با رسانه هایی با چنین قدرتی احساس همدلی کنند. در واقع چنان که دیده ایم مصاحبه شوندگان ما غالباً تمایلی به پذیرش این موضوع ندارند که رسانه ها تأثیرهایی همه جانبه بر جای می گذارند. در این جا دو مثال وجود دارد که این نقش رسانه ای را فاقد نوعی نیروی احساسی می داند.

فرد کلاین، پدر پنجاه ساله که دو فرزند دارد در پاسخ به این پرسش که آیا هرگز نکته یا موضوعی معنوی در فیلم ها دیده است چنین پاسخ می دهد:

... در صدر فهرست من، فیلم کشتن مرغ مقلد (۱) قرار می گیره. اون رو وقتی که فقط هشت سالم بود دیدم.... مجذوب فیلم شدم و تحت تأثیر اون قرار گرفتم؛ پس بلافاصله کتابی رو که فیلم از اون اقتباس شده بود، خوندم. علت علاقه من به این فیلم تا حدی به خاطر سیاه و سفید بودن، سادگی و تأثیرگذاری داستانش بود و در سراسر زندگی با من همراه بوده. هنوز هم وقتی اون رو می بینم تحت تأثیرش قرار می گیرم. واقعاً فیلم فوق العاده ایه.

بیشتر ما می توانیم به چنین نمونه هایی فکر کنیم، جایی که تلویزیون، فیلم، کتاب یا نمایش ما را به شیوه ای ژرف و ماندگار تحت تأثیر قرار می دهد. هم چنین جای تعجب ندارد که فرد (کسی که نگرش هایش درباره رسانه ها کمتر از والدین محافظه کار مذهبی جنبه اخلاق گرایانه دارد) یک فیلم سکولار را در تقابل با فیلم مذهبی در حکم اثری مشخصاً تأثیرگذار یا الهام بخش معرفی کند. جالب است اشاره

۱ - To Kill a MockingBird فیلمی از رابرت مالیگان. با بازی گریگوری پگ و رابرت دووال. محصول ۱۹۶۲ آمریکا.

(م.)

کنیم که از نظر فرد این فیلم، جزو آثاری است که در کل زندگی اش با آن همراه بوده است. وی فیلم را در زندگی اش بسیار تأثیرگذار می‌داند و حتی اکنون که به بزرگسالی رسیده آن را جذاب و تکان‌دهنده می‌داند.

رُکسانِ کانر مانند فرد کلا-ین، بیشتر جوینده است تا سنت‌گرا. او نیز فیلم را منبعی برای این نوع تجربه تکان‌دهنده می‌داند. (۱)

مصاحبه‌گر:

آیا تا کنون به جست‌وجوی چیزی مرتبط با معنویت در تلویزیون یا سینما، اینترنت، موسیقی یا دیگر رسانه‌ها پرداخته‌اید؟

رُکسان:

در اینترنت نه، ولی مسلماً فیلم‌ها و موسیقی‌هایی هستند که من رو از جنبه معنوی تحت تأثیر قرار دادن یا دست‌کم پیامی مذهبی و معنوی از اون‌ها گرفتم.

هم‌چنین رُکسان به چگونگی تأثیرگذاری فیلم و موسیقی و نیز تأثیر آن در زندگی معنوی‌اش آگاه است. جالب است که وی در تجربه‌اش، اینترنت را فاقد چنین ظرفیتی می‌داند. به نظر می‌رسد نکته قابل‌توجه این است که گویا فرض می‌شود رسانه‌هایی خاص می‌توانند تأثیری عاطفی بر بینندگان و مخاطبان بگذارند. نه فرد و نه رُکسان از این تجربه رسانه‌ای به افکار متعارف تری درباره‌ی مذهب، ایمان یا معنویت نرسیده‌اند.

۱- دنیس واکر مصاحبه با رُکسانِ کانر را انجام داده است.

«رسانه ها به من الهام می بخشد»

«رسانه ها به من الهام می بخشد»

تحت تأثیر چیزی قرار گرفتن، با الهام گرفتن از آن متفاوت است. برای نمونه، فرد کلاچین به گفته خودش با تماشای فیلم کشتن مرغ مقلد به نوعی تجربه والای عاطفی دست یافته است، تجربه ای که هنوز هم با اوست. برای آن که چیزی الهام بخش باشد باید حالت واکنش انسان تغییر کند، چنان که فرد از نظر عاطفی درگیر می شود و تحت تأثیر قرار می گیرد تا با شخصیت ها و افکار همدلی یا از آن ها تقلید کند.

کریس چندلر پدری مطلقه و ۳۵ ساله است که با تربیت کاتولیک بزرگ شده، ولی از آن مسلک دست کشیده و اکنون عمدتاً جوینده است. (۱) وقتی با او درباره رسانه های صحبت می کنیم که از نظر وی می توانند الهام بخش باشند، وی تعریف زیر را از الهام مطرح می کند و در این روند نمونه ای از یک فیلم الهام بخش می آورد:

به گمونم بعضی از فیلم ها الهام بخشند؛ البته نه چندان به شیوه واقعی مسیحی، ولی به نظرم تماشای فیلمی مثل راکی (۲) به شما الهام می بخشد. این فیلم الهام بخشه و از شما می خواد که تلاش کنید و برای تحقق هدفتون پیش برید. گمون می کنم این فیلم، از جهتی مذهبی باشه. به نظرم هر کار و تلاشی که برای بهبود خود و برای تحقق هدفی انسانی انجام میدید، از جهات مختلف جنبه معنوی داره.

۱- مصاحبه با کریس چندلر را آنا ماریا روسو انجام داده است.

۲- Rocky یکی از مشهورترین فیلم های تجاری و تبلیغاتی آمریکا. از این فیلم تا کنون پنج نسخه با نام راکی (۱ تا ۵) و یک نسخه با نام راکی بالبوآ ساخته شده است. نسخه اول در سال ۱۹۷۶ و در اوج جنگ سرد ساخته شد. بازیگر ثابت هر شش نسخه سیلوستر استالونه است که آخرین نسخه از آن در سال ۲۰۰۶ ساخته و پخش شد. به جز راکی ۱ و ۵ که جان آویلدنسن ساخته باقی نسخه ها را سیلوستر استالونه کارگردانی کرده است. (م.)

با توجه به طبقه بندی رسانه های مذهبی و سکولار که به وسیله مصاحبه شوندگان انجام شده است، فکری که کریس مطرح می کند در خور توجه است. در این جا وی تمایز آشکاری بین انواع رسانه ها قائل می شود. او فیلمی سکولار را به عنوان نمونه ای از منبع الهام برمی گزیند که البته مطابق با مرام واقعی مسیحی نیست. با وجود این، احساس می کند که فیلمی مذهبی است. پس گرچه راکی در حقیقت فیلمی مذهبی نیست و آگاهانه به افکار یا انگیزه های مذهبی نمی پردازد، از نوعی الهام برخوردار است که به گونه ای معنوی است.

راینایا هنکاک مادری مجرد، سی و هفت ساله و معتقد به مسلک مورمون است. (۱) راینایا با تربیت مورمون بزرگ نشد، ولی وقتی خود به سن بزرگسالی رسید این مسلک را برگزید و همچنان به شدت به این موضوع فکر می کند که چگونه ایمان جدید و زندگی خود را با هم تلفیق کند. وقتی از او درباره رسانه های الهام بخش می پرسیم، وی برنامه هایی را از دوران کودکی اش نام می برد و آن ها را با ویژگی ملایمت که از قول برخی دیگر از مصاحبه شوندگان هم شنیده ایم، به هم مرتبط می سازد. راینایا می گوید:

وقتی داشتم بزرگ می شدم همه چیز خوب بود... مثلاً مجموعه خانه ای کوچک در مرغزار (۲) پخش می شد....

۱- مصاحبه با راینایا هنکاک را جو چمپ انجام داده است.

۲- Little House on the Prairie سریالی که از سال ۱۹۷۴ تا ۱۹۸۳ در ژانر درام/خانوادگی/وسترن پخش شد. سریال، به زندگی و حوادث خانواده شخصیت اصلی داستان (اینگال) در قرن نوزدهم آمریکا می پردازد. سریال در ۲۰۳ قسمت پخش شد. مینی سریالی با همین نام در سال ۲۰۰۵ در ژانر موزیکال هم پخش شده است. (م.)

مصاحبه گر:

آره! گروه بردی (۱) هم نمایش داده می شد.

راینا:

(می خندد) نمی دونم که مجموعه خوبی بود یا نه. به هر حال به نظر می رسید که کیفیت بهتری داره. الان هر چی می بینید جدایی، خشونت و چیزایی از این دسته... نمی دونم موضوع خوبی هم مطرح میشه یا نه... البته به جز مجموعه هایی که از شبکه PAX پخش میشه که استثناء است... آثاری مثل نظر کرده فرشته و این یک معجزه است... این ها برنامه های روحیه بخش و مثبتی هستن.

از نظر راینا برخی از رسانه ها حکم شاخص های نوعی مسیر اجتماعی را دارند که وی نمی تواند با آن کنار بیاید. او می داند گرچه شاید مجموعه گروه بردی با تحسین منتقدان مواجه نشده باشد، ولی نسبت به خیلی از برنامه های دیگر کیفیت بهتری دارد. به نظر می آید وی با در نظر گرفتن چند برنامه مذهبی در شبکه PAX به این موضوع فکر می کند که می تواند رژیم رسانه ای مناسب و حتی الهام بخشی بیابد. نکته جالب تر آن که راینا می گوید وقتی جوان تر بود، پیش از گرویدن به مسلک مورمون، آثاری که از رسانه تماشا می کرد چندان نشانی از ایمان وی نداشت. اکنون خود را بین رسانه ها که به گمان او الهام بخشند و آن چه فاصله کلیسا از رسانه ها می داند نوعی سازش و توافق به وجود آورده، فاصله ای که به گمان وی از جانب کلیسا، خودتحمیل گرانه است.

مصاحبه گر:

پس وقتی جوان تر بودید احساس نمی کردید که می توانید به کلیسا و مذهب و بقیه چنین اموری نزدیک شوید؟

راینا:

آه، درسته.

مصاحبه گر:

منظورتان را می فهم. پس شما به برنامه های شبکه PAX ... از جمله نظر کرده فرشته علاقه دارید... آیا این برنامه ها با افکار و احساسات شما نسبت به مذهب ارتباطی می یابند؟

راینا:

خب... فکر نمی کنم که مثلاً کلیسای (LDS) بگه: «بله! این همون چیزیه که ما به اون اعتقاد داریم.» ولی از نظر من... خوب و تأثیر گذارن... به نظرم این برنامه ها جزو بهترین آثاری هستن که از تلویزیون پخش میشن. می تونیم اون ها رو ببینیم و بشنویم و از دیدنشون لذت ببریم. پس... برای من خوب و مفیدن. فکر نمی کنم خیلی از کسانی که به کلیسا میرن بگن (صدایش را به نحوی نمایشی تغییر می دهد): «آه بله! ما نظر کرده فرشته رو دوست داریم!» فکر نمی کنم... ولی افرادی که همیشه توی کلیسا بودن چیزهای خیلی بیشتری از مذهب می دونن و احتمالاً با دیدن این برنامه ها میگن: «نه این خوب نیست، نه اون هم درست نیست» ولی همون طور که گفتم از نظر من برنامه هایی خوب با جنبه های معنوی هستن.

پیش تر، این تمایز میان مذهب رسمی و رسانه ها را از زاویه های متفاوتی ملاحظه کردیم. راینا مشخصاً احساس می کند که

الهام

۱- ۶. Later Day Saint Church: چهارمین تشکیلات بزرگ مسیحی در ایالات متحده که حدود ۱۳ میلیون پیرو در سراسر جهان دارد. اعضای این فرقه جزو مورمون ها هستند و به هیچ کدام از کلیساهای کاتولیک یا پروتستان تعلق ندارند. (م.)

رسانه ای اهمیت خاصی دارد. وی هم برنامه های ملایم سکولار و هم برنامه های عامدانه مذهبی مانند نظر کرده فرشته و این یک معجزه است را تحسین می کند. در عین حال وی می گوید که مقامات کلیسا و حتی کلیساها شاید نتوانند به اندازه وی این برنامه ها را درک کنند. وی مطمئن نیست که آیا این رسانه ها واقعاً اعتقادات اساسی کلیسا را بازنمایی می کنند یا نه ولی از نظر وی خوب و مناسبند.

در فصل پنجم با جودی کروزر و افکارش درباره ظرفیت های الهام بخش رسانه ها آشنا شدیم، موردی که با بحث های کنونی ما مرتبط است. شاید خوانندگان به یاد بیاورند که جودی را سنت گرا نامیدیم؛ کسی که به اعتقادات مذهبی خود بسیار خودآگاه است. (۱) در وضعیتی که جودی خود را کاتولیک می داند، جوینده نیز هست. وی مجموعه ای از افکار و سنت های مذهبی را بررسی کرده است. از نظر وی الهامی که در برخی از برنامه های خاص تلویزیون وجود دارد ناشی از کارکرد مذهبی نسبتاً سنتی است؛ سازندگان چنین آثاری امور استعلایی و حتی روحانی، جنبه های زندگی در زمان و مکان فعلی و فراسوی آن را با بینشی خاص نمایش می دهند.

مصاحبه گر:

چرا از مجموعه این یک معجزه است خوشتان می آید؟

جودی:

چون تجربیات زندگی رو به صورت واقعی نشون میده. فکر می کنم چیز جالبیه.

۱- مصاحبه با جودی کروزر را اسکات وبر انجام داده است.

وقتی مصاحبه گر از وی می خواهد تا برنامه را تشریح کند، جودی وارد جزئیات می شود و پی رنگ مجموعه را توضیح می دهد که در آن دو فرشته حضور دارند. مصاحبه گر قدری بیشتر درباره استنباط وی از فرشتگان می پرسد و جودی بین مجموعه هایی که فرشتگان را به صورت شخصیت های خیالی نشان می دهند و آن هایی که فرشتگان را به صورتی زنده، واقعی در زمان و مکان حاضر به نمایش در می آورند تمایز قائل می شود. مصاحبه گر می پرسد:

منظورتان از فرشتگان....

جودی:

مردم هستن. درست همون مردم عادی... که برای کمک میان.

مصاحبه گر:

آیا این همان کاری است که فرشتگان انجام می دهند؟

جودی:

بله!

مصاحبه گر:

من یاد نظر کرده فرشته و دو شخصیت اصلی آن افتادم، شاید شخصیت سومی هم باشد. آیا آن ها روی زمین زندگی می کنند یا از جای دیگری آمده اند؟

جودی:

اون ها از جای دیگه ای اومدن ولی این موضوع خیالیه.

مصاحبه گر:

ولی در مجموعه این یک معجزه است، آن ها درباره فرشتگان زمینی صحبت می کنند، آدم های واقعی که کارهای خوبی انجام می دهند.

جودی:

بله! اون ها با آدم های واقعی فرق دارن.

جودی در این برنامه های فرشته ای نوعی الهام واقعی مذهبی یا معنوی می بیند. در هر صورت جالب است که در هر یک از موارد الهام از رسانه ها، ارتباط با مذهب رسمی یا قراردادی نفی می شود. از نظر راینا و جودی که هر دوی آن ها با ریشه ها و منابع مذهبی، قراردادی و حتی محافظه کار یا سنتی ارتباط دارند، الهاماتی که آن ها از منابع رسانه ای برمی گیرند نکته اساسی و قانع کننده ای دارند. چنان که پیش تر دیدیم، مرجعیت سنت ها دربارهٔ مشروعیت این منابع واقعاً موضوع مهمی نیست. هر دو زن در انجام این انتخاب ها و داوری ها استقلال دارند.

«مرا به تفکر یا رفتار خاصی هدایت می کنند»

«مرا به تفکر یا رفتار خاصی هدایت می کنند»

شاید انتظار داشته باشیم نمونه های فراوانی از چگونگی تأثیرپذیری مردم از رسانه ها بیابیم. برخی از جدی ترین دغدغه ها و انتقادهای سرسختانه دربارهٔ تأثیر رسانه ها بر زندگی مذهبی یا معنوی مردم، مرتبط با این مفهوم است که رسانه ها می توانند عملاً بر اعتقادات یا رفتارهای بینندگان تأثیر بگذارند. در چنین تصوراتی دغدغهٔ تله ونجلیسم هنگام ظهور این پدیده، تقریباً همه گیر است. پس شاید قابل توجه باشد که در بین مصاحبه شوندگان ما، نمی توان نمونه های فراوانی از افرادی یافت که به نظر آن ها مذهب یا اثر معنوی به خودی خود بر افکار یا اعمال تأثیر می گذارد. در واقع این آثار رسانه ای بیشتر

به همین روش عمل می کنند. رسانه هایی که آگاهانه صبغه مذهبی بیشتری دارند، با بی توجهی مصاحبه شوندگان مواجه و یا توسط آن ها به چالش طلبیده می شوند. خانواده میلیکن که تا اندازه ای افکار و نظراتشان را در فصل ششم بررسی کردیم، مسیحیان بازمتولد و بینندگان همیشگی برنامه های تلویزیونی سکولار از جمله برنامه های تلویزیون _ واقعیت (۱) هستند. (۲) وقتی از آن ها می خواهیم درباره ارتباط گرایش مذهبی و کاربرد رسانه ها نظر بدهند، بلافاصله سراغ این فرض می روند که احتمالاً رسانه های مورد بحث باید مذهبی باشند و آن ها چندان طرفدار چنین برنامه هایی نیستند. مصاحبه گر می پرسد:

آیا بین کاربرد رسانه ها و این نوع معنویت، حضور شما در کلیسا و فعالیت هایی از این قبیل رابطه ای وجود دارد؟

جی:

در واقع ما سعی می کنیم که برنامه هایی مثلاً از TBN رو نبینیم.

مصاحبه گر:

چرا؟

۱- Reality TV تلویزیون واقعیت و Reality show نمایش واقعیت، برنامه هایی هستند شبیه به آن چه در ایران دوربین مخفی خوانده می شوند. ضمناً مسابقاتی مشابه مسابقه سیمرغ (با اجرای سیدمحمد حسینی در شبکه ۳) یا شهروند سالم (این یکی در شبکه ۵ با اجرای سیامک انصاری) را نیز نوعی نمایش واقعیت می دانند. این برنامه ها در چند سال اخیر در سراسر جهان شدیداً مورد استقبال قرار گرفته و در ایران نیز کمابیش از چنین برنامه هایی برای پخش در بهترین ساعات تلویزیون استفاده می شود. عنصر ذاتی این نوع برنامه ها مصداق بارز از آب کره گرفتن است؛ به بیان دیگر تلاش برای سرگرم کننده کردن واقعیت، حال هر چه برخوردارند و نامطلوب هم باشد؛ مانند لذتی که از دیدن واکنش های افراد در موقعیت های ناگهانی می بریم. هم چنین بنگرید به: اخلاق و تلویزیون واقعیت: آیا باید این برنامه ها را تماشا کرد؟. الیزابت لارکین. حسین شیخ الاسلامی. ماه نامه رواق هنر و اندیشه. شماره ۲۸. مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما. قم. ۱۳۸۷ (م).

۲- مصاحبه با خانواده میلیکن را اسکات وبر و میشل مایلز انجام داده اند.

جی:

از این شبکه برنامه های فریبکارانه ای هم پخش میشه.

لین:

از نظر او....

جی:

به من گفتن شفا دهند گانی چون بنی هین در اون حضور دارن و این فقط...

مصاحبه گر:

چه کسی به شما گفته؟

جی:

کشیش ها و بقیه مردم.

مصاحبه گر:

در کلیسای فعلی یا گذشته؟

جی:

نه، در گذشته. موقعی که برای نخستین بار با ندای خداوند بیدار شدم، داشتم تماشا می کردم. حقیقت رو به شما بگم در واقع همین من رو علاقه مند کرد ولی بعد از اون چند برنامه نسبتاً خوب پخش شد، هرچند برخی از اون ها....

به نظر می آید جی به دو دلیل مهم و مرتبط با هم، خود و ایمانش را از برنامه های مذهبی مانند آن چه در شبکه TBN پخش می شود و بنی هین جدا کند. نخست، نوعی کراهت عمومی که به نظر می رسد کلیساروها نسبت به این برنامه ها دارند و دوم این احساس که چنین برنامه هایی بیشتر نشان دهنده ایمانی خام و نافرهیخته و نه ایمانی کامل

هستند. به هر صورت این نکته مهم است که هر یک از این خانواده ها که به شدت به تعالیم مسیحیان بازمتولد اعتقاد دارند، از برنامه هایی که متأثر از شاخه اوانجلیکال مسیحیت است پرهیز می کنند.

رده بندی بعدی با سه رده بندی پیشین متفاوت است. این رده بندی از نظر کیفی با بقیه تفاوت دارد. بدین صورت که رسانه ها را نه مرتبط با ایمان یا معنویت، بلکه با فاصله ای از این جنبه های زندگی می داند. در بین مهم ترین کارکردهای رسانه ها، دست کم در ادراکات روزمره ما، نوعی توانایی برای ارائه اطلاعات غنی دیده می شود. درست همان طور که آن ها اطلاعات مهمی درباره سیاست، ورزش، امور مالی و غیره انتقال می دهند می توانند اطلاعاتی درباره مذهب و معنویت هم فراهم آورند. می توان در دنیای پس از واقعه ۱۱ سپتامبر انتظار داشت که اطلاعات درباره مذهب و به خصوص مذاهب دیگران اهمیت فزاینده ای داشته باشد؛ البته اطلاعات چیزی است که از نظر کیفی با تجربه مذهبی نیز تفاوت دارد. اطلاعات در سطح دیگری به کار می رود، در حالی که تجربه یا بیان مستقیم جنبه شخصی تری دارد و به عملکرد خصوصی و روزمره فرد نزدیک تر است. مسلماً اطلاعات می تواند عملکرد را تحت تأثیر قرار دهد، ولی نقش آن به طور مستقیم استنباط نمی شود.

«رسانه ها (درباره دیگران و...) به من اطلاعات می دهند»

«رسانه ها (درباره دیگران و...) به من اطلاعات می دهند»

در بالا با فرد کلاین آشنا شدیم. او پدر استفانی پانزده ساله است که از او می خواهیم بگویند آیا تاکنون چیز الهام بخشی در رسانه ها یافته

است. وی در عوض پاسخش را از جنبه اطلاعات می دهد.

مصاحبه گر می پرسد:

آیا تا به حال تلویزیون تماشا کرده اید و نکته الهام بخشی در آن یافته اید؟ نظرتان درباره آسمان هفتم چیست؟

استفانی:

حدس می زنم... گمون نمی کنم موضوع اصلی این سریال مذهب باشه بلکه بیشتر قصد سرگرم کردن داره. فکر نمی کنم بشه نکته ای مذهبی در اون دید که بعد سعی کنیم با به دست آوردن اطلاعات در رسانه ها اون رو پی بگیریم.

مصاحبه گر:

آیا این موضوع شامل اینترنت هم می شود؟

استفانی:

آه، بله! من به اینترنت هم مراجعه می کنم. سراغ سایت های مختلف میرم و همیشه در اینترنت به وب سایتی می رسم که میگه: « اعتقادات ما اینه » و چیزایی از این دست. به این ترتیب اطلاعاتی از مذاهب مختلف پیدا می کنم و می بینم که درباره موضوعات مختلف چی میگه.

وی تمایز جالبی بین آثار با مضمون مذهبی و سرگرمی صرف ایجاد می کند. این تمایز که دیده ایم چگونه به وسیله مصاحبه شوندگان مختلف با روش های مختلف بیان می شود، از نظر استفانی مهم به نظر می رسد؛ زیرا وی در خانه ای زندگی می کند که والدینش جویندگان و معتقدان به مابعدالطبیعه هستند. یکی از راه های بررسی این موضوع، اشاره به مفهوم آرمانی ای است که وی از مذهب دارد که امری متفاوت با تجربه زندگی و تجربه او از رسانه ها است. هم چنین به نظر مهم

می آید که استفانی احتمالاً به اینترنت در حکم منبعی می نگرد که برای این نوع جویندگی اطلاعات مناسب است. این واقعیت که وی جست و جوی اینترنتی را برقرار و کنترل می کند شاید اهمیت خاصی برایش داشته باشد که ریشه اش به خود و استقلال فردی برمی گردد. برخلاف بسیاری از رسانه های سرگرم کننده متعارف، وی به یاد می آورد که برای جست و جوی اطلاعات مذهبی از اینترنت استفاده کرده است.

اگر این نوع جستن اطلاعات را مرتبط با چیزهایی بدانیم که سوای اعتقادات ژرف فردی هستند، آن گاه معلوم می شود که این جست و جو شاید باعث ارتباط با مذاهب دیگر غیر از مذهب فرد جوینده شود.

بیل بیلر، پدر ۴۱ ساله ای است که چهار پسر دارد و همراه با آن ها و همسرش دانا در حومه یکی از شهرهای بزرگ غرب ایالات متحده زندگی می کند. (۱) بیل، پرستاری سفارشی است و خود را پرزبیتترین (معتقدین به کلیسای مشایخی) و مسیحی بازمتولد توصیف می کند. اعتقادات وی در سنین بزرگسالی تحت تأثیر دانا متحول شد. او صادقانه می گوید:

من مورمون بودم... و بعدش به مسیحیت ناب تغییر کردم.

به نظر می آید اعضای خانواده به تلویزیون مذهبی بدگمان باشند؛ زیرا در مصاحبه ای که با آن ها انجام داده ایم برخی از تله ونجلیست ها را به تمسخر گرفته اند، ولی هم زمان از وجود ایستگاه های رادیو و تلویزیون مسیحی و شبکه PAX در منطقه خود آگاهند. آن ها برنامه های

۱- مصاحبه با خانواده بیلر را کریستف دامونت _ هایتریش انجام داده است.

خانوادگی ملایم را ترجیح می دهند.

بیل از یکی از سریال های کلاسیک وسترن، دود اسلحه^(۱) به عنوان سریال مورد علاقه اش نام می برد. وقتی از او می پرسیم که هنگام مواجهه با برنامه ها و وب سایت هایی که عقاید دیگری جز اعتقادات شخصی او را منعکس می کنند، چه انجام می دهد، بیل می گوید:

من برای کسب دانش، بیشتر مطالب اون ها رو می خونم. می خوام ببینم که عقاید مختلف مردم چیه؛ چون در طول زندگیم مذاهب مختلفی داشتم و مدام متحول شدم. پس در انجام این کار بسیار آزاد اندیشم و با مردم هم صحبت می کنم. درست همون کارایی که وقتی مقاله ای رو می خونم انجام میدم. همین الان آدمی هست که اعتقادی به خدا نداره و می خواد نام خدا از سوگند وفاداری به ایالات متحده آمریکا^(۲) حذف بشه. اون رو توی تلویزیون دیدم، فکر می کنم ماه پیش بود؛ چون من مدام کانال عوض می کنم. وقتی به برنامه او رسیدم چند دقیقه مکث کردم تا ببینم دیدگاهش چیه. دیدگاهش خیلی جالب بود. من فقط دو سه دقیقه از برنامه اش رو تماشا کردم.

مصاحبه گر:

آیا زیاد کانال عوض می کنید؟

بیل:

بله! (می خندد). دانا از این کار خوشش نیامد ولی من نمیگم که نمی خوام حرف های این بابا رو بشنوم. به اون چند دقیقه فرصت میدم تا حرف بزنه و بگه که مقصودش چیه، این که موافق یا مخالف با چه چیزاییه.

۱- Gunsmoke یک سریال وسترن رادیویی و تلویزیونی که نسخه رادیویی آن از سال ۱۹۵۲ تا ۱۹۶۱ پخش شد و نسخه تلویزیونی آن در ۲۰ فصل از سال ۱۹۵۵ تا ۱۹۷۵ توسط شبکه CBS آمریکا پخش گردید و دومین برنامه داستانی طولانی و پرمخاطب تاریخ تلویزیون آمریکا محسوب می شود. (م).

۲- Pledge of Allegiance

بعد میگم: «خیلی جالب بود و من نکاتی یاد گرفتم.» پس میشه گفت، نسبت به هر چیز ذهنیتی باز دارم.

مصاحبه گر:

پس وقتی که برنامه متفاوتی را می بینید، کانال عوض نمی کنید؟

بیل:

نه! من این احساس رو در بچه ها به وجود آوردم که حتی اگر با طرز فکر متفاوتی مواجه بشن با ذهنیتی باز به اون توجه کنن و درک کنن که عقاید بقیه مردم چیه. به این ترتیب با حالتی ساده دلانه با اعتقادات و موضع اون ها مواجه نمیشید؛ چون نمی تونید بگید: من به چیزی که تو عقیده داری، اعتقاد ندارم. در واقع باید از قبل بدونید که اون ها به چه چیز عقیده دارن. سعی دارم به بچه ها نیز همین رو بگم.

بنابراین دیدگاه بیل متکی بر ایده هایی است که پیش تر ملاحظه کرده ایم. از جمله برای مردم مهم است که احساس کنند در تصمیم گیری های شان نسبت به امور استقلال دارند. بیل که به خدا اعتقاد ندارد به کسی اشاره می کند که طبیعتاً با وی موافق نیست، ولی احساس می کند مهم است که به وی امکان دهد تا حرف های اش را بزند و این موضوع را به منزله الگویی برای پسرهای اش هم در نظر می گیرد. هم چنین انواع اطلاعاتی را که هنگام صحبت از امور مذهبی در نظر داریم، معرفی می کند. در این جا به نظر می آید مثال هایی که بیل بر می شمرد بیش از همه چیز به بحث ها یا موضوعاتی مذهبی مرتبط می شود که در پشت آن ها سیاست اجتماعی یا بُعد سیاسی وجود دارد. البته انواع دیگری از اطلاعات مذهبی هم به چشم می خورد، چنان که مصاحبه ما با مگان سیلی نشان می دهد.

مِگان چهل ساله و مادری مجرد است که پسری هفده ساله با نام دِل دارد. (۱) او که یکی از باپتیست های جنوب ایالات متحده است، با تربیت کاتولیک بزرگ شده، ولی به کلیسای پرزبیتترین هم می رفته است. وی می گوید که والدینش اکنون به گذشته گرا ها (New Age) پیوسته اند و بسیار علاقه مند به مذاهب شرقی شده اند. طی گفت و گویی درباره استفاده مِگان از اینترنت از او می پرسیم که آیا هرگز چیزی مرتبط با مذهب یا معنویت در آن جا یافته است یا خیر. مصاحبه گر می پرسد:

آیا هرگز چیزی مرتبط با مذهب یا معنویت در اینترنت یافته اید؟

مِگان:

بله! من به وب سایت های مختلف مراجعه کردم و اطلاعات مختلفی دیدم.

مصاحبه گر:

آیا می توانید نمونه ای را نام ببرید؟

مِگان:

خب یک شبکه رادیویی که برنامه هاش رو با علاقه گوش می کنم (وی به نام یکی از ایستگاه های مسیحی خاص در محل زندگی اش اشاره می کند) اون ها یک سایت اینترنتی دارن و در اون جا می تونید اخبار جدیدی رو ببینید، از جمله درباره اون زوج میسیونر (مُبلغ مذهبی)، کجا بود؟ شاید ماداگاسکار، ولی نه، درست نیست. اگه نقشه ای داشته باشم، می تونم به شما نشون بدم که کجا بود. جایی شبیه تایلنده. زوج میسیونر چهارده ماه در اون جا زندانی بودن و جالب اینه که در تلویزیون چیزی از عقاید و هدف اون ها گفته نمیشه ولی درباره اتفاق و ماجرای که برا شون پیش اومده زیاد حرف می زنن.

۱- مصاحبه با خانواده سیلی را کریستف دامونت _ هاینریش انجام داده است.

افراط گرایان مسلمون، اون ها رو به اسارت گرفته بودن و شیوه‌ای که رسانه ها اون ها (افراط گرایان مسلمان) رو به تصویر کشیدن، جالب بود. با وجود این حدس می زنم که ضمن تماشای اخبار و فیلم های مربوط به واقعه، به تصویر جامع تری می رسم؛ چون این موضوع بیش از هر چیز مذهبییه. رسانه ها بخش زیادی از اون رو در برنامه های خبری منعکس نمی کنن. من به سایت های اینترنتی مختلف کلیساها مراجعه کردم، البته دوستانی هم در تنسی و فلوریدا دارم و اون ها از من می خوان تا به سایت های اینترنتی و منابع دیگه مراجعه کنم.

به نظر می رسد جویندگی اطلاعات آن لاین به وسیله مگان در مقایسه با بیل ارتباط نزدیک تری با ایمان و کاوش مذهبی وی داشته باشد. ظرفیت اینترنت و وب جهانی برای ارائه طیفی گسترده از اطلاعات و امکان دسترسی آسانی که علاقه مندان به لینک های مربوطه و غیره دارند، دست کم برای مگان عرصه ای باز برای کاوش و مرتبط با ایمان و علایق مذهبی وی است. ایستگاه مسیحی مورد علاقه او (که تصادفاً مرتبط با کلیسای او نیست) سایتی اینترنتی و لینک های دیگری دارد که وی از طریق آن ها می تواند با شبکه گسترده تری از منابع اطلاعاتی مرتبط شود. هم چنین وب، زمینه ای است که وی و دوستان راه دورش می توانند به آن مراجعه و اطلاعاتشان را مبادله کنند. حتی با وجود این، جست و جوی اطلاعات در اینترنت که بیشتر جنبه کالایی دارد، عامل تعیین کننده ای در چهارچوب اعتقادات وی نیست، در واقع حتی از آن دور هم هست.

پس ارتباط تکنولوژی با روش خاصی از تفکر پیرامون منابعی که جست و جو می شود، در این مورد خاص اطلاعات، اهمیت ویژه‌ای دارد.

مگان از ایستگاه رادیویی به سایت اینترنتی آن ایستگاه می رود تا اطلاعات مرتبط با هم را دریافت کند. استقلال و خودمحموری این نوع رویکرد برای وی و بیل اهمیت خاصی دارد؛ ولی در چهارچوب محدودیت های رسانه و تفاهم نامه های آن است. دانا بیلر، ضمن صحبت درباره استفاده از جست و جوگر (۱) اینترنتی خود این موضوع را بیان می کند.

مصاحبه گر:

آیا غالباً برای جست و جوی اطلاعات و نشانه گذاری (۲) آن ها به اینترنت مراجعه می کنید یا به شکل فولدری (پرونده ای) است که از پیش ایجاد شده و شما چیزی به آن نمی افزایید؟ آیا به همان اطلاعات پیشین مراجعه می کنید؟

دانا:

خب، بستگی داره. اگه چیز تازه ای پیدا کنم اون رو رها نمی کنم؛ البته چیزایی رو پاک کردم؛ چون برخی از مطالبی که قبلاً یافته بودم، دیگه خوب نیستن. من مطالب رو مرور می کنم و گاه و بی گاه به اون ها سر می زنم، چیزای جدیدی به اون اضافه می کنم و چیزای قدیمی رو برمی دارم. این که چه چیز معتبره و چه چیز معتبر نیست، برای من اهمیت داره. من سایت های اینترنتی ای رو می شناسم که درباره مذاهب گوناگون هستن و اگر کسی در اون ها برای بحث آماده باشه، با اون صحبت می کنم. خب حدس می زنم که موضوع مهم من مورمونسم باشه؛ چون خویشاوندان و اقوامی دارم که مورمون هستن و بیل هم قبلاً مورمون بوده. من جست و جوی فراوانی انجام میدم تا بتونم اطلاعات مناسبی به دست بیارم.

۱- browser

۲- bookmarking

پس شما هیچ نوع نشانه گذاری دربارهٔ اسلام یا بودیسم ندارید....

دانا:

من هیچ چیز پیدا نکردم. من دنبال چیزایی گشتم که دوست داشتم و می‌تونم درک کنم، چیزایی که به اندازه کافی واضح هستن که بتونم بفهمم.

این موضوع ظرفیت‌های متعدد وب را برای جست و جوی اطلاعات نشان می‌دهد. (۱) جایی که شاید روی این فکر متمرکز شویم که آن چه مردم در سایت‌های اینترنتی انجام می‌دهند خوانش و هضم اطلاعات است، دانا نشان می‌دهد که می‌توان به طریقی بعضی از سایت‌های اینترنتی را مشترک شد و این کار با قراردادن آن‌ها در یک فولدر نشانه گذاری به صورت نوعی مجموعه انجام می‌شود. دانا به شکلی نسبتاً منظم به این منابع مراجعه می‌کند، آن‌ها را به روز می‌کند، چیزهایی را اضافه و حذف می‌کند. هم چنین به نظر می‌آید وی از وب، به شکل تعامل با رسانه‌ها استفاده می‌کند. او می‌گوید که این منابع را به صورت آن لاین بررسی و با دیگران دربارهٔ آن‌ها تعامل کرده است. این کار به صورت برقراری نوعی وحدت بین زمینه آن لاین و زمینه روابط اجتماعی او بروز یافته است. نکته جالب آن که وی از نظر سلیقه‌های اینترنتی اش کمتر از آن چه شاید تصور شود کاتولیک است. در موقعیتی که وب جهانی و اینترنت، دامنه گسترده‌ای از منابع دربارهٔ طیف گسترده‌ای از سنت‌های مذهبی را ارائه می‌دهند، دانا بیشتر در خانه می‌ماند. وی در

۱- در هوور، کلارک و رینی (۲۰۰۴) توضیحات کامل تری دربارهٔ جست و جوی اطلاعات مذهبی در وب آمده است.

جست وجوی اطلاعات درباره چیزهایی که با دیگران مطرح کرده به فعالیت های اینترنتی می پردازد. به نظر می رسد که به گمان وی، سایت های منابع غیرمسیحی از نظر مفهومی غیر قابل دسترسی هستند و بدین ترتیب از آن ها می پرهیزد. هم چنین بررسی های خود درباره مورمونسم را بیشتر در خانه انجام می دهد. این راهبرد برای او تقریباً حالت دفاعی دارد (چیزی که از دیگر مصاحبه شوندگان هم شنیده ایم) که جهت درک یا حتی به چالش طلبیدن افکار مرتبط با مذهبی خاص، اطلاعاتی را بجوید که می تواند به کار برسد. ما به جست وجوی روش هایی پرداخته ایم که در آن ها افراد، رسانه ها را در حکم تجربیات الهام بخش و تکان دهنده به بحث می گذارند و فرض می کنند که یکی از معانی اصلی آثار رسانه ای توانایی آن ها برای خدمت به این اهداف یا معانی بنیادین مذهبی است. پس به نقطه متفاوتی رسیدیم، جایی که ظرفیت رسانه ها برای عمل در حکم منابع اطلاعاتی را نشان می دهد، چیزی که متفاوت یا دور از تجربه مذهبی فرد یا خانواده است. اکنون بیایید امکان دیگری را بررسی کنیم: این که رسانه ها شاید بتوانند الگوهای هنجاربخشی از ارزش و کنش فراهم آوردند. این کار از طریق پی رنگ ها یا شخصیت هایی انجام می شود که چنین آرمان هایی را تجلی می بخشند.

شاید این مورد هم چون رده بندی های دیگری که قبلاً به آن ها نگریستیم، فرضی عمومی درباره روش پرداختن رسانه ها به زندگی اخلاقی یا مذهبی باشد. ضمن صحبت با مصاحبه شوندگان، با تعدادی از نمونه های چنین الگویی نیز مواجه شدیم.

«می خواهیم با رسانه ها احساس صمیمیت کنیم»

«می خواهیم با رسانه ها احساس صمیمیت کنیم»

برنامه های تلویزیونی و دیگر رسانه ها، متون فرهنگی غنی ای فراهم می آورند که مخاطبان می توانند با آن ها احساس صمیمیت (نزدیکی) کنند. جای تعجب نیست که تنها عده کمی از آن هایی که مصاحبه شدند، توانستند درباره رابطه خود با این متون فرهنگی، از جنبه تأثیر رسانه ها سخن بگویند، تأثیری که می تواند بر تفکر آن ها نیز اثر بگذارد. برای آن ها معمول تر آن است که خود را با نمادها، ارزش ها و داعیه های خاصی پیوند دهند. توافق بر سر این نوع صمیمیت را می توان در پارگراف زیر و در مصاحبه با خانواده استاین ملاحظه کرد. شاید بتوان جف استاین را معتقد و جوینده مابعدالطبیعه دانست. او ۴۱ ساله و پدر مجرد ریچل، ده ساله است. (۱) جف به شدت در فعالیت های نوین یا متفاوت مذهبی دخیل است ولی هم زمان به برخی از جنبه های مابعدالطبیعه سرگرمی در تلویزیون معاصر بدگمان است.

مصاحبه گر:

نظرتان درباره موضوعات مابعدالطبیعه چیست؟ چون شما گفتید که از مجموعه بافی خون آشام کُش خوشتان نمی آید؟ آیا علتش محتوای جنسی این برنامه است یا این که چون به جادو و چیزهایی از این قبیل می پردازد؟

جف:

خب این نوعی... همیشه به نظرم می اومد که نوعی محتوای سنگین و ترسناک داره ولی...

مصاحبه گر:

۱- مصاحبه با خانواده استاین را آنا ماریا روسو انجام داده است.

به خاطر این نیست که جادوگری و مابعدالطبیعه را می خواهد نشان دهد؟

جف:

نه منظورم اینه که فکر می کنم بیشتر احمقانه است ولی... (می خندد).

ریچل:

من به جادو و چیزایی مثل این اعتقاد دارم.

جف:

نه اساساً نوعی جادوگری وجود داره که در سریال بافی... به نمایش در میاد. این در واقع نوعی داستان علمی تخیلیه که می تونید اون رو بپذیرید؛ چون همه چیز در آینده می گذره. همه چیز اون درباره جادو است. فرض میشه به کاری دست می زنید که در حال حاضر ناممکنه (می خندد).

مصاحبه گر:

بله! بسیار خب... این عذری است برای....

جف:

(می خندد). این فیلم کلاً داستانیه، ساختاری داستانی داره.

مصاحبه گر: (خطاب به ریچل)

آیا شما به جادو اعتقاد دارید؟

ریچل:

من، یک جورایی... به جادو عقیده دارم، به موجودات جادویی از جمله اژدها، تک شاخ و اسب بالدار عقیده دارم... و مخلوقات جادویی مختلف شبیه این که....

مصاحبه گر:

پس شما عقیده دارید که آن ها وجود داشتند یا دارند؟

ریچل:

فکر می‌کنم هنوز هم وجود داشته باشن. من به داستان‌های پریان و

چیزی از این دست اعتقاد دارم. معتقدم دنیاهاى ديگه اى وجود داره كه ميشه به اون ها دست يافت، جايى كه اين موجودات زندگى مى كنن ولى در عين حال عقیده دارم كه برخى از اون ها هنوز هم در اين دنيا زندگى مى كنن.

اين موضوع توافقى جالب بين جف و ريچل را بر سر ماهيت معنويت، مشروعيتِ بازنمايى امور مابعدالطبيعى در رسانه هاى عامه پسند و نيز ماهيت چنين بازنمايى هاى نشان مى دهد. جف آشكارا تصور مى كند كه توجه به عنصر حقيقت يا تنوع، كيفيت مهمى در بررسى تصويرپردازى هاى رسانه اى است؛ البته وى به اين الگوهاى معنوى مطنون است ولى مى خواهد با توجه به اصالت و واقعى بودنشان، ذهنيت بازي نسبت به آن ها داشته باشد. از نظر ريچل كه بيش از وى مجذوب چنين افكارى است بازنمايى هاى رسانه اى معنى دار و چيزى هستند كه وى مى خواهد خود را با آن ها (با وجود كراهتى كه پدرش ابراز مى كند) پيوند دهد. از نظر وى راز و جنبه استعلايى تصويرپردازى رسانه ها بارز و دلالت گر هستند. وى آن ها را در حكم منابع بيش يا حتى اطلاعات به كار مى گيرد و ماييل است خود را با افكار و ارزش هاى مرتبط سازد كه در اعماق آن ها نهفته اند. هم چنين جالب است اشاره كنيم چگونه وى از اين احساس همدلى به منزله روشى براى بيان اختلاف خود با پدرش بر سر اين موضوعات استفاده مى كند.

در فصل پنجم با جودى كروز آشنا شديم و دريافتيم به منزله فردى كه انتظار مى رود افكار سنت گرايى داشته باشد، به طور كامل به مابعدالطبيعه، آثار علمى _ تخيلى و ديگر افكار غير سنتى علاقه دارد. هم چنين نمونه خوبى از افرادى است كه مى توانند رسانه ها را به منزله

منبعی برای پیوند یا هویت به کار برند. من به بخشی اشاره می‌کنم که در آن، وی بین برخی از افکار سنت گرا و شخصیت های سنتی و برنامه های تلویزیونی تمایز برقرار می‌سازد. در حالی که وی با موعظه های تلویزیونی و سرگرمی هایی که برخی از آن ها ارائه می‌دهند میانه ای ندارد، بیشتر به برنامه هایی با مضمون معجزه و معنوی توجه دارد که آگاهانه مذهبی ساخته نشده اند.

مصاحبه گر:

می‌دانم که قبلاً درباره نظر کرده فرشته و این یک معجزه است صحبت کرده ایم. آیا این برنامه ها با موعظه هایی که از تلویزیون یا رادیو پخش می‌شوند، تفاوت دارند؟

جودی:

بله! سریال دیگه ای هم هست که اخیراً پخش میشه و جابه جایی همراه با جان ادوارد نام داره. این برنامه برای من جالبه؛ چون افرادی که در اون حاضر میشن تجربیات شگرفی رو پشت سر گذاشتن؛ چون آدم می‌تونه با چیزایی مثل معجزات یا شفا دهندگان آشنا بشه، می‌تونه چنین چیزایی رو تجربه کنه و با این موضوعات آشنا بشه ولی درباره موعظه گران یا رقص، موضوع قدری متفاوته. این ها چندان جذاب یا راحت نیستن.

جودی و ریچل تعاملی را بین رسانه ها، افکار و ارزش هایی برقرار می‌کنند که بیشتر جنبه نزدیکی و صمیمیت دارد تا نوعی تأثیرگذاری. از نظر هر دوی آن ها برخی از برنامه ها و فیلم های خاص تلویزیونی، مجموعه ای از تعهدات و افکاری را بازنمایی می‌کنند که از نظر ایشان مهم است و به طریقی تبیین می‌شوند که مخاطبان انگیزه می‌یابند با آن ها ارتباط برقرار کنند. شاید این موضوع تصادفی باشد که جودی و

ریچل هر دو علاقه شان را به نمادها و افکار خاصی بیان می کنند. این سلیقه برای هر يك از آن ها متفاوت با انتظاراتی است که از زمینه محلی آن ها و فراسوی آن بر می آید. هم چنین برای هر کدام از آن ها برنامه های خاصی قابل توجه هستند که ارزش ها و افکار مورد بحث آن ها را با قدرت بازنمایی می کند. از سوی دیگر هر کدام از آن ها نوعی درك ضمنی نسبت به این موضوع دارند که دستمایه های مذکور نوعی توجیه خوداغناگرانه و اصالت برای شان فراهم می آورند. این ها به معنایی واقعی هستند. جودی و ریچل هر دو معنی و ارزش های شان را از این اعتقاد بر می گیرند.

«رسانه ها مرا توصیف می کنند»

«رسانه ها مرا توصیف می کنند»

رابطه دیگری که بین رسانه ها و مخاطبان وجود دارد و ضمن پژوهش با آن مواجه شدیم، زمانی مطرح می شود که مصاحبه شوندگان می گویند رسانه ها یا عملکرد رسانه ای، آن ها را توصیف می کنند. شاید فرض کنیم که برخی از صمیمیت های مردم با رسانه ها نه به خاطر ایجاد رابطه با چنین نهادهای بزرگی، بلکه به دلیل علاقه به ملاحظه حرکت امور در مسیرهای مختلف برقرار می شود. ما در دو سطح با چنین توضیحاتی مواجه شده ایم: نخست در سطح توصیف رسانه ها و سپس در سطح مستقیم تجربیات افراد در فیلم ها و برنامه های خاصی که پخش می شود. برای آن که نمونه ای از مورد اول آورده باشیم بار دیگر پای سخنان جف استاین می نشینیم. جف اکنون به نوع خاصی از رویکرد گذشته گرا

رسیده است. (۱) در این گرایش افکار روشنی وجود دارد که نشان می دهد چگونه افراد می توانند دانش و بینش جدیدی در کار خود بیاورند. از نظر جف رسانه ها به دلایلی مانع کسب چنین دانشی هستند. در بخش زیر به نظر می آید که وی می گوید رسانه ها نوعی تأثیر پنهانی و شریانه دارند که می خواهد خود را در ضمیر ناخودآگاه افراد جا بیندازد و برای جلوگیری از این امر باید تمرین کرد. مصاحبه گر می پرسد:

پس در واقع شما (به دلیل رویکرد مذهبی تان) نباید چندان با رسانه ها ارتباط داشته باشید.

جف:

خب باید بگم که رسانه ها تشکیلات قدرتمندی دارند و بالقوه خیلی از کارها رو می تونن انجام بدن. اون ها می خوان نظر آدم ها رو جلب کنن و بیشتر آدم ها به شدت مشغولن و نمی خوان کسی مزاحمشون بشه... ولی رویکرد مذهبی ما با استقبال مواجه میشه؛ چون با ذات انسان سروکار داره، این که اون توی محیط گرم خونه باشه، گفت و گویی با افراد هوشمند داشته باشه، به زندگیش غنایی بده و تکیه گاهی داشته باشه.

مصاحبه گر:

اگر بیش از حد با رسانه ها مشغول شوید، دیگر زمانی باقی نمی ماند که بخواهید به سخنان هوشمندانه گوش فرا دهید.

جف:

بله! ولی در عین حال این یکی از عادات زندگیه... این که خودتون رو سرگرم کنین.

۱- برای آن که جف هم چنان گمنام بماند، لازم است تا نام این جنبش گذشته گرا و خودیار را که وی در آن مشارکت دارد، ذکر نکنم.

مصاحبه گر:

موضوع قابل بحثی است. بسیاری از مذاهب استفاده از رسانه ها را توصیه کرده اند، حتی این که چه اندازه تماشا کنید، چه برنامه هایی را ببینید....

جف:

نه! چنین نسخه ای پیچیده نشده. موضوع به طور کلی رسیدن به آگاهی از وجود خود و توجه به عقل سلیمه.

پس از نظر جف دیدگاه مذهبی او باعث می شود تا در پی رویکردی به رسانه ها باشد که وی را از مخاطرات و آسیب های پنهان در امان نگه دارد. وی به معنایی به وسیله رسانه ها، البته نه لزوماً شخصیت ها، پی رنگ ها یا برنامه ها، بلکه با سبکی از استفاده آگاهانه از رسانه توصیف می شود. این نوعی روش مستقیم، شرحی از، توصیف رسانه ها است. بنابر دیدگاه جف ما باید بخواهیم به عنوان افرادی شناخته شویم که به روش های خاصی از رسانه ها استفاده و آن ها را درک می کنند. البته در مصاحبه های ما نمونه های صریحی از روش هایی وجود دارند که طی آن ها رسانه ها افراد و خانواده ها را توصیف می کنند. در فصل ششم با خانواده بازمتولد میلیکن آشنا شدیم. در پاراگراف های بعدی، آن ها درباره رابطه توأم با عشق و نفرت خود با سریال خانواده سیمپسن صحبت می کنند. مصاحبه گر می پرسد:

چه چیز باعث می شود که وقتی خانواده سیمپسن می بینید، کانال را عوض کنید؟

ری:

وقتی حرفای زشت میگویند و چیزایی مثل این.

جی:

خب، اون ها واقعاً کلمات خیلی زشتی نمیگن....

لین:

نمی دونم، اون ها [جی و بچه ها] تماشاش می کنن؟

ری:

خونواده ما هم یکی از اون خونواده های ناهنجاره.

لین:

بله! واقعاً همین طوره.

مصاحبه گر:

خودتان می گوئید ناهنجر و می خندید؟

لین:

چون حقیقت داره.

جی:

ما فکر می کنیم گاهی ناهنجر میشیم.

مصاحبه گر:

آیا به همین خاطر است که مجموعه خانواده سیمپسن خنده دار است؟

لین:

برخی از کارها شون خنده داره. می تونید این ها رو یک جورى به خونواده خودمون هم ربط بدیم.

جی:

به سختی همیشه گفت کجای این سریال بامزه است. وقتی سعی دارید اون رو تجزیه و تحلیل کنید، به سختی می تونید مشخص کنین که طنز توی کدوم قسمت دیده میشه. چون خانواده اون ها خانواده عجیبیه... درگیر

موقعیت های عجیبی میشه که صادقانه بگم بیشتر مردم درگیر اون ها نمیشن.... چرا این مجموعه تا این اندازه محبوبه؟ سخت میشه گفت چرا. فکر می کنم هر کسی بخشی از خودش رو توی اون می بینه.

مصاحبه گر:

شما می خندید؟ لین می بینم که می خندید؟

لین:

درست مثل سریال متأهل و خانواده... ببخشید منظورم متأهل و بچه داره.

این اظهارنظر درباره خانواده سیمپسن آشکار و خودآگاهانه است. برنامه ای که آن ها در قسمت دیگری از مصاحبه از آن انتقاد می کنند. خانواده سیمپسن افکار و احساساتی را درباره خانواده و زندگی خانوادگی ارائه می دهد که به گفته میلیکن ها انگار آن ها و تجربیات خانوادگی شان را شرح می دهد؛ البته تماشای این برنامه احساس لذت همراه با گناهی در بر دارد و لین از نظر جداکردن خود با برخی از عناصر این برنامه، در این پاراگراف نقش مادر را بر عهده دارد ولی خود او نیز اعتراف می کند که این مجموعه تا حدی توصیف خانواده میلیکن نیز هست. شاید این موضوع گواهی بر ماهیت برنامه های تلویزیونی از قبیل خانواده سیمپسن باشد. آن ها انگشت خود را بر روی نبض زندگی معاصر گذارده اند و روش هایی برای بیان این نبض می یابند که به ویژه برای مخاطبان جذاب و واقعی است. خانواده سیمپسن بخشی از گفت و گوی معاصر درباره زندگی خانوادگی و ارزش های خانوادگی است و حتی خانواده هایی چون میلیکن که می خواهند از ارزش های منعکس در رسانه ها جدا باشند، خود را در چنین برنامه هایی منعکس می بینند.

هر یک از رده بندی‌هایی که تاکنون ملاحظه کردیم به نخستین سطح ارتباط، تجربیاتی در رسانه‌ها مرتبط می‌شود. هم ذات پنداری با رسانه‌های خاص و این برداشت که رسانه‌ها می‌توانند افراد و خانواده‌هایی از جمله میلیکن‌ها را توصیف کنند، جزو مشخصات ارتباط مستقیم با محتوای رسانه‌ای محسوب می‌شود. به نظر می‌آید که جودی کروز و ریچل استاین در نمونه‌های بالا ارتباط مستقیمی با رسانه‌ها دارند. دومین سطح ارتباط، شامل استفاده از رسانه‌ها در زمینه‌ای گسترده‌تر است. ما با رسانه‌ها در خانواده، محیط کار و روابط اجتماعی تعامل داریم و به نظر می‌آید که این روابط برای بسیاری از مصاحبه‌شوندگان انگیزه مهمی باشد. رده بندی بعدی نشان‌دهنده همین سطح دوم، تعامل با رسانه‌ها است.

«با استفاده از رسانه‌ها خود را توصیف می‌کنم»

«با استفاده از رسانه‌ها خود را توصیف می‌کنم»

مگان سیلی که پیش‌تر گفته‌های اش را شنیدیم یکی از بابتیست‌های جنوب آمریکا و مادری مجرد است که چنان که گفتیم پسر نوجوانش دل نام دارد. در جایی از مصاحبه وقتی او از افکار و تصاویر مرتبط با هویت خود در مقام مادر سخن می‌گوید، از وی می‌پرسیم آیا رسانه‌ها چنین منابعی فراهم می‌آورند یا خیر. او با نقل داستانی از تجربه خود با پسرش به پرسش ما پاسخ می‌دهد. دل در کلاس نهم تصمیم گرفته بود مدرسه را ترک کند و مگان ضروری دید که بدون اعلام قبلی به مدرسه برود و او را تحت نظر بگیرد.

مگان:

اون واقعاً شرمنده شد. بهش گفتم اگه يك بار ديگه اين كار رو تکرار کنی با حوله حمام و دمپایی به این جا میام. می دونید من مجموعه روزین (۱) رو دیده بودم و فکر کردم: «آه، این خیلی محشره!» (می خندد). این کار، اون رو سر جاش نشوند. دل واقعاً خجالت زده شد.

سپس مصاحبه گر در پرسشی درباره رسانه ها به این واقعه اشاره می کند و مگان با سرعت این پرسش را با مذهب و ارزش های معنوی مرتبط می سازد. مصاحبه گر می پرسد:

آیا شما در ایفای نقش خود در زندگی دل هرگز از رسانه ها استفاده کرده اید؟ منظورم این است که شما درباره سریال روزین شوخی کردید. آیا موارد دیگری هم هست که از رسانه ها گرفته باشید؟

مگان: (می خندد)

آره! خب، بعضی وقتا. درباره رسانه ها باید بگم اگه درسی باشه که قراره بیاموزم یا اگه درسی معنوی باشه، از اون استقبال می کنم. نوارهای صوتی _ مذهبی خوبی همراه با آثار دیگه ای وجود دارن که ما توی خونه تماشا می کنیم.

این داوری مگان درباره رسانه ها تا حدی پرسش های مربوط به تعامل با رسانه ها و توضیح پیرامون آن ها را با هم تلفیق می کند. در شرایطی که وی ارتباط خود با روزین و نوارهای صوتی مسیحی را بیان می کند، آن ها را در حکم روشی برای برقراری ارتباطات با دل و بازنمایی ارزش های مذهبی خود می داند. خودبیانگری وی هم برای مصاحبه گر و هم برای دل که از

۱- Roseanne. سریالی کمدی که در ۲۲۲ قسمت ۲۲ دقیقه ای از سال ۱۹۸۸ تا ۱۹۹۷ پخش شد. سریال درباره خانواده ای کارگر است که با مشکلات خود دست و پنجه نرم می کنند. (م.)

طریق رسانه ها صورت می پذیرد، موردی خاص و نسبتاً متعارف است.

به دلایل فراوانی که در فصل های دوم و سوم بیان کردیم، انتظار داریم جوان ترها علاقه ویژه ای به رسانه ها و به کارگیری آن ها در شکل دادن به هویت خود داشته باشند.

یوتا فالون دختر دوازده ساله وایونا است که در فصل پنج درباره او صحبت کردیم. وی با مادر مجرد و خواهر بزرگ تر خود در شهر کوچکی در غرب ایالات متحده زندگی می کند. وی موسیقی معاصر مسیحی (CCM) را در حکم نمونه ای از کاربرد رسانه ها برای خود بیانگری در زمینه اجتماعی ذکر می کند. به نظر می آید که CCM ظرفیت دارد تا به جوانانی هم چون یوتا فرصت بدهد که هویتی متفاوت بیابند. این که با ایمان اوانجلیکال یا مسیحیان بازمتولد همدلی کنند.

مصاحبه گر می پرسد:

بسیار خب آیا هیچ ارتباط معنوی ای بین خود در مقام یکی از طرفداران دی.سی. تاک (۱) و مذهب یا چیزی شبیه آن می بینید؟

یوتا:

خب، دی.سی. تاک، گروهی مسیحیه و من واقعاً به چیزی جز موسیقی مسیحی گوش نمیدم؛ چون موسیقی های پاپ احمقانه اند؛ مثلاً این سینک، (۲) بک استریت بویز، (۳) واقعاً علاقه ای به اون ها ندارم.

۱- dc Talk: یکی از گروه های موسیقی راک/رپ مسیحی که آثارش تا حدی باعث افزایش محبوبیت ژانر موسیقی معاصر مسیحی در دهه ۱۹۹۰ شد. (م.)

۲- N'Sync: گروه موسیقی پاپ آمریکایی که بین سال های ۱۹۹۵ تا ۲۰۰۲ فعال بود. (م.)

۳- Back Street Boys: گروه آمریکایی سبک پاپ/راک که در ۱۹۹۳ تشکیل و در ادامه دهه ۱۹۹۰ تبدیل به یکی از محبوب ترین گروه های این سبک شد. (م.)

مصاحبه گر:

چه چیز احمقانه ای در کارشان هست؟

یوتا:

ترانه هاشون بی معنی. در حالی که ترانه های مسیحی معنای واقعی دارن. اون ها به شما پیام میدن. این که هر جا باشید، خدا با شماست.

یوتا چگونگی استفاده از رسانه ها را برای مقاصد خود بیانگرانه توضیح می دهد. در یک سطح، او تمایزی آشکار بین رسانه های مسیحی و غیر مسیحی ترسیم می کند و دی سی تاک و گروه های سکولار را در جاهای دقیقشان در نقشه قرار می دهد. هم زمان این موضوع بنابر تعریف، جایگاه مشخصی برای او تعیین می کند. یوتا تمایزات خاصی قائل می شود و در موسیقی مسیحی پیامی واقعی می یابد. هم چنین مهم است که بدانیم اهمیت این ژانر از موسیقی برای یوتا در کیفیات ماهوی آن و ایجاد امکان توصیف خود در حکم فردی است که آن را ترجیح می دهد.

پریسیلا کاستلو که در فصل پیش وی را فردی معتقد و جوینده مابعدالطبیعه شناختیم، با شوهرش بوچ و دو فرزندشان در حومه شهری بزرگ زندگی می کنند. خانواده کاستلو در مدتی نسبتاً طولانی در ژاپن زندگی کرده اند. آن ها به بودیسم و دیگر مذاهب آسیایی علاقه دارند و در حالت اصیل جویندگی خود با آن مواجه می شوند. آن ها مجموعه ای از سنت ها را با خانواده و عملکرد معنوی خود تلفیق ساخته اند. پس جای تعجب نیست که پریسیلا می تواند با مجموعه ای گسترده و متنوع از منابع پراکنده و انواع رسانه های مهم از جنبه مذهبی یا معنوی

همدلی کند. مصاحبه گر می پرسد:

آیا گمان می کنید چیزی در رسانه ها وجود دارد که به معنویت شما کمک کند؟ به نظرتان در رسانه ها عملاً چیز مفیدی برای بررسی معنوی شما وجود دارد؟

پرسیلا:

می تونم از مجله Nexus اسم ببرم. به گمونم نشریات و کتاب هایی وجود دارن که مفیدن.

مصاحبه گر:

پس به نظر می آید رسانه مورد علاقه شما برای جست و جوی معنوی چاپ و انتشارات است. هنگامی که درباره رسانه های صفحه ای، مثل تلویزیون صحبت می کنیم، شما کمتر به یافتن جنبه های معنوی و الهام در آن ها تمایل نشان می دهید؟

پرسیلا:

آره! البته به جز تلویزیون سراسری. می دونم که شبکه PBS هم آثار جالبی نمایش میده. قراره دو روز پی در پی برنامه هایی درباره تبت نشون بده. بوچ منتظر میشه تا ببینه کی برنامه رو پخش می کنن. من خودم نمی دونم در حال حاضر چه برنامه هایی به نمایش درمیاد ولی گاهی که اون به تماشای تلویزیون میشینه و چیز جالبی پیدا می کنه من هم کنارش تماشا می کنم، چیزایی درباره مردم و.... پس می تونم ببینم که گاهی برنامه های مناسبی پخش میشه. مطمئنم اگه به تلویزیون کابلی دسترسی داشتیم، در اون برنامه ها هم می تونستیم نکات معنوی مفیدی پیدا کنیم.

پرسیلا دید گاهی را مطرح می کند که پیش تر شنیده ایم: ایجاد تمایز بین رسانه های مختلف از جنبه ارتباط آن ها با افکار و ارزش هایی که برای وی از همه جالب ترند. مصاحبه گر می خواهد مطمئن شود که آیا

پرسیلا رسانه های دیگر را بر تلویزیون ترجیح می دهد. پرسیلا این موضوع را تأیید می کند و می گوید که به ویژه تلویزیون سراسری جایی است که می تواند انتظار برنامه های خوبی را در آن بکشد. هم چون بسیاری دیگر وی در اولویت های خود برای رسانه های غیر صفحه ای و درباره فیلم استثناء قائل می شود.

در جای دیگری از مصاحبه از وی پرسیده می شود که آیا خود به طور فعال، چیزی مرتبط با خود معنوی اش را می جوید یا خیر.

مصاحبه گر می پرسد:

آیا تاکنون چیزی مرتبط با معنویت در تلویزیون یا سینما یافته اید؟

پرسیلا:

بعضی وقتا توی سینما چنین چیزایی رو یافتیم. من معمولاً فقط فیلم های هنری یا چیزایی این جوری رو می بینم. بله! البته فیلم های ویدیویی هم می بینم. مدت هاست که دیگه چنین فرصتی برام پیش نیومده، ولی دوست دارم فیلم های ویدیویی درباره مذهب رو بینم. بیشتر این آثار درباره الهه ها یا بودیسمه.

مصاحبه گر:

درباره موسیقی و معنویت نظرتان چیست؟

پرسیلا:

موسیقی؟! من مجموعه بزرگی از آثار موسیقی ندارم ولی می تونم به کتابخونه برم و مثلاً موسیقی سِلمتی رو به دست بیارم. قوم سِلمت موسیقی فوق العاده ای دارن. من به موسیقی گوش میدم و فکر می کنم که چطور این موسیقی رو ساختن؟! سعی دارم جست و جو کنم (بیشتر در کتابخانه) و

موسیقی جدید پیدا کنم. اگه ما می تونستیم پول بیشتری توی این راه خرج کنیم، احتمالاً سی دی های بیشتری می خریدم؛ البته اگه از چیزی واقعاً خوشم بیاد اون رو می خرم.

پریسیلا نیز مانند بسیاری از کسانی که با آن ها مصاحبه کردیم، فیلم و موسیقی را ترجیح می دهد؛ زیرا معتقد است آن ها نمادها و ارزش هایی را بازنمایی یا منتقل می کنند که برایش اهمیت دارند. در این جا موضوع مرتبط با بحث ما چگونگی برخورداری از تجربه رسانه ها در ایجاد فرصتی برای معرفی، پیوند یا تبادل اجتماعی است. پریسیلا توضیح می دهد که رسانه ها در دو سطح عمل می کنند. پریسیلا می گوید که این رسانه ها برای وی کاربرد خاصی دارند. هم چنین برای خودشناسی و روش تبدیل رسانه ها به مجموعه ای از پیوندهای توصیفی که از طریق آن ها وی می تواند از جنبه مذهبی و معنوی بگوید کیست، کاربرد دارند.

«می خواهم رسانه ها را به چالش بکشم و رد یا تأیید کنم»

«می خواهم رسانه ها را به چالش بکشم و رد یا تأیید کنم»

همان طور که مردم رسانه ها را برای رسیدن به هویت و شناخت به کار می برند، رسانه ها نیز به ایجاد تمایزهای خاص کمک می کنند. توافق درباره معنی، دلالت یا مشروعیت نمادها و پیام های گوناگون رسانه ای در اغلب راهبردهای تأویل گرانه ای که دیدیم و نیز در ارزیابی آن ها اهمیت دارد؛ البته نمونه های فراوانی از این بیانیه های ارزش یابانه در مصاحبه های ما وجود دارد. پیش تر جایی که خانواده میلیکن از دیدگاه خود نسبت به تله و نجلیسیم و دیگر رسانه های مذهبی صحبت می کردند،

محور سخنان شان به چالش طلبیدن این برنامه ها بود. بیایید برخی از دیگر نمونه‌ها را بررسی کنیم؛ همان گونه که پیش تر آمد، کریس چَندلر، کاتولیک سابق، اکنون گرایش خاصی به مابعدالطبیعه یافته و به جست و جوی موضوعات آن می پردازد. سلیقه و علاقه رسانه ای مرتبط با معنویت وی، بازتاب علایق گسترده تری است که در فرهنگ جویندگی وجود دارد. مانند بیشتر مصاحبه شونده‌گان ما، هنگام فکر کردن درباره این که آیا رسانه ها می توانند زمینه ای برای جویندگی اصیل باشند، سخت به فکر فرو می رود؛ ولی درباره اینترنت تمایز قائل می شود. مصاحبه گر می پرسد:

آیا تا کنون چیزی مرتبط با مذهب یا معنویت در تلویزیون یا اینترنت یا دیگر رسانه ها جسته اید؟

کریس:

بله! توی اینترنت جست و جو کردم، در اون جا منابع قابل توجهی وجود داره.

مصاحبه گر:

... در کجا؟ آن ها درباره چه بودند؟

کریس:

خب، نمی تونم اون سایت های اینترنتی رو نام ببرم ولی قطعاً وقتی دوباره در حال و هوای جست و جو قرار بگیرم، می دونم که کجا باید برم و چه چیزی رو دنبال کنم... من همیشه علاقه خاصی به سرخ پوستان آمریکا داشتم ولی نمی تونم دقیقاً بگم که این گرایش مذهبی هست یا نه. درباره تلویزیون هرگز نمی تونم چیزی بگم. شما بیشتر به جنبه مذهبی موضوع توجه دارین؟

مصاحبه گر:

یا جنبه معنوی، مضامین یا چیزهای معنوی.

کریس:

اگه تلویزیون روشن باشه چیزایی می بینم ولی نمی خوام بگم که اون ها رو جست وجو کردم. شاید فقط معانی گوناگون رو دنبال کرده باشم... مثلاً نظر کرده فرشته رو نمی بینم.

کریس احساس می کند که اینترنت برای جست وجوی اطلاعات یا دیگر منابع، بهتر از رسانه های دیگر است. رویکرد کریس ترکیبی از تجربه و توصیف رسانه ها است. انتظارات وی از شکل ها و ژانرهای رسانه ای تعیین می کنند که وی کجا باید به جست وجوی منابع مرتبط یا معنی دار بپردازد. وی در این بخش ژانرهای سالم تلویزیونی برای نمونه نظر کرده فرشته را نمی پذیرد و در عوض اینترنت و سایت های اینترنتی را که اطلاعات مفید و خوبی درباره سنت های سرخ پوستان آمریکا ارائه می دهند، تأیید می کند.

این نکته جالب است که او به هر صورت دقیقاً نمی تواند از سایت اینترنتی خاصی نام ببرد. در عوض به نظر می آید که منابع مناسبی در اینترنت برای وی قابل دسترسی است و اگر تصمیم بگیرد به جست وجو بپردازد منابع مناسبی خواهد یافت. این طرز تلقی یادآور سخنان دانا بیلر، استفانی کلاین و دیگر فرضیات درباره اینترنت است که یکی از تمایزهای اساسی اش فراهم آوردن امکان دسترسی به منابع اطلاعات است.

به نظر می آید که دانا بیلر افکار و معیارهای روشنی درباره انواع آثاری دارد که در عرصه رسانه ها انتخاب می کند. پیش تر

وی

انگیزه های اش را برای جست و جوی اطلاعات درباره دیگر مذاهب از جنبه تمایزهای آشکاری بیان کرد که بین سنت ها و شوق به فراگیری اطلاعات مفید برای برقراری ارتباط با معتقدان به دیگر سنت های مذهبی وجود دارد.

وقتی از دانا بیلر درباره استفاده از اینترنت برای دریافت اطلاعات مذهبی یا معنوی می پرسیم، دانا کاربرد این رسانه را با اشاره به تجربه اخیرش در کلیسا بیان می کند:

ما توی کلیسا از طریق اینترنت اطلاعاتی درباره مذاهب مختلف به دست آوردیم و نکات مهمی در این مورد آموختیم. ما یک هفته درباره اسلام و سونس دی ادونتیسیم (ظهورباوری) (۱) تحقیق کردیم. وقتی به خونه اومدم، باز هم به جست و جو پرداختم تا اطلاعات بیشتری به دست بیارم. این اطلاعات همه خوب و مفیدن. من اون قدر وقت نداشتم که مطابق میلم جست و جو کنم ولی اطلاعاتی که به دست آوردم همه شبیه همند. به هر حال نکته ای باقی نموند که درباره اون صحبت نکرده باشیم.

مصاحبه گر:

هنگام تماشای تلویزیون هم، چنین کاری را انجام می دهید؟ اگر نمایش های تلویزیونی یا فیلمی ببینید که اعتقاداتی متفاوت با عقاید شما را مطرح کند چه واکنشی نشان خواهید داد؟ همین طور مجلات یا چیزهای دیگر؟

۱ - Seventh Day Adventist Church: یکی از فرقه های مسیحی در ایالات متحده که آموزه های آن منطبق بر

اصول اونجلیسم است. پیروان این فرقه به ظهور مجدد و قریب الوقوع مسیح اعتقاد دارند. (م).

دانا:

گمون می کنم بستگی به این داره که چه چیزیه و چه اطلاعاتی توش وجود داره. اگه چیزی باشه که به نظرم آزاردهنده بیاد، اون رو دنبال نمی کنم. من واقعاً دید مثبتی به تلویزیون ندارم. به نظرم بیشتر برنامه هاش آشغاله. اگه اون رو روشن کنم و دو دقیقه از سریالی رو تماشا کنم که مزخرف باشه دیگه هرگز سراغش نمیرم.

مصاحبه گر:

نمایش یا سریال مزخرف چگونه است؟

دانا: (می خندد)

می دونستم این رو می پرسید. بنابر معیارهای من خیلی از مجموعه ها مزخرفند؛ مثلاً وقتی به نمایش خشونت روی میارن....

مصاحبه گر:

می توانید به نمونه ای از این برنامه های مزخرف اشاره کنید؟

دانا:

بگم که سریال مزخرف چگونه؟ همین موضوع به شما نشون میده که من تا چه حد به تلویزیون علاقه مندم. خب الان تلویزیون نمی بینم ولی چند وقت پیش تماشا می کردم. داشتم سریالی می دیدم، فکر می کنم اسمش مجرد (۱) بود. این سریال دربارهٔ مردیه که با زن های مختلفی قرار ملاقات میذاره، همه اون ها به اتفاق هم در خونه ای زندگی می کردن و اون مرد... واقعاً مزخرف بود! باعث شد تا من... (می خندد).

مصاحبه گر:

بسیار خب، به نظر شما آیا برنامه های تلویزیونی، سایت های اینترنتی و

۱- Bachelor سریالی که در ژانر ترکیبی رمانس/تلویزیون-واقعیت/نمایش-بازی پخش آن از سال ۲۰۰۲ شروع شده است.

(م.)

رسانه های دیگری وجود دارند که حقیقی تر و صادق تر از دیگران باشند؟ اگر چنین است، آن ها را چطور ارزیابی می کنید؟

دانا:

بله! فکر می کنم برخی از اون ها نسبت به بقیه حقیقی تر باشن. تصمیم گیری در این مورد سخته ولی این کار رو ضمن صحبت با دیگران انجام میدم تا بینم آیا اون رو دیدن، چیزی درباره اون شنیدن یا می دونن؛ البته منظورم از دیگران آدم هاییه که بهشون اعتماد دارم. در بیشتر موارد... خب به گمونم بستگی داره که با چه چیزی مواجه میشید. اگر من با چیزی مواجه شوم، سعی می کنم به طور کامل اون رو بخونم و به غرایزم اعتماد کنم. احساسم اینه که اگه غرایزم رو خصوصاً به این شیوه دنبال کنم، توسط خدا هدایت خواهند شد. پس احساس می کنم که در مسیرهای مختلف هدایت میشم؛ البته بعضی وقتا این طوری نیست. در این موارد بستگی داره که محتوای اثر چگونه باشه. منظورم اینه که شاید با چیزی برخورد کنم که با عقایدم جور در نیاد... البته بستگی داره که در جست و جوی چه چیز باشم. اگه فقط به جست و جوی اطلاعات بپردازم، وضع فرق می کنه. می تونید اطلاعات رو در جاهای مختلفی پیدا کنین. این یک موضوعه. موضوع دیگه اون که اگه خواستار هدایت مذهبی یا چیزی بشید که نیازمند انتخاب گری بیشتری در منابع باشه، قضیه متفاوت خواهد شد.

دانا از ارزیابی رسانه ها ابایی ندارد. به نظر می رسد او رسانه های اطلاع رسان (اینترنت) و رسانه های دارای برنامه های سالم را تأیید می کند. سلیقه، ارزش ها و غرایز او نسبت به رسانه ها مبنای چیزهایی را که برای چنین داوری هایی نیاز دارد فراهم می آورد. گرچه وی می گوید برای مشاوره و ارزیابی تلویزیون و اینترنت قدری هم متکی بر دیگران است. در هر صورت نکته مهم این است که ارزیابی های بالا برای وی

مهم هستند و آن‌ها را ضروری و کم و بیش پایدار توصیف می‌کنند. به نظر می‌رسد دست کم در یک سطح از توصیف رسانه‌ها بیشتر مردم می‌خواهند بگویند که معمولاً رسانه‌ها را به روش‌هایی که مرتبط با ارزش‌ها و اعتقاداتشان است، می‌پذیرند، رد می‌کنند یا به چالش می‌طلبند.

«من از رسانه‌ها برای صحبت با فرزندانم یا دیگران درباره ارزش‌ها و اخلاق استفاده می‌کنم»

«من از رسانه‌ها برای صحبت با فرزندانم یا دیگران درباره ارزش‌ها و اخلاق استفاده می‌کنم»

در استفاده از رسانه‌ها، وظایف و رفتار پدر و مادر یکی از زمینه‌های اصلی بحث و درک است. من و همکارانم در کتاب رسانه‌ها، خانه و خانواده درگیر بحثی کامل درباره روش مصاحبه شوندگان برای درک و استفاده از تلویزیون و دیگر رسانه‌ها بر زمینه زندگی خانوادگی شدیم. (۱) این موضوع پذیرفته است که تعاملات والدین و فرزندان درباره رسانه‌ها، یکی از مضامین اصلی زندگی خانوادگی معاصر و یکی از چالش‌های مرتبط با انجام وظایف والدین به صورتی خلاق است. در واقع پژوهش‌های ما نیز این موضوع را تأیید می‌کنند. پس جای تعجب ندارد که دریابیم بسیاری از مصاحبه‌شوندگان ما از روش‌هایی صحبت می‌کنند که طی آن‌ها در انجام وظایف والدین و زندگی خانوادگی دخیل می‌شوند. در بیشتر موارد، این توضیحات درباره چگونگی انتقال

ارزش‌هایی است که در تضاد با ارزش‌های والدین قرار دارند. ارزش‌هایی که والدین مایلند به عنوان هنجار در خانواده‌هایشان حفظ کنند ولی رسانه‌ها گاهی خلاف آن را منعکس می‌سازند. در دیگر موارد، خانواده‌هایی که رسانه‌ها را در حکم پدیده‌ای ارزشمند و حتی مثبت در گردهمایی‌ها و تعاملات خانوادگی به شمار می‌آورند، توضیحات مستدلی ارائه می‌دهند. بسیاری از رده‌بندی‌های کاربرد رسانه‌ها که تا کنون در این فصل از آن‌ها صحبت کرده‌ایم، به این موارد مرتبط می‌شوند. به هر حال، رده‌سومی هم در استفاده والدین از رسانه‌ها وجود دارد که در مصاحبه‌های ما با قدرت جلوه می‌کند: این واقعیت که رسانه‌ها در حکم محصولات فرهنگی قدرتمند، پیام‌های فرهنگی و ارزش‌هایی را منتقل می‌کنند که برای تعاملات، بین والدین و فرزندان، گفتمان و آموزش ساخته و پرداخته شده‌اند. از جهتی بسیاری از والدین، رسانه‌ها را جزو عوامل دست‌اندرکار تهیه مواد آموزشی برای انتقال ارزش‌ها و اخلاقیات می‌دانند. برخی از والدین، موضعی کاملاً آگاهانه و سامان‌مند به این موضوع دارند و دیگران به شکل غیررسمی‌تری آن را بیان می‌کنند؛ البته از نظر تقریباً همه آن‌ها، این ظرفیت رسانه‌ها فرصتی مسلم است. مگان سیلی این وضعیت را در پاسخ به پرسشی درباره‌ی جست‌وجوی چیزهای مرتبط با مذهب یا معنویت در تلویزیون یا فیلم تشریح می‌کند.

مصاحبه‌گر:

آیا شما هرگز در تلویزیون یا سینما به جست‌وجوی چیزهای مرتبط با مذهب یا معنویت پرداخته‌اید؟

مِگان:

آه... در بعضی از سریال ها یا فیلم های تلویزیونی چیزایی دیدم. اگه اون ها صحنه های غیراخلاقی و چیزایی مثل این رو نشان بدن، می خوام دل بفهمه که بر اساس نظام اعتقادی من، این ها مناسب تماشا نیستن ولی معمولاً... احساس می کنم که اون هم افکار من رو قبول داره. خدای من! (خطاب به دل) آیا اعتقادات من تو رو ناراحت می کنه؟

دل:

نه!

مِگان:

بسیار خب!

مِگان:

ولی به گمونم با این روش میشه رسانه ها رو به عنوان ابزاری برای نشان دادن شخصیت و رفتار اخلاقی به کار گرفت؛ چون برنامه های بد فراوونی از اون ها پخش میشه.

مصاحبه گر:

در MTV هم نمونه هایی از آن ها را می بینید؟

مِگان:

بله! چندتایی هستن ولی می تونید از هر فرصتی در زندگی برای نگریستن استفاده کنید. به خصوص در مقام پدر یا مادر می تونید ارزش های خوب اخلاقی و چیزایی مثل اون رو آموزش بدید. پس همواره فرصت هایی وجود داره، چه توی رسانه ها، موسیقی یا می دونید وقتی توی خیابان قدم می زنید و می بینید که مردم با هم گستاخانه حرف می زنن. همیشه فرصت هایی وجود داره.

جالب است که مِگان پرسشی را که درباره تصویر مذهب و معنویت

در رسانه‌ها مطرح شده است، به شکلی مثبت به جهت دیگری سوق می‌دهد. در واقع واکنش او با انتظارات ما به دو صورت، تفاوت دارد. نخست، وی پرسش را به صورت تأکید بر ارزش‌ها و اخلاقیات و نه معنویت یا مذهب تأویل می‌کند و دوم، مثال‌های وی بیش از آن که مثبت باشند، منفی هستند. از نظر مِگان رسانه‌ها عرصه گسترده‌ای از تصویرپردازی‌های منفی و مسئله‌دار هستند. به هر حال با ایفای نقش مثبت پدران-مادرانه، می‌توان این تصویر را مثبت کرد. پس مِگان با بسیاری از والدین و مصاحبه‌شوندگان ما توافق دارد که رسانه‌ها به خودی خود بیشتر تأثیر منفی بر فرزندان و جوانان دارند بنابراین، موضع مناسب والدین می‌تواند نظارت و مراقبت دایمی بر این موضوع و آمادگی برای دگرگون‌سازی تصاویر و ارزش‌های مسئله‌ساز به صورت فرصت‌هایی برای تعامل مثبت باشد. این موضوع هم جالب است که وی نمونه‌های عینی کمی برای تأیید دیدگاه خود می‌یابد. برای نمونه MTV می‌تواند یکی از منابع مسلم چنین آثاری باشد، ولی به نظر نمی‌آید که او دست کم این اواخر با دل‌درباره MTV گفت و گو کرده باشد.

پیش‌تر از زبان فرد کلاین شنیدیم که چه اندازه تحت تأثیر فیلم کشتن مرغ مقلد قرار گرفته است. اظهار نظر دخترش استفانی را هم درباره استفاده از اینترنت برای دریافت اطلاعات دیگر مذاهب شنیده‌ایم. فرد در دیدگاه جهانی‌اش بیش از مِگان سیلی سکولار است؛ ولی درباره ظرفیت‌های رسانه برای ایجاد فرصت گفت و گوی والدین با فرزندان و دخالت آن‌ها در استفاده از رسانه‌ها، با وی هم عقیده است. او نیز مانند

مِگان به شکلی تقریباً ساده رسانه ها و ارزش های منفی را با هم مرتبط می سازد که طبعاً دخالت والدین هنگام استفاده از محصولات آن ها را می طلبد. فرد، کمدی موقعیت کلاسیک در مجموعه نمایش اندی گریفیث را به عنوان یکی از برنامه های محبوبش نام می برد که محتوای مثبتی دارد. جالب آن که وی با گلن دانگل که از نظر دیدگاه مذهبی تفاوت فراوانی با او دارد درباره معنی و ارزش برنامه گریفیث موافق است. او نیز مانند گلن، دوره اندی را دورانی می داند که زندگی ساده تر بود، زندگی برای بزرگسالان و جوانان پیچیدگی کمتری داشت و البته روابط خانوادگی هم در آن دوره ساده تر بودند. وقتی از فرد می پرسیم که از چه برنامه هایی بیش از همه بدش می آید، پاسخ می دهد:

خب، برنامه های زیادی وجود دارن... فیلم هایی هستن که از اون ها خوشم نیامد ولی تماشااشون می کنم؛ مثل مجموعه BUT که شهوانی، ناشیانه و ابلهانه است ولی اون رو می بینم. به همین روال گمون می کنم نمایش هاوارد استرن کاملاً مشمئزکننده است. این برنامه وحشتناکه. هیچ ارزش درخور اعتنایی نداره ولی گاهی اون رو هم می بینم. دقیقاً به همین خاطره که شهوانی و ناشیانه است و هیچ ارزش مثبتی نداره. نظرم درباره مجموعه کله خر (۱) هم همینه.

۱- Jackass. مجموعه برنامه ای پربیننده در شبکه MTV با حضور جانی ناکسویل و رفقای اش که به دلیل استقبال، تبدیل به دو فیلم سینمایی شد که هر دو را جف ترمین در سال های ۲۰۰۲ و ۲۰۰۶ کارگردانی کرد. این اثر نمونه کاملی از ابتذال در فیلم سازی است. در این اثر گروهی از جوانان خود را در موقعیت های مختلف قرار می دهند و از آن فیلم برداری می کنند. موقعیت هایی چون: ایستادن در برابر شلیک ساچمه به بدن خود!، خوردن مایع اسپرم یک اسب در برابر دوربین!، خوردن مدفوع سگ!، تلاش برای چرخیدن در یک دایره بسته با کمک یک موتور کوچک که در بیشتر موارد همراه با سقوط است!، تعویض جای شوهر یک زن با مردی با همان قد و قواره و بعد ضبط واکنش زن وقتی از خواب شبانه در کنار همسرش بیدار می شود!، گذاشتن داغ مخصوص گاوها بر باسن یکی از اعضا آن هم در برابر دوربین و نمونه های مبتذل دیگر که عمدتاً نمایش آن ها همراه با آسیب های جسمی افراد است و البته به قیمت زیر پا گذاشتن مرزهای اخلاقی. (م).

مصاحبه گر:

آیا علت تماشای برنامه های یاد شده این است که شما را از آن چه در کل دنیا می گذرد با خبر می کند یا...

فرد:

نه! در این برنامه فقط آدم هایی رو می بینیم که کارهای احمقانه می کنن و به نظرم، گاهی تماشای کارهای احمقانه مردم جذابه.

مصاحبه گر:

آیا در این جا بین چیزهایی که دوست دارید و دوست ندارید و آن چه معنویت می پندارید، رابطه ای وجود دارد؟

فرد:

... درباره الاغ این طور نیست ولی حرف شما مسلماً درباره نمایش اندی گریفیث صدق می کنه. این مفهوم توی دل مجموعه گریفیث به چشم می خوره که همه جا خوبی وجود داره، روابط فردی ارزشمند، همه چیز ساده تر از اونه که می بینید و مسائل رو میشه برطرف کرد. شاید این موضوع در ذهن من شبیه داستان پریان به نظر بیاد ولی برام جذابه به خصوص الان که بچه ها بزرگ شدن و دغدغه دارن بدونن چه اتفاقاتی توی دنیا می افته.

فرد از حیث عادات دیداری و شنیداری به شیوه نامتعارفی خود _ افشاگرانه صحبت می کند. انگیزه های او برای این لذت های توأم با گناه بسیار روشن اند. او صادقانه می گوید که آن ها را تماشا می کند. از جهتی هم قدری شبیه جی میلیکن در فصل ششم است که به نظر می آید برخی از عادات تماشای برنامه های اش فقط در اثر روشن بودن تلویزیون

و دسترسی به دو شبکه ای که برنامه های اش را دریافت می کند شکل گرفته است. وقتی به وی فرصت می دهیم تا یکی دیگر از انگیزه های اش را توضیح دهد، فرد آن را رد می کند و بار دیگر به این مفهوم ساده برمی گردد که تماشای مردم هنگام انجام کارهای احمقانه برای او جالب است. او نیز مانند مگان سیلی، پرسشِ معنویت و رسانه ها را به ارزش ها و اخلاقیات مرتبط می سازد و سپس برنامه مورد علاقه خود، سریال اندی گریفیث را در حکم برنامه ای برای انتقال مفهومی از ارزش های مثبت و زندگی در دورانی ساده تر توصیف می کند، چیزی که آن را برای بچه های امروزی مثبت می داند.

در فصل هفتم با دیوید مولر آشنا شدیم. وی بیست و چند ساله، پدر سه فرزند و به شدت معتقد به مسلک مورمون است. او و همسرش کتی نقش خود را به عنوان پدر و مادر در عصر رسانه ها بسیار جدی می گیرند. برخلاف برخی والدین که پیش تر با آن ها مصاحبه کردیم، به نظر می آید این دو کاملاً از طیف گسترده برنامه های تلویزیونی و دیگر رسانه های قابل دسترس برای فرزندان شان خبر دارند و بر اهمیت این موضوع تأکید می کنند که فرزندان باید خود بر اساس داوری اخلاقی و معنوی، آثار مورد نظرشان را در حیطه رسانه ها انتخاب کنند.

مصاحبه گر:

آیا تا کنون آثاری در رسانه ها یافته اید که افکار معنوی شما را مطرح کند، مثلاً فیلم ها یا کلاً پیام هایی که با اخلاقیات شما سازگار باشند؟

دیوید:

بله! به گمونم این یکی از چیزاییه که می خوام به اون اشاره کنم. سعی

دارم همین الان نمونه ای را به یاد بیارم... برای مثال وقتی مشغول تماشای فیلم زندگی یک حشره (۱) بودیم و می دیدیم که چه جوری مورچه ها در کنار هم می ایستن و به همدیگه کمک می کنن، تحت تأثیر قرار گرفتیم. اون ها شادند و با هم کار می کنن. با کمک یکدیگه همه چیز رو منظم و تمیز می کنن، هیچ کس هم گله ای نداره و موضوعاتی از این قبیل که جذابن. این چیزیه که می خواهید توی زندگی خودتون هم تحقق پیدا کنه و در این راه هم تلاش می کنید. فرق نمی کنه که کارتون ببینید یا چیز دیگه ای، شاید مقاله ای در روزنامه ای ببینید که مثلاً میگه: «می دونید این بچه کوچیک این کار و این کار انجام داده است...» وقتی از این زاویه نگاه می کنین می تونید هر چیزی رو که جست و جو می کنید، پیدا کنید. حتی بعضی ها میگن: «اخبار خیلی ناامیدکننده است. همه اش درباره کسانیه که گلوله خوردن یا مردن و...» توی این زمان، باز هم می تونید به چیزای مثبتی برسید، همون هایی که جست و جو می کنید. بخش عمده کاری که ما انجام میدیم جست و جوی چیزای مثبتیه. ما بسیار انتخاب گر هستیم و یافتن چیزای خوب کار سخته؛ مثلاً وقتی با فیلمی مثل سکوت بره ها (۲) مواجه میشید... فکر می کنید چه چیز خوب یا امیدوارکننده ای توی اون وجود داره؟ (می خندد) تنها قسمت بامزه داستان مربوط به قسمت دوم فیلم با اسم هانیباله (۳) و آقایی که نقش ضد قهرمان فیلم رو بازی می کنه... فکر می کنم در نیویورک تایمز بود که خوندم اون در اولین هفته نمایش فیلم به ایالات متحده سفر کرد و هر شب توی یک شهر همراه با مردم به تماشای این فیلم نشست. توی یکی از

- ۱- A Bug's Life انیمیشنی به کارگردانی جان لاسه تر و اندرو استنتن. این فیلم محصول سال ۱۹۹۸ آمریکا است. (م).
- ۲- The Silence of the Lambs فیلمی از جاناناتان دمی با بازی آنتونی هاپکینز و جودی فاستر. فیلمی درباره یک قاتل آدم خوار. محصول ۱۹۹۱ آمریکا. اقتباسی از رمان تامس هریس. (م).
- ۳- Hannibal.۵ این فیلم در حقیقت قسمت دوم فیلم سکوت بره ها است. فیلمی به کارگردانی ریڈلی اسکات و با بازی آنتونی هاپکینز، جولین مور، ری لیوتا و گری اولدمدن. محصول ۲۰۰۱ آمریکا. (م).

صحنه های ترسناک جایی که توی سالن بود، دیالوگ های همون قسمت رو برای آدم هایی که مقابلش نشسته بودن، نجوا کرد (می خندد). در روزنامه گزارش شده که بعد چه اتفاقی افتاد. اون آقا میگه: «تنها جایی که مردم وحشت زده و جیغ زنان از سالن فرار نکردن، لس آنجلس بود. اون جا مردم به طرف اون برگشتن و گفتن: «بخشید، عجب آدم باحالی هستید!» (می خندد) ببینید، خودش! هی مرد میشه به من امضا بدی؟» اون میگه دیگرون اون قدر درگیر فیلم شده بودن که سالن رو ترک کردن، بدون اون که متوجه حضور وی شده باشن....

مصاحبه گر:

آیا می گوید حتی در چنین موردی می توانید گاهی نکات بامزه یا حتی روحیه بخشی بیابید؟

دیوید:

چیزی که ما می خواهیم به بچه ها یاد بدیم اینه که... توی بیرون چیزای خوبی وجود داره و اگه به چیزای خوب بنگرید یا به جست و جوی خوبی پردازید، به چیز دیگه ای نیاز نخواهید داشت. منظورم اینه که گرچه درباره نکات منفی برنامه های تلویزیونی به شما گفتم ولی چیزای خوبی هم توی اون ها وجود داره... من جزو علاقه مندان مجموعه خانواده سیمپسن نیستم ولی اگه بخواید، حتی توی این برنامه هم می تونید چیزای خوبی پیدا کنید. به خصوص تأکیدم بر کارتون هاست، البته اگه اون ها رو توی دلتون جا ندید (می خندد) این کارتون ها مخصوص بچه ها نیستن. در واقع خیلی از اون ها برای بچه ها ساخته نشدن.

در این جا به نظر می آید که بین این وضعیت و آن چه قبلاً دیده ایم تضادی وجود دارد. گویی دیوید بین علاقه اش به فیلم های سینمایی و آثار تلویزیونی تجربه مشاهده آن ها و استنباط خود از نقش پدران برای

کمک به فرزندان‌ش دو شقه شده است. مانند بیشتر والدینی که با آن‌ها صحبت کردیم، وی مهم‌ترین وظیفه خود را کمک به بچه‌ها برای انتخاب‌های مناسب دربارهٔ رسانه‌ها و شیوه استفاده از آن‌ها می‌داند. نکتهٔ مهم آن که به نظر می‌آید در صورت وقوع فرصت‌هایی برای تأویل و درک می‌توانیم چیزهایی را که به منزله رسانه‌های منفی می‌شناسیم، به رسانه‌های مثبت تعبیر و تبدیل کنیم. به قول دیوید و دیگران، می‌توان در هر چیزی نکته خوبی یافت و به نظر می‌آید که نقش والدین، یافتن نکات خوب و برجسته کردن آن‌هاست. تفکر فوق‌البته در این فکر مشترک وجود دارد که نقش والدین در کنار رسانه‌ها، کمک به فرزندان برای انتخاب‌های مناسب است.

چنان‌که دیده‌ایم بهتر است عوامل آموزشی را از رویکردهای پیش‌گیرانه نسبت به رسانه‌ها برتر بدانیم. بیشتر افرادی که با آن‌ها مصاحبه کردیم مایلند انتخاب‌های شان در برابر رسانه‌ها از جنبه آن‌چه می‌بینند و انواع نتایج و درس‌هایی که برمی‌گیرند در نظر گرفته شود. تنها عده کمی از آن‌ها نسبت به این موضوع بی‌تفاوتند که نتوانند دربارهٔ رسانه‌ها قضاوت کنند و یا در زندگی خود آن‌ها را تحت کنترل درآورند. از طرف دیگر آن‌ها می‌خواهند فرزندان‌شان هم به همین شیوه فکر کنند به ویژه زمانی که پا به دوران جوانی می‌گذارند؛ بنابراین بیشتر آن‌ها نمی‌خواهند محافظ فرزندان خود (به ویژه بزرگ‌ترها و نوجوان‌ها) در برابر رسانه‌های بد به شمار آیند. در عوض دوست دارند خود و فرزندان‌شان به عنوان افرادی در نظر گرفته شوند که می‌توانند انتخاب‌های مستقل خود را انجام دهند.

جالب آن که دیدیم برای بیشتر مصاحبه شوندگان بسیار دشوار است که ارتباط های مستقلی بین زندگی رسانه ای خود و ارزش های زندگی خود برقرار سازند. در فصل حاضر، این موضوع، به دلیل عدم تداوم در ارتباط های بین رسانه ها و مذهب و زندگی های معنوی تشدید می شود. با وجود آن چه اندیشیده ایم و بسیاری دیگر گفته اند، در مصاحبه های ما شواهد چندانی درباره کارکرد و تأثیر رسانه ها در ارتباط مذهبی یا شبه مذهبی وجود ندارد. اگر ساحت رسانه ها بتواند فرصت هایی برای الهام مذهبی یا معنوی فراهم آورد، به طریقی که با عملکردهای متعارف همخوان باشد یا حتی بتواند جایگزین آن ها شود، می توانیم انتظار یافتن شواهد بیشتری از این موضوع را در مصاحبه های مان داشته باشیم. مهم تر از آن روش هایی را دیده ایم که امکان تحقق چنین امری را در فرهنگ رسانه ها می دهد. با بسط این موضوع و نگرستن به عرصه ای از کارکردها یا تأثیرهای محتمل رسانه ای، از الهام گرفته تا ایجاد هویت، می توانیم امیدوار باشیم رسانه هایی را بیابیم که منابع شفاف و صریحی درباره عملکرد مذهبی و معنوی فراهم آوردند. آن چه در عوض یافته ایم، نمونه هایی از این رده بندی های کارکرد و تأثیر است که ابدأ آشکار یا تداعی گر شکل های سنتی مذهبی یا معنوی نیستند.

پیش تر مواردی را دیدیم که تا حدی به توضیح این امر کمک می کنند. چنان که ملاحظه کردیم، مردم تمایلی ندارند رسانه ها را از جنبه مذهبی یا معنوی معتبر بدانند. از این جهت، توضیح آن ها درباره رسانه ها واضح و مستدل است. در دنیای پسامدرن که با اصول روشنگری شکل گرفته است، این فکر که چیزی شبیه مذهب یا معنویت

را می توان در رسانه ها جای داد تا حدی نامعقول جلوه می کند، ولی این فکر توضیح اساسی تری هم دارد. در حالی که به تدریج این مصاحبه ها را بررسی کردیم، دریافتیم که عملکردهای رسانه ای، معنوی یا مذهبی، در زیست جهان، در مکان های بسیار متفاوتی جای می گیرند. در هر یک از آن ها نوعی خودآگاهی و اظهارنظر وجود دارد که آن ها را در جایگاه مناسبشان قرار می دهد. نمی خواهم بگویم که در این مصاحبه ها دلایل و افکار مرتبط با فرهنگ گسترده تر چنان که در رسانه ها بازنمایی می شوند، دست کم با توجه به معانی فرهنگی و بازنمایی ها، قوی تر و فراگیرتر هستند. چنان که شاید به نظر محتمل برسد این افراد و خانواده هایی که با عقاید یا دلایل مذهبی یا معنوی احساس نزدیکی می کنند تعامل خود با فرهنگ را نیز بر اساس همین موارد برقرار می سازند، ولی در عمل چنین نیست. به نظر می آید که آن ها می خواهند ایمان و معنویت خود را به روش هایی توصیف کنند که افکار و ارزش های فرهنگ بزرگ تر را در بر داشته باشد یا خود را جدا یا قابل جداسازی می دانند که این مورد نزد خانواده های محافظه کار از نظر اخلاقی کاملاً محسوس است، کسانی که رسانه ها را با نوعی احساس گناه توأم با لذت ملاحظه می کنند.

به هر روی این فکر که مبنای این فصل را شکل می دهد (ساحت رسانه، مواد و تجربیاتی فراهم می آورد که تأثیر عملکردها یا رفتارهای مذهبی سنتی یا معنوی را به چالش می طلبد و جایگزین آن ها می شود) به نحو متقاعدکننده ای تأیید نشده است. چنان که دیده ایم لازم است در جای دیگر و با روش های متفاوت به بررسی نقش رسانه ها بر مذهب و

معنویت یا بالعکس پردازیم.

در فصل های پنج، شش و هفت تصویر متقاعدکننده تری از این روابط ترسیم کرده ایم، موردی که در فصل ده، هنگام نتیجه گیری و پایان کتاب دوباره به آن باز خواهیم گشت.

پاره نهم: رسانه و فرهنگی دینی عمومی پس از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ و دوم نوامبر ۲۰۰۴

اشاره

پاره نهم: رسانه و فرهنگی دینی عمومی پس از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ و دوم نوامبر ۲۰۰۴

اکنون دریافته ایم که افراد و خانواده ها از چه راه هایی بر فرهنگ رسانه ها تأثیر می گذارند. هم چنین درباره شباهت ها و تفاوت های تجربه رسانه ای در موقعیت های اجتماعی و دینی گوناگون اندیشیده ایم. در کل، در مصاحبه های خود دیده ایم که مصرف رسانه ها در سطح خانوار از نوعی ثبات برخوردار است و اکنون می توانیم برخی از خطوط کلی آن ثبات را توضیح دهیم. در فصل سوم، طیف ژانرها و نهاد های رسانه ای مرتبط با دین را، که مشتمل بر اخبار، برنامه های دینی، نشریات دینی و سرگرمی بود، ملاحظه کردیم. در آن جا نشان دادیم که پدیده مدرن مهم، همان شیوه ای است که از طریق آن این بافت های گوناگون به هم می آمیزند، ولی هم زمان با آن، نشان دادیم که تأثیر بافت های غیر دینی

رسانه‌ها بر دین، محتمل‌تر از تأثیرات بافت دینی بر بافت‌های غیر دینی به نظر می‌رسد. ما تا حدودی به عنوان تایید آن تصور، تا این‌جا توجه خود را به برنامه‌های رسانه‌های سرگرمی معطوف کرده‌ایم. در اغلب موارد به نظر رسیده است که رسانه‌های سرگرمی همان بافت مشترک و مسلم فرض شده‌ای است که درباره آن بیش از هر بافت دیگری فکر شده و سخن گفته شده است. ولی معتقد بوده‌ام که پرسش واقعی این نیست که مردم تا چه اندازه توانسته یا نتوانسته‌اند به میزان پیش‌بینی شده و تخمین زده شده دیدن و مصرفِ فلان ژانرهای رسانه‌ها دست‌یابند؛ بلکه پرسش واقعی این است که مردم در پذیرش منابعی که برای‌شان معنی‌دار است تا چه حد هم سو با ژانرها، برنامه‌ها، کانال‌ها و بافت‌ها حرکت می‌کنند.

دین و رسانه‌ها در چندین سطح اجتماعی و فرهنگی، که بسیاری از آن‌ها را در فصل دوم معرفی کرده‌ام، با هم تلاقی می‌کنند. به دلیل این‌که بخش عمده این کتاب بر تجارب روزانه و زیسته شده مردم در خانه‌های‌شان متمرکز بوده است، ما در امتداد تجارب و علائق مردم پیش‌رفته‌ایم. از این‌رو، کاملاً طبیعی است که این گفت‌وگوها در سمت و سوی رسانه‌های عامه‌پسند و سرگرم‌کننده و تجارب دم‌دستی (بازاری شده) (۱) دین و معنویت که در میان گذاشته شده و با آن‌جا تطبیق یافته، پیش‌رفته و جریان‌یافته‌اند ولی من در همان حال طرفدار برداشتی از رسانه‌ها بوده‌ام که بزرگ و فراگیر است و بر آن

بوده ام که با این کار می توانیم از چندین راه و از چندین منظر به چشم انداز رسانه / دین داخل شویم.

در فصل سوم، لزوم ارائه تعریف دوباره ای از رسانه و دین را پیش کشیدم، تعریفی خالی از آن چند رده یا مقوله تحلیلی (۱) متداولی که در گذشته به کار می بستیم. چنان که در آن فصل گفتم، این نوعی برهان پست مدرن بود و گمان می کرد که واسازی برخی از آن دریافت ها به منظور ساختن برداشتی از دین و رسانه، و این بار از دل تجارب و تعامل مخاطبان، حائز اهمیت است. البته، یکی از پیامد های چنین رویکردی این تصور است که بدین ترتیب هیچ قرائت، معنا، واکنش نظام مند یا فراگیری نمی تواند وجود داشته باشد. اگر منطق مضممر متن ها و پیام های رسانه ها سرشت چهارچوب های شناخت و ارزش را توضیح نمی دهد، در این صورت این گونه چهارچوب ها را در کجا باید یافت. چنان که در مصاحبه های مندرج در فصل پیشین دیدیم، واقعیت این است که قرائت هایی کلی، مبتنی بر اجماع و نظام مند از متون رسانه ها وجود دارند. حدی از همانندی تجربه مشترک و اجماع در سرشت رسانه ها، در انواع قرائت ها و معناهای دینی و معنوی ای که در رسانه ها با آن ها مواجه می شویم، در شیوه های به کارگیری آن قرائت ها و معناها در زندگی بینندگان وجود دارند. بسیاری از این ها از بطن تجارب مشترک، مانند سرشماری ها و برهه های همگانی در طول زندگی، سر برمی آورند. چنان که در فصل های پنجم، ششم و هفتم دیدیم، به نظر

می‌رسد که والدین، آن‌جا که پای رسانه‌ها به میان می‌آید، همانندی بسیار زیادی در خانواده‌های خود بروز می‌دهند؛ همانندی که استوار بر نقشی است که والد بودن بر عهده‌شان گذاشته است. قرائت‌های دیگر از این دست از بطن ارزش‌ها یا ایده‌های همگانی یا مشترک سر برمی‌آورند.

در این فصل، به مجموعه‌ای از قرائت‌ها و گفتمان‌های نظام‌مندی خواهیم پرداخت که از بطن تجربه تاریخی معاصر سر برآورده‌اند. با آغاز قرن بیست و یکم رسانه‌ها و دین از طرقتی اهمیت یافته‌اند که تاکنون سابقه نداشته‌اند. قصد دارم نشان دهم که آن‌چه در این فصل بررسی خواهیم کرد نوعی موخره بر بحث‌هایی است که در فصل‌های دوم و سوم درباره نظریه رسانه و استقرار دین، نهاد‌های دینی و اقتدار دینی از لحاظ استقرارشان در رسانه‌ها به راه انداختیم. چنان‌که در آن‌جا دیدیم، بخش پایانی قرن گذشته شاهد زوال تدریجی برخی روابط همیشگی در ساحت عمومی همبسته با دین (۱) بود. نهاد‌های دینی به طور کلی کم‌کم اقتدار و مشروعیت خود را از دست دادند. این تا حدی یکی از نتایج ظهور یک ساحت رسانه‌ای بود که می‌توانست هر روز تعریفی از سرشت دین، معنویت و معنای دینی در مدرنیته متاخر به دست دهد. بدین ترتیب، این که دین چه جایگاهی در رسانه‌ها دارد و می‌تواند داشته باشد مشکل‌آفرین شد و قرن [بیستم] با این پرسش که در بحث‌های فراوان مطرح می‌شدند به پایان رسید. بررسی‌های ما، که نشان می‌دادند مردم

در زندگی خانگی و خصوصی خود، در خورد و خواب و باور های شان، دین و معنویت را از نظر دور نمی دارند، در خدمت توضیح فرآیند ها و بنیان هایی قرار می گیرند که دین و معنویت در ارتباط با فرهنگ رسانه ای، بر اساس آن ها ادراک می شوند. در آن جا هم چنین می توان دید که رواج و شیوع تجربه رسانه ای به عنوان یک پایه در این موارد نقشی خاص و مهم به عهده حوزه رسانه ای می گذارد. بنابراین، آن چه در این جا ممکن است ببینیم سرآغاز های تحلیلی است که می تواند به ما کمک کند تا جایگاه و شأن دین را در مدرنیته متاخر یک بار دیگر _ این بار در ارتباط با رسانه ها که از چند لحاظ بنیادین با مدرنیته چفت و بست شده اند _ در چهارچوبی بزرگ تر و کل نگرانه تر توضیح دهیم. در متن ها و پیام های رسانه ها مضامین، ارزش ها، نماد ها و مجاز های معنی داری وجود دارند. به نظر می رسد کسانی که طرف های مصاحبه ما بودند خیلی دوست داشتند که در یک گفت و شنود یا مجموعه گفت و شنود های مفصل تر در [زمینه] فرهنگ شرکت کنند. آن ها از شرکت در گفت و گو های مفصل تر احساس رضایت و اهمیت می کنند. اکنون به کندوکاو در راه هایی می پردازیم که از طریق آن، گفت و گو های مفصل تر می توانند از رویداد های تاریخی سرشار شوند. دیده ها و آموخته های ما در این جا، در خصوص این که مردم از چه راهی، رسانه ها را به صورت دینی و معنوی قرائت می کنند، می توانند به ما کمک کنند تا ببینیم این رویداد ها که در ظاهر، درباره دین هستند در همان حال درباره رسانه ها و درباره تعامل بین دین و رسانه نیز هستند. در واقع، چنان که خواهیم دید، انواع کندوکاو هایی که انجام داده ایم به ما اجازه

می دهند که چنین مضامین بزرگی را به طرق جدید بررسی کنیم.

تغییر در هزاره

تغییر در هزاره

هزاره جدید، گفت و گویی جدید را هم در محل تلاقی دین و رسانه، هم درباره دین و رسانه به همراه آورده است. به نظر می رسد دین طی سال های پس از حمله های تروریستی ۱۱ سپتامبر، در سطحی کاملاً جدید دوباره وارد زندگی همگانی و گفتمان (و به تبع آن رسانه های) همگانی شده است. چنان که خواهیم دید، ۱۱ سپتامبر عمدتاً یک پدیده رسانه ای بود. این رویداد، سبب ساز سلسله ای از گرایش های جهانی، فرهنگی و رسانه ای شد که هنوز به طور کامل شناخته نشده اند. ولی همین الان هم می توان دید که ۱۱ سپتامبر از طریق ایجاد تغییر در چهارچوب ها و بافت هایی که ظاهراً محدود ه های فعالیت دین و عقاید دینی در تاریخ، فرهنگ و رسانه ها بودند چشم انداز را تغییر داد. از یک لحاظ، رویداد های ۱۱ سپتامبر به بحث های جاری درباره جایگاه دین در حوزه عمومی و قعی نهادند. تا پیش از ۱۱ سپتامبر، شنیدن سخنان شک آلود از دهان گردانندگان اخبار درباره این که در گزارش سراسری سیاست داخلی و بین المللی، دین چگونه و در کجا به حساب آورده شود، چندان نامعمول نبود. پس از آن، موضوع فیصله یافت و تنها پرسش این شد که هنگام بررسی آن پرسش های بزرگ تر، چگونه می توان دین را به بهترین نحو توضیح داد.

واقعیت نه چندان بی ارتباط با ملاحظات و گفتمان های پس از ۱۱

سپتامبر این است که دین ایفای نقشی دم به دم بزرگ تر از پیش، در سیاست داخلی ایالات متحده را آغاز کرد؛ نقشی که (به تعبیری) در انتخابات دوم نوامبر سال ۲۰۰۴ که از جهاتی به نظر می رسد به جز دین با هیچ چیز دیگری سروکار ندارد، به اوج خود رسید. پیش از انتخابات، نظر سنجی ها از شکاف دینی (۱) در حال ظهور حکایت می کردند که در آن کسانی که مرتباً به مراکز خدماتی _ دینی رفت و آمد می کنند، احتمالاً با اختلاف زیاد به جمهوری خواهان رأی خواهند داد. نظر سنجی از رأی دهندگان در زمان انتخابات نشان می داد که هواداران کلیدی ای که جرج بوش را با اختلاف اندک، به ریاست جمهوری رساندند، گروهی بودند ملقب به رأی دهندگان ارزشی؛ (۲) یعنی مردمانی که برای شرکت در انتخابات، بیشتر از ارزش های دینی و فرهنگی انگیزه می گرفتند نه از پرسش های مربوط به سیاست خارجی و داخلی. (۳) هم رویداد های ۱۱ سپتامبر، هم انتخابات سراسری ایالات متحده در ۲۰۰۴ توجه ما را از حوزه خصوصی معناسازی که تا کنون بر آن متمرکز بودیم دور می کند و به حوزه عمومی بزرگ تر، که همان حوزه ملی و بین المللی باشد هدایت می کند.

۱- religion gap

۲- values voters

۳- بررسی مفصل این مطلب خارج از چهارچوب این کتاب است ولی نباید از نظر دور بداریم که چنین درکی از رابطه بین دین و سیاست در دور انتخاباتی سال ۲۰۰۴ بیش از حد سطحی و محدود است. برای نمونه، آن چه را که اصطلاحاً شکاف دینی می نامند، باید شکافی دانست که بیشتر با نوع یا سبک دین مرتبط است تا خود دین. برای نمونه اونجلیست ها هم به لحاظ سیاسی محافظه کارترند هم مایل به شرکت در خدمات دینی به دفعات بیشتر. غیر انجیلی ها ممکن است درباره ایمان شان به همان اندازه راسخ باشند ولی معمولاً به دفعات کمتری در خدمات دینی رسمی شرکت می کنند. بدین ترتیب، همبستگی فرضی بین دین و سیاست، که فقط از روی تعداد شرکت کنندگان سنجیده می شود، همبستگی دروغینی است.

خودبیانگری ها و روال های معنا سازی که در این جا مورد بررسی قرار داده ایم درباره اهمیتی که این رویداد های بزرگ تر برای دین، جامعه و فرهنگ دارند چه چیزی می توانند به ما بگویند؟ مهم تر از آن، شاید، این که آن ها درباره آینده روابط بین دین و رسانه ها و آینده تعامل هایی که دین و رسانه ها در جریان ساختن و شکل دادن به حیات دینی، اجتماعی و فرهنگی با هم برقرار می کنند چه چیزی می تواند بگوید؟

چنان که دیدیم، معناسازی در ارتباط با رسانه ها، هم مستلزم منابع رسمی و پذیرفته شده است، هم مستلزم منابعی که به تازگی پیدا شده اند و بر سر آن ها اختلاف نظر وجود دارد. چنان که خواهیم دید، رویداد ها و روند های مهمی چون ۱۱ سپتامبر و نقش دین در انتخابات به سهولت (و تقریباً بدون ایجاد مشکل) به درون موجودی منابع نمادینی جریان می یابد که ما در عصر رسانه ها معناهای دینی و معنوی را از آن ها می سازیم و آن ها، با این کار نشان می دهند که تعامل بین دین و رسانه در مدرنیته متاخر تا چه حد بدل به تعاملی شده است که روز به روز بر اهمیت و دامنه اش افزوده می شود.

دین و رسانه ها در ۱۱ سپتامبر و پیامد آن

دین و رسانه ها در ۱۱ سپتامبر و پیامد آن

این که رویداد های ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ از بابت گستره و تأثیر شان بی سابقه بودند سخنی است تکراری و کسل کننده. هیچ شهر بزرگی در هشت کشور صنعتی، موسوم به گروه هشت، چنین تلفات سنگینی از

یک عمل خشونت آمیز بین المللی در زمان صلح دریافت نکرده بود. (۱) حمله ای چنین غافلگیرانه به قلب تجارت و رسانه آمریکا، جهان و ملت [آمریکا] را تکان داد.

اکنون در سراسر جهان، دست کم در جهان غرب، استفاده از اصطلاح ۱۱ سپتامبر برای توضیح این رویدادها و تأمل در روابط بین الملل و سیاست جهانی در دوره های پیش و پس از ۱۱ سپتامبر، کاملاً جا افتاده است. در پی آن، انبوه تفاسیر عامیانه و عالمانه صادر شده اند و به همه چیز، از پیامدهای امنیتی حمله ها تا تأثیرشان بر شعور مردم، در سطح محلی، ملی و بین المللی پرداخته اند. فحوای دینی حمله ها نیز عنصری مهم، هر چند مسئله ساز، در بحث و جدل ها بوده است. وحشی گری [ملازم با] این رویدادها، جهان را حیرت زده کرد و تلاشی بی وقفه صرف سازگار کردن آن ها با ریشه های شان شده است؛ ریشه هایی که ادعا می شود در دین استقرار یافته اند.

هیچ واکنش منفی خیلی وحشتناک عرب ستیزانه یا اسلام ستیزانه در ابعاد وسیع تحقق پیدا نکرد (۲) ولی می توان نشان داد که به طرزی ظریفانه تر، واکنش های کوچک تر علیه اسلام و علیه مردمان خاور میانه و /

۱- تا مدتی تنها پیشینه بمب گذاری، در ساختمان فدرال موراه در اُکلاهما به سال ۱۹۹۵ بود. ادوارد لیننتال در سال ۲۰۰۱ در قطعه ای به یاد ماندنی درباره این رویداد نوشت: آیا یک عمل تروریستی در آینده که تلفات جانی بیشتری به جای می گذارد اُکلاهاسیتی را به موقعیتی در چشم انداز خشونت پرتاب خواهد کرد که اعتبار کمتری دارد؟ (لیننتال ۲۰۰۱، ص ۲۳۴)

۲- (Ismail ۲۰۰۱). هرچند هیچ تحقیق نظام مندی وجود ندارد ولی گزارش های داستان گونه و مطبوعاتی قطعاً حوادث شورش را به تفصیل شرح می دهند. ۹. (Said ۱۹۹۷) به نظر می رسد که مبارزات سیاسی بر سر مهاجرت در اروپای غربی بخشی از نیرو و تأثیر خود را از درک و دریافت های مابعد ۱۱ سپتامبری از خطرات نهفته در مهاجرت از کشورهای اسلامی [به غرب] و از این تصور شایع که ۱۱ سپتامبر مظهر یک رویارویی احیاشده بین اسلام و غرب است، می گرفت.

یا مردمان مسلمان تبار تداوم دارد و شالوده بحث‌ها و عکس‌العمل‌های سیاسی خاصی را می‌سازند که هم‌چنان به یارگیری در ایالات متحده و جاهای دیگر ادامه می‌دهند.^(۱) با این حال، هم‌سو با مضمون این کتاب، باید این حمله‌ها را رویداد‌هایی تلقی کنیم که برای تعامل بین دین و رسانه حائز معنا و اهمیت اند؛ تعاملی که آن حمله‌ها مظهرشان بودند و هم‌چنان نیز هستند. آن‌ها بدون رسانه‌ها نمی‌توانستند از همان تأثیر برخوردار شوند. آن حمله‌ها، در همان حال، دین را از راه‌های جدید و بی‌سابقه، در کانون توجه قرار دادند، راه‌هایی که نحوه تلقی ما از نقش دین در سیاست ورزی، گفتمان همگانی، تحول اجتماعی و مبارزه سیاسی را تا ابد شکل داده‌اند. هم‌چنین، این واقعیت نیز که دین و رسانه در این رویداد‌ها با هم در کنش و واکنش بوده‌اند حائز معنا و اهمیت است.

رسانه‌ها، دین و دین و رسانه‌ها با هم به چهار طریق در این رویداد‌ها و پیامدهای آن‌ها اهمیت داشتند. نخست، رسانه‌ها منبع تجربه ملی و جهانی از رویداد‌ها بودند. آن‌ها از هر لحاظ در تعامل بودند. دوم، رسانه‌ها، منبع شناخت ما از آن‌ها و شناخت آن‌ها از ما بودند و هستند. سوم، صادرات رسانه‌های آمریکا از جمله فیلم‌ها، مبنایی مهم برای انتقاد‌های اخلاقی اسلام‌گرایان از فرهنگ آمریکایی و غربی هستند. سرانجام این که، ۱۱ سپتامبر نقش محوری رسانه‌ها در یک دین عرفی مستقر در آیین‌های عمومی یاد بود و عزاداری را نشان داد و تأیید کرد.

اجازه بدهید این ها را یک به یک بررسی کنیم.

رسانه ها هم چون منبع تجربه

رسانه ها هم چون منبع تجربه

یکی از بی سابقه ترین چیزها دربارهٔ حمله های ۱۱ سپتامبر، زمان و محل وقوع آن ها بود. تحلیل های سیاسی و امنیتی از برنامه ریزی پشت پردهٔ آن حمله ها نشان می دادند که بن لادن تمایل زیادی به انتخاب اهداف بر اساس ارزش سیاسی و نمادین شان و دست برداشتن از آن ها پس از انتخاب شدن شان، داشته است. بنابراین، در یک سطح، حمله به مرکز تجارت جهانی چیزی بیش از یک تلاش مجدد، در پی بمب گذاری نه چندان موفق در آن جا به سال ۱۹۹۲ نبود. (۱) ولی در سطح دیگر، رویداد های ۱۱ سپتامبر به طور تصاعدی مهم تر و با معنا تر بودند؛ چون بسیار تماشایی بودند. منظره تماشایی آن ها معلول زمان بندی شان بود. دو هواپیما تقریباً به فاصله هشت دقیقه از یکدیگر به هدف هایشان برخوردند. در پرسانه ترین شهر جهان، صد ها دوربین، برج شمالی غرق در آتش را هدف گرفته بودند که دومین هواپیما با برج جنوبی برخورد کرد و مسلم شد که میلیون ها نفر در سراسر جهان، آن برخورد را به طور زنده در تلویزیون خواهند دید. (۲) آن چه شهر، کشور و جهان به عینه

۱-۱

۲- طراحان نمی توانستند پیش بینی کنند که تکه فیلم گرفته شده از برخورد هواپیمای اول نیز پیدا خواهد شد، تکه فیلمی که توسط یک فیلم بردار فرانسوی که فیلم مستندی دربارهٔ آتش نشانیان نیویورک می ساخت گرفته شده بود و هم چنین نمی توانستند پیش بینی کنند که یک دوربین امنیتی نیز سقوط در پنتاگون را ثبت خواهد کرد. ولی، در جهانی که بیش از پیش اشباع از رسانه ها می شود، کار به جایی می رسد که انتظار داریم، کم و بیش، تصاویر این گونه چیزها بیش از پیش، یا از طریق دوربین های مراقبت یا از طریق فیلم برداران غیر حرفه ای همه جا حاضر به راحتی در دسترس قرار گیرند.

دید یک منظره هولناک بود. قربانیان حمله از پنجره های بالای طبقاتِ غرق در آتش دست تکان می دادند و بسیاری از آن ها، از فرط استیصال غیر قابل تصور، برای فرار از آتش به پایین پریدند و جان باختند و آن گاه، تصورناپذیرترین منظره: دو ساختمان ۱۱۰ طبقه _ همان نماد های پیروزی مدرنِ تمدن کلان شهری _ فرو ریختند و به صورت تلی از آوار درآمدند. همه این ها ضبط شدند، به طور زنده به نمایش درآمدند، تکرار شدند و ناظران رسانه ها در طی چندین ساعت و چندین روز گزارش، به شرح آن ها پرداختند. تردیدی نیست که تک تک خوانندگان کتابِ حاضر این تصاویر را تا ابد در خاطره خود حک کرده اند. بی واسطگی منظره و مهم تر از آن، بصری بودنش،^(۱) آن را تعریف می کردند و هم چنان تعریف می کنند. حوادث خشونت آمیز و هولناکِ پیش و پس [از ۱۱ سپتامبر] نیز بصری شده اند. جنگ، نسل کشی، فجایع طبیعی و تصادف ها به صورت بصری ثبت شده اند. درباره ۱۱ سپتامبر ما همه در رویداد ها شرکت داشتیم و می دانستیم که این چیز ها در حین تماشای ما دارند در زمان واقعی، برای مردمان واقعی، در جایی که _ به حکم عقل ما _ چنین چیز هایی نباید رخ بدهند، اتفاق می افتند.

باربی زلیزر،^(۲) پژوهشگر حوزه رسانه ها، در مقاله اندیشمندانه خود

۱- *visuality*

۲- *Barbie Zelizer*

درباره نقش بصری کردن و نمایش در فرآیند گواهی دادن،^(۱) خاطر نشان می‌سازد که توانایی در به تصویر کشیدن و باز نمایی رویداد‌هایی چون هولوکاست، نحوه ادراک و انجام گواهی و شهادت در مدرنیته را تغییر داده است.^(۲) اسناد بصری، نقشی مهم‌تر از همیشه در تجربه ما از انسانیت مشترکمان و در رابطه شخصی و سیاسی مان با رنج و مصیبت، بازی می‌کنند و همه جا دیده‌ایم که رویداد‌های به تصویر کشیده شده، به جایگاهی در شعور عامه دست می‌یابند که رویداد‌های صرفاً گزارش شده با ابزارهای دیگر، از آن محروم می‌مانند. برای نمونه، سونامی ۲۶ دسامبر ۲۰۰۴ توجه جهانی را به وضع مصیبت بار صد‌ها هزار کشته و میلیون‌ها جان‌به‌در برده معطوف کرد ولی رویداد‌هایی که در همان زمان به وقوع پیوستند ولی به تصویر کشیده نشدند، مانند قتل عام در استان دارفوی سودان، چندان توجهی به خود جلب نکردند.

معتقدم که ۱۱ سپتامبر، افزون بر بصری بودن اش، آنی و لحظه‌ای نیز بود. همه ما می‌دانستیم که رویداد‌هایی پیش چشم ما دارند درست در آن لحظه رخ می‌دهند. نمی‌خواهم جنبه عذاب آور تر این مسائل را که به عقیده بسیاری دلیل برجستگی نسبی ۱۱ سپتامبر هستند، از نظر دور بدارم. همین است که هست، در حالی که مصائب و فجایع در جهان در حال توسعه، به صورت اموری پیش پا افتاده – چیزی که برای آن مردمان نگون بخت در آن جا اتفاق می‌افتد – درآمده است، رویداد‌هایی چون ۱۱ سپتامبر (که تعداد کل قربانیان آن‌ها در واقع حدود یک صدم

۱ – bearing witness

۲ – (۲۰۰۵) Zelizer

تعداد کسانی بود که در سونامی ۲۶ دسامبر ۲۰۰۴ مردند) تبدیل به خبر داغ می شوند؛ چون برای مردمان سفید پوست در جهان توسعه یافته اتفاق افتاده اند.^(۱) در یک سطح، می توان گفت که در چشم رسانه های جهانی زندگی همه انسان ها ارزش یکسان ندارند. در سطح دیگر، باید در عین حال به خاطر داشته باشیم که در محاسبه ژورنالیستی متداول، رویداد ها به این دلیل، بدل به خبر داغ می شوند که غیر معمول یا بی سابقه هستند و یک حمله تروریستی، در درون مرز های ایالات متحده، غیر معمول و بی سابقه بود. آنی بودن تصاویر ۱۱ سپتامبر و دریافت آنی آن از سوی بینندگان، در خدمت کشاندن بینندگان به درون یک تجربه مشترک، به شیوه ای جدید و ناگهانی قرار گرفت. ۱۱ سپتامبر بدل به رویداد و تجربه ای شد که همگان در سطحی اخلاقی و عاطفی در آن ها سهیم شدند و این را در فوران جهانی همدلی و حمایت دیدیم. از این رو، ۱۱ سپتامبر، دست کم، از ویژگی های لازم تجربه تعهد آوری برخوردار شد که از محیط حول وحوش بدون واسطه خود فراتر می رفت. جماعت ها و بافت ها و علایق بسیاری مدعی آن شده اند، بگذریم از ادعاهای بی چون و چرای قربانیان و خانواده های آن ها. آیا ۱۱ سپتامبر [منحصراً] به نیویورک تعلق دارد؟ (صد ها نفر نیز در پنتاگون و در ناحیه ای در پنسیلوانیای جنوبی مردند) یا به ما موران آتش نشانی و

۱- (۲۰۰۶) Mitchell به ویژه بنگرید به فصل مربوط به تدوین دوباره اخبار که در آن میشل می پرسد: چرا وقتی حدود ۳۰۰۰ نفر در ۱۱ سپتامبر مردند اغلب برنامه های خبری و روزنامه ها در سراسر جهان روز ها و گاهی هفته ها پس از آن گزارش های گسترده منتشر کردند ولی وقتی بیش از ۳ میلیون نفر در جمهوری دموکراتیک کنگو مردند رسانه ها عمدتاً از کنار آن گذشتند؟

پلیس های حاضر در صحنه؟ یا به غرب؟ یا به جهان مسیحی؟ (۱)

حق تعریف معنای اخلاقی، سیاسی و دینی آن موضوعی بوده است که هم چنان تا امروز بحث های بسیار برانگیخته است و تردیدی نیست که این وضع تا دهه های آینده ادامه خواهد داشت ولی نکته مهم برای بحث ما در این جا، سرشت این رویداد و این تجربه است. حمله های ۱۱ سپتامبر نقطه عطفی در تاریخ بود، نقطه عطفی که با عمق و شدتی هر چه تمام، تجربه می شد؛ چون این حمله ها را به وساطت زمان واقعی می دیدیم. رابطه آن ها با دین شاید چندان آشکار نباشد ولی به محض این که تأمل درباره آن حمله ها را آغاز کنیم، دین بدل به جنبه ای از ماجرا می شود که اهمیت آن دم به دم فزونی می یابد.

شناخت ما از آن ها و شناخت آن ها از ما

شناخت ما از آن ها و شناخت آن ها از ما

بعد از ظهر روز ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱، یک روز درسی طبق برنامه در یک دوره مقدماتی درباره رسانه و جامعه بود. من هم چون اغلب همکارانم تصمیم گرفتم فرصت بررسی رویداد های صبح را به دوستان و اندی دانشجوی حاضر در کلاس بدهم و آن ها را برای پرسش و پاسخ و بحث، آزاد بگذارم. یکی از نخستین پرسش هایی که مطرح شد این بود: «چرا ما نمی دانستیم که عده ای تا این حد از ما نفرت دارند؟». دانشجویان دیگر با بهت و حیرتی مشابه، در تأیید او گفتند که باید کور بوده باشیم

۱- البته این ها تنها ادعاهایی هستند که ریشه در دیدگاه هنجاری از این رویداد ها دارند، هم چنین ادعاهای خود القاعده و دیگرانی که رویداد ها را حمله ای موجه به ایالات متحده و غرب به طور عام می دانند، نیز هستند.

که چنین احساساتی را درباره ایالات متحده ندیدیم. آن چه این پرسش ها به تلویح بیان می کردند، این فرضیه بود که ما در یک جهان مدرن، رسانه ای شده، اشباع از نشریات، باید درباره دیگرانی که در آن دورها زندگی می کردند و طرز تلقی شان از ما، اطلاعات بیشتری می داشتیم. این فرضیه، طی روز های بعدی، تقویت شد و دلیل آن هم این احساس رو به رشد بود که مهاجرت، جهانی شدن و تحولات اجتماعی و فرهنگی جهانگیر، شناخت بقیه جهان و تلاش در فهم آن، (و دست کم، درباره متولیان سیاست خارجی ایالات متحده) کوشش در ارائه تصویر مطلوب تری از ایالات متحده به بقیه جهان را از اهمیتی بی سابقه برخوردار می کند. این گفتمان ها ریشه در یکی از مهم ترین کارکرد های رسانه ها در مدرنیته دارند: نقش آن ها در رفتن به فراسوی جغرافیا، کشاندن افراد، گروه ها و جماعت هایی که روزگاری بسیار از هم دور بودند به تماس نزدیک تر با یکدیگر. گزین گویه بسیار معروف مک لوهان، مبنی بر این که عصر رسانه ها یک دهکده جهانی را به همراه خواهد آورد اکنون اغراق آمیز و بیش از حد خوشبینانه تلقی می شود. رسانه ها قابلیت درنوردیدن فضا و حذف زمان را دارند و ما به موازات این که جغرافیا دیگر به عنوان یک مانع عمل نمی کند، دانسته های مان از دیگرانی که فواصل بزرگ، ما را از آن ها جدا کرده بیشتر و بیشتر می شود. آنی بودن رسانه های الکترونیکی، امکان کسب اطلاعات بسیار زیاد درباره رویداد های سراسر جهان، درست در لحظه وقوعشان و داشتن درکی معاصر از رویداد ها در خارج را فراهم کرده است؛ چون

گویا تصاویر واقعی تر و قابل اعتماد تر از گزارش های شنیداری یا مکتوب هستند. (۱)

هر چند گویا مک لوهان انتظار داشت که این پیوند وساطت یافته و جماعت ها و مردمان ناهمگون را در کنار هم قرار خواهد داد ولی به نظر نمی رسد وضع کاملاً بدان گونه باشد؛ برای نمونه، شواهدی هستند حاکی از این که شناخت فزاینده از دیگران می تواند به همان سرعتی که به عدم اعتماد و سوء تفاهم منجر می شود به اعتماد و تفاهم بینجامد. (۲) یکی از دلایل اصلی آن به بافت و چهارچوبه دریافت پیام های رسانه ها مربوط می شود. تاملی یه بس و الیهو کتر، در یک مطالعه بین المللی و میان فرهنگی، نشان دادند که نحوه قرائت بینندگان دهه هشتادی سوپ اپرای دالاس (۳) بیش از آن که مبتنی بر مضامین و پیام های اصلی آن باشد، متکی به موقعیت ها و وضعیت های زیستی خود آن بینندگان بود. (۴) بینندگان می توانند معنای جدیدی از بطن آن چه از بافت ها یا موقعیت های دیگر می بینند بسازند. معنایی که به یک اندازه، مبتنی بر وضعیت های خود آنان و ارزش ها یا پیام های آشکار در آن مطالب

۱- این البته مفهوم مسئله سازی است. بحث همه جانبه آن را در فصل ۸ کتاب استارکن و کارترایت (۲۰۰۱) خواهید یافت.

۲- Kellner (۱۹۹۲) به ویژه بنگرید به صص ۱۱-۱.

۳- Soap opera، برنامه رادیویی یا تلویزیونی درباره زندگی روزانه و دردسر های مداوم کاراکتر های حاضر در آن، که به طور منظم، یعنی هفته ای دو یا سه بار و گاهی هر روز، پخش می شوند. هم در آمریکا هم در بریتانیا سوپ اپراهایی هستند که مدت بیست سال یا بیشتر دوام آورده اند. دالاس یکی از این نوع سریال های آبکی بود که نخست از تلویزیون آمریکا به نمایش درآمد و سپس طی دهه های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ در اغلب نقاط جهان محبوبیت یافت. (م).

۴- Liebes and Katz (۱۹۹۰). هم چنین بنگرید به Lull (۱۹۸۸) و Mandel (۲۰۰۲)

رسانه ای هستند. (۱)

ولی جنبه خاص تر چالش های ۱۱ سپتامبر و پیامد آن همان روش ویژه ای است که از طریق آن شرق در غرب و غرب در شرق، باز نمایی می شود. دانشجویان من احساس می کردند که رسانه ها خواسته های شان را به خوبی برآورده نکرده اند؛ رسانه هایی که سرشت شان نشان داده است که بیش از اندازه بر جهان توسعه یافته تمرکز می کنند و درباره اخبار بین المللی ای که بیرون از چند حوزه مهم از علائق ویژه ایالات متحده، مانند اسرائیل، قرار می گیرند از قابلیت دور نگری بی بهره اند. (۲)

آن روی دیگر سکه، موضوع نحوه نمایش زندگی، علائق و ارزش های آمریکایی و غربی در جهت دیگر، نیز مهم و معنی دار است. البته، در گنه این نگرانی ها موضوعی نزدیک به نگرانی های مک لوهان قرار دارد؛ آیا رسانه هایی که مصرف می کنیم در خدمت تفاهم جهانی قرار می گیرند یا نه؟ تردیدی نیست که از همه لحاظ ها، رویداد های ۱۱ سپتامبر، مقدمات و پیامد های آن ها، ریشه در یک شناخت پلکانی داشتند. این امر به گونه ای بنیادین، ۱۱ سپتامبر را به صورت یک موضوع رسانه ای درمی آورد، تا آن جا که درباره ریشه های آن در ایدئولوژی و ارزش ها و درباره راه های احتمالی پرهیز از آن یا اصلاح علت ها و عواقب آن، به فکر فرو می رویم. این واقعیت که بخش عمده انگیزه آن و دریافت آن متأثر

Ginsburg et al. (۲۰۰۲), pp. ۱۴-۱۶ ۲۳. Said (۱۹۷۹); Said (۱۹۹۷); Gans (۱۹۷۹); Tuchman - ۱
(۱۹۷۲) Epstein (۱۹۸۰);

از عقاید دینی بود آن را طبق تعریف به یکی از موضوعات رسانه و دین، به چیزی که در سطور آینده به تفصیل بررسی خواهیم کرد، تبدیل می کند.

رسانه ها هم چون منبع انتقاد های اسلام گرایان

رسانه ها هم چون منبع انتقاد های اسلام گرایان

جریان موسوم به رسانه های رسمی و رایج آمریکای شمالی و غرب، در نخستین گزارش های خود از این حمله کوشیدند تا برای نخستین بار به شیوه ای قابل فهم، ریشه های خشم و غضب اسلام گرایان علیه فرهنگ آمریکایی و غربی را توضیح دهند. در حالی که نباید فراموش کنیم که از دید اغلب منتقدان، این مسئله ریشه در واقعیت های سیاسی بنیادین سیاست خارجی ایالات متحده و سلوک بین المللی آن در طول تاریخ دارد (۱) ولی انکار نمی توان کرد که یک انتقاد فرهنگی/اخلاقی نیز انگیزه بخش حمله کنندگان ۱۱ سپتامبر بود؛ (۲) گزارش های مطبوعاتی درباره القاعده و انگیزه آن، بر این انتقاد اخلاقی تأکید می کردند. به زبان ساده، القاعده و جنبش های اسلام گرایانه، عموماً بر اختلاف خود با غرب در دوره های تاریخی اذعان دارند و ارزش های غربی، به ویژه ارزش های اخلاقی غربی را یکی از انگیزه های اصلی و مهم برای جهاد خاص خودشان می دانند. یک گزارش مطبوعاتی در زمان حمله ها، از قول یک طلبه پاکستانی نقل کرده بود:

۱- (Ajami ۲۰۰۱)

۲- (Singer ۲۰۰۱)

ما خوشحالیم از این که در مرکز تجارت جهانی، کافران (بی دینان) زیادی به هلاکت رسیدند. ما به این دلیل آن ها را هدف قرار دادیم که کافر و لامذهب بودند. (۱)

این [تفکر] در دستور العمل های داده شده به خود حمله کنندگان نیز ظنین افکن بود. دستور العمل هایی که محمد عطا و دیگران به همراه داشتند، با اشاره به مسافرانی که قرار بود در هواپیما ببینند _ و در نهایت بکشندشان _ از آن ها با عنوان گوسفند قربانی (۲) یاد می کند. در این دستور العمل ها آمده است:

باید چاقوهای خود را تیز کنید و نباید گوسفند خود را در حین سر بریدن آزار دهید. (۳)

البته گفته می شد که ممکن است برخی از حمله کنندگان در مدت زندگی در ایالات متحده متحول (۴) شده باشند و محمد عطا احساس کرده باشد که باید به آن ها یاد آوری کند که مبارزه اصلی شان علیه مرتد ها و مفسدان است. یاد کردن از قربانیان حمله ها با این اصطلاح ها، امری اساسی بود و این اصطلاح ها از احساسی ریشه می گرفتند که بنابر آن مبارزه همه جانبه بین ادعاهای اخلاقی دو جهان است: ادعاهای خاص (و از نظر اغلب مراجع مسلمان، بدعت آمیز) القاعده درباره اسلام که می گفت اسلام به لحاظ اخلاقی برتر از غرب مفسد است. این ایده های مربوط به غرب از کجا سرچشمه می گیرند؟ چنان که بسیاری

۱- (۲۰۰۱) Singer

۲- در اصل sacrificial animals

۳- Focus Special: The Atta document in Full, (London) Observer, ۳۰, September ۲۰۰۱, p, ۱۷.

۴- enculturated

خاطر نشان ساخته اند، رسانه ها نخستین بافتی هستند که در درون آن، آن ها می توانند چیز هایی از ما بدانند. فؤاد عجمی، (۱) پژوهشگر خاورمیانه، در تحلیلی از تأثیر برنامه های پخش شده از ماهواره ها بر جهان عرب، به تشریح آگهی تبلیغاتی ای می پردازد که از الجزیره درباره یک کالای غربی پخش می شد:

یکی از آگهی های حاوی یک تقابل تکان دهنده با غرب ستیزی پرخشم و خروش، برنامه ای بود که اظهار نظر های تلفنی بینندگان را پخش می کرد. آگهی درباره عطر موسوم به Deep Red از محصولات Hugo Boss بود. یک زن غربی باریک و بلند ملبس به شورت چرمی، خرامان به طرف مرد جوان نیمه برهنه ای که روی یک تخت دراز کشیده بود گام برمی داشت. صدای خارج از تصویر به زبان عربی و با لحن جدی می گفت «عطر تو، راه و رسم تو، هوگو دیپ رد». من مردان جوان عرب را در حال تماشای این برنامه در شهر های مسلمان در نظر مجسم کردم. در فرهنگی که این آگهی تبلیغاتی در آن ساخته شده بود، هیچ چیزی غیر عادی نبود. اما در آن سرزمین های دیگر، این آگهی گوشه کنایه هایی را درباره آزادی های غربی _ از آن نوع آزادی ها که جوانان محدود جهان اسلام هرگز نمی توانند داشته باشند _ در هوا می پراکند. (۲)

چنان که همه آشنایان با اوضاع رسانه ها در بافت های غیر غربی می دانند، این فقط یک نمونه از آن نوع نابهنگامی (۳) است که آدمی به طور منظم در آن جا با آن مواجه می شود.

Foad Ajami – ۱

Ajami, op. cit – ۲

anachronism – ۳

اقتصاد سیاسی محصولات رسانه ای متکی به هالیوود به گونه ای است که توزیع آن ها در خارج، غالباً پرسودترین جولانگاه برای فیلم ها یا ویدیوهایی است که هرگز در بازار های داخلی به آن سود ها دست نخواهند یافت. (۱) اکثراً این فیلم ها _ افزون بر فیلم های سینمایی بزرگی که هم در وطن، هم در خارج از وطن دورانی دارند _ حاوی مقادیر زیادی صحنه های جنسی و خشونت (چیز هایی که در سراسر جهان مشتریان بسیار دارند) هستند. (۲) این بدان معناست که در بخش عمده جهان در حال توسعه _ و به طور قابل ملاحظه ای در خاور میانه _ آن چه که از غرب دیده می شود، تصویری است که کمتر کسی از مردمان در غرب آرزو دارند به عنوان نماد ارزش های غربی ناظر بر سکس یا خشونت شناخته شود.

و فور و آنی بودن رسانه های جهانگیر بدان معناست که ما دیگر نمی توانیم در یک گفت و گوی خصوصی شرکت کنیم یا مصالح فرهنگی ملی خود را برای خودمان نگه داریم. دیگران دارند به اندرونی ما نگاه می کنند و به نتایج [یا داوری های] خاص خودشان می رسند. این در بطن رویداد های ۱۱ سپتامبر به طرزی برجسته و بنیادین حضور دارد؛ زیرا انتقاد القاعده از غرب، کمتر نظری یا تئوریک و بیشتر ملموس برای پیروان و پیروان بالقوه آن است. روحانیون و دیگر رهبران، از طریق ترکیب قرائت اسلام گرایانه تاریخ بر اساس مبارزه ای فراگیر بین دو

Sturken and Cartwright (۲۰۰۱), p. ۳۱۹-۱

(Mattalart et al. (۱۹۹۴-۲

جهان (۱) با انتقاد اخلاقی ای که تصاویری عینی و آشکار از غرب در اختیار پیروان و حامیان می گذارد، ایده ها و انگیزه های نیرومندی به توده های خود می دهند. درک این گرایش برای ما که در غرب هستیم نباید دشوار باشد؛ چون قرینه جنبش های ارتجاعی و بنیاد گرایانه خود ما است. با این حال، نباید گمان کنیم که این انتقاد اخلاقی، ماده ناپایداری است که پیروان در خیابان ها مصرف می کنند. مارک یورگنزمایر، (۲) نویسنده اثری روشنگر درباره تروریسم دینی، در اشاره به تصاویری از غرب که به مصرف جهان اسلام می رسند، بر آن است که بگوید:

درک این [نکته] که این مردمان [اسلام گرایان] از آن چه درباره غرب می دانند چقدر احساس شرمندگی می کنند، برای ما غربی ها دشوار است. آن ها فکر می کنند شخصاً مسئول هستند که در این مورد، کاری انجام دهند. (۳)

این، البته شبیه آن نوع انتقاد های اخلاقی است که به کرات در ایالات متحده و در اندازه کمتری در غرب، نثار فیلم، تلویزیون، کتاب ها و دیگر رسانه های غیر اخلاقی می شوند. منتقدان دارای گرایش دینی، در این جا ظاهراً انگیزه زیادی برای پرداختن به چنین چیزهایی دارند. این که مردمانی چندین گام دور از این بافت و موقعیت نیز [این تصاویر را] تماشا می کنند و به همین صورت آزرده خاطر می شوند و می خواهند

۱- نباید از نظر دور بداریم که این تفسیر مبتنی بر برخورد فرهنگ ها که غرب را رویاروی اسلام می داند (و عمدتاً منسوب برنارد لویس تاریخ نویس است) طنین خود را در صدا های پرنفوذ غرب هم می یابد. (Hirsch ۲۰۰۴)

۲- Mark Juergensmeyer

۳- (Juergensmeyer ۲۰۰۱)

دست به کاری بزنند، یکی از واقعیت های جدید و بی سابقه عصر رسانه ها است. اسلام گرایان هم چنین از نظر احساس تحت تعقیب بودن با برخی همتایان بنیاد گرای مسیحی خود سهیم اند. مقاله اخیر الیزابت کاستلی،^(۱) پژوهشگر حوزه دین، درباره به اصطلاح جنبش مسیحیان تحت تعقیب^(۲) نشان داده است که چگونه برخی محافل مسیحی موارد تعقیب قانونی را با ستم فرضی بر مسیحیان در غرب مسیحی یکی می گیرند.^(۳) از نظر اسلام گرایان و مسیحیان بنیاد گرا به یکسان، ادعاهای دال بر ستم و تعقیب می توانند در ایجاد نیت مشترک و همبستگی مؤثر باشند. در هر دو مورد، رسانه ها می توانند زمینه های مؤثری برای تحقق موقعیت ستم باشند. فؤاد عجمی از یک واعظ اسلام گرا به نام شیخ محمد ابراهیم حسن نقل قول می کند و ارتباط بین این احساس ستم و ۱۱ سپتامبر را در بیانی تند چنین شرح می دهد:

ستم منجر به انفجار می شود. تحت لوای نظم نوین جهانی، مسلمانان در چین و عراق قربانی رفتار های خشونت آمیز شده اند ... امروزه، هر مسلمانی که در روی زمین به خدا و پیامبر او ایمان دارد، احساس می کند که مورد ظلم و ستم قرار گرفته است. هر مؤمنی که احساس کند به او ستم روا می دارند و گمان کند که هیچ کس به سخنان او گوش نمی دهد و قدرت، تنها جانب توانگران را می گیرد، می تواند به انجام اعمال خشونت آمیز برانگیخته شود. ما چیز هایی _ اعمال هولناکی _ در بوسنی دیدیم که جوان را پیر می کنند... قدرت های بزرگ، ائتلاف ها و سازمان های بین المللی در آن زمان

۱- Elizabeth Castelli

۲- Persecuted Christians Movement

۳- (۲۰۰۴) Castelli

کجا بودند؟ حالا، با توجه به آن چه در فلسطین می گذرد، کجا هستند؟ [مگر نه این که] کانال های ماهواره ای، اطلاعات مربوط به این جور و ستم را در همه جا پخش کرده اند؟^(۱)

آن چه درباره این وضعیت بیشترین اهمیت را دارد، البته، سیاست و توازن قوا، یعنی همان چیز های قدیمی و جهان شمول، نیست. شنیدن چنین انتقادی از اعمال و خط مشی های ایالات متحده و غرب، از دهان یک چهره دینی در جهان اسلام نیز تعجب آور نیست.

آن چه درست در زیر سطح قرار دارد این واقعیت است که عصر رسانه ها چنان اهمیتی به این نماد ها و به این موضوعات داده است که آن ها مستقیماً، به اصلی ترین مسئله زندگی افراد و جنبش ها بدل شده اند. به قول شیخ، رسانه ها باعث شدند که این تصاویر، نماد ها و مبارزات در همه جا قابل دسترس شوند. دو ظرفیت این وضعیت _ شناخت اعمال قدرت واقعی توسط غرب در بافت های سیاسی واقع در حوزه نفوذ مسلمانان و انتشار تصاویر غرب از طریق رسانه های سرگرم کننده که باعث شرمندگی محافظه کاران در آن جا می شوند _ در سیاهه جزییاتی که القاعده در ۱۱ سپتامبر به همراه داشت، با هم کار می کنند.

دین عرفی جدیدِ ناظر بر مراسم یادبود و عزاداری

دین عرفی جدیدِ ناظر بر مراسم یادبود و عزاداری

هیچ یک از کسانی که گزارش رویداد های ۱۱ سپتامبر را در تلویزیون دیدند، نمی توانستند احساس نکنند که این چیزی بیش از یک داستان

خبری صرف است. مسلماً چنین بود و یکی از مهم ترین و تکان دهنده ترین گزارش هایی بود که تا آن زمان به منصفه ظهور رسیده بود. درست مانند برهه های پیشین در تاریخ تلویزیون، قرار گرفتن در مکان درست و زمان درست، باعث رونق کار برخی از گزارشگران و گویندگان سابقاً کمتر شناخته شده، گردید و ولی، چیزی که بی درنگ ظاهر شد عبارت بود از نوعی ضرباهنگ برای بازنمایی ها، روایت ها، گزارش ها و مراسم یاد بود. (۱) طولی نکشید که بازپخش تقریباً بی وقفه تصاویر برای برخی، به ویژه کودکان، مسئله ساز شد. (۲) ولی به تعبیری، این گونه گزارش و قواعد گزارشی که با ۱۱ سپتامبر به ظهور رسید، بخشی از یک چشم انداز رسانه ای بزرگ تر بود. آن چشم انداز عبارت است از سنتی دیرپا از تجارب همگانی رسانه ای شده که سابقه آن دست کم به قتل کندی در ۱۹۶۳ می رسد. آن رویداد، نقطه عطفی مهم در تاریخ رسانه ها و روزنامه نگاری آمریکا بود. رویداد های شهر دالاس، آن گاه به وقوع پیوستند که تلویزیون داشت جایگاه خود را در مقام یک رسانه خبری پیدا می کرد، فرصت بی سابقه ای برای این رسانه فراهم آوردند تا قدرت بصری، واقعی و آنی خود را به ظهور برساند. در آن جا نیز، همانند ۱۱ سپتامبر، دلایل فنی و تدارکاتی برای این [فرصت] وجود داشتند. از

۱- توضیح این شکل از پخش برنامه را در دیان و کتر (۱۹۹۲)، صص ۷-۴ می یابند.

۲- لینتال (۲۰۰۱) به تحقیقی اشاره می کند که روان پزشکان اُکلاه‌ما انجام دادند و دریافتند که این تصاویر، کودکان را افسرده کرده است و کودکان پیش دبستانی «فکر می کردند که هر وقت ویرانی های ساختمان موراه را می بینند یک ساختمان جدید ویران شده است» (ص ۷۵). گزارش های داستان گونه در زمان ۱۱ سپتامبر تأثیرات مشابهی را بر کودکان القا می کردند. یکی از همکاران من نقل می کرد که متوجه شده بود پسر کوچک اش به این نتیجه رسیده است که هر وقت فیلم ۱۱ سپتامبر را می بیند، ساختمان دیگری مورد حمله قرار گرفته است.

جمله حضور انبوه رسانه‌ها برای گزارش کردن آن چه به لحاظ سیاسی، رویدادی مهم و معنی‌دار بود، قابلیت تازه به تکامل رسیده برای ارسال و دریافت تصاویر تلویزیونی در سطح کشور، کشف متعاقب فیلم غیر حرفه‌ای واقعی که خود تیراندازی را ثبت کرده بود، ثبت لحظه به لحظه شلیک به خود قاتل، و رابطه دوستانه دولت کندی با رسانه‌ها. هم‌چنین همانند ۱۱ سپتامبر، نقش اصلی را واقعیت همه‌جانبه رویداد بازی کرد. یک رییس‌جمهور جوان، محبوب، فرهمند و مشهور شده به مدد تلویزیون، به طور کاملاً غیرمنتظره و در روز روشن کشته شد. قتل در یک روز جمعه اتفاق افتاد. بدین ترتیب مردم آمریکا (و در واقع، جهان) می‌توانستند همه اوقات تعطیلات آخر هفته را صرف تماشای رویدادها و تلاش برای کنار آمدن با آن‌ها بکنند و همراه با پیشروی رویدادها، شور و هیجانی مداوم حکمفرما شد: جست و جو برای یافتن قاتل، دستگیری و سپس قتل او، معرفی شتاب‌آلود رییس‌جمهور جدید، بازگرداندن جسد به واشینگتن در همان شب، همراه با تصاویر زنده از باندها فرودگاه در حالی که تابوت و بیوه جوان که هنوز لباس غرقه در خون را به تن داشت، وارد نعش‌کش می‌شدند، بیانیه رییس‌جمهور جانسن در تلاش برای اطمینان خاطر دادن به مردم درباره یک دوران گذار باثبات و مدتی بعد، قرار دادن جسد برای ادای احترام، تشییع جنازه رسمی و خاکسپاری. کمتر کسی از آنانی که در آن زمان زنده بود، می‌تواند این تصاویر و این عواطف را فراموش کند. و همه این‌ها از طریق تلویزیون پخش شدند، امری که از نظر ملاحظاتی که در این جا داریم مهم و معنی‌دار است. گزارشگران و گویندگان تلویزیون تلاش

می کردند جای پای خود را در این واقعیت جدید بیابند. گویندگانی چون والتر کرونکایت (۱) به راهنمایی بینندگان سراسر جهان برای دیدن رویدادها کمک کردند و اظهار تأسف‌ها، سخنان تسلی بخش، مطالب امید بخش و تسلیت‌ها را در گزارش خود گنجانند. این گزارش طرز تلقی ما از اخبار تلویزیونی را برای همیشه تغییر داد و آرزویی را در ذهن یک نسل از دست اندرکاران اخبار تلویزیونی (و نسل‌های بعدی) حک کرد، آرزوی این که در زمان خاص و با رویداد‌های خاص، نقش آن‌ها عبارت باشد از آمادگی و عمل کردن در زمان واقعی و با عواطف واقعی. واقعاً مواقعی هست که بی تفاوتی عاطفی دشوار می‌شود، به ویژه وقتی که روزنامه‌نگاران همان رویدادها را در همان زمان‌هایی تجربه می‌کنند که مخاطبان‌شان. سال‌های پس از ۱۹۶۳ شاهد بحث‌های بسیار در محافل حرفه‌ای درباره‌ی روزنامه‌نگاری شخصیت محور (۲) و درباره‌ی تمایل روزنامه‌نگاران تلویزیونی به درگیر شدن با گزارش‌های شان بود. پس پشت این بحث‌ها یک خاطره فرهنگی از قتل جان اف. کندی خوابیده است.

چکیده سخن من این است که این رویداد نطفه‌های شکل‌دهی از آیین‌های همگانی مرتبط با فرآیند‌های ملی و بین‌المللی جمعی ناظر بر مراسم یادبود و عزاداری را با خود آورد. در سال‌های پس از ۱۹۶۳،

۱- Walter Cronkite والتر کرونکایت (متولد ۱۹۱۶) روزنامه‌نگار بازنشسته آمریکایی که عمده شهرتش را مدیون گویندگی خبر در اخبار شامگاهی شبکه CBS بود. او در نظرسنجی‌های انجام گرفته از بینندگان، به علت کار آزمودگی و ژست‌های حرفه‌ای اش، اغلب به عنوان معتمدترین مرد آمریکا شهرت یافت. وی در اواسط سال ۲۰۰۹ درگذشت (م).

۲- Personality journalism

سلسله ای از این گونه رویدادها به وقوع پیوسته است. از جمله اینها سال پر آشوب ۱۹۶۸ است که شاهد قتل مارتین لوتر کینگ و رابرت اف. کندی [برادر جان اف. کندی]، هم چنین میثاق دموکراتیک شیکاگو (۱) بود. البته تلویزیون نقش مهمی در تجربه گروهی از جنگ ویتنام و پیامد آن بازی کرد و برخی از همین مسائل و گرایشها را در گزارش واترگیت نیز می توان دید ولی، ترحیم درگذشتگان همان مؤلفه مهم آیین های مورد نظر من است که قتل جان اف. کندی را به رویداد های بعدی ای چون انفجار [سفینه] چلنجر، تیر اندازی در دبیرستان کلمباین، بمب گذاری در ساختمان فدرال موراه و البته ۱۱ سپتامبر پیوند می زند.

دیان و کتر، پژوهشگران فرهنگ، نقش تلویزیون را در ظهور شکل های جهان گیری از آن چه خود رویداد های رسانه ای می نامند، توضیح داده اند. این رویداد های جمعی، واقعی هستند. به این معنی که ریشه در فرآیند های سیاسی، دینی یا مدنی بالفعل دارند، ولی آن ها مهم و بی همتا نیز هستند؛ چون از تلویزیون پخش می شوند و برنامه های عادی تلویزیون را قطع می کنند. دیان و کتر می گویند که تلویزیون بافتها، فرآیندها و قرار داد های جدیدی را به این شکل ها عرضه کرده اند و در آن ها رده بندی زیرین جدیدی، متشکل از رقابتها، چیرگیها و پیروزی را می بینند. آن ها می گویند بدون تلویزیون نمی توانستند به این صورت ساختار یابند و تلویزیون بود که آن ها را، از نظر گستره و ویژگی، ملی و حتی جهانی کرد. دین ممکن است در رویداد هایی که دیان و کتر

شرح می دهند نقشی ایفا کند ولی حضور یا غیاب آن از مشخصه های اصلی تحلیل آن ها نیست. (۱)

من می خواهم قضایا را به سمت و سویی متفاوت از آن چه دیان و کتز [گفته اند] بکشانم و هرچه زود تر به بررسی این مسئله بپردازم که چگونه می توان ۱۱ سپتامبر را نمودی از نوعی دین عرفی مبتنی بر مراسم یادبود و عزاداری تلقی کرد. این از دو لحاظ مهم با دیدگاه دیان و کتز تفاوت دارد. نخست این که، من در رویداد هایی چون تشییع جنازه کندی، انفجار چلنجر، اکلاهاسیتی و ۱۱ سپتامبر، جنبه عزاداری، مبارزه با هراس و خسران مشترک را می بینم. پرسش های انتقاد آمیزی درباره مشروعیت دولت، نه صرفاً درباره شأن و منزلت رهبری چون کندی، مطرح اند و کل پرسش مربوط به نقش چنین رویدادی در حمایت از نظم اجتماعی نیز وارد است. دوم، هرچند دیان و کتز معمولاً از کنار دین مداری پنهان در این گونه رویداد ها می گذرند (در حالی که نقشی را که آن قالب دینی آشکار در آن ها بازی می کند، به طرزی کاملاً متقاعد کننده توضیح می دهند)، ولی می خواهم به طرزی مستقیم تر به راهی بپردازم که از طریق آن احساسات، حساسیت ها و معناهای دینی در آن ها تأثیر می گذارند. (۲)

۱- (Katz and Dayan ۱۹۹۲). توضیح رده بندی آن ها را در صص ۳۹-۲۵ خواهید یافت. من مدیون انتقاد دقیق و اندیشمندانه نیک کولدری از کار دیان و کتز هستم. من، به طور کلی، با تحلیل او موافقم و تا آن جا که آن چه باید درباره آیین های یادبود و عزاداری بگویم باید در شرایط کلی شده ای دیده شود که او مطرح کرده است. من مشکلی در این که نام آن ها را، با عاریت گرفتن از کولدری (۲۰۰۳)، بگذارم «روایت های رویداد محوری که در آن ها ادعاهای مربوط به مجموعه اصلی نگرانی ها به طرز خاصی شدید هستند» ندارم. (ص ۶۷). هم چنین در این جا به هم خوانی بین تحلیل موقتی کولدری و تحلیل خویش اذعان می کنم.

۲- این تفاوت البته ممکن است ریشه در الگوهای تحقیقاتی متفاوت داشته باشد. تحلیل دیان و کتز تاریخی و صوری است، در حالی که من در این جا به عنوان یک مخاطب پژوه سخن می گویم.

دیان و کتز معمولاً نقش دین در این گونه رویدادها را یا به عنوان یک اقتدار مشروعیت بخش تلقی می کنند یا به عنوان منبعی از عناصر شکلی که در ساختار دادن به رویدادها دخالت داده شده اند. از این رو شیوه ما در این جا از تحلیل آن ها فاصله می گیرد و به جای آن از اندیشه های بانفوذ رابرت بلا درباره نقش دین عرفی پیروی می کند. به باور بلا، دین عرفی دینی است که هر چند در بافت های سکولار به حیات خود ادامه می دهد ولی در پی آن است که آن بافت ها را با معنای عمیق تر و پر محتوا تر بیان کند. او می گوید:

دین عرفی آمریکایی، پرستش ملت آمریکا نیست، بلکه فهم تجربه آمریکایی در پرتو واقعیت غایی و جهان شمول است. (۱)

مقاله بلا، خطوط کلی راه هایی را توضیح می داد که از طریق آن ها بافت های رسمی و غیر رسمی آیین گروهی از روزگاران کهن از چنین مضامین و ارزش هایی آکنده شده اند. (۲) غالباً این ها چیزهایی تلقی می شوند که کم و بیش خاصیت خود را از دست داده اند. عبادت های ظاهراً طوطی وار، دعاها و استغاثه ها در رویداد های سیاسی و ورزشی از آن جمله اند. بحث بر سر و صدایی در فرهنگ عامه در گرفته است بر سر این که آیا مصالح متعلق به فرهنگ عامه می توانند در خدمت این گونه تقوای عرفی (۳) قرار بگیرند؟ و اگر پاسخ مثبت است، چه نوع

Bellah (۱۹۷۴), p. ۴۰ - ۱

۲- بدین ترتیب، رویکرد من نیز به طرز چشمگیری از رویکرد بلا متفاوت است؛ چون از نظر او فرهنگ عامه نقشی بازی نمی کند و او، هم چون دیان و کتز، روی عناصر رسمی رویدادها و رویه ها تمرکز می کند.

۳- Civic piety

مصالحی؟ و آیا دم دستی شدن آن می تواند مشروعیت اش را زایل کند؟ [و] یا کاربرد بیش از حد آن می تواند منجر به تضعیف آن شود؟^(۱) من می خواهم تأکید کنم که، در رویداد هایی چون ۱۱ سپتامبر، رسانه ها نقش محوری در آن دسته از عرف های دین مدنی بازی می کنند که از نظر لحظه های بحرانی در خود شناسی اصیل و موثق اند. این برهان البته بر تصویری استوار است که بر اساس آن، رسانه ها می توانند در فراهم آوردن زمینه برای پدید آوردن راه های تازه ساختن این گونه معناها نقش مهمی به عهده بگیرند. کسان بسیاری، چنین نقش اندام واری را برای رسانه ها و برای آیین های رسانه ای پیشنهاد کرده اند. یک برهان صوری برای این تأثیر گذاری البته متکی بر تصویری است که بر اساس آن آیینی کردن به نحو معنی دار می تواند در آن سوی بافت های صرفاً دینی و آن سوتر، در بافت های رسانه ای اتفاق بیفتد. کاترین بل،^(۲) پژوهشگر حوزه آیین ها، نشان داده است که رویه های در حال تکوین آیین و فهم های در حال تکوین از آن عملاً برخی از مرز های اصلی تحریم دینی را شکسته و منجر به سبک های جدید آیینی کردن شده اند.^(۳) رونالد گرایمس به بررسی نسبتاً مفصل تصویری پرداخته که بر اساس آن، رسانه ها می توانند نقش اصلی را در این گونه آیینی کردن بر عهده بگیرند. او پس از این که نشان می دهد آیینی کردن، ممکن است

۱- برای نمونه نک به: (۲۰۰۰) Chidester, pp. ۱-۲۰, (Forbes and Mahan (۲۰۰۰), particularly pp. هم چنین

نک به: (۱۹۹۵) Chidester and Linenthal

۲- Catherin Bell

۳- Bell (۱۹۹۸), p. ۲۲۰

اساساً دینی باشد یا نباشد، گوشزد می‌کند که در رسانه‌ها هیچ چیزی که لزوماً از نظر آیینی مهم و معنی‌دار باشد وجود ندارد. به باور گرایمس که با اندیشه‌های گیرتز دربارهٔ دین سازگار است، این امر بستگی به لحظه‌ها، معناها و عرف‌های خاص دارد. (۱)

روایت‌ها و احساسات سیاسی و ملی مؤثر، مانند آن‌هایی که ممکن است نتیجهٔ رویدادی چون ۱۱ سپتامبر باشند، همیشه روایت‌ها و احساسات پایدار، محکم و منسجم تلقی شده‌اند. راه‌های جدیدترِ تفکر دربارهٔ فرهنگ، به‌چون و چرا کشیدن این‌گونه فرضیه‌ها را آغاز کرده‌اند. اکنون ما اندیشه‌های فرهنگی بنیادین را اندیشه‌هایی در حال تکوین و کاملاً ریشه‌دوانده در تجربهٔ امروزی تلقی می‌کنیم. جان گیلیس (۲) تاریخ‌نویس، در تأملاتش بر این که مراسم یادبود از چه راهی خاطرات مهم و معنی‌داری از ملت و ارزش‌های آن را در ذهن زنده می‌کند، اظهار می‌کند:

ما مدام در خاطرات خود تجدید نظر می‌کنیم تا با هویت‌های فعلی مان سازگار شوند. خاطرات به ما کمک می‌کنند تا جهانی را که محل زندگی ماست بفهمیم؛ و «پردازش خاطره»، (۳) مثل انواع دیگر تلاش‌های جسمانی یا ذهنی، ریشه در مناسبات طبقاتی، جنسیتی و قدرت دارد، مناسباتی که تعیین می‌کنند چه چیزهایی توسط چه کسانی و به چه قصدی به خاطر سپرده (یا فراموش) می‌شوند. (۴)

(Grimes (۲۰۰۱ – ۱)

John Gillis – ۲

memory work – ۳

Gillis (۱۹۹۴), p.۳ – ۴

جالب است اشاره کنم که در سال های نسبتاً اخیر تنها در فرهنگ آمریکا بوده است که دست کم، ایده های مربوط به انواع معناها _ معنایی که ریشه در دریافت های مبتنی بر اجماع از موطن ما ن دارد _ دغدغه عرصه گسترده گفتمان گروهی را داشته است. رسم بر آن بود که تنها نخبگان فرهنگی [به گفتمان گروهی] اهمیت بدهند. گیلیس خاطر نشان می سازد که افزون بر این قسم بی علاقهی دموکراتیک به گذشته، طرح و برنامه آمریکایی در اصل، طرح و برنامه ای تلقی می شد که کاملاً مربوط به آینده بود و چهره هایی چون جفرسن (۱) به ویژه فکر ساختن روایتی از یک گذشته ملی را به مخیله خود راه نمی دادند. (۲)

با این حال ما مفاهیم پذیرفته شده ای را از نخستین روز های جمهوری در اختیار داریم؛ اندیشه هایی که می توان گفت هنوز در نحوه یاد آوری، تفسیر و درک رویداد های مصیبت باری چون ۱۱ سپتامبر مؤثرند (هر چند لزوماً تعیین کننده نیستند). کنت فوت، (۳) متخصص جغرافیای فرهنگی، (۴) در بررسی مبسوطی که از پایگاه های فیزیکی خشونت و مصیبت آمریکایی به عمل آورده، به بیان اولیه ای از اندیشه های آمریکایی درباره دین عرفی در نقل قولی از جوزف گالووی (۵) که در سال ۱۷۸۰ منتشر شده، اشاره می کند.

قوانین اساسی و عام هر جامعه، دروس راهنمایی هستند که به

۱- Thomas Jefferson، سومین رئیس جمهور آمریکا از سال ۱۸۰۱ تا ۱۸۰۹. (م.)

۲- Gillis (۱۹۹۴)، pp.۷

۳- Kenneth Foote

۴- cultural geographer

۵- Josephh Gallowy

وسیله آن‌ها وظیفه و اطاعت از دولت، به طور روزانه به شهروند یاد داده می‌شود. هم‌شکلی این دروس است که به تبعیت از یک نظام واحد مبتنی بر حکومت منسجم، عادت‌ها، منش‌ها و عقاید سیاسی یکسانی را در سراسر جامعه شکل می‌دهد، دل‌بستگی ملی را برقرار می‌کند و مردم را هدایت می‌کند تا به خاطر امنیت و سعادت خود به یک نظام حکومتی احترام بگذارند و برای حفظ و دفاع از آن در همه مناسبت‌ها به طور متحد عمل کنند. (۱)

ایده بنیادینی که بنا بر آن، علایق و منافع جمعی را شالوده یک احساس وظیفه و تعهد در قبال نظم عمومی می‌سازند، در آموزش اجتماعی آمریکا ایده‌ای تقریباً عام است. بنابراین، یکی از راه‌های اندیشیدن درباره دین عرفی از ایده‌هایی شبیه این‌ها می‌گذرد، که در آن‌ها، دین، فرقه‌گرایانه نیست، بلکه شالوده یک احساس وظیفه در قبال دولتی را می‌سازد که رابطه آن با احساسات، وظایف و تعهدات همگانی، مشروعیت آن را هم مورد تأکید قرار می‌دهد، هم توجیه می‌کند. نظام وقتی راحت و بی‌دردسر کار کند به طریقی خودش، خودش را توجیه می‌کند. به همین دلیل است که وقتی به نظر می‌رسد فجایعی گریبان‌گیر کشور و مردمان آن شده است، نظام این قدر از بیخ و بن، بی‌ثبات می‌شود (و می‌تواند اندیشه‌های مربوط به دین عرفی _ و دفاع از طریق دین عرفی _ را به اذهان‌خطور دهد). [و در نتیجه] هم تأمین امنیتی که وعده‌اش را می‌داد و هم مشروعیت آن، در معرض حمله قرار می‌گیرند.

به نظر می‌رسد که در مدرنیته متاخر مضمون مشروعیت با پرسش‌های مربوط به وحدت، پرسش‌های مربوط به اهداف عمومی و مشترک، یکی شده‌اند. در دوره‌ای که به یاری [مفاهیمی چون] خود(۱) و این همانی با خود(۲) تعریف می‌شود، روابط ما با خودهای دیگر و احساس هم‌دردی در قبال آن‌ها، به صورت موضوع و دغدغه‌ای مهم درمی‌آیند. این وحدت نیز در رویدادهایی چون قتل جان اف. کندی و ۱۱ سپتامبر تحت فشار قرار می‌گیرد. [در چنین دوره‌ای] بازیافتن یک احساس اشتراک و وحدت، از دل احساس آشوب و فقدان، ضرورت پیدا می‌کند. چنان‌که فوت خاطر نشان می‌سازد، رویه‌های اجتماعی‌ای که با این گونه دغدغه‌ها سروکار دارند از قابلیت انعطاف برخوردارند. او با اشاره به برداشت اریک هابسام(۳) از سنت ابداع شده،(۴) کار وید کلارک روف را که به همین ایده متوسل شده بود تکرار می‌کند و بدین ترتیب پیوندی میان ایده‌های مربوط به رویه‌های دینی برساخته شده، توسط این گونه ابداعات برقرار می‌کند.(۵) چنان‌که گفتم، در رویدادهایی چون آن‌هایی که فوت توضیح داده، [یعنی] بمب‌گذاری ساختمان موراه و البته حمله‌های ۱۱ سپتامبر، پروژه فراگیر اشتراک یا هدف مشترک در معرض هجوم قرار می‌گیرد.

ادوارد لینتال قرائتی روشن از رویداد‌های اُکلاه‌ماسیتی به دست

۱- self

۲- self-identity

۳- Erick Hobsbawm

۴- invented tradition

۵- Foote (۱۹۹۷), p. ۲۶۷. no.۱۰

داده است و مستقیماً به این پرسش می پردازد: رویداد هایی که به جای پیروزی آمریکا بر مظلومیت آمریکا متمرکزند، چه ویژگی برجسته ای می توانند داشته باشند؟ با این حال، به قول لینتال، این گونه تلاش ها در وضعیتی که چشم انداز آسیب زا (۱) پیوند محکم تری با تجربه بالفعل یافته است، صادقانه به نظر نمی رسیدند. (۲) لینتال نشان می دهد که به جای یک روایت یا سنت ملهم از ایثار وطن پرستانه، روایتی ملهم از مظلومیت عملاً نقش بهتری در وحدت بخشیدن به جماعات _ و ملت _ ایفا می کند.

شاید یکی از بزرگ ترین جذابیت های جماعت داغدیده گسترده در سراسر کشور، آن باشد که این یکی از معدود راه هایی است که از طریق آن ها آمریکاییان می توانند، خود را یک ملت واحد تصور کنند؛ یکی شدن با میلیون ها انسان دیگر از خلال ابراز عزاداری، راه های تفرقه افکنی بین مردم _ از طریق دین، ایدئولوژی، طبقه، منطقه، نژاد، جنسیت _ را دور می زند یا پشت سر می گذارد. (۳)

نحوه انجام مراسم یادبود نیز در طول زمان تغییراتی به خود دیده است، تغییراتی که برای پرسش های مربوط به ادغام رسانه ها در این فرآیند ها مهم و معنی دار هستند. بزرگداشت کهنه سربازان ویتنام در واشینگتن، مجموعه جدیدی از رویه های مراسم یادبود را با خود به همراه آورد. نخست آن که، صرفاً به بزرگداشت همه آن هایی که کشته شده بودند می پرداخت و دوم آن که (شاید همراه با آن میزان

traumatic vision – ۱

Linenthal (۲۰۰۱), p. ۲۳۴-۵ – ۲

Linenthal (۲۰۰۱), p. ۱۱۱ – ۳

شخصی سازی (۱) بانی این رویه دیدار کنندگانی بودند که اشیای یاد بود بر دیوارها بر جای می گذاشتند. کریستین هاس در توضیح معنای دیوار، خاطر نشان کرده است که این اشیاء منعکس کننده آمیزه به هم جوش خورده ای از سنت های سکولار و عرفی ناظر بر برگزاری مراسم یاد بود در گذشتگان هستند. می گوید:

افراد بسیار زیادی که چیزهایی را به دیوار نصب می کنند در تلاش اند تا با خسران خاص و با وطن پرستی زخم خورده خود کنار بیایند. (۲)

چنان که، تحلیل هاس نشان می دهد، اشیاء قابلیت حمل معناها و تداعی های پیچیده را دارند و با قابلیت انعطاف معناسازی که پیش از این ملا-حظه کردیم مرتبط اند. میلز ریچاردسون (۳) می گوید که دلیل این پدیده، آن است که اشیاء از دوامی برخوردارند که کلمات فاقد آن هستند. او اظهار می دارد که:

در همه موارد، اشیای به جای گذاشته شده، بسیار تأثیر گذارتر از کلماتی هستند که اهداء کنندگان آن اشیاء ممکن است بر زبان آورده باشند... [آن اشیاء] مدت ها پس از آن که ما رفته ایم، هم چنان حرف می زنند. (۴)

بدین ترتیب رویداد های ۱۱ سپتامبر در برهه تاریخی ای به وقوع پیوستند که توسط پدیده های زیر مشخص می شد:

۱- personalization

۲- Hass (۱۹۹۸), p.۹۵-۶

۳- Miles Richardson

۴- Richardson (۲۰۰۱), p. ۲۶۶

(۱) رسانه ای شدن پیشین مراسم یادبود و عزاداری؛

(۲) تجربه پیشین با رویداد مشابهی از مظلومیت و خسران؛

(۳) مجموعه در حال تکوین رویه‌هایی که لینتال واژگان یادبود (۱) می‌نامد، از جمله ارسال یا برجا گذاشتن اشیایی مشتمل بر کارت‌ها، اشعار، گل‌ها و عروسک‌های پارچه‌ای، به ویژه عروسک‌های خرسی.

لینتال در ادامه به پدیده جالبی که هم در اکلاهماستی و هم در کلمباین تجربه شد اشاره می‌کند؛ یعنی تمایل بعضی از افراد به پیدا کردن یک صمیمیت فرضی (۲) با قربانیان و خانواده‌های آن‌ها. (۳) ناگزیر این احساس صمیمیت به طریقی با تجربه رسانه‌ای شده رویدادها مرتبط است. لینتال و فوت هم چنین به ظهور نوعی دموکراتیزه شدن این گونه رویدادها اشاره می‌کنند؛ چون افراد توانایی آن‌ها را می‌یابند تا درباره این که چگونه می‌توانند به بهترین شکل مشارکت کنند و نزدیکی رسانه‌ای شده رویداد چگونه آن‌ها را به انجام مشارکت برانگیخته، عقیده خودشان را داشته باشند.

در مدرنیته متاخر، چنین رویه دموکراتیکی، لزوماً مستلزم استقلال فردی و ابتکار عمل شخصی است. گیلیس این را به طرز کاملاً خود آگاهانه به عصر رسانه‌ها مرتبط می‌کند.

ما به احتمال زیاد خاطره پردازی خود را در مکان‌ها و زمان‌هایی

memorial vocabulary – ۱

presumed intimacy v۹. Linenthal (۲۰۰۱), p.۷۴ – ۲

انجام می‌دهیم که خود انتخاب کرده‌ایم. هر چند روزگاری برای هر چیزی زمانی و مکانی بود ولی به نظر می‌رسد که تمایز بین انواع زمان‌ها و مکان‌ها دارد از بین می‌رود. در حالی که بازارهای جهانی، شبانه روز کار می‌کنند و سرعت ارتباطات احساس فاصله را در ما تضعیف می‌کند، هم‌خاطره بیشتری هست که باید پردازش شود هم‌زمان و مکان کمتر برای فراموش کردن آن. در حالی که جهان در درون ما فرو می‌ریزد، ما در مقام افراد، فشاری بیش از پیش برای ثبت کردن، حفظ کردن و جمع کردن احساس می‌کنیم. (۱)

این [قطعه] به دغدغه‌هایی از نوع آن چه در فصل دوم به کنت‌گرگن نسبت دادیم، می‌پردازد. گرگن معتقد است که در مدرنیته، نفس اشباع شده است و دورنمای محدودی برای اقدام سازنده یا رهایی بخش دارد. گرگن رویه‌هایی را در نظر دارد که در این جا مورد نظر ما هستند، رویه‌هایی که در آن‌ها مردم برای مشارکت در تجربه جمعی، به عنوان منبعی برای خوشبینی در باب مدرنیته، دست به اقدام ملموس می‌زنند.

منشاء قابلیت در جان بخشیدن به واژه‌ها و از این طریق دگرگون کردن فرهنگ، خوشبختانه نه امکانات درونی بلکه رابطه یافتگی است، که به عنوان منبع همه بیان‌ها عمل می‌کند و در همان حال از دسترس آن دور می‌ماند. بدین ترتیب، ما با امکان نظم‌نویسی برای امر والای — سازگار شده با تکنوجهان پست مدرن — رابطه مواجه می‌شویم. (۲)

رویداد‌های تألم و مظلومیت جمعی، چنان که دیدیم، لحظه‌های پر

۱- Gillis (۱۹۹۴), p. ۱۴

۲- Gergen (۱۹۹۶), p. ۱۶۶

احساس رابطه یافتگی هستند و کل مسئله عبارت است از همبستگی و همسانی. این یکی از جنبه های دین عرفی جدید است که آن را از مفاهیم متداول جدا می کند. گرچه، در سطحی که ربط بیشتری با رسانه ها دارد، این واقعیت ساده را داریم که تجربه، در وهله اول، تجربه ای است که از طریق رسانه ها حاصل می شود. ۱۱ سپتامبر آنی، واقعی و بصری بود. در رشته دراز و دیرینه این گونه رویدادها، اولیای متشکل از چهره های رسانه ای، از جمله گزارشگران و گویندگان، نقش های مهمی در این تجربه به عهده گرفتند و اندیشه های مهم مرتبط با معنای آن را انتقال دادند و روایتی از انکشاف آن در طول زمان فراهم آوردند. چنان که دیان و کتر خاطر نشان می کنند، این نقشی کاملاً تثبیت شده و از دیرباز پذیرفته شده است که در آن رویه ها و آرزوهای متداول به خاطر یک هدف بزرگ تر به حال تعلیق درمی آیند. (۱)

واژگان آیینی ای که رسانه ها برای روایت کردن رویدادهایی چون ۱۱ سپتامبر از آن ها استفاده می کنند پیچیده، یکنواخت و قراردادی شده اند. در حالی که هنوز یک بررسی مفصل از این رویکرد انجام نگرفته است، شواهدی از یکی از عناصر مهم این روایت های رسانه ای قراردادی شده را در گزارش لینتال از بمب گذاری اکلاهاماسیتی می توان دید. او می گوید، بسیار سریع تر از آن چه باید، صداهایی در رسانه ها شروع کردند به صحبت کردن از التیام و پایان. لینتال تأکید می کند که هر چند می توان گفت که چنین خشونت می هرگز نمی تواند واقعاً التیام

یابد، ولی نویسندگان روزنامه‌ها، گویندگان و گزارشگران تلویزیون، صحبت از خاتمه‌ای برای این رویدادها را آغاز کردند. (۱) پایان و فرآیند التیام (اصطلاحی که به کرات از گزارش تلویزیونی محلی قتل عام کلمباین شنیده می‌شد) بیش از آن که مورد علاقه روزنامه‌نگارانی باشد که فرآیندی را گزارش می‌کنند که ممکن است هرگز (همان گونه که لینتال می‌گوید) به پایان نرسد مورد علاقه اولیای متمایل به آیین‌های قراردادی شده است.

در اُکلاه‌ماسیتی، در کلمباین و نزدیک مرکز تجارت جهانی، پنتاگون و محل‌های پنسیلوانیای غربی، مطالبهٔ دموکراتیکِ نقشی در مراسم یادبود مستلزم مطالبهٔ فیزیکی یک مکان - معمولاً یک نرده - بود. (۲) نرده‌هایی که به دور محل مرکز تجارت جهانی و کلیسایی در آن نزدیکی کشیده شده بودند، تبدیل به محل‌هایی برای ضریح‌های خود جوش پر از اشیای واژگان یادبود شدند؛ پرچم‌ها، شعرها، خرس‌های عروسکی، بریده‌های جراید، پوسترها، پارچه‌نوشته‌ها، پوشاک و وسایل متداول و قراردادی تری چون شمع‌ها و حلقه‌های گل، محل را پوشانده بودند. بسیاری از این‌ها از خارج ایالات متحده آمده بودند و این گواهی است بر سرشت جهانی رویدادها. حضور نمایان رویه‌هایی از این دست در رویدادهای کوچک‌تر و محلی‌تر، این تصور را که ما با روند در حال تکوین این گونه مراسم یادبود، سروکار داریم تأیید می‌کند. برای نمونه، قتل فجیع یک خدمتکار جوان فروشگاه در شهر محل تولد من،

۱- ۵-۹۴ (۲۰۰۱), pp. Linenthal

۲- نک به: (۲۰۰۱) Pike؛ با توجه ویژه به سایت اختصاصی کلمباین.

واکنش آشنایی را برانگیخت. هنوز پخش خبر آن به انتها نرسیده بود که یک ضریح خودجوش در جلوی فروشگاه و نقطه ای که قتل اتفاق افتاده بود ظاهر شد. این ضریح طی روزهای آینده رشد کرد و بزرگ تر شد و بسیاری از عناصر آشنای واژگان عمومی عزاداری را که درباره شان صحبت کرده ایم در خود جای داد: گل ها، خرس های عروسکی، اشعار و مانند این. (۱)

اختلاط امر تجربه شده به واسطه رسانه ها و رابطه بی واسطه با رویداد ها، ایده هایی را درباره سرشت تجربه رسانه ای به ذهن متبادر می کند که با توجه به چشم انداز در حال تکوینی که تا کنون در این جا توضیح می دادیم، درست به نظر می رسند. جان تامسن، (۲) جامعه شناس رسانه، سخن از شبه تعامل وساطت یافته ای (۳) می گوید که در آن ارتباطات بین تجربه مخاطب و رویداد ها وساطت می کنند. تامسن مایل است بیشتر به تجربه زندگی روزمره رجوع کند تا رویداد های یگانه ای چون ۱۱ سپتامبر، ولی توضیح او با این حال به جا و مناسب است:

از نظر افراد بسیاری که پروژه زندگی شان ریشه در اوضاع و احوال واقعی زندگی روزمره شان دارد، اغلب اشکال تجربه وساطت یافته (رسانه ای شده) ممکن است ارتباط ضعیفی با زندگی آن ها داشته باشند؛ آن اشکال ممکن است به طور ادواری جالب، هر

۱- هم چنین به نظر می رسد یک رویه عمومی رو به رشد و در حال تحول درباره یادمان ها در بزرگراه های پرتلفات وجود دارد که سازمان های بزرگراه های دولتی را ملزم می سازد که قواعد جدیدی برای نظم دادن به آن ها وضع کنند. لینتال و فوت خاطر نشان می کنند که هرچند شالوده این را یک رویه کاتولیکی دیرین می سازد ولی به نظر می رسد در سطح وسیع تری در فرهنگ سرایت کرده است.

John Thompson - ۲

mediated quasi-interaction - ۳

از گاهی سرگرم کننده باشند ولی موضوعاتی نیستند که بیشترین اهمیت را دارند. ولی افراد در همان حال به طور گزینشی از تجربه وساطت یافته کمک می گیرند و آن را با تجربه زیسته شده [مستقیمی] که نسج پیوندی زندگی روزمره آن ها را می سازد به هم می بافند. (۱)

آیین های عرفی رسانه ای شده ناظر بر مراسم یادبود و عزاداری را می توان مورد خاصی از آن چه تامسن توضیح می دهد دانست. ما که رویداد هایی چون ۱۱ سپتامبر را مضامین و متن های مؤثر و نظام مندی می دانیم که محتوا و رویه رسانه ها را سفارش می دهند، می توانیم دریافت آن ها [از سوی مخاطبان] را، منطبق با تصویری که تامسن می کشد، توافقی بین علایق و تجارب آن ها در یک طرف و رویداد هایی که کم و بیش پاسخ می طلبند در طرف دیگر، بدانیم. این ها باید در همان حال، در زندگی روزانه آن ها [مخاطبان] ادغام شوند. فوران اشیاء و کنش هایی که در پی ۱۱ سپتامبر اتفاق افتاد، گواهی بر این گونه انگیزه ها و توافق ها و از یک لحاظ صرفاً نوک کوه یخ کنش های آیینی گره خورده به رویداد های رسانه ای شده است. برای نمونه، یک گزارشگر محلی در توصیف تجربه خانواده خود از ۱۱ سپتامبر و واکنش های آن ها در قبال این رویداد از اصطلاحات آیینی و اصطلاحاتی که حکایت از وجود وجوه در حال تکوین توافقی و بزرگ تر آیینی سازی درباره این رویداد دارند، به وفور استفاده کرده است:

در چند هفته گذشته، در پشت میز های شام ملت، دست های بی شمار

[به نشانه ماتم] تا شدند و سرهای بی شماری پایین افتادند. می دانم که در خانه ما چنین بوده است. ما دست ها را به هم قلاب کرده ایم و به دعا مشغولیم چون مطمئن نیستیم به جز این چه کار می توان کرد. وحشت حمله های تروریستی در نیویورک سیتی و واشینگتن فراتر از فهم ماست. کلمات مان را نمی توان شنید، بلکه آن ها همراه با اشک های مان به بیرون می ریزند. من دو شمع روشن کردم، یکی برای خانواده هایی که خشونت آن ها را از هم پاشانده بود و دیگری برای یاد آوری به خودمان که خدا همراه با ما سوگوار است. من معنای شمع ها را برای پسر و شوهرم توضیح دادم و خودم از کار خودم تعجب کردم. این ها را از کجا می دانستم؟ به چه چیزی فکر می کردم؟ با این حال، [ناامید نشدم و] ادامه دادم، آن هم به نیروی ایمانی که اغلب نسبت به آن تردید داشتم. (۱)

مسئله مهم و معنی دار در این گزارش آن است که دین و آموزه دینی قراردادی تقریباً در آن حضور ندارند. این خانواده، که به کنش برانگیخته شده است، با رجوع به خداوند در بطن یک آیین ابداع شده بنیادی تر ناظر بر همسانی و یگانگی با قربانیان و بقیه ملت، تسکین خاطر می یابد. این نویسنده، هم چون بسیاری دیگر، ناگهان دیده است که در مسیر ایمان دینی کشانده شده است ولی هم زمان با آن به درگیر شدن در آیینی سازی برانگیخته شده که رو به سوی کنار آمدن با فاجعه هم چون یک رویداد مدنی، نه دینی دارد. تجربه وساطت یافته، قدرت و وحشت [ملازم با] ضایعه رویداد ها را به خانه آورد و مردم در خانه های شان به واکنش برانگیخته شدند.

برخی از کسانی که با آن‌ها مصاحبه کردیم، تجارب خود را در حول و حوش ۱۱ سپتامبر با اصطلاحاتی مشابه [آن چه این نویسنده به کار برده است] توضیح می‌دادند. پائولا ویلکاکس در یک شهر بزرگ در غرب همراه با مادرش مالی و دخترش دنیس، زندگی می‌کند. (۱) آن‌ها که کوتاه‌زمانی پس از حمله‌ها در مصاحبه با ما شرکت کردند، ابتدا حسی از فاصله از آن رویدادها را بیان می‌کردند. پائولا می‌گوید:

اولش رو تماشا کردیم و حالا واقعاً فکر می‌کنم که به نقطه‌ای رسیده که بیش از اندازه شده.

مصاحبه‌گر:

بیش از اندازه، چه جوری، از چه نظر؟

مالی:

خب، همه چیزو هی تکرار می‌کنن. برای همین هنوز هیچ چی نشده همه چی رو دیده‌ای. آگه چیز جدیدی اتفاق بیفته، اون وقت دوست دارم تماشا کنم. ولی دوست ندارم هی چیزای تکراری تماشا کنم.

پائولا:

من شخصاً دوست ندارم بشنوم؛ منظورم اینه که آگه این، برای من اتفاق افتاده بود، نمی‌خواستم تو تلویزیون باشم. نمی‌خواستم کسی تماشا کنه و از غم و غصه و جیک و پوک من خبر دار بشه... من از تماشای عذاب کشیدن مردم لذت نمی‌برم. و برای همینه که هر کسی صحبت از این می‌کنه که آن‌ها چه عذاب الیمی کشیده‌اند اصلاً چیزی نیست که من بخوام تماشا کنم. این همه بدبختی توی دنیا هست و من نمی‌خوام بشینم و بارها و بارها تماشا بشون کنم. منظورم اینه که فکر نکن با آن‌ها احساس هم دردی

۱- این کریستف دمونت هاینریش بود که با خانواده ویلکاکس مصاحبه کرد.

نمی‌کنم. این اون چیزی نیست که بخوام تماشااش کنم.

پس ممکن است انتظار داشته باشیم که خانواده ویلکاکس از آن نوع ادغام شدن در آیین‌های ۱۱ سپتامبر که موضوع بحث ما بوده است، برحذر بماند. آن‌ها مقادیر زیادی گزارش دیده‌اند (و در واقع، این مصاحبه در طول یک هفته پس از رویدادها انجام گرفت) و فهمیده‌اند آن‌هایی که مستقیماً درگیر بوده‌اند، چه میزان رنج و عذاب را تجربه کرده‌اند. وقتی از آن‌ها پرسیدم که آیا در هیچ مراسم آیینی شرکت کردند، معلوم شد که بله شرکت کرده‌اند. پائولا می‌گوید:

من و دنیس یک کارهایی کردیم. برای نمونه توی اینترنت، بعضی‌ها پیام‌هایی درباره‌ی اون ارسال کردند. مثلاً، در این جور مواقع قراره که بری بیرون و شمعی روشن کنی. این کارو کردیم. فکر نمی‌کنم توی دبستان خبری بوده باشه و از این جور کارها کرده باشن. اون‌ها زیاد بهش اهمیت نمیدن.

بنابراین خانواده ویلکاکس مراسم یادبود را به شیوه‌ی خاص خود برگزار کرده‌اند. آن‌ها آن قدرها درگیر نبودند، نه به نیویورک سفر کردند و نه هدایا یا اشیایی برای قربانیان فرستادند. چنان می‌نمود که گویی کاملاً بی‌اعتنا هستند ولی، هم‌زمان با آن، قدری وقت و انرژی در یک اقدام آیینی خاص – روشن کردن شمعی در زمانی مناسب و – به طرزی معنی‌دار – همگام با آیین مشترک بزرگ تری که از طریق اینترنت سازمان‌دهی شده بود – صرف کردند. این به نظر کاری کوچک و بی‌اهمیت می‌رسد ولی آن‌ها، برخلاف پس‌زمینه بزرگ، به طرزی مستقیم در یک مراسم آیینی در زمانی که خودشان تعیین کرده بودند،

در خانه خودشان، شرکت کردند. سنت های قدیمی تر دین عرفی، هرگز انتظار حدی از کنش خصوصی با آن نظم و نظام را نداشتند.

یکی دیگر از طرف های مصاحبه ما، مگان سیلی، که در فصل هشتم ملاقاتش کردیم، از انگیزه مشابهی برای کنش سخن می گفت. او و پسرش، دیل، پرچمی روی اتومبیل شان نصب کردند و به صلیب سرخ پول دادند. افزون بر این، مگان به یاد می آورد که:

خُب به کلیسا رفتم چون قرار بود مراسم نماز ظهر برای مردم در نیویورک و خانواده های شان برگزار کنند ... من فقط برای این رفتم که احساس کنم دارم کاری انجام می دهم و تلاش می کنم اوضاع را بهتر کنم.

جیم وافسکی نشان می دهد که تا کجاها تجربه زیسته شده و وساطت یافته ۱۱ سپتامبر هم در طول زمان نقش بسته است، آن هم به عنوان لحظه ای که در زمان وقفه ای ایجاد کرد و هم منتهی به شیوه های جدید اندیشیدن و عمل کردن شده است؛ یک لحظه تعیین کننده. جیم در حومه یک شهر بزرگ در غرب همراه با همسرش، سارا، چهل و یک ساله و پسرشان، جیک، ۱۸ ساله و دخترشان، برنا، ۱۳ ساله، زندگی می کند. (۱) آن ها به طور منظم به یک کلیسای عظیم انجیلی می روند؛ این کلیسا مکان اصلی آن ها برای تماس و ملاقات اجتماعی است. هم جیم، هم سارا مستخدم تمام وقت هستند. ضمن برگزاری این مصاحبه در یک روز پاییزی، چند سالی پس از ۱۱ سپتامبر، مصاحبه کننده در گفت و گوی فردی با جیم از او درباره شرکت او و خانواده اش در مراسم

یادبود حمله های ۱۱ سپتامبر پرسید. جیم و خانواده اش در حد کمی در مراسم یادبود اولین سالگرد شرکت کردند ولی تقریباً کار دیگری انجام ندادند. در همان حال، به نظر می رسد او از این رویدادها به همان صورت متأثر شده است که پائولا ویلکاکس و مگان سیلی شده بودند. مصاحبه گر می پرسد:

آره. بعد ۱۱ سپتامبر مراسم یادبود رسانه ای زیادی برگزار شد. هیچ کاری برای مراسم یادبود اولین سالگرد کردی؟

جیم:

فقط موقع دعا. این کارو کردیم. قرار بود کل مردم کشور این کارو در سالگرد بکنن. این تنها کاری بود که کردیم.

مصاحبه گر:

گزارش ها رو اصلاً تماشا کردی؟

جیم:

نه!

مصاحبه گر:

از آن وقت تا حالا هیچ کاری برای یادبود کرده ای؟

جیم:

نه!

مصاحبه گر:

صحیح.

جیم:

اگه واقعاً می خوای بدونی، اون [۱۱ سپتامبر]، باز هم، دست خدا بود. ما بعد از اون کار های زیادی کردیم، برای اون خانواده

ها دعا کردیم و چه چیز

فجیعی. صبح بلند شدم و رفتم سر کار و یک هو، دیدم که واقعاً دارم میرم [که دعا بکنم]. خُب، این طوری، برای خانواده ها دعا کردیم و سعی کردیم برای خانواده ها پشت گرمی بشیم و مدت ها [یاد] اون ها رو در دل خود نگه داشتیم و از این جور چیز ها ...

هر چند جیم به طور خاص نمی خواهد از نظر معنوی یا دینی به آن بپردازد و فکر هم نمی کند که مردم کشور باید چنین کنند ولی قطعاً آن را حادثه ای تلقی می کند که حامل درس های مهمی برای کشور است و بدین ترتیب بر آن احساس که این رویداد، رویدادی تعیین کننده، حتی برای جیم، بوده است صحنه می گذارد. هم چنین، جیم به وضوح آن را رویدادی در زنجیره رویداد های رسانه ای شده می بیند که سابقه شان به قتل جان اف. کندی می رسد. جیم می گوید:

خُب، نه، تا زنده هستم اون روز با منه ولی فرقی با اون، احتمالاً با اون نداره... یادم می آد که خیلی کوچیک بودم و مادرم دوید توی اتاق گفت جان کندی رو کشتن. اون موقع حتی نمی دونستم جان اف. کندی کیه، ولی بعدش همه چیز و توی تلویزیون دیدم، بعد هنوز بچه بودم که فهمیدم اون کیه. خُب، این اون جوری یه نشانه دیگه در روزگار میشه و باز هم، خدای من، شخصاً، واقعاً فکر کردم که ... و ایمان من این جوریه، و بعد ۱۱ سپتامبر به سارا گفتم، باید یه عالمه فیلم شاد ببینیم و این واکنش طبیعی بود و این جوری خیلی بده؟ منظورم اینه که بده آدمای توی اون وضعیت باشن ولی خدا اونا رو به بهشت برد، بنابراین اونا یه جایی هستن بهتر از اون که حتی بتونیم تصورش رو بکنیم و این جا هم جاییه که باید از این کار عبرت بگیریم و یاد بگیریم که چطوری فهم خودمون رو بالا ببریم و آدمای بهتری باشیم.

جالب این که، آن چه جیم از اهمیت رویداد های ۱۱ سپتامبر در ذهن دارد، تایید سخنان منتقدان دینی در داخل و خارج است.

کار اسامه بن لادن بود ولی اجازه این کارو خدا بهش داد. خدا به اونا اجازه داد این کارو بکنن تا این ملت، خوار و ذلیل بشه و بگه بسه دیگه این همه دل آشوبه توی تلویزیون، بسه دیگه این همه تجاوز و چپاول، این که مدیران ارشد ۲ میلیارد دلار می گیرن ولی کارمندا نمی تونن ۳۰ سنت افزایش حقوق بگیرن. می دونی چیه انگار ما با وجود این همه نابرابری فجیع فکر می کنیم تافته جدا بافته ایم، که توی این مملکت از هیچ کدوم از این اتفاقا نمی افته و من شخصاً فکر می کنم مملکت ما داره به انحطاط کشیده میشه.

بدین ترتیب، تجربه جیم از رویداد های ۱۱ سپتامبر خطوط کلی آن، هم چون یکی از آیین های تعیین کننده مراسم یادبود و عزاداری را توضیح می دهد. رویداد و تجربه یگانه و ناگهانی بودند و چیز هایی هستند که او نمی تواند از ذهن خود بیرون کند. او آن ها را به روند این گونه رویدادها و تجربه ها پیوند می زند و سابقه آن ها را به تاریخ می رساند. او احساس می کرد که از انگیزه کافی برای برگزاری مراسم یاد بود آن ها همراه با خانواده اش برخوردار است و تأملاتی درباره معنا و مناسبت های آن ها به ذهنش خطور کرد. رویداد ها، اعمال آیینی را، حتی یک سال بعد، سبب شدند ولی مهم تر از این ها لحظه های آستانه ای (۱) تأمل و انتقاد بودند. آن ها نیز کاملاً به مجموعه ای از گفتمان ها و بحث های مربوط به اهمیت و معنای سیاسی و اخلاقی شان جوش خورده بودند.

اگر حق با من باشد، مؤلفه های این دین عرفی در حال ظهورِ ناظر بر مراسم یادبود عزاداری، متضمن رویه رسانه ای و رویه زندگی واقعی، هر

دو، است. مجموعه ای از قراردادها برای گزارش رسانه ای رویدادهایی چون ۱۱ سپتامبر ظهور کرده است، و روزنامه نگاران نقش‌هایی بر عهده می‌گیرند که آن‌ها را به لحاظ شخصی و اخلاقی به رویدادها پیوند می‌زنند و هم‌زمان با آن وظیفه‌دار روایت کردن تجربه به مخاطبان وسیع‌تر هستند. وساطت رویدادها مردم را از راه‌هایی به آن‌ها مرتبط کرد که حسی از واقعیت و آنی بودن را به رویدادها می‌بخشیدند. وحشت بی‌همتای رویدادها، آن‌ها را از قدرت خاصی برای برانگیختن کنش برخوردار کرد. کنش‌ها در جهت یافتن همسانی و پیوستگی حرکت می‌کردند نه در جهت ساختن روایت‌های پیروزی یا تعالی. سندیت بی‌همتای تجربه، هم‌چنین مردمان را در نواحی جورواجور دور از رویدادها، به انجام کنش‌های آیینی برانگیخت، حتی کنش‌های پیش‌پا افتاده‌ای چون روشن کردن شمع و حضور در مراسم نیایش. سرشت و دامنه تحول این اشکال فرهنگی، بی‌تردید هم‌چنان به مسیر دگرگونی ادامه خواهد داد ولی آن‌چه روشن است این است که رویدادهای ۱۱ سپتامبر لحظه بی‌همتا و ویژه تعامل بین ایده‌های دین و رویه‌های رسانه‌ها را رقم زدند.

مؤلفه دیگر این سنت در حال تکوین، البته متضمن ساختار یابی شکلی گزارش این گونه رویدادهاست. هر چند، چنان‌که گفته‌ام، دست‌زدن به تحلیلی مفصل، خارج از چهارچوب این کتاب است ولی شواهد بسیاری هستند حاکی از این که افراد مسئول در ارائه و روایت این گونه رویدادها، در واقع، به سطحی از مشارکت - تقریباً یک نقش کشیش مآبانه - ارتقا یافتند. چنان‌که دیان و کتر نشان می‌دهند، آن‌ها

«دیدگاه انتقادی عادی خود را به حال تعلیق درآوردند و با موضوع خود با احترام، حتی ترس همراه با احترام، برخورد کردند»^(۱) مسلماً آن‌ها در ۱۱ سپتامبر همین کار را کردند.

یک نمونه به ویژه پرمحتوا (نمونه ای که از طریق پیش صحنه ای که معمولاً بین تولید و مخاطب قرار می‌گیرد و بافت تولید را به بافت های مصرف متصل می‌کند) را از برنامه اصلی اخبار شبانه سراسری [موسوم به] تفسیر خبر با جیم لهرر می‌آوریم. آن‌ها، بر برنامه ۱۹ سپتامبر ۲۰۰۱ خود گزارشی از یک نمایشگاه عکس بر گزار شده در گرینویچ ویلیج^(۲) با نام این جا نیویورک است،^(۳) پخش کردند. نمایشگاه شامل عکس‌هایی از رویداد های ۱۱ سپتامبر و روز های بعد از آن بود و نگارخانه ای که نمایشگاه را برگزار کرده بود، نسخه های عکس‌ها را در قالب یک طرح جمع آوری اعانه، جهت حمایت از تلاش های انجام گرفته در شهر، برای کمک و باز سازی می فروخت.^(۴) در پایان گزارش، گوینده، یعنی جیم لهرر، مجموعه مونتاژ شده از تصاویر نمایشگاه را، همراه با قطعه آوازی فراموش نشدنی شب فرا می‌رسد...^(۵) اثر اینیا^(۶) ستاره آواز **New Age** معرفی کرد. حاصل آن مکاشفه ای به شدت تکان دهنده درباره معنای رویداد ها بود. نمی توان از این معنویت و دین مداری پنهان حذر کرد. در لحظه تعیین کننده این مونتاژ، آن جا که آهنگ اینیا از مایه ای به

۱- Katz and Dayan (۱۹۹۲), p. ۷

۲- Greenwich Village

۳- Here is New York

۴- (Smith ۲۰۰۱)

۵- Evening Falls

۶- Enya

مایه دیگر می رود و اوج می گیرد و یک اُرگ، بدل به ساز اصلی می شود، تصاویری که ابتدا عکسی از یک پنجره سوخته را نشان می دادند به گونه ای آرایش یافتند که یک شکل صلیب مانند صحنه ای از ویرانی پشت پنجره را نشان داد و این هم جای خود را به تصویری از گورستانی داد که در پشت آن شهر دودناک و دیگر صحنه های رسمی مربوط به تدفین را می دیدیم. من این ویدیو را به مناسبت های مختلف در حین سخنرانی نشان داده ام و هرگز ندیده ام که از برانگیختن یک واکنش عاطفی ناتوان باشد. بسیار تأثیر گذار است و چنان پیوند عمیقی با رویدادها دارد که فقط رسانه تلویزیون می تواند داشته باشد. پخش مجدد آن بیش از یک ماه بعد، گواهی است بر این که مخاطبان تفسیر خبر نیز از آن متأثر شده اند و این بار لهر آن را این گونه معرفی کرد:

و اکنون، پخش مجدد آن. این گزارش را نخستین بار در ۱۹ سپتامبر پخش کردم. تقاضاهای زیادی برای دیدن مجدد آن به ما رسیده است و به همین دلیل آن را امشب دوباره پخش می کنیم. داستان را از زبان ری سوارتز بشنوید. (۱)

داستان، دوباره با مرثیه ویدیویی به پایان رسید. این نمونه محکمی است برای این که رسانه ها و تجربه رسانه ای چگونگی می توانند از طریق رویداد هایی چون ۱۱ سپتامبر به مخاطبان و عامه مردم پیوند بخورند و این که اکنون، هم متخصصان رسانه، هم مخاطبان [رسانه] انتظار دارند که رویه های برگزاری مراسم یادبود، بخشی از کسب و کار رسانه ها باشند.

تجارب مشترک از رویداد های ۱۱ سپتامبر، شاخصی در تاریخ فرهنگی و رسانه ای هستند، آن هم نه فقط به دلیل اهمیت محض این رویداد ها، به دلیل این که، آن ها راه هایی نشان دادند که از طریق آن ها تجربه رسانه ای هم در زندگی سیاسی، هم در زندگی روزانه ادغام می شود. چنان که دیدیم، آن ها از نظر معنا و اهمیت شان عظیم و خارق العاده بودند ولی از نظر پیامد و از نظر چیزی که افراد را به اندیشیدن و انجام دادنش فرا خواند کوچک و محلی نیز بودند. آن ها به خدمت پیش صحنه ای درآمدند که فرض می شد بین مخاطبان و رسانه ها قرار دارد. آن ها از این لحاظ یک نقطه عطف نبودند؛ زیرا، چنان که دیده ایم و من استدلال کرده ام، آن مانع در مدرنیته متاخر انعکاسی (۱) مدت ها پیش قابل عبور شده است ولی مسلماً ما را به راه های نوین اندیشیدن و عمل کردن برانگیختند. می توان حدس زد که برانگیخته شدن گلن دانگل (که در فصل چهارم ملاقاتش کردیم) به فراتر رفتن از معیار های خاص خود به قصد یافتن اطلاعات یا مطالبی درباره ایمان های دیگر، علامتی است از یک آگاهی مابعد ۱۱ سپتامبری جدید درباره غیریت و تفاوت.

دیدیم (و بررسی های دیگر نشان داده اند) (۲) که اغلب منابع خبری ما برای یافتن اطلاعات و ایده هایی که از منابع سنت و بافت های معنای دینی و معنوی شان فراتر می روند، به رسانه ها روی می آورند. در جهان

۱- ۰۰ reflexive late modernity

۲- ۰۱. برای نمونه نک: Hoover, Clark, and Ranie (۲۰۰۴). درصد قابل توجهی از کاربری دین محورانه اینترنت به سر در آوردن از ادیان دیگر اختصاص یافته بود.

مابعد ۱۱ سپتامبری، این گونه روش ها امکان آگاهی و احتمالاً فهم را تقویت می کنند و این ها همان چیز هایی هستند که بسیاری احساس می کردند پیش از آن رویداد های مصیبت بار، از آن ها محروم بودند. با این حال، به تعبیری وسیع تر، فهم این نکته مهم است که رسانه ها قطعاً حامل معنای ضمنی ای هستند که می گوید برخی انواع تجارب مشترک و ایده های مشترک می توانند قابل دسترس شوند و قابل دسترس هم شده اند. در سطحی بنیادین، این ممکن است یکی از شروط [امکان] مدرنیته و ساطت یافته باشد که مسئله، بیش از آن که مربوط به نحوه درک متقابل جماعت های ملاحظه کار باشد، برمی گردد به این که چگونه چشم انداز رسانه ای جهانی، هم تفاوت را به همه ما عرضه می کند هم همسانی را. (۱)

رسانه ها، دین و سیاست

رسانه ها، دین و سیاست

انتخابات عمومی نوامبر ۲۰۰۴ ایالات متحده بسیاری را چشم انتظار گذاشته بود و در مقایسه با هر انتخاباتی که حافظه اخیر به یاد می آورد، در معرض بررسی های دقیق قرار داشت. واقعیت های مربوط به رأی دهندگان به شدت مخالف با هم، ظهور رسانه های دیجیتال به عنوان پدیده ای مهم در گفتمان و گزارش سیاسی، جنگی که ادامه داشت و بحث و جدل های بسیاری را برانگیخته بود و سرشت

۱-۰۲. برای بحث بیشتر نک به: "Introduction", Ginsburg et al (۲۰۰۲).

مجادله آمیز انتخابات سال ۲۰۰۰، همه در خدمت افزایش علاقه به این رقابت قرار گرفتند. با این حال، چنان که پیش تر نشان دادم، این انتخابات در همان حال از نظر توجهی که مبارزات انتخاباتی و رسانه ها به دین معطوف می کردند بی همتا بود. در اوایل دور انتخابات، داستان هایی درباره شکاف دینی کم کم ظاهر شدند و یک نشریه ظاهراً دستپاچه برای فراتر رفتن از قرائت کم و بیش سطحی از وضعیت، با مشکلاتی مواجه می شد. به روشنی، تعالیم مسیحیان انجیلی به طریقی بی سابقه در دومین دولت بوش جایی برای خود در برنامه دست و پا کرد. با این حال، گزارش های مطبوعاتی حاکی از تمایل به تأکید بر نفوذ انجیلی به شیوه ای کم و بیش معطوف به مقصود بودند. [این گزارش های مطبوعاتی] بر برخی از مؤثرترین موضوعات اجتماعی تمرکز می کردند که انجیلی ها و محافظه کاران کاتولیک را به هم پیوند می زند: اول از همه موضوع سقط جنین و [دوم] ازدواج هم جنس گرایان. هشت ماه پیش، دنیل شور،^(۱) در تفسیری که در رادیوی دولتی سراسری^(۲) ارائه کرد، اهمیت دین در رقابت [انتخاباتی] را پیش بینی کرده بود و طیف شیوه های ممکن قرائت دین به منزله یکی از عناصر گفتمان سیاسی (طیفی که از انضمامی تا استعاری را شامل می شد) را توضیح داده بود:

من به آمریکایی باور دارم که در آن جدایی بین کلیسا و دولت قطعی و مسلم است.

این جان کندی نامزد انتخابات ریاست جمهوری بود که به سال

Daniel Schorr – ۱

National Public Radio – ۲

۱۹۶۰ در هیوستن در برابر جمعی از وزرای پروتستان به آن‌ها اطمینان خاطر داد که کاتولیک بودن، تأثیری بر سیاست‌های او نخواهد گذاشت. من تردید دارم امروز، که دین بخش آشنایی از مبارزه انتخاباتی شده، نامزدی بتواند با چنان مطلق‌گرایی سکولار سخن بگوید. رییس جمهور بوش، سخن از سیر و سلوک دینی خود می‌گوید که از ۱۹۸۶ آغاز شد؛ یعنی زمانی که نوشیدن مشروبات را کنار گذاشت و دل به عیسی مسیح داد. پیش از او، رییس جمهور ریگان بود که با اصطلاحاتی کم و بیش پیامبرانه از اتحاد [جماهیر] شوروی با عنوان امپراطوری شر (۱) نام برد. (۲)

شور، همانند مفسران بسیار، به زمانی اشاره می‌کند که فرض بر این بود، دین بیرون از مرزهای گفتمان سیاسی است. در انتخابات ۱۹۶۰، فیلی در اتاق (۳) به یمن تأیید قاطع سکولاریسم از جانب کنندی از مسند کنار زده شده بود. از نظر شور و بسیاری از کسان دیگر، انتخابات ۲۰۰۴ آن را تغییر داده بود و دین بیش از پیش بخشی از این ترکیب شده بود. در پایان، دین صرفاً بخشی از گفتمان نبود؛ قرار بود در انتخابات [بین نامزدها] تفاوت ایجاد کند. هرچند می‌توان گفت که هر یک از اجزای جورواجور ائتلاف بوش نقش تعیین‌کننده‌ای ایفا کردند ولی عمدتاً شمار بیشتر رأی‌دهندگان انجیلی و رأی‌دهندگان که فهرست ارزش‌های اخلاقی را به عنوان انگیزه اصلی خود برای رأی دادن

۱- the evil empire

۲- (Schorr ۲۰۰۴)

۳- elephant in the room

ارائه داده بودند، به عنوان مهم ترین تفاوت بین همه پرسشی های ۲۰۰۰ و ۲۰۰۴ تلقی می شد. ۲۲٪ رأی دهندگانی که به نظرسنجی ها پاسخ داده بودند، ارزش ها را بالاترین دغدغه خود می دانستند. این را مقایسه کنید با آن ۲۰٪ که اقتصاد را در فهرست دغدغه های خود جای داده بودند. اهمیت دین و ارزش ها ممکن است محصول انتخابات بوده باشد ولی به نظر می رسد واقعیت زیرین رابطه در حال تعمیق و تقویت دین و سیاست، بدل به امری مسلم در زندگی سیاسی در ایالات متحده شده است.

نیکولاس کریستف (۱) برخی از دغدغه های رایج درباره این چرخش رویداد ها را در نیویورک تایمز جمع بندی کرده است.

من عقیده هیچ کس را دست کم نمی گیرم و وانمود نمی کنم که می دانم چرا آمریکا بسیار بیش از بقیه دنیا از ایمان دینی سرشار شده است ولی مسلماً فکر می کنم که در بحبوحه یک بیداری بزرگ دینی دیگر هستیم و فکر می کنم که هر چند این ممکن است برای بسیاری آسایش معنوی به ارمغان بیاورد ولی در عین حال به معنای یک قطبی شدن (۲) فزاینده در درون جامعه ماست ولی من عمدتاً از این ناراحتم که سنت های فکری بزرگ کلیسا های کاتولیک و پروتستان دارند به طور یکسان تباه می شوند و جهان های علمی و دینی ای بر جای می گذارند که تعارضشان دم به دم فزونی می گیرد. بخشی از ناراحتی من ناشی از زمانی است که با مآلها و امام های از خودراضی و تردید ناپذیر صرف کرده ام، چون امروزه جهان اسلام عمدتاً به دلیل

انحرافی مشابه از سنت فکری غنی و روی آوردن به امر غیبی (۱) در بحران به سر می برد. قلب اندام بی نظیری است، ولی مغز هم چنین است. (۲)

دو نظر که برای مسائل مورد علاقه ما در این جا حائز اهمیت اند، در بخش عمده بحث دربارهٔ دین مداری رأی دهندگان در ۲۰۰۴ مستتر است. نخست این ایده که دین با فرایندهای عقلانی سیاست ورزی کم و بیش ناسازگار است و دوم، دین مداری خاصی که از مشخصات بخش در حال ظهور و جدید رأی دهندگانی است که پیروزی بوش را رقم زدند، محافظه کارانه و به قول کریستف، ارتجاعی و از خودراضی بود. من نمی خواهم در این جا وارد یک بحث اخلاقی دربارهٔ سرشت سیاست ورزی دینی ای بشوم که به نظر می رسد دارد سر برمی آورد. بلکه، می خواهم در پرتو نقشی که رسانه ها ممکن است بازی کنند به برخی از ادعاهایی پردازم که از جانب حامیان و منتقدان این سیاست ورزی دینی، مطرح می شوند. ممکن است هیچ یک از دیدگاه ها توضیح کاملی از وضعیت به دست ندهد؛ چون مردم در بطن زندگی خصوصی خود دست به گزینش سیاسی می زنند. هر دو دیدگاه معتقدند که دین دارای نقشی تجویزی در سیاست ورزی است و تحسین کنندگانِ توسل محافظه کارانه به موضوعاتی چون سقط جنین و ازدواج هم جنس گرایان، این را بازگشت به اخلاقیات تلقی می کنند و آن هایی که غصه گرایش هایی را می خورند که دلواپس ظهور حکومت دینی ای هستند که لزوماً اختلاف عقیده را

۱- the mystical

۲- (Kristof ۲۰۰۳)

در هم خواهد کوبید، به قانون اساسی ای می اندیشند که در صدد بود در مسئله دین بی طرف باشد.

یک نگرانی درباره این گرایش پس از انتخابات از یک صدای محافظه کار برخاست. جو لوکونته^(۱) از بنیاد هریتیج [فرانسه: هریتاژ] به سنت قدیمی ای در سیاست ورزی آمریکایی اشاره کرد که در آن رهبران دینی ای چون رینولد نیبور^(۲) و مارتین لوتر کینگ پسر در دعوای سیاسی داخل می شدند. او معتقد است که رهبری دینی جدید، آن فاصله را از دست داده است:

امروزه، بخش عمده راست گرایان دینی پا به پای حزب جمهوری خواه گام برمی دارند، در حالی که چپ گرایان دینی نقش یک اتاقک پژواک^(۳) را برای دموکرات ها را بازی می کنند. محافظه کاران مسیحی به جمهوری خواهان می پیوندند تا [افکار عمومی] را علیه ازدواج هم جنس گرایان بسیج کنند، ولی علاقه زیاد به خانواده هایی که در مرکز شهر به مخاطره افتاده اند در خود ایجاد نمی کنند. به نظر می رسد خط مشی اقتصادی دولت بوش را می پسندند ولی انتقادی از رسوایی هایی که شرکت ها به بار آورده اند یا سابقه ای که رییس جمهور بوش در مراقبت های بهداشتی قابل دسترس [برای همگان] بر جای گذاشته به عمل نمی آورند. پیش از انتخابات، پت رابرتسن حتی ادعا کرد خدا به او گفته است که رییس جمهور بوش به راحتی برنده خواهد شد. رابرتسن گفت: «فرقی نمی کند که چه کاری از او سر می زند، کار خوب یا کار بد،

۱- Joe Loconte

۲- Reinhold Neibuhr

۳- echo chamber

خدا او را برمی‌گزیند چون او اهل نماز است» (۱).

لوکونته به همین سان به انتقاد ویژه چپ‌گرایان (چپ‌گرایانی که به نظر می‌رسد نمی‌توانند از سیاست ورزی حزب دموکرات فاصله بگیرند) از رهبران دینی می‌پردازد. او با اشاره به نمونه‌هایی از صداهای دینی‌ای که موجب خشم سیاست می‌شدند؛ چون نمی‌توانستند به راحتی در این یا آن اردوگاه جا بگیرند، نتیجه می‌گیرد که:

آبراهام جاشوا هسکل، (۲) فیلسوف یهودی، زمانی گفت که پیامبر «کسی است که با حرفی که می‌زند زندگی و روح خود را به خطر می‌اندازد، کسی که می‌تواند آه خاموشِ اضطراب انسان را احساس کند». اغلب رهبران دینی امروز نمی‌توانند آن آه خاموش را دریابند؛ چون به نظر نمی‌رسد که بتوانند خود را از هیاهوی شعار سیاسی دور نگه دارند. آن‌ها جانبداری‌های خود را با دین داری استتار می‌کنند و هم چون ایسا (۳) آن شخصیت توراتی، حق ارشدیت خود را در ازای یک کاسه سوپ می‌فروشد. (۴)

بدین ترتیب، حرف و حدیث‌های پس از انتخابات، متن عمومی در حال ظهوری را توضیح می‌داد که فرضیه [وجود] گرایشی در روابط بین دین و سیاست را مطرح می‌کرد. به نظر می‌رسید که نیروی بیرون از انتخابات آشکارا با محافظه‌کاران دینی‌ای است که به جمهوری خواهان کمک کردند تا کاخ سفید را (هر چند، مانند سال ۲۰۰۰، با اختلاف درصد کمی) در اختیار داشته باشند. گمان می‌رفت که نفوذ آن‌ها ناشی

۱- (Loconte ۲۰۰۴)

۲- Abraham Joshua Heschel

۳- Esau، بزرگ‌ترین پسر اسحاق که حق ارشدیت خود را به برادرش یعقوب فروخت. (م).

۴- (Loconte ۲۰۰۴.۱۶)

از قدرت فرضی رهبران محافظه کار برای اعمال کنترل بر حوزه های بزرگ رأی دهندگان و حفظ کلید های قدرت برای حزب محافظه کار است. با این حال، هم زمان با آن، چپ ها و راست ها، تردید هایی نسبت به این سناریو داشتند و دارند و مهم این که، رسانه ها در مرکز برخی از این تردیدها هستند. بسیاری از سرشناس ترین رهبران دینی به دلیل حضورشان در رسانه ها سرشناس شده اند. مجله انجیلی پرنفوذ **Cristianity Today** در مقاله ای که بهار سال ۲۰۰۵ چاپ شد، پرسش هایی درباره این وضعیت مطرح کرد. **تد اولسن**،^(۱) نویسنده مقاله که می خواست بداند انجیلی های پرنفوذ در سیاست، تحت نفوذ چه کسانی بوده اند، خاطر نشان می کرد که اغلب رهبران پرنفوذ لزوماً سرشناس ترین رهبران در رسانه ها نیستند.

دیوید بروکس،^(۲) مقاله نویس نیویورک تایمز، زودتر وارد معرکه شد و از همکاران روزنامه نگار خود دعوت کرد که نقل قول آوردن از جری فالول^(۳) را متوقف کنند. می گفت: «یک دنیا فرق است بین

۱-۱۷. Ted Olsen

۲-۱۸. David Brooks

۳- Jerry Lamon Falwell اوانجلیست مشهور آمریکایی (متولد ۱۹۳۳ در ویرجینیای آمریکا). وی پایه گذار چندین آکادمی مهم مسیحی و دانشگاه لیبرتی بوده است. میراث مهم وی، بنیادگرایی مسیحی و اوانجلیسم است؛ بسیاری او را عامل نابردباری دینی و سیاسی در جامعه آمریکا به ویژه پس از یازدهم سپتامبر می دانند. شاید بتوان او را در کنار پت رابرتسن و هال لیندزی از سران بنیادگرایی مسیحی خواند. او از حامیان دینی جرج بوش پسر بود. وی عناد شدیدی با هم جنس بازان، فمینیست ها، غیرمسیحیان و کسانی که اقدام به سقط جنین می کردند، داشت. او از حامیان جدی رژیم اسرائیل بود به گونه ای که اولین غیریهودی است که مدال ولادیمیر یابوتینسکی را به خاطر برتری صهیونیسم از مناخیم بگین دریافت کرد. او هم چنین در سال ۱۹۷۹ حزب اکثریت اخلاقی را بنا نهاد. وی سرانجام در سال ۲۰۰۷ در گذشت. از نکات جالب زندگی وی، پدر و پدر بزرگ وی بودند که ملحد محسوب می شدند. از وی دو پسر، یکی حقوق دان با نام جری فالول پسر و دیگری جان اتان (کشیش) و یک دختر به نام جینی (جراح) باقی مانده است. برای اطلاعات بیشتر رک به: صهیونیسم مسیحی. استیون سایزر. حمید بخشنده و قدسیه جوانمرد. مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما/دفتر طه. قم. ۱۳۸۷ (م).

مؤمنان واقعی و دست پرورده های تلویزیونی، حالی بند هایی از قماش المرگتری که انتخاب شده اند تا آن ها [مؤمنان واقعی] را نمایندگی کنند.» انجیلی ها موافق اند. یک نظر خواهی که در بهار سال ۲۰۰۴ از سوی یکی از برنامه های تلویزیون PBS انجام شد به این نتیجه رسید که تنها ۲۳٪ کسانی که خود را انجیلی معرفی می کردند، احساسات گرم یا مثبت نسبت به فالول داشتند. همین درصد [از آرای مثبت] را به گروه های طرفدار آزادی سقط جنین دادند. رابرتسن با ۳۴٪ رأی زیادی آورد، ولی هنوز پایین تر از اتحادیه های کارگری (۳۶٪) و بسیار پایین تر از پاپ ژان پل دوم (۴۴٪) و جیمز دابسن (۱) (۴۰٪) بود. بروکس می گفت، سخنگوی واقعی انجیلی ها جان استات (۲) است که «همیشه واقعیت ملموس زندگی و ایثار مسیح را به یاد مردم می آورد.» (۳)

اولسن غصه و وضعیت را می خورد که محصول نفوذ بی دلیل چهره هایی چون رابرتسن و فالول است و اندیشه های نخبه گرایانه دیرین درباره سرشت اقتدار در عصر رسانه ها را تکرار می کند:

ولی نوع تعالیمی که جو دیسپیل (۴) از آن ها پیروی می کند، (این که چگونه کیش او را ابلاغ می کند و چه تأکیدی بر زندگی او

۱- James Clayton "Jim" Dobson, Jr متولد سال ۱۹۳۶ در لوییزیانای آمریکا. وی روان شناس و گوینده رادیو است. او نیز یک اونجلیست است. او را پایه گذار انجمن غیردولتی تمرکز (حمایت از) بر خانواده (FOTF) می دانند. وی تولید برنامه ای روزانه با نام Focus on the Family با چیزی حدود ۲۲۰ میلیون بیننده در دنیا را برعهده داشت که نقش مهمی در شهرت وی داشته است. به گمان برخی وی جانشین اونجلیست های مشهوری چون بیلی گراهام، پت رابرتسن و جری فالول است. (م.)

John Stoot - ۲

(Olsen) ۲۰۰۵ - ۳

Joe Disciple. ۲۳ - ۴

می گذارد) به طرز فزاینده توسط یک خوراک رسانه ای تعیین می شوند، خوراکی متشکل از آذوقه های قدسی و سکولار، هر دو. به تعبیری، روزنامه ها از رابرتسن و فالول نقل قول می آورند و میزگردها از آنان دعوت می کنند به این دلیل که میزگردها از آنان نقل قول می آورند و دعوت شان می کنند: رولودکس ها زود به زود تمیز نمی شوند ولی آن ها نیز دعوت می شوند چون در نقل قول آوردن سریع هستند: به تغذیه ماشین رسانه ای، همه چیز خواری کمک می کند که گرسنه اندیشه هایی (یا فقدان آن ها) است که قابل فشرده شدن در یک دوجین کلمه باشند، کلماتی که یک طرف یا طرف دیگر را خشمگین خواهند کرد. (۱)

مصاحبه هایی که در این جا دیده ایم می توانند به ما کمک کنند تا به نگرانی هایی که درباره نقش در حال ظهور دین در سیاست آمریکا ابراز شده اند، پردازیم. ما طرح این کتاب را با قصد محک زدنِ تصویری آغاز کردیم که بسیار شبیه نگرانی ابراز شده از سوی اولسن درباره شیوه ای است که از طریق آن، خوراک رسانه ای می تواند با ادراک دینی و معنوی مرتبط شود. در این اثنا، از زبان مردمانی متعلق به آن سوی طیف دینی و معنوی، مطالبی درباره شیوه های ادغام زندگی معنوی، دینی و رسانه های شان شنیدیم. ما می خواستیم این روابط را به شیوه ای که در تضاد با فرضیه های اولسن است، ببینیم. در حالی که او و دیگران، به سرعت به این فرضیه می رسند که رسانه ها می توانند نحوه دینی و معنوی شدن مردم را تحت تأثیر قرار دهند، ما می خواستیم این امکان را از نظر دور نداریم که رسانه ها و دین / معنویت می توانند در حین

ساختن معناها و هویت‌هایی که زندگی خود را از طریق آن‌ها ادامه می‌دهیم، روی یکدیگر تأثیر بگذارند. آوازه رسانه‌ها ممکن است مصلحت‌گرایانه (۱) یا حتی ناپایدار باشد؛ ولی آیا باید بترسیم از این که، آن منطق‌ها (یا فقدان آن‌ها) می‌توانند به عامل تعیین‌کننده تبدیل شوند؟

نگرانی‌های اولسن در تعبیری وسیع‌تر نیز سزاوار قدری تحلیل و تأمل هستند (و نه فقط به این دلیل که عده بسیاری در این دغدغه‌ها با او سهیم‌اند). در واقع، اگر این اتحاد دینی/سیاسی به سمت ایده‌های محافظه‌کارانه (ایده‌های کاتولیک‌انجیلی محافظه‌کارانه) منحرف شده است، آیا ما باید نگران دور باطل به ظاهر آشفته‌ای باشیم که به طور ضمنی در این جا هست؟ به عبارت دیگر، آیا مشکلی داریم با این امر که منبع اقتدار دینی تأثیرگذار بر جنبه‌های مهم خط مشی عمومی، خود به دلیل وساطت عمومی‌اش صاحب اقتدار شده است، نه به دلیل ریشه داشتن در ایده‌های بنیادین و مبتنی بر اجماعی که [تنها] از نظر فرهنگ‌های دینی‌ای اصیل و موثق هستند که [این منبع] ظاهراً از جانب آن‌ها سخن می‌گوید؟ به تعبیری این پرسشی پرهیزکارانه، اخلاقی و دینی است که باید به شیوه‌های دیگر در بافت‌های دیگر به آن پاسخ داده شود. ولی از آن جا که رسانه‌ها دخیل‌اند و وساطت، بخشی چنین مهم از معادله است، چیزهایی هستند که ما می‌توانیم، بر اساس تحقیقات خود در این کتاب، بگوییم.

در درجه اول، به نظر می‌رسد در میان تذکره‌های دینی از نظر نحوه

استفاده های آن ها از رسانه ها همسانی ها بیشتر از تفاوت هاست. بنابراین، آن چه درباره اوانجلیست ها می گوئیم از این نظر احتمالاً درباره کاتولیک ها و جویندگان معنوی (۱) و پروتستان های لیبرال هم می توان گفت.

دوم، یکی از منسجم ترین چیزهایی که درباره نحوه استفاده مردم از رسانه ها در خودبیانگری های دینی و معنوی خود یافتیم، این است که آن ها رسانه ها را امکانی مرتبط با دیگر جنبه ها و عوامل مؤثر در زندگی خود تلقی می کنند. پیش تر درباره این نکته از جان تامسن نقل قول آوردم. مردمانی که طرف صحبت ما بوده اند رسانه ها را به طور گزینشی در تار و پود زندگی شان ادغام می کنند. ما دیدیم که این، حتی درباره خانواده هایی که گمان می کردند این ارزش های دینی یا معنوی هستند که انگیزه مصرف رسانه ها را به آن ها می دهند، صادق است.

سوم، واضح است که افول اقتدار نهادهای دینی بر آن چه دیده ایم سایه می افکند. ادعاهای تاریخی کلیسا، فرقه، آموزه و تاریخ، دیگر از سلطه و نفوذی که روزگاری داشتند برخوردار نیستند. در عوض، آن ها بخشی از مجموعه نمادها، سنت ها و ارزش هایی هستند که مردم به شیوه های خاص خودشان کنار هم می چینند و روایت هایی می سازند که برای شان معنی دار [و ملموس] اند، در همان جایی اند که آن ها هستند.

چهارم، شاید مؤثرترین و منسجم ترین چیزی که دیده ایم آن اعتقاد تقریباً همگانی در میان مصاحبه شوندگان ماست به این که تنها خودشان

۱ - seekers ؛ metaphysical seekers لقب مسیحیانی بود که عضو کلیسای رسمی انگلستان نبودند و به طور

منفرد یا پراکنده عبادت می کردند. (م.)

هستند که باید داور نهایی اعتقاد و ارزش در زندگی خود باشند. آن‌ها نمی‌خواهند به عنوان افرادی تلقی شوند که حق تصمیم‌گیری خود دربارهٔ رسانه‌ها و در واقع هر اقتدار بیرونی، را به آن‌ها تفویض می‌کنند. آشکارترین شکل این [تلقی] را وقتی می‌بینیم که آن‌ها از نحوه تصمیم‌گیری‌شان درباره قواعد رسانه‌ای سخن می‌گویند. وقتی صحبت از قواعد می‌کنند منظورشان این است که نوع چیزهایی که خودشان و بچه‌های‌شان می‌بینند، می‌شنوند و انجام می‌دهند مهم است. ارزش‌های نهفته در آن چیزها برای طرف‌های مصاحبه‌ما اهمیت دارند و آن‌ها می‌خواهند خود تصمیم بگیرند که چه چیزی درست و مناسب است. ولی توقع ندارند که آن تصمیم‌ها را دیگران برای‌شان بگیرند. خودشان باید آن تصمیم‌ها را بگیرند. شاید گویاتر از این‌ها آن باشد که، در مصاحبه‌ها تقریباً همه می‌گفتند که بچه‌ها را باید به گونه‌ای بار آورد که خودشان نیز در این موارد تصمیم بگیرند. کمتر کسی از والدین می‌خواستند افرادی تلقی شوند که برای در امان نگه داشتن بچه‌های بزرگ‌تر از دیدن چیزهایی که نباید ببینند، محدودیت‌هایی بر آن‌ها تحمیل می‌کنند. (بچه‌های کوچک‌تر [البته] موضوع دیگری بود). طرز تلقی درست از رسانه، اگر بتوانم جمع‌بندی ساده‌ای از آن به دست‌دهم، این است که رسانه را یکی از امکانات فرهنگی‌ای بدانیم که ناگزیر، حتی ضروری است و این که تصمیم‌گیری درباره آن به عهده خود ماست.

پنجم، آن‌چه درباره روابط بین رسانه‌های دینی و سکولار و امکان پُل زدن [بین این دو] گفته‌ام در این جا نیز مهم است. بسیاری از

مصاحبه شونده های نوآیین ما، از هر دوی این ها بهره مند بودند. مطالب دینی و سکولار، هر دو، را مصرف می کردند و احساس می شود که امر سکولار همان بافت رسانه ای تعیین کننده است. چنان که در اغلب آن موارد ملاحظه کردیم، این گونه رسانه ها از یک برجستگی، حتی جذابیت، از جمله چیز هایی که با نام لذائذ گناه آلود از آن ها یاد می شود، برخوردارند. بدین ترتیب، آن چه رابرتسن یا فالول فکر می کنند یا می گویند نمی تواند از نظر مؤمنان نوآیین ما اهمیت خاصی داشته باشد. در واقع، طرف های مصاحبه ما معمولاً با نوعی تمسخر به تبلیغ مسیحیت از طریق تلویزیون نگاه می کردند. به نظر می رسید که اقتدار دینی در برابر طیفی از منابع وساطت یافته ای که مردم استفاده می کنند و با هم تلفیق می کنند، عقب نشینی می کند. این معمولاً شامل اقتدار روحانی به طور عام [نیز] می شود. کمتر کسی از طرف های مصاحبه ما می خواستند تصمیم گیری درباره این چیز ها را به پیشوای دینی یا کشیش یا خاخام یا امام یا کاهن خود واگذار کنند.

سرانجام، چنان که در فصل های پیشین آمد، این در نهایت همان نفس (خود) است که جایگاهی را می سازد که در آن چیز ها به طرزی تحکم آمیز [و مقتدرانه] کنار هم قرار داده می شوند. درک جهان، به کار بستن امکانات حافظه، سنت، اعتقاد، خانواده، مدرسه، محل کار و فرهنگ رسانه ای برای ساختن مفهومی از خودشان که در زندگی معاصر مؤثر است و به کار می آید، به عهده فرد، اعتقاد طرف های مصاحبه ما است. ما در مصاحبه های خود چندان چیزی ندیدیم که حکایت از آن کند که در نگرانی ها و انتقاد هایی که شنیدیم و دیدیم نوعی نقش به

لحاظ ایدئولوژیکی تعیین کننده، مستتر است. پیوند بین رسانه ها، اعتقاد و رفتار (سیاسی یا غیر آن) دست کم بر اساس تحقیقاتی که در این جا کردیم، آن چنان مستقیم و ابزاری نیست که بتواند موجب ترس ما شود. آن چه ممکن است بینیم، وضعیتی است بسیار نزدیک به وضعیت هنجاری ای (۱) که جو لوکونته خواهانش است. طرف های مصاحبه ما، دست کم بر حسب مقاصد و نفس های آرمانی شان، (۲) پیوند های ضروری بین دین و اقتدار، خواه در حوزه اجتماعی خواه در حوزه های سیاسی نمی بینند. آن ها زندگی پیچیده ای دارند که در آن انواع فشار ها، عوامل نفوذ، منابع شناخت ارزش ها و نماد ها به طور روزانه دست در کارند. جهان پیرامون آن ها تغییر می کند و آن ها باید راه هایی برای تحول با آن بیابند. آن ها خود را لوح های نانوشته ای که گفتمان های دینی یا سیاسی رویشان حک می شوند، نمی دانند. برعکس، آن ها مصرف کنندگان و کاربران این گونه گفتمان ها هستند و با ادعاهای رقیبی که از جانب بافت ها و صداهای دیگر مطرح می شوند مبارزه می کنند.

نمونه ای از توافق پیچیده بین اعتقاد، سیاست ورزی، رسانه ها، فرهنگ و ارزش ها را که در پی می آید در مصاحبه ما با دورین ریچاردز می توان یافت. موضوع ازدواج هم جنس گرایان (و حقوق هم جنس گرایان به طور کلی تر) در انتخابات ۲۰۰۴ به رقابت با سقط جنین به منزله موضوع مربوط به ارزش های بنیادین برخاست. اغلب ناظران و مفسران که کل وضعیت را می دیدند [و نه فقط برخی جزییات را]، قائل به وجود

normative. ۲۷-۱

ideal selves. ۲۸-۲

ارتباطی ساده و بی دردسر بین دین‌مداری محافظه‌کارانه و طرز تلقی‌ها از حقوق هم‌جنس‌گرایان بودند، ارتباطی که قرار بود در دریافت رسانه‌ای منعکس شود، یا حتی از آن تأثیر بگیرد. دورین به ما نشان داد که اوضاع به این سادگی‌ها نیست.

دورین زنی ۵۵ ساله است که در حومه یک شهر بزرگ رو به زوال در غرب میانه همراه با شوهرش ماروین و آخرین بچه از پنج بچه به فرزندی گرفته‌شان، زندگی می‌کند. او خود را شخصی متدین و کاتولیک سنت‌گرا توصیف می‌کند. (۱)

در طول مصاحبه، دورین فاش کرد که هر چند روی هم رفته [برنامه‌های موسوم به] نمایش‌های واقعی را دوست ندارد ولی چند تایی از آن‌ها را دیده است که دورین و مصاحبه‌کننده به بحث درباره‌ی این ژانر پرداختند. تنها برنامه واقعی که او دوست دارد و به طور منظم تماشا می‌کند، چشم هم‌جنس‌گرا برای مرد دگر جنس خواه (۲) است که در آن پنج مرد هم‌جنس خواه یک مرد دگر جنس خواه را می‌آریند و این آراستن شامل پوشاک، نظافت شخصی، تدارکات عمومی معاش و شیوه زندگی هم می‌شود.

مصاحبه‌کننده می‌پرسد:

بسیار خُب. چشم هم‌جنس‌گرا برای مرد دگر جنس خواه را چطور با اعتقادات کاتولیکی خود وفق می‌دهید؟

۱- مونیکا امریش بود که با دورین ریچاردز مصاحبه کرد.

۲- **Queer Eye for the Straight Guy** برنامه‌ای تلویزیونی که از سال ۲۰۰۳ پخش آن شروع شده است. شخصیت‌های آن پنج مرد هستند که هر یک در حوزه‌ای تخصص دارند: مد، غذا، دکوراسیون داخلی، فرهنگ، آرایش، و مشروبات الکلی. (م.)

اوه، خیلی سخت بود. می دونید که همه ما احساس گناه کاتولیکی داریم و من یک ... نه مثل یک کاتولیک گمراه. کشیش ها و سر و سر های بی اهمیت شان با پسر های کم سن و سال، ایمان منو سست نمی کنن و من فکر می کنم اونا باید مجازات می شدن و کلیسا اشتباه کرد که اونا رو پنهون کرد. ایمان کاتولیکی واقعی من، منو سرپا نگه داشته. خدای من، بین از دست بچه هایی که داشتیم، قلبم، سرطانم خلاص شدم. آره ایمان کاتولیکی تکیه گاه زندگی منه. هر چند خیلی مطمئن نیستم. وای، سخته. هم جنس گرایی چیز سختی یه برام؛ چون تو زندگی شغلی ام چندین هم جنس گرا رو می شناختم و همین طور توی زندگی شخصی ام و هیچ وقت یکی رو ندیدم که با من بددهن باشه یا رفتار زننده ای بکنه، هوم... هیچ چیز به جز خوبی. هیچ کدوم از اون هایی که می شناسم هرگز سعی نکرده هم جنس گرایی خودشو پنهون کنه و همه اون ها آدم های خوبی بودن و توی زندگی شون همه اش کار ای خوب کردن. حالا، می دونم چند تایی هم جنس گرای باز واقعاً ناجور هستن ولی اشکالی نداره، آدم های ناجوری هم هستن که دگر جنس خواه هستن. برای همین، روز ای سختی با هم جنس گراهایی که می شناسم گذروندم، باور کردن این که خدا اون ها رو به جهنم می فرسته برام سخت بود برای همین باید بگم که ... مواقع زیادی توی زندگی ام هست که مجبورم توی یک پاکت کوچولو بذارم و سعی نکنم که توجیه اش کنم چون نمی تونم. ولی اصلاً فکر نمی کنم که باید توجیه کنم، نمی دونم، همجنس گراها اذیت ام نمی کنن. هیچ وقت نکردن.

در یک سطح، این گواه خیره کننده ای است از این که تغییر اجتماعی چگونه رُخ می دهد. ارتباط گام به گامی که دورین در زندگی خود با همکاران هم جنس گرای اش و دیگران برقرار کرده کم کم برخی

سوءظن‌ها را که احتمالاً زمانی [نسبت به هم‌جنس‌گرایان] داشته از بین برده است.

این در همان حال نشان می‌دهد که چگونه لحظه مصاحبه غالباً مردم را وادار می‌کند که احساس‌هایی را که از خودشان و از جایگاه‌شان در شبکه مناسبات دارند بیان کنند، احساس‌هایی که ممکن است جدید و متحول باشند. او به روشنی با پیش برداشت‌های پذیرفته شده (که هم از بافت‌های اجتماعی منشاء می‌گیرند هم از بافت‌های دینی) درباره پذیرش هم‌جنس‌گرایی مبارزه می‌کند و هم زمان با آن به راه‌هایی پی می‌برد که از طریق آن‌ها برداشت‌ها با چیزی که ممکن است یک ارزش بنیادین تر – ارزش پذیرش و رواداری – باشند، رویاروی می‌شود.

در سطحی دیگر، نشان می‌دهد که چگونه رسانه‌ها به کار بیان (و شاید تقویت) گرایش‌ها و ارزش‌ها در فرهنگ بزرگ تر می‌آیند. عقاید بیان شده دورین درباره هم‌جنس‌گرایی ممکن است تا حدودی از تجربه بی‌واسطه و شخصی او منشاء گرفته باشند، ولی برنامه چشم هم‌جنس‌گرا ... می‌تواند زمینه و بافتی بزرگ تر و چیزهای بیشتری برای اندیشیدن در اختیار او بگذارد. ارتباط او با این برنامه، به موازات بافت‌های رسمی تر گفتمان درباره حقوق هم‌جنس‌گرایان، مانند آن چه در حوزه سیاسی هست، امکانات مهمی برای فهم و کنش فراهم می‌آورد. بدیهی است که از نظر او این هنوز یک مسئله حل شده نیست، ولی او آشکارا می‌خواهد تفسیری از اوضاع را بپذیرد که با آن احساس راحتی می‌کند، تفسیری که ادعاها و تجارب رقیب را توضیح می‌دهد.

تجربه دورین شیوه مهمی را نشان می‌دهد که از طریق آن موضوعات

انضمامی و بنیادین در حوزه سیاسی ممکن است از خلال رسانه‌ها وارد تجربه زیسته شوند. هم‌چنین توضیح می‌دهد که چگونه افراد در موقعیت‌های فرهنگی و اجتماعی مختلف و با انواع خاصی از ارزش‌ها می‌توانند با این مداخله‌ها تعامل کنند. تصویر بزرگ دین و سیاست در جهان مابعد ۱۱ سپتامبر و مابعد انتخابات ۲۰۰۴ ممکن است راسخ، قاطع و قابل پیش‌بینی به نظر برسد ولی باید به خاطر داشته باشیم که آن تصویر، ساخته و پرداخته افرادی چون دورین و افراد دیگری است که به ما اطلاعات دادند، افرادی که ممکن نیست به سبب انگیزه‌ها و کنش‌های شان به طرق پیش‌بینی شده رفتار کنند. به ویژه، فرضیه‌های ساده‌انگارانه‌ای که اغلب درباره رابطه سیاست، دین و رسانه‌ها ساخته می‌شوند، نیازمند آن هستند که با دقت بیشتری حل‌اجی شوند.

من این فصل را با این پیشنهاد آغاز کردم که باید به برخی پرسش‌ها در یک بافت اجتماعی و سیاسی بزرگ‌تر پردازیم. از یک لحاظ، نمی‌توانم، در این بُرهه از تاریخ، بدون بررسی رویداد‌های ۱۱ سپتامبر و رابطه جدید و در حال تکوین بین دین و سیاست، دست به تحقیق در دین و رسانه‌ها بزنم. این تحقیق، البته، قصد پرداختن به این موضوعات را نداشت؛ این اتفاقات در حالی افتادند که مصاحبه‌های پژوهشی در جریان بودند و واکنش‌های مردم به ۱۱ سپتامبر و بحث‌های دینی / سیاسی بدل به بخشی از گفت‌وگو‌های ما شدند. این واقعیت که آن‌ها قطعاً اتفاق افتادند به ما امکان می‌دهد که بعضی چیزها را درباره این که چگونه نظام بزرگ‌تر روابط بین فرهنگ رسانه‌ای و فرهنگ سیاسی در زندگی و تجارب مخاطبان تأثیر می‌گذارد ببینیم. من گفته‌ام که ما

نیازمند آن هستیم که رابطه بین دین و فرهنگ رسانه ای را در بطن رویه رسانه ای و مطابق با منابع نظری مهم در حوزه رسانه ها (شیوه هایی را که از طریق آن ها رویه رسانه ای با جنبه های دیگر زندگی و تجارب مردم تعامل می کند و با آن ها مرتبط می شود) بفهمیم. دیدیم که چگونه تجربه ۱۱ سپتامبر و پرسش های مربوط به سیاست ورزی دینی وارد این حدیث نفس ها شد و این کار را هم از طریق رسانه ها کرد و هم از طریق تجربه ها و بافت های غیر رسانه ای. هم چنین، دیدیم که شیوه های فهم این چیز ها متضمن یک توافق از جانب خود معناها و روایت هایی است که قصد شان همان کار [فهم این چیز ها] است. برخی از این ها موفق تر از برخی دیگر اند و برخی برای ما ناظران، قابل فهم تر از برخی دیگر هست ند ولی آن چه آشکار است این که ما باید همان قدر که این چیز ها را توافق های پیچیده حاصل شده در این زندگی ها می دانیم، ارزش ها یا ادعاهای معین یا قطعی ای بدانیم که اعتقاد یا کنش را تعیین می کنند. در فصل بعد، این موضوعات را دوباره، همراه با ارزیابی جامع تری از چشم انداز های دین و معناسازی دینی در عصر رسانه ها، بررسی خواهیم کرد.

پاره دهم: نتیجه گیری: چه حاصل شده است؟

اشاره

پاره دهم: نتیجه گیری: چه حاصل شده است؟

ما این تحقیق در روابط بین دین و رسانه ها را با قصد پرداختن به راه هایی آغاز کردیم که عصر رسانه ها از طریق آن ها توانسته است رویه و معنای دین در مدرنیته متاخر را تعیین کند. ما از آن مأموریت نسبتاً فراگیر، روی آن چیزی تمرکز کرده ایم که گفته ام پرسشی است مقدم بر بسیاری پرسش های دیگری که ممکن است مطرح شوند. به نظر من پیش از آن که بتوانیم به کل وضعیت حاکم بر معنای دینی، نماد گرایی معنوی، (۱) سنت های دینی و معنوی، نهاد های دینی، تعلیمات دینی و رابطه دین با سیاست ملی و جهانی وقوف یابیم، نخست باید بینیم مردم، به منزله مصرف کنندگان رسانه ها و مخاطبان رسانه ها، چگونه به دین وساطت یافته دسترسی می یابند، با آن تعامل می کنند، و آن را

می فهمند. در این فصل نهایی، می خواهیم جمع بستنی از چیز های مهمی که یافته ایم ارائه کنیم و احتمالاً، برخی از پیامد هایی را که یافته های ما برای این پرسش ها، و دیگر پرسش های جامع تر دارند، نشان دهیم.

این تحقیق، تا حدودی، استوار بر انتظاراتی محدود بوده است. ما برای رسیدن به سطح (احتمالاً) بنیادین رویه رسانه ای واقعی، ناگزیر چشم انداز خود را از امر جهانی به امر محلی و از طیف وسیع تأثیرات بالقوه رسانه ها و دین روی یکدیگر، به شیوه ها و لحظه های دقیق تر و راه های مهم یا معنی دار شدن رسانه ها از راه های دینی و معنوی، تغییر دادیم. دلایل این محدود سازی، دو دسته بودند؛ یکی چالش های مفهومی مربوط به تعیین این که کی و کجا فکر می کنیم این اتفاق می تواند بیفتد و دیگری چالش های روش شناختی مربوط به زمانی که این تعامل ها را عملاً بررسی می کنیم. بنا به دلایلی که به تفصیل در فصل چهارم آوردیم، ما به بحث هایی مفصل با طیفی از افراد، خانواده ها و خانوار ها پرداختیم که ثمره آن ها را در چهار فصل پیشین عرضه کرده ام. ما به بررسی توضیحاتی پرداخته ایم که مربوط هستند به شواهدی مبنی بر این که مردم از چه راه هایی تجربه رسانه ای را در آن چه من خودبیانگری های موجه (۱) نامیده ام، ادغام می کنند. آن گاه مسئله هویت را شاخصی مهم برای روابطی تلقی کرده ایم که مورد علاقه ما هستند. این روایت [یا خودبیانگری] ها، چنان که گفته ام، هدف تحقیق های ما نبوده اند، بلکه جانشین بخشی از ماده خام یا داده هایی

بوده اند که ما از درون آن، شواهدی را بیرون کشیدیم که حکایت از روابطی دارند که مورد علاقه ما هستند.

ما بر آن بوده ایم که در تحقیق خود، به منزله پروژه ای که اساساً جامعه شناختی است، بر بافت ها، عوامل تأثیر گذار و روابط بین رسانه ها و دین در حوزه های مادی زندگی فرهنگی و اجتماعی متکی باشیم. استدلال من این بوده است که ما برای انجام این کار، باید در حوزه اجتماعی، اوضاع را به شیوه ای کاملاً انضمامی و بی واسطه بررسی کنیم. خوشبختانه مجموعه ای از روش های تحلیل اجتماعی و فرهنگی در دسترس است که ما را در تحقیق یاری رسانده اند. به محض آغاز ارزیابی آن چه یافته ایم، کشف خواهیم کرد که رابطه مستقیم یافته های ما با برخی پرسش ها بیشتر از پرسش های دیگر است. البته یافته های ما در حوزه های اجتماعی مورد بررسی ما، پای معناها، عواقب، یا تأثیرات را به میان خواهند کشید؛ ولی این مانع از آن نمی شود که درباره دیگر حوزه ها نیز به تعمق آگاهانه بپردازیم. بنابراین، آن چه در پی می آید بحثی است درباره آن چه در تحقیق های خود دیده ایم و شنیده ایم. برخی از آن چه خواهیم گفت مستقیماً به موضوعات و نگرانی هایی می پردازد که به عنوان بخشی از توجیه، برای این مطالعه در نظر گرفته بودیم. چیز های دیگر _ و این ها برخی از بحث انگیز ترین و هیجان انگیز ترین چیز هایی است که یافته ایم _ از دل این تحقیق سر بر خواهند آورد.

همه گیری رسانه ها

همه گیری رسانه ها

در همهٔ مصاحبه ها و اظهار نظر ها، از میان انواع بافت ها و دیدگاه ها (ی اجتماعی، دینی، قومی و...) به نظر نمی رسید هیچ چیز دیگری چنان همگانی باشد که احساس همه گیری، نفوذ و گریز ناپذیری رسانه ها هست. از خانواری به خانوار دیگر و از مصاحبه ای به مصاحبهٔ دیگر، همه در یک فرضیه _ حتی آرزو _ سهیم بودند و آن این که رسانه ها همگانی و مسلم فرض شده هستند. رسانه ها زبان میانجی (۱) و وجه مشترک تجربه و رویهٔ اجتماعی و فرهنگی معاصر اند. چندین تحقیق پیشین به همین نتیجه رسیده اند و از جمله، نشان داده اند که رسانه ها ساختار و شتاب زندگی روزانه، هنجار ها، زبان ها و فحوای کلامی گفتمان اجتماعی و فرهنگی را تعیین می کنند.

هم چنین نفوذ [و فراگیری] رسانه ها چیزی است که غالباً به طور غیر ارادی در توضیحاتی که دیده ایم، گنجانده می شود. برای نمونه، در فصل هفتم یان وِن گلدنر از قدرت و فشاری که گویا رسانه ها بر زندگی خانگی او (با وجود این که خانواده اش گام های عینی برای محدود کردن نقش رسانه ها برداشته بود) تحمیل می کردند، متأسف بود. در مصاحبه های ما، والدین این نفوذ و همه گیری را به شدید ترین شکل احساس کرده اند. رسانه ها، شامل تلویزیون، فیلم، موسیقی عامه پسند و _ به طرزی فزاینده _ رسانه های شخصی و دستگاه های قابل حمل، امروزه در قلب فرهنگ جوانان هستند و به نظر می رسد دامنه نفوذ آن ها به

طیفی از حوزه های اجتماعی، از تنظیم زمان، تا تأمین اصطلاح های فرهنگی مشترک و موضوعات گفت و گو _ که گفتمان اجتماعی بزرگ تر، از خلال آن ها به وقوع می پیوندد _ کشیده شده است.

آن چه بیشترین اهمیت را برای تحقیقات ما در این جا دارد آن است که رسانه ها به خانه کسانی نیز نفوذ کرده اند که _ بنا به دلایل دینی یا دلایل دیگر _ می توانیم انتظار داشته باشیم که حداکثر کنترل را بر آن ها اعمال بکنند. در واقع، در چنین خانه هایی (برای نمونه خانه میلیکن ها در فصل ششم) آن چه آشکار است در وهله اول نه واقعیت حضور رسانه ها در خانه، بلکه این است که آن ها احساس می کنند باید درباره رسانه ها کاری بکنند. این نکته مهمی است. حرف پیش پا افتاده ای زده ایم اگر بگوییم که زندگی فرهنگی و اجتماعی امروزین آمریکا اشباع از رسانه ها است. همه می دانیم که رسانه ها چه اهمیتی در زندگی ما یافته اند، و طیف رسانه های قابل دسترس در خانه ها به رشد تصاعدی خود ادامه می دهد. آن چه در این جا جالب است، این است که خانواده هایی که انتظار داشتیم از لحاظ رابطه شان با رسانه ها دوری گزین (۱) باشند، ظاهراً بالعکس، این واقعیت را تقریباً به طور ضمنی پذیرفته اند. ممکن است پرسیم، مگر کار دیگری هم می توانند بکنند؟ البته، می توانند خود را جدا کنند، همان کاری که دیگران کرده اند. (۲) ولی

۱- outlier

۲- باید یاد آوری کنم که یکی از منابع ما آمیخ ها را نمونه ای از این گونه جدایی معرفی می کرد. با این حال، خانواده هایی هستند که خود را به طور ریشه ای جدا و منزوی نمی کنند ولی با وجود این خود را از رسانه ها دور نگه می دارند. مثالی از کورینه پیتون را در فصل ۶ کتاب هوور و همکاران خواهید یافت.

در مجموع آن‌ها این کار را نمی‌کنند. در عوض، به نظر می‌رسد نفوذ رسانه‌ها را به عنوان یک امر مسلم و یک واقعیت اجتناب‌ناپذیر می‌پذیرند و در جهت توافق با [این] وضعیت گام برمی‌دارند. آن‌ها همان کاری را می‌کنند که جان تامسن به مردم پیشنهاد می‌کرد با رسانه‌ها بکنند (و سخن او را پیش از این نقل کردیم): آن‌ها رابطه خود را با رسانه‌ها نوعی وساطت، تعامل ایده‌ها و تجربه‌های برخاسته از رسانه‌ها، ایده‌ها و تجربه‌های برخاسته از زندگی روزانه تلقی می‌کنند.

هم‌چنین آن‌ها رسانه‌ها را، هم به صورت برنامه‌ها، خدمات و تجارب منفرد تجربه می‌کنند و هم به صورت یک مجموعه. آن‌ها در سطح تجربی واقعیت اجتناب‌ناپذیر در این برهه از تکامل رسانه‌ها در غرب _ تمرکز و تعامل بین رسانه‌ای این صنایع _ را درک می‌کنند. با این حال، در سطح دیگر، تمایل به این دارند که رسانه‌ها را یک نیروی یکپارچه تلقی کنند. آن‌ها با برنامه‌های منفرد به صورت انفرادی و اغلب با حدی از لذت یا ترجیح شخصی، ارتباط برقرار می‌کنند ولی رسانه‌ها به عنوان یک کل را موضوع دیگری می‌دانند. این تعبیر از همه‌گیری و نفوذ رسانه‌ها، چنان که پیش از این نشان دادیم، با اندیشه‌های دیوید گانتلت و آنت هیل و از میان دیگران، با اندیشه‌های سونیا لیوینگستن در باب نحوه‌های ادغام شدن رسانه در زندگی روزانه، سازگار است. رسانه‌ها، به لحاظی، موضوعی جا افتاده هستند. آن‌ها، با قطع نظر از این که می‌خواهیم چه تصویری از پیامدها یا تأثیراتشان داشته باشیم، اکنون بخش پذیرفته شده‌ای از فضای داخلی هستند و تا اندازه‌ای، به قول لیوینگستن شفاف شده‌اند. چنان که پیش‌تر گفتم، بنا به یک تعبیر

توصیف‌هایی از رسانه‌ها که در این جا می‌بینیم نشانه این فرآیند ادغام هستند. من می‌خواهم بگویم این واقعیت که چنین توصیف‌هایی هنوز هستند و نفوذ دارند _ این که آن‌ها در واقع ایده‌های هنجاری مهمی هستند که کل مردم در آن‌ها سهیم‌اند _ نشانه ادغام هنوز کامل نشده آن‌ها است. هرچند باید تا حدودی بپذیریم (همان‌گونه که طرف‌های مصاحبه ما در این جا تقریباً همگی می‌پذیرند) که رسانه‌ها اکنون بخشی از تار و پود زندگی روزانه، خصوصی، داخلی (و هم‌چنین اجتماعی) هستند ولی هنوز فاقد نمادها و زبانی هستیم که برای توصیف نقش آن‌ها در همه چیز مورد نیاز است؛ از جمله، نقش آن‌ها در اصطلاحات هنجاری‌ای که برای توصیف گمین شفت به کار می‌بریم. این، ظاهراً، مهم و معنی‌دار است؛ چون نقش گذشته و ایده‌ها و نماد‌های مربوط به گذشته به همان اندازه برجسته است که تلاش طرف‌های مصاحبه ما برای توصیف آرمان‌های خود در باب ارزش‌ها، معنویت، ایمان، زندگی خانوادگی و روابط متقابل بین این عرصه‌ها. زبان گذشته زبان قدرتمندی است و سازگار شدن واژگان گذشته هنوز چندان موفقیت‌آمیز نبوده است که بتواند واقعیت رسانه‌های نافذ را در خود جای دهد. هم‌چنین به نظر می‌رسد این نفوذ در اغلب این خانه‌ها به نوعی استمرار دست یافته است. زندگی آن‌چنان که در این جا توضیح داده شده است، جریان دارد و رسانه‌ها نقش خود را بازی می‌کنند. رسانه‌ها سازنده‌های الگوهای زندگی روزمره و سازنده‌های مهم

لحظه های کلیدی (گفت و گو ها) در اقتصاد اخلاقی در حال توسعه خانوار، هستند. (۱) آن ها خمیره گفت و گو ها در درون خانواده ها و بیرون از آن هستند. تکنولوژی های رسانه ای [جزء] سازنده ها، امکاناتی مهم و بخشی از موجودی ای هستند که به تثبیت جایگاه خانواده در شبکه مناسبات اجتماعی کمک می کند. در عین حال، رسانه ها تعیین کننده کل آن چه جاری و ساری است، نیستند. برخلاف برخی از آثار پیشین که نقش مرکزی برای رسانه ها در جهت دادن به جریان تجربه در زندگی خصوصی قائل بودند، (۲) در خانوار هایی که در این جا طرف صحبت ما بودند به نظر می رسد که رابطه بین رسانه ها و بقیه تجربه روزانه، تعاملی تر است. چنان که گفته ام، این موضوعی بی دردسر یا فیصله یافته نیست ولی دعوا بر سر این نیست که در کجا جریان زندگی از بسیاری جهات همان جریان رسانه ای است.

رسانه ها به منزله فرهنگ مشترک

رسانه ها به منزله فرهنگ مشترک

رسانه ها فقط به دلیل موقعیت مادی یا اجتماعی _ ساختاری شان (۳) نافذ و همه گیر نیستند. آن ها در این توصیف ها به خاطر آن چه انتقال می دهند نیز مهم اند: [یعنی] یک فرهنگ مشترک که در عین حال هم دشوار است هم جذاب. (۴) جذابیت آن ناشی از موقعیت فرضی اش در

۱- این البته اصطلاحی برگرفته از سیلورستن (۱۹۸۱) است.

۲- (۱۹۹۰) Cf. Kuby and Csikszentmihalyi.

۳- sociostructural

۴- پیشنهاد هوراس نیوکامب مبنی بر این که تلویزیون را یک تریبون فرهنگی تلقی کنیم تا اندازه بسیار زیادی مرتبط است با آن چه در این جا دیده ایم.

مرکز فرهنگ است. فرض بر این است (و ثابت شده است) که رسانه‌ها نمادها، رویدادها و ایده‌هایی را بازنمایی می‌کنند که مهم‌اند و در یک بافت اجتماعی و فرهنگی وسیع‌تر مأوا دارند. به نظر می‌رسد این‌هایی که طرف مصاحبه‌ما بودند، می‌خواهند بخشی از آن گفتمان باشند. دست کم در حال حاضر، به نظر می‌رسد که تلویزیون، بیش از رسانه‌های دیگر، مظهر آن فضای فرهنگی است. باید دید که آیا با تحول رسانه‌ها این وضع هم چنان برقرار خواهد ماند یا نه. (۱) به نظر می‌رسد نقش تلویزیون به عنوان انتقال‌دهنده این فرهنگ مشترک، در این مصاحبه‌ها در سه سطح تحقق می‌یابد. نخست، شماری از طرف‌های مصاحبه‌ما، چنان‌که در فصل‌های ششم و هفتم خاطر نشان کردیم، رسانه‌ها - به ویژه تلویزیون - را نوعی حق یا توقع تلقی می‌کنند. ما، به عنوان یک مثال خاص، به توضیحات جی میلیکن دربارهٔ حدود امکان‌اش برای دسترسی به تلویزیون اشاره کردیم: «من فقط می‌توانم دو یا سه کانال رو بگیرم» و او آن‌چه را که آن‌ها نمایش می‌دهند، تماشا می‌کند. این برداشت از توقع را به ظرافت می‌توان در طول طیف وسیعی از مصاحبه‌ها دید. برای نمونه، والدینی که ایده‌های آشکاری درباره مشکلاتشان با رسانه‌ها و نگرانی‌هایشان درباره جذب شدن کودکان‌شان به رسانه‌ها بیان می‌کنند، در جای دیگری از مصاحبه خود گزارش

۱- به باور مصاحبه‌شوندگان جوان‌تر، به نظر می‌رسد که اینترنت و وب از این نظر به تدریج جای تلویزیون را خواهند گرفت.

می دهند که هر شب از دیدن برنامه های جی لنو یا دیوید لتر من (۱) ریشه می روند. دومین سطح از سطوحی که به نظر می رسد، به ویژه، تلویزیون در آن ها نقش یک فرهنگ مشترک را بر عهده می گیرد، در قابلیت آن برای انتقال مجموعه مشترکی از نمادها، ایده ها و زبان ها قرار دارد؛ [یعنی] عناصری که بدل به بخشی از ارز رایج فرهنگی مشترک می شوند. (۲) آخرین میده ها، گرایش ها، اصطلاحات و شمایل ها را می توان در آن جا یافت و تلویزیون بیش از پیش، از طریق برنامه های خبری و سرگرم کننده اش _ و به طرز فزاینده ای از طریق سرگرمی های خبری اش (۳) _ لزوماً به ما نمی گوید که «درباره چه چیزی صحبت کنیم» بلکه می گوید «درباره چه چیزی صحبت می شود». طرف های مصاحبه ما احساس می کردند که این روابط در آن جا ها حاکم است و احساس می کردند که این ها، هم به خاطر آن چه می توانند درباره ماقوع بگویند مهم اند، هم در عین حال برای مطلع کردن ما از آن چه هر کس دیگری درباره اش صحبت می کند. البته، این تصور از رسانه ها به منزله مجموعه ای از ارز های فرهنگی مبادله، (۴) ایده جدیدی نیست ولی در بطن مصاحبه هایی که در دین و معنویت به منزله بافت های بدیل بالقوه معنا و ارزش کنکاش می کردند، می توانستم انتظار رویارویی با دیدگاه هایی

۱- Jay Leno و David Letterman: کمترین های تلویزیونی آمریکا. (م).

۲- نوشته های بسیار زیادی هستند که روی این موضوع تمرکز کرده اند و اکثر آن ها ریشه در ایده های بورديو (۱۹۸۴)

درباره سلیقه به عنوان ارز رایج مبادله فرهنگی دارند. هم چنین بنگرید به: P. ۱۶, (۱۹۹۵) Thompson

۳- infotainment

۴- cultural currencies of exchange

دور از هنجار را داشته باشیم ولی در عمل رویاروی نشدیم و در عوض، آن چه یافتیم عبارت بود از توافقی بین این گفتمان های رسانه محور پذیرفته شده و مسلم انگاشته شده و ارزش ها و آرمان های بدیل. پرسش این است که آیا چربش بیشتر با گفتمان رسانه ای است یا با امر بدیل (یعنی بافت دینی یا معنوی). ما به زودی به این موضوع باز خواهیم گشت.

سومین سطحی که به نظر می رسد عمومیت (۱) رسانه ها در آن عمل می کند، مرتبط است با قابلیت های رسانه ها برای عرضه کردن مطالب وابسته به فرهنگ به شیوه های مؤثر و جذاب. ما در بحث خود از تجارب مصاحبه شونده ها در رسانه ها خاطر نشان کردیم که صرفاً جذابیت های بساوایی، حسی یا دیگر جذابیت های برخی رسانه ها، انگیزه ها برای طیف وسیعی از سلاقی رسانه ای در میان آنان را توضیح می دهد. رسانه ها تا حدودی به این دلیل مؤثر می افتند [مخاطبان را به خود جلب می کنند] که خوش ساخت، چشمگیر و مناسب زمان و مکان شان هستند. ما معمولاً روی لذائد گناه آلودی تمرکز می کردیم که در این جا از لحاظ منابع گناه با آن ها مواجه شده ایم ولی باید به یاد داشته باشیم که داستان واقعی، همان لذت است.

ریچل آلبرت، یک مسیحی بازمتولد که در فصل ششم ملاقات اش کردیم، پرونده های مجهول و سفر ستاره ای را تماشا کرد، برنامه هایی که به روشنی می دانست با دین مداری اظهار شده او جور در نمی آیند ولی،

آن‌ها همان‌گونه برای او جذاب، گیرا و مجذوب‌کننده بود که برای میلیون‌ها انسان دیگر. این برنامه‌ها (و اغلب برنامه‌های دیگر) به این دلیل مؤثر می‌افتند که ایده‌ها و ارزش‌های مهمی را بیان می‌کنند و نشان می‌دهند که در درون فرهنگ به کار گرفته می‌شوند. ریچل و در واقع هر کس دیگری که در مصاحبه با ما شرکت کرد، از آن گفتمان‌ها کاملاً آگاه بود و از طریق مشارکت در باز‌نمایی‌هایی که تلویزیون از آن‌ها ارائه می‌کرد توانست تا حدودی در آن گفتمان‌ها داخل شود. تمایل او به گنجاندن گزارش‌هایی از این ایده در خودبیاگری خویش، ممکن است نشانه‌ای از این باشد که او درصدد است ایده‌هایی از هر دو منبع _ فرهنگ فراگیر تر و ایمان دینی خودش _ را تلفیق کرده و یک کل منسجم از آن‌ها بسازد.

از میان ایده‌هایی که در فصل‌های پیشین مورد توجه قرار دادیم، یکی هم مفهوم دوگانه باوری (ثنویت گرایی) و این عقیده بود که می‌توانیم بنا به مصلحت، دین (یا ایمان یا باور یا معنویت) و رسانه‌ها را حوزه‌های جدا از هم و جداشدنی تلقی کنیم. من بر آن بودم که باید از این اعتقاد فراتر برویم؛ چون احتمال می‌رفت که رسانه‌ها، در عصر رسانه، بیش از پیش در نقش تأمین‌کننده منابعی ظاهر شوند که به لحاظ دینی و معنوی معنی‌دار هستند. هر چند شواهدی دال بر این هستند که داریم از آن خط عبور می‌کنیم (و بحث مفصل‌تر آن، در سطور پایین آمده است) ولی ممکن است، بنابراین مصاحبه‌ها، راه‌هایی باشند که از طریق آن‌ها به نظر چنان نماید که حوزه‌های جدا از هم وجود دارند. یکی از این راه‌ها مربوط است به همین ایده فرهنگ‌های

مشترک. برخی از طرف های مصاحبه ما (به ویژه مؤمنان و جویندگان معنوی و سکولارها) به راحتی می توانستند تصور کنند که در رسانه ها چیز هایی از نظر دینی یا معنوی مهم هستند. برخی از سنت گرایان نیز همین احساس را داشتند. از نظر دیگرانی چون ریچل، بین منابع فرهنگی مرتبط با ایمان او و منابع فرهنگ فراگیر تر یک خط روشن وجود دارد. مهم این است که، حتی در مواردی چون مورد ریچل، منابع فرهنگ فراگیر تر می چربند یا حتی تا حدودی تعیین کننده اند. یک بار دیگر، آن چه به نظر می رسد دارد اتفاق می افتد چیزی است که ما، براساس تأملات نظری خود، پیش بینی کرده بودیم: این که مردم از دل طیفی از منابع به احساس قابل قبولی از خود خواهند رسید. با این حال، در بسیاری از مصاحبه های مان دریافتم که افراد احساس می کنند رسانه ها، بیشتر به لحاظ فرهنگی معنی دار هستند تا به لحاظ دینی یا به لحاظ معنوی. به نظر می رسد اغلب آن ها می توانند موقعیت خود شان، ایمان شان، ارزش های شان، رسانه ها و ادعاها یا مطالبه های فرهنگ فراگیر تر را به طور غیر ارادی مشخص کنند و مطابق با آن دست به تصمیم و گزینش بزنند. به این اعتبار، از نظر همه در همه موارد، رسانه ها به لحاظ دینی مهم هستند، ولی جای دین را نمی گیرند. هم چنین باید خاطر نشان کنیم که این گفتمان فرهنگی مشترک هم در تعامل های درون خانوار نقشی بر عهده می گیرد و هم در تعامل های بیرون از آن. درست همان گونه که افراد فرهنگی را که می توانند در تعامل شان با دوستان، همکاران و دیگران به آن دسترسی یابند و بیان کنند ارزشمند می دانند، بسیاری از خانواده ها نیز پیرامون این منابع

برای گفتمان های خودشان در خانوار تعامل می کردند.

رویه هایی که در این جا مورد بحث قرار داده ایم، ظاهراً ریشه در منطق های نفس های منفردی دارند که از دل طیفی از منابع فرهنگی، معنی دار می شوند و بسیار شبیه به یک نوع سویه پست مدرن اند که در آن، اشکال تثبیت شده و تعیین کننده جامعه، جای خود را به سلیقه فردی و نفس گرایی (من گرایی) می دهد. در این مصاحبه ها ابداعات، بازی ها و توافق های فراوانی هست. به نظر می رسد طرف های مصاحبه ما در حین رسیدن به درکی از خود شان و زندگی شان، طیفی از دانش ها و ایده ها را به کار می گیرند. از بعضی لحاظ ها، یافتن مضامین، انگیزه ها یا نتایج نظام مند در این توصیف ها دشوار است. به نظر نمی رسد که اشاره ای آشکار به حقایق اجتماعی یا فرهنگی، تعیین کننده پیامد های معنایی باشد. علایق اجتماعی یا طبقاتی بنیانی به راحتی بروز داده نمی شوند (هر چند به روشنی در پس بخش عمده آن چه ما دیده ایم خوابیده اند) و به نظر نمی رسد تاریخ یا آموزه دینی، نقش تعیین کننده ای در این فرآیند بازی کنند. اقتدار روحانی عامل چندان مهمی نیست. پس، منطق های عمده کدام اند؟ چه نوع برداشت، ایده ها و دعوی های ارزش (۱) نظام مند را می توان دید؟

این سطح معنای فرهنگی، یکی از جاهایی است که در آن می توانیم تضادی را که پیش تر مورد بحث قرار دادیم ببینیم. تضاد بین ایده های گیدنز درباره نحوه ساختن معناها در نظام مند توسط نفس های مستقل،

معناهایی که رو به سوی تکامل در بطن پست مدرنیته دارند و نگرانی‌های گرگن دربارهٔ بافت فرهنگی‌ای که به نظر مقاومت‌ناپذیر و مهارنشدنی می‌رسد. از روی آن چه در این جا دیدیم، ممکن است [بتوان] گفت که گرگن بیش از اندازه بدبین است. طیف منابع معنای فرهنگی که طرف‌های مصاحبه تجربه می‌کنند در واقع، حتی در خانوارهای کمتر مرفه، وسیع است. وفور کانال‌های تلویزیونی، همه‌گیری فزاینده وب و اینترنت و مجموعه‌ای از تغییرات دیگر در بازار رسانه‌ای، رسانه‌ها را در مرکز این هیاهو قرار داده‌اند. ولی هم‌زمان با این، آن چه این نفس‌ها در سر دارند، منطق و نظم و نظامی دارد و فرهنگ مشترک و ساطت یافته یکی از عناصر مهم آن است. یقیناً، چیزهای زیادی هست که این مردم باید با آن‌ها رویاروی شوند، دست و پنجه نرم کنند و غربالشان کنند ولی قطعاً دست به انتخاب می‌زنند و قطعاً راه‌هایی برای توصیف خودشان به خودشان و به ما می‌یابند که در بافت‌های خود آن‌ها معنی می‌دهند و مقادیر زیادی از این [انتخاب یا توصیف یا هر دو]، معطوف به آن چیزی است که فرهنگ فراگیرتر مورد توجه قرار می‌دهد و برای آن ارزش قائل است و هم‌زمان با این، ایده‌ها و منابع بیرون از حوزه‌ای که ما بیشترین علاقه را به آن داشتیم _ دین و معنویت _ نیز شاخص‌ها و پایه‌هایی برای این خانوارها فراهم می‌آورند. این که آیا این [فرآیند] برای تثبیت وضعیتی که گرگن را غصه‌دار کرده کفایت می‌کند یا نه، خارج از حوصله این تحقیق است.

می‌توانیم با بازگشت به یکی از منابع نظری خود،

عمل گرایی/تعامل گرایی، (۱) به این وضعیت از منظر دیگری نگاه کنیم. نظر من این بود که یک رویکرد تعامل گرا این خودبیانگری ها را مذاکره ای تلقی می کند که قصد از آن این است که این خودبیانگری ها هم در بافت های معین معنی دار شوند، هم در ربط با دعوی ها، ارزش ها، اصطلاحات و معناهای فراگیر تر [مستتر در] فرهنگ. این گونه توصیف ها، تقریباً بنا به تعریف خودشان، خود را به سوی چیزهایی معطوف می کنند که از مشترکات بافت فرهنگی ای هستند که بستر این توصیف ها را تشکیل می دهد. مقادیر زیادی از مطالب مربوط به رسانه ها در روایت های ما، در این جا چنان که انتظار می رود در رده ای جای می گیرند که ما عنوان توصیف هایی از رسانه ها _ یعنی ادعاها و برداشت ها درباره نقش و جایگاه رسانه ها و رویه رسانه ای در بافت وسیع تر ارزش های اجتماعی و فرهنگی _ را بر آن نهادیم ولی هم زمان با این، طرف های مصاحبه ما آشکارا با ایده های مهمی که از طریق رسانه ها به آن ها می رسند، دست و پنجه نرم می کنند. قطعه ای که در پایان فصل نهم از دورین ریچاردز آوردیم یک نمونه است. او، با وجود چیزی که ممکن است تعبیر جا افتاده ای از ارزش های اجتماعی مربوط به هم جنس گرایی باشد، با برنامه مهمی که (البته در کنار تجربه شخصی بی واسطه او) به او کمک کرده است تا تجدید نظر در برخی از این ارزش ها را آغاز کند ارتباط برقرار می سازد. شاید بتوان توصیف

۱- pragmatism / interactionism : عمل گرایان، معنی و حقانیت معتقدات ما را بر حسب نتایج یا مضمون عملی آن ها تفسیر می کنند و تعامل گرایان معتقدند که دو قلمرو وجود دارد، یکی جان یا ذهن و دیگری تن، که با هم تعامل دارند. یعنی بر یکدیگر تأثیر می گذارند (بنگرید به فرهنگ اندیشه نو، انتشارات مازیار). (م).

دورین را نمونه ای دانست از این که چگونه رسانه ها در مدرنیته متاخر به خدمت تضعیف تدریجی ساختارها و ارزش های فرهنگی و اجتماعی بنیادین درمی آیند. این توصیف، در عین حال، با وضوح بیشتر به نظر می رسد نمونه ای از تحول ارزش های مربوط به یک موضوع اجتماعی مهم باشد که در موقعیت های مرکزی رسانه ها ظاهر شده است و با تجربه اجتماعی خود دورین پیگر بندی شده و بدین ترتیب نقش نوعی بنیان را برای باور های در حال تحول او ایفا می کند. این نمونه ای است از این که چگونه امر مشترک ممکن است از بطن ناموزونی ظاهری فرهنگ سر بر آورد. تعامل دورین با بافت اجتماعی خود، و با رسانه ها، به خدمت فراهم آوردن دیدگاهی درمی آیند که او از طریق آن می تواند به ادراک نفس در حال تحول اش نائل آید.

مسئله حل نشده در این جا البته این است که آیا نسبت به این وضعیت باید خوشبین باشیم یا بد بین. دلیلی داریم که باور کنیم _ برخلاف استدلال مبنی بر این که وضعیت پست مدرن فاقد مرکزها و دیدگاهها و منطق های نظم دهنده است _ یک مرکز گرایی در جنبه های مربوط به فرهنگ مشترک تجربه رسانه ای وجود دارد. از میان اظهار تأسف ها درباره وضعیت پسین ° مدرن (۱) یکی هم نگرانی درباره سیاست ورزی هویتی (۲) است که بیش از پیش عصر سیاسی را تعریف می کند. دین از این نظر یکی از بازیگران اصلی شناخته شده است. بنا به این استدلال، دین بیش از پیش به خدمت فراهم آوردن مرکزها و منابع

۱- late-modern condition

۲- identity politics

بدیل برای علایق و بینش‌ها درمی‌آید و به تکه تکه شدن روز افزونِ مرکز فرهنگی یاری می‌رساند. شواهد موجود در این جا قرائت بدیلی را پیشنهاد می‌کنند. دین می‌تواند چنین منابعی را برای مرکز گرایی و معنا فراهم بیاورد و قطعاً فراهم می‌آورد و طرف‌های مصاحبه ما بی‌درنگ به درس‌هایی که از دین گرفته‌اند و ارزشی که دین برای شان دارد اشاره کردند ولی همزمان با این، آن‌ها خود را بخشی از یک گفتمان فرهنگی و ساطت یافته بزرگ تر نیز تلقی می‌کردند. البته این لزوماً بدان معنا نیست که یک اتفاق نظر وجود دارد (به یاد گلن دانگل در فصل چهارم می‌افتیم) ولی نمی‌توان گفت که، برای نمونه، محافظه‌کاران دینی‌ای که با آن‌ها مصاحبه کردیم، در حاشیه‌های فرهنگ منزوی شده‌اند. آن‌ها مانند هر کس دیگری _ به عنوان مخاطبان رسانه‌ها _ در آن فرهنگ مشارکت می‌کنند.

توافق با رسانه‌ها و فرهنگ

اشاره

توافق با رسانه‌ها و فرهنگ

من، در فصل چهارم، از رویکرد روایی در این تحقیق دفاع کردم و در آن جا گفتم که این گونه روایت‌ها روش اکتشافی‌ای عرضه می‌کنند که از طریق آن می‌توانیم روابط تعاملی رسانه‌ها، دین، معنویت و بافت به منزله منابع فرهنگی برای معنا سازی را ببینیم. هم چنین گفتم که تبدیل کردن پرسش هویت به ایده تنظیم کننده اصلی این تحقیق مهم است. چون این کار فرصتی فراهم می‌آورد که از طریق آن می‌توانیم ببینیم که این عناصر گوناگون در ابراز وجود هویت کنار هم قرار

می گیرند. چنان که تا این جا دیدیم، توصیف فرآیند معناسازی در این حوزه ها به منزلهٔ یک توافق بین ایده ها، بافت ها و ادعاهای غالباً ناهمگون، کار معقولی بوده است. در موارد بسیار، آن چه دیدیم عبارت بوده است از شواهدی دال بر تضاد هایی در میان این زندگی ها و این روایت ها، هم چنین شیوه هایی که از طریق آن شیوه ها، طرف های مصاحبه ما برای حل آن تضاد ها تلاش می کردند. این توافق ها از زمره جالب ترین و مفید ترین چیز هایی هستند که در مصاحبه های خود دیدیم. طرف های مصاحبه ما، به میزانی بیش از آن که شاید انتظار داشتیم، در روایت های خود حدی از استقلال بازتابنده را در نحوه ساختن این خودبیانگری ها نشان می دهند. ما آشکارا حدی از بازتابندگی را در این توصیف ها پیش بینی می کردیم. گیدنز می گوید که این موضع گیری در برابر فرهنگ یکی از چیز های مهم زندگی پسین مدرن است. هم چنین، ما، هم بر اساس [آرای] گیدنز و هم بر اساس دانش دینی [موسوم به] سرمشق نوین (۱) پیش بینی می کردیم که حدی از استقلال نیز دخیل خواهد بود.

تمایز ها

تمایز ها

به نظر می رسد تمایز، محور بسیاری از این توصیف ها و توافق ها است. موضع گیری در برابر رسانه ها یکی از نتایج تمایز است. انبوهی از نوشته ها در مطالعات مربوط به رسانه ها هستند که کانون توجه شان را تفاوت و تمایز و ارزش های اجتماعی آن ها تشکیل می دهند. طرف های

مصاحبه ما بر سر شماری تمایز های مهم اشتراکِ نظر داشتند.

بسیاری از طرف های مصاحبه ما، در طول طیفی از رده های دینی و اجتماعی، با این توصیفِ غالب از رسانه ها که رسانه های تصویری ارزش کمتر، یا سؤال برانگیز تری نسبت به رسانه های دیگر دارند، موافق بودند.

همان گونه که به یاد داریم، پرسیلا کاستلو این را در فصل پنجم توضیح داد. این مطلب به ویژه دربارهٔ تلویزیون صادق است ولی همه رسانه های بصری نیز، بر خلاف رسانه های دیگر، مانند کتاب، کم و بیش در معرض سوء ظن هستند. تنها استثناء البته فیلم است و فیلم جدی از زمره رسانه هایی است که از نظر اغلب طرف های مصاحبه ما به لحاظ معنوی و اخلاقی کاملاً معنی دار بود. در مصاحبه های ما، کسانی که ما جویندهٔ معنوی، مومنین معاصر و سکولاریست می نامیم، تمایلی به این دیدگاه در باب رسانه ها داشتند ولی هم زمان با این، والدین عمدتاً معتقد بودند که کتاب ها و آثار چاپ شده، رسانه ای به مراتب بهتر، به ویژه برای کودکان، هستند.

یکی دیگر از تمایز های جالب آن است که، هم زمان با این، به نظر می رسید اغلب طرف های مصاحبه ما می خواهند با آن چه ما ممکن بود به هنگام طرح پرسش مربوط به رسانه ها، احساسات اصیل دینی یا معنوی بنامیم، ارتباط برقرار کنند. ما دیدیم که برای طرف های مصاحبه ما برقراری ارتباطِ آسان و بدون مشکل با این چیز ها چقدر دشوار است. ما برای پی بردن به پرسش های مربوط به رسانه های واجد معنای معنوی، شیوه های جور واجوری را به کار گرفتیم. غالباً، تنها پس از گفت و گو های مفصل بود که طرف های مصاحبه ما می توانستند این گونه

تجارب را توضیح دهند. عمدتاً، وقتی آن‌ها از پس این کار برمی‌آمدند، شاهد مثال‌شان را از موسیقی می‌گرفتند؛ هر چند مثال‌هایی از فیلم‌ها، کتاب‌ها و منابع دیگر نیز بود. آوردنِ مثالی از تلویزیون دشوار تر بود، ولی برخی از مثال‌هایی که در اشاره به تلویزیون آورده شدند به ویژه جالب بودند، برای نمونه دست کم از نظر دو تن از مردمانی که طرف‌مصاحبه ما بودند و شرح‌شان در این کتاب آمده، (۱) [مجموعه برنامه‌های] اندی گریفیث برنامه‌های با اهمیتی بود. بدون شک تمایز مربوط به رسانه‌های تصویری، مانند انواع دیگر این تمایزها، توصیف پذیرفته شده‌ای از رسانه‌هاست که وجه اشتراک عمده اش فرهنگ است. چنان‌که در جای دیگری اشاره کرده‌ام، (۲) خوار شمردن تلویزیون و رسانه‌های بصری در گفتمان آموزشی و تربیتی، امری معمولی است. اهمیت فیلم را در همه توصیف‌ها می‌بینیم. (۳) فیلم از دیر باز در اغلب محافل نخبه، دست کم به طور بالقوه به شأنِ نوعی هنر دست یافته است و از این رو رسانه‌ای مرتبط با سطح عمیق‌تر معنا تلقی می‌شود. موسیقی از چنین شأنی برخوردار نیست ولی شاید بتوان گفت که موسیقی ممکن است عملاً همان وجهی باشد که صرفاً به لحاظ دینی و معنوی، واجد معنای خاصی است. موسیقی که به روشنی یکی از تودارترین شیوه‌های بیان است _ که پیش‌تر بدان اشاره کردم _ از دیر باز

۱- و دیگرانی که با آن‌ها مصاحبه کرده ایم و نامشان در کتاب نیامده است.

۲- Lee Hood, Lynn Schofield Clark, Joseph G. Champ, and Diane F. Alters, "The Case (Studies: An Introduction)," Chapter Five in Hoover et al. (۲۰۰۴).

۳- "the significance of film is a related account of

نقشی صوری در آیین و تکالیف دینی داشته است ولی می تواند وارد محیط های غیر صوری و تلویحی نیز بشود. دست کم از منظر مصاحبه های ما این گونه به نظر می رسد.

یک عنصر مهم دیگر البته این واقعیت است که در سال های اخیر، یک اقتصاد سیاسی که همان موسیقی دینی عامه پسند باشد، در قالب موسیقی مسیحی معاصر (CCM) ظهور کرده است. چنان که دیدیم، CCM از نظر بسیاری از طرف های مصاحبه ما، به ویژه جوانان در خانوار های بازمتولد، منبع بسیار مهمی بود. با این حال، فقط آن ها نبودند که موسیقی را عنصر مهمی تلقی می کردند.

یکی دیگر از مجموعه تمایز های مهمی که طرف های مصاحبه ما قائل می شوند، تمایز بین خودشان و «آن دیگران» بود. بسیاری، به شیوه ای که بی شباهت به تأثیر شخص سوم (۱) در مطالعات رسانه ها نبود، (۲) می توانستند در خصوص این پرسش ها، هویت خود را به واسطه این که چه کسی نیستند، تعیین کنند؛ برای نمونه، اغلب والدین، خود را متمایز از والدین دیگری تلقی می کردند که نفوذ درستی بر زندگی رسانه ای کودکان شان اعمال نمی کردند ولی آن چه برای طرح ما در این جا مهم تر است، تمایزهایی بودند که با ارجاع به ارزش ها و نگرش های دینی معطوف به رسانه ها به عمل می آمدند. این تمایز ها در میان مومنین معاصر و جویندگان معنوی و سکولاریست های ما که نگرش درباره رسانه را یکی از شاخص های مهم هویت یابی دینی تلقی می کردند،

Third-person effect - ۱

(Cf. Davison (۱۹۸۳ - ۲)

رایج تر از گروه های دیگر بود. عده ای، با اشاره ای آشکار به این که مردم عموماً محافظه کاران دینی را افرادی می دانند که در برخوردشان با رسانه ها مواضع اخلاقی به خود می گیرند و در رسانه ها بیشتر نگران سکس هستند تا خشونت، بسیار به خود می بالیدند از این که بدین لحاظ از آن ها متمایز می شوند. به نظر می رسید با افتخار می گویند، «ما اخلاق گرا نیستیم، و از این طریق از محافظه کاران دینی متمایز می شویم».

برخی از طرف های مصاحبه ما علاقه خاصی نشان می دادند به روشن کردن این امر که آن ها در تلویزیون بیشتر نگران خشونت هستند تا سکس و این هم راهی بود برای توضیح این که در کجای این قلمرو دینی _ فرهنگی ایستاده اند. به نحوی جالب، و سازگار با آن چه پیش تر درباره فرهنگ مشترک رسانه ها گفتم، به نظر می رسید که هم مسیحیان بازمتولد هم جزم اندیشان (دو گروهی که قرار است در این خصوص بیش از بقیه محافظه کار باشند) احتمالاً بیشتر نگران سکس بودند تا خشونت، هرچند نه به شکلی آشکار. یکی از اشتراکات در میان مصاحبه های فصل های ششم و هفتم عبارت بود از نگرانی مشترکی که والدین درباره سکس و خشونت، هر دو، داشتند. ولی مسئله جالب در همه این موارد این است که منشا استنباط شده، نقش یک شاخص عموماً قابل فهم برای تفاوت دینی را برعهده می گیرد.

یکی از غیر مترقبه ترین و جذاب ترین تمایزهایی که دیده ایم، خوارشماری تقریباً همگانی پخش برنامه های دینی در این مصاحبه هاست. در وهله اول، زیاد می دیدیم که وقتی طرف های مصاحبه

درمی یافتند که ما علاقه مند به رابطه بین رسانه ها و دین هستیم، گمان می کردند منظور تبلیغ مسیحیت از طریق تلویزیون است. با پیش روی مصاحبه ها، درمی یافتیم که حتی مسیحیان بازمتولد و اونجلیست ما، با وجود دانش زیاد شان درباره برخی انواع تلویزیون دینی، در صدد برمی آیند خود را از آن نوع رسانه ها مبرا کنند. به روشنی، حدی از نکوهش اجتماعی مرتبط با تبلیغ مسیحیت از طریق تلویزیون در فرهنگ به طور عام وجود دارد. جالب است که می بینیم چنین احساسی شامل مخاطبانی که به احتمال زیاد باید بینندگان و شنوندگان [این برنامه ها] باشند، نیز می شود. به استثنای برنامه های رادیویی سازمان تمرکز (حمایت از) بر خانواده و رسانه های مخصوص کودکان مانند مجموعه داستان سبزیجات، نمونه های چندانی حاکی از این که رسانه های دینی به طور آگاهانه اهمیت زیادی در این روایت ها دارند پیدا نکردیم. سردمداران تله ونجلیسم معرفی و نکوهش می شدند. هر چند اشاره ای کلیشه ای به تلویزیون دینی در برخی از مصاحبه ها دیده شد ولی تلویزیون دینی هرگز در مقام آن نوع برنامه سازی جالب، جذاب یا ارزشمندی که حتی اونجلیست ها در رسانه های سکولار می یافتند، مطرح نشد.

از نظر برخی، یک برنامه دینی هر از گاهی ارزشمند بود ولی شبکه PAX و برنامه های احساساتی و ملایم [عاری از عناصر زننده] در شبکه های هالمارک، حتی از نظر آن ها، ارجح بودند. این یافته، در کنار آن چه درباره روابط بین هویت دینی و رسانه های فرهنگ فراگیر تر _ فرهنگ سکولار _ گفتیم در نظر بگیریم، حائز اهمیت است. البته این

حرف که رابطه ای قیاسی (۱) بین ارزش های دینی محافظه کار و پخش برنامه های دینی وجود دارد، سخن پیش پا افتاده ای است. این پدیده البته با ظهور تبلیغ مسیحیت از طریق تلویزیون و نقش آن در برآمدن جنبش نو-انجیلی مرتبط است. با این حال، شواهدی که در این جا می بینیم حکایت از واقعیت متفاوتی دارند.

کسانی که حافظه شان به گذشته های دورتر قد می دهد، ممکن است بگویند که تبلیغ مسیحیت از طریق تلویزیون، حتی با وجود مخاطبان بالقوه اصلی اش، به دلیل رسوایی هایی که در اواخر دهه ۱۹۸۰ این صنعت را به لرزه درآورد، موفق نیست ولی در این جا شواهد چندانی دال بر این عدم توفیق ندیدیم. بلکه، آن چه مورد اعتراض مردم در خصوص تبلیغ مسیحیت از طریق تلویزیون است، چیزهای خاصی هستند که به فرم این ژانر به صورتی که آن ها می فهمند، برمی گردند؛ برای نمونه از نظر جی میلیکن و کارل کالاهان، این برنامه ها بیش از حد به معلق گویی و اصول تندرستی و ثروت اختصاص یافته اند. این برداشت از تبلیغ مسیحیت از طریق تلویزیون که در این جا می بینیم، سازگار با عقایدی است که تد اولسن در فصل نهم به اونجلیست ها جریان غالب نسبت می دهد.

اولسن، پت رابرتسن و جری فالول - چهره های تله ونجلیسم - را نکوهش کرده و می گوید:

آن ها مایل اند رسانه های سکولار توجهی بیش از آن که

استحقاق شان است به آن‌ها معطوف کنند؛ چون چهره‌هایی تلویزیونی هستند.

او معتقد است که افکار عمومیِ اونجلیکال متعلق به جریان غالب یا اکثریت، آن‌ها را مقاماتِ صلاحیت‌دار به شمار نمی‌آورد. در تایید این مطلب، وقتی در برخی مصاحبه‌ها به تله‌ونجلیسم می‌رسیدیم، در اغلب موارد صحبت از TBN و بنی‌هین به میان می‌آمد. در هیچ‌یک از مصاحبه‌های ما با بازمتولدها یا جزم‌اندیشان، اشاره‌ای به رابرتسن و فالول نشد.

یک موجودی نمادین

یک موجودی نمادین

به جز تمایزهای ایجاد شده، موضوعات دیگری نیز هستند که در توافق‌های مشاهده شده، نقش مهمی بر عهده دارند. یکی از انتظاراتی که در آغاز تعیین کرده بودم، مربوط بود به نقشی که رسانه‌ها ممکن است در فراهم آوردن نوعی موجودی نمادین (۱) برای عمل معناسازی‌ای داشته باشند که سرشار از بار دینی است. چنان‌که بعداً با تفصیل بیشتری خواهیم گفت، نمونه‌های بسیاری از رسانه‌هایی را سراغ داریم که به این نحو کار می‌کنند.

با این حال، مهم است خاطر نشان کنیم که به نظر می‌رسد رسانه‌ها، از لحاظ شیوه یا سبک توافقی که دیده‌ایم، در دو سطح اهمیت دارند. آن‌ها، افزون بر موجودی نمادین، یک بافت نیز هستند. بخش عمده آن‌چه پیش‌تر درباره‌ی انتقال فرهنگ مشترک توسط رسانه‌ها گفتیم،

ریشه در این تعبیر از بافت دارد. فرآیند ها و رویه های مشروعیت بخشی به ایده ها و ارزش های گوناگون در رسانه ها، متممکن یک توافق بین این دو تعبیر از رسانه هاست.

جودی کروزر، در فصل چهارم، نمونه خوبی بود؛ چون گفتمان های وساطت یافته درباره علم و داستان خیالی را به بوته سنجش می گذاشت. جودی هم چنین نمونه خوبی است از جنبه دیگری که در توافق ها می بینیم و آن این است که انواع چیز هایی که در این روایت ها به لحاظ دینی و معنوی با اهمیت تلقی می شوند، اغلب کاملاً دور از انتظارند. بخش عمده مطالبی که به آن ها اشاره شد قابل پیش بینی است و سرآغاز آن ها طیفی از برنامه هایی است که احساساتی و ملایم می نامیدیم؛ چیز هایی چون خانه ای کوچک در مرغزار، کریستی و آسمان هفتم. بعضی برنامه ها، به ویژه برنامه دینی، از لحاظ غیبتشان از این بحث ها، در خور توجه بودند ولی پیرامون طیف وسیعی از مطالب و رای این ها نیز صحبت می شد: همه چیز از علم و داستان خیالی گرفته تا ماجراهای گوتیک (۱) اسرار آمیز تا فیلم های خشنی چون شجاع دل، تا خانواده سیمپسن و تا مونت پائون و جام مقدس. از یک لحاظ، این دست چین کردن مطالب برای صحبت، یکی از شیوه های تمایزی است که پیش از این درباره آن سخن گفتیم.

یک نکته مهم در تمایز اجتماعی بین تری آلبرت، پدر مسیحی بازمتولد که از شجاع دل نام برد و شریل مورفی، مادر سکولار ی که

۱- gothic، سبک نوشتاری ای که در اواخر قرن ۱۸ محبوبیت داشت و حاصل آن داستان هایی است که ماجرای شان در مکان های دور افتاده ترسناک می گذرد. (م).

انگشت روی گاندی گذاشت، مربوط به گزینش های آن هاست. این امر، مفهوم استقلال را که در آغاز مورد بحث قرار دادیم برجسته می کند. منطق این مصاحبه ها، به جای چرخیدن به دور مجموعه ای از ایده ها درباره این که چه چیزی در رسانه ها با اهمیت است یا باید باشد، بر روی گزینش مستقل متمرکز شده است.

رویه بازیگوشانه

رویه بازیگوشانه

در قلب پرسش های مربوط به استقلال و گزینش، موضوع دیگری در این توافق ها جای گرفته است: انتظار یا توقعی که ریشه در بخش عمده گفتمان های پذیرفته شده درباره رسانه ها دارد. انواع و اقسام مقامات فرهنگی، از جمله معلمان، روحانیون، مربیان دینی (و استادان دانشگاه)، رویه مصرف رسانه ها _ به ویژه در سطح گزینش برای دیدن _ را چیزی از قماش یک فرآیند مشورتی یا آگاهانه تلقی می کنند. طیف وسیعی از گفتمان غیر حرفه ای درباره رسانه ها، هم چنین بسیاری از ایده های مستتر در قلب جنبش به اصطلاح سواد رسانه ای، بر این فرض اند که مردم در تصمیماتشان بر سر این که در حوزه رسانه ها چه چیزی را تماشا کنند و چه کاری انجام دهند، طیفی از ایده ها و ارزش ها را به میدان می آورند. در مقابل، بخش عمده آن چه در این جا دیده ایم، به نظر می رسد بیشتر بازیگوشانه باشد تا مشورتی. پیش تر اشاره کردیم که مردم در این جا تمایل دارند رسانه ها را چیزی تلقی کنند که آن ها صرفاً با آن ور می روند. به نظر می رسد شیوه عمل آن ها در این ور رفتن، از منطق خودش پیروی می کند، نه از نوعی روند شناختی، مشورتی یا

آگاهانه ای که احتمالاً خواسته ایم یا توقع داشته ایم.

کودکان و استقلال

کودکان و استقلال

یکی دیگر از موضوعات مربوط به توافق، زمانی به ظهور می رسد که می خواهیم بینیم مردم در مصاحبه ها چه تصویری از خودشان در مقام والدین و از رابطه مناسب بین رسانه ها و دین / معنویت در ربط با کودکان دارند. (۱) چنان که در فصل هفتم خاطر نشان کردیم، بسیاری از خانواده هایی که ممکن بود انتظار داشته باشیم موضعی اخلاقی در قبال رسانه ها بگیرند؛ یعنی بازمتولد ها و جزم گرایان، همگی چنین موضعی نمی گیرند. به ویژه مؤمنان بازمتولد معمولاً اکراه داشتند از این که احساس کنند محافظت کودکان شان از گزند رسانه های بد بر عهده آن هاست. حتی گلن دانگل، که از نظر ما یک جزم گرا بود، دیدگاهی را بیان می کرد که می توان آن را در ربط با رسانه ها و کودکان تربیتی (۲) در برابر پیشگیرانه (۳) نامید. کارل کالاهان در فصل ششم گفت که «ما می خواهیم آن ها بدانند که زندگی پر از گزینش هاست». این تصور که تربیت فرزند یعنی «کمک به کودکان برای دست زدن به گزینش های رسانه ای مستقل مناسب حال خودشان»، همراه با مضمون فراگیر گزینش مستقل – که پیش تر دیدیم – در سراسر این مصاحبه ها خود را به رخ می کشند. به نظر معقول می آید که بزرگسالانی که احساس

(Cf. Davison (۱۹۸۳ – ۱)

pedagogical – ۲

prophylactic – ۳

می کنند از استقلال و قدرت لازم برای اتخاذ تصمیم های خودشان و رسیدن به نتیجه گیری های خودشان برخوردارند، نقش خود را کمک به کودکان شان برای کسب همان مهارت ها بدانند.

ما، به دلیل فرضیه های پذیرفته شده درباره رابطه بین طبقه اجتماعی و ایده های مربوط به تربیت فرزند، می بایست چنین دیدگاهی را در مصاحبه های خود از مؤمنان معاصر و جویندگان معنوی انتظار می داشتیم. هم چنین می بایست انتظار می داشتیم که والدین محافظه کار در قبال کودکان خود اخلاق گرا تر و سخت گیر تر باشند. برعکس، تقریباً همه والدین در این جا، در طول طیف طبقه بندی روف یک توصیف از رسانه ها بیان کردند، مبنی بر این که نقش مناسب والدین در زمینه رسانه ها عبارت است از مجهز کردن کودکان شان به مهارت ها و ارزش هایی که برای دست زدن به گزینش های خودشان بدان ها نیاز دارند، نه تلاش در راه محافظت آن ها از گزند چیزهایی که نباید ببینند. این حتی درباره والدینی صادق بود که در شرایط دیگر اخلاق گرا ترین توصیف ها از رسانه ها را بروز می دادند. به نظر می رسد که، در زمینه فرهنگ مشترک همه گیر رسانه ها، در حالی که کمتر کسی از والدین تصمیم گرفته است که دور رسانه ها را به طور کلی خط بکشد، اغلب آن ها به این نتیجه رسیده اند که واکنش مناسب عبارت است از آماده کردن کودکان شان به تعامل با آن، نه تلاش برای پرهیز از آن.

طبقه اجتماعی

طبقه اجتماعی

ما، تا این جا، نه به اجمال و نه به تفصیل، پرسش های مربوط به طبقه

اجتماعی را به بحث نگذاشته ایم. هر چند موضوعات طبقه و منافع طبقاتی، شالوده بخش زیادی از بررسی های فرهنگ گرایانه رسانه ها را تشکیل می دهند ولی من در این جا، برای به کرسی نشاندنِ تعبیری از این امر که چگونه منابع مستقر در اعتقادات و تجارب دینی و معنوی به کار گرفته می شوند، از رویکردی دفاع کرده ام که به ورای پرسش های مربوط به سلا-یق و رویه های طبقاتی _ که کانون توجه تلاش های دیگر بوده اند _ نظر دارد. شکی نیست که پرسش های مربوط به طبقه و دیگر رده های اجتماعی، نقشی بر عهده دارند. هر چند تحلیل کامل مسائل طبقاتی خارج از چهارچوب این تحقیق است ولی یک حوزه که طبقه ممکن است نقش کاملاً مهمی در آن ایفا کند، مربوط است به سلائق و گزینش های رسانه ایِ اظهار شده ای که دیده ایم. دیدیم که چگونه گزینش های رسانه ایِ طرف های مصاحبه ما، در برخی موارد تن به یک ارتباط منطقی با ارزش های دینی آن ها نمی دادند ولی برای نمونه، درباره جی میلیکن یا مولر، می توان گفت که برخوردشان با رسانه ها شاید بیش از آن که بیانگر اعتقادات دینی آن ها باشد، تا حد بسیار زیادی بیانگر سلائق و منافع طبقه اجتماعی آن هاست. در یک جا پرسیدیم «چه چیز اساساً دینی در گزینش های رسانه ایِ آن ها هست؟» پاسخ دادند، «هیچ چیز». از طرف دیگر، همین را درباره برخی از ترجیح های سلیقه ای در میان جویندگان معنوی و سکولاریست های ما نیز می توان گفت. این البته مربوط است به موضوع رسانه به مثابه فرهنگ مشترک. چنان که پیش تر گفتم، احساس می شود که رویه های مشاهده شده در این جا، بیشتر جهت گیری فرهنگی دارند تا دینی. از

آن جا که سلايق طبقاتی ریشه در آن فرهنگ فراگیرتر دارند، در مرتبط کردن بسیاری از طرف های مصاحبه ما با آن فرهنگ نقشی ایفا می کنند.

در فصل هفتم فایده ای را که رده بندی روف برای تحلیل ما در این جا دارد، ملاحظه کردیم. هر چند از نظر ما مقایسه هایی که در آن جا می توانستیم به عمل بیاوریم ارزش زیادی داشتند، با وجود این مشاهده کردیم که همسانی های بین رده های گوناگون از بعضی لحاظ جالب تر از تفاوت ها هستند. چنان که دیدیم، این منجر به پیدایش تعبیری از رسانه ها شد که آن ها را مرتبط با برداشت های افراد از فرهنگ مشترکی (به صورتی که منظور نظر ما بود) می داند که مردمانِ جای گرفته در رده های دین و معنویت رو به سوی آن دارند ولی در این تحلیل ایده های روف از چند طریق کاملاً پشتیبانی شده اند. اصلی ترین آن ها برداشت او از فرهنگ جوینده (۱) یا جست و جو (۲) است. چنان که گفته ایم، روف نشان داده است که روحیه جویندگی، ریشه در واقعیت اجتماعی بنیادین مدرنیته دارد. او، به ویژه، به ایده های گیدنز دربارهٔ نفس و بازتابنده بودن اش و جست و جوی آن در پی کمال اشاره می کند. از یک لحاظ، دین مداری جوینده همان گیدنز، تعمیم یافته به دین پسین مدرن است. آن چه در این جا دیده ایم این ایده ها را تایید می کند. تقریباً همه طرف های مصاحبه ما شکل یا سطحی از قریحه پویش را بروز می دهند. این حتی در میان افرادی از رده های روف که احتمالاً باید بیش از همه

۱- seeker

۲- quest

رو به سوی اقتدار نهادی، عقیدتی یا روحانی داشته باشند، نیز دیده می شود. بازمتولدها و حتی برخی از جزم گرایان در این جا خود را اصلی ترین عنصر معناسازی دینی شان معرفی می کنند و تعداد قلیلی، اگر اصلاً چنین کسانی باشند، مایل هستند اقتدار را به هر کسی تفویض کنند تا از جانب آن ها تصمیم بگیرد.

موجودی نمادین چیست؟

موجودی نمادین چیست؟

یکی از مهم ترین پرسش ها در این جا از سرشت آن مطالبی است که در رسانه ها وجود دارد و به لحاظ دین و معنویت معنادار تلقی می شود. در یکی از فصل های پیشین گفتم که یکی از کار هایی که از این روایت ها برمی آید، آن است که به ما امکان دهند تا خود را با این طرف های مصاحبه هم سو کنیم، همراه با آن ها به گذشته نگاه کنیم و رو به رسانه ها، درکی از آن چه آن ها در آن جا می بینند و تجربه می کنند به دست آوریم. ما پیش از این، منطق دین را معرفی کردیم و گفتیم که این منطق راهی است برای فهم آن چه در موجودی نماد ها، ایده ها و ارزش های موجود در رسانه ها (در این جا رسانه های مربوط به این پرسش ها) وجود دارد. اگر به جای این، یک رویکرد استقرایی تر – برای نمونه، یک تحلیل محتوایی صوری – اتخاذ می کردیم، بخش عمده آن چه را که در این جا مورد بحث قرار داده ایم از نظر دور می داشتیم. برای نمونه، مجموعه برنامه ها و دیگر مواد رسانه ای را که از نظر طرف های صحبت ما در این جا معنادار بود از نظر دور می داشتیم ولی در

غیر این صورت هم آن‌ها را از نظر دور می‌داشتیم؛ چون از لحاظ صوری به هیچ شکل، دینی به نظر نمی‌رسیدند. هم چنین شیوه بازیگوشانه و غیر مستقیم و حساب نشده‌ای را از نظر دور می‌داشتیم که آن‌ها از طریق آن با رسانه‌هایی که از نظر خودشان مهم و قابل اعتماد هستند، ارتباط برقرار می‌کنند.

یکی از رده‌های اصلی مطالب در حوزه رسانه‌ها البته رویداد‌های رسانه‌ای از نوع حوادث ۱۱ سپتامبر، اُکلاه‌ماسیتی و کلمباین هستند. رسانه‌ها به طرق مختلف و در زمان‌های مختلف در سیلان زندگی روزمره و تجربه روزمره وقفه ایجاد می‌کنند و اخبار و رویداد‌های دیگری را که ممکن است از نظر معنوی یا دینی مهم باشند به میان می‌کشند. در این جا شواهدی در دست است که نشان می‌دهند مردم این گونه وقفه‌ها را می‌فهمند و به آن‌ها واکنش نشان می‌دهند؛ هر چند سطح علاقه مندی‌شان به آن‌ها ممکن است پایین‌تر از آنی باشد که ما بر اساس نوشته‌های تحقیقی مختص رویداد‌های رسانه‌ای، آیین رسانه‌ای و افسون شدن از طریق رسانه‌ها انتظار داشتیم ولی هم‌زمان با این، طیف بسیار وسیعی از رسانه‌ها از نظر طرف‌های مصاحبه‌ما به لحاظ دینی و معنوی با اهمیت هستند.

افزون بر نمونه‌های کم و بیش فردی (۱) که کسانی چون جودی کروزر ارائه می‌کردند، شماری از برنامه‌های تلویزیونی هستند که طرف‌های مصاحبه‌ما آن‌ها را به عنوان برنامه‌های مهم تماشا می‌کنند. دو

۱- بحث مفصل والد بودن فرزند در ربط با این پژوهش و برخی از همین منابع اطلاعاتی را در کتاب هوور و همکاران (۲۰۰۴) خواهید یافت.

مجموعه ای که از بقیه نمایان ترند ماجرای خانوادگی آسمان هفتم و انیمیشن خانواده سیمپسن هستند. هر چند عمدتاً آن ها را نمونه های مهمی از حضور دین در رسانه ها تلقی می کردند ولی به وضوح در میان طرف های مصاحبه ما اتفاق نظر بر سر این برنامه ها وجود نداشت.

به نظر می رسید عده زیادی بر این نظرند که احساسات گرایی آسمان هفتم یکی از عناصر مهم دخیل در اهمیت یافتن آن است و در عین حال به این عنصر صوری که برنامه درباره خانواده یک کشیش است اشاره می کردند و می گفتند که بنابراین باید _ تا حدی _ برنامه ای آشکارا دینی به حساب بیاید. ولی چنان که کسان زیادی خاطر نشان کرده اند، دین مداری خانواده از جنبه های اصلی این برنامه نیست و به نظر می رسد از دید مصاحبه شوندگانی که نظر مثبتی به آن برنامه داشتند، نکته مهم تر صفا و خوش قلبی آگاهانه آن است. در مقابل، خانواده سیمپسن بسیار جدل انگیز است. در حالی که به نظر می رسید تنها خانوار های محافظه کار تر (بازمتولدها و جزم گرایان) با نظر مثبت از آسمان هفتم یاد می کنند، هم محافظه کاران هم لیبرال ها (یعنی، مومنین معاصر، جویندگان معنوی و سکولاریست ها) خانواده سیمپسن را دیده بودند و درباره آن اظهار نظر می کردند ولی طیف جالبی از دیدگاه ها در میان محافظه کاران هست که در آن، برخی این برنامه را تجسمی از همه بدی های تلویزیون توصیف می کنند و دیگران بینندگان

همیشگی آن هستند و از آن لذت می برند. (۱) از یک لحاظ این برنامه به ما کمک می کند تا برخی تفاوت ها و تضادها در بین خانوار های مان را مشخص کنیم. هم آن هایی که بیش از همه به فرهنگ فراگیرتر علاقه داشتند، هم آن هایی که می توانستند به جای این که آن را یک برنامه واقع گرا تلقی کنند آن را از لحاظ طنز و استعاره اش در نظر بگیرند، چنان که انتظار می رود با نظر تایید آمیزی درباره خانواده سیمپسن سخن می گفتند. برنامه های دیگر نیز به خاطر فحواهای دینی آشکار و آگاهانه شان در مصاحبه های ما ظاهر شدند. از جمله این ها، نظر کرده فرشته، بافی خون آشام کش و جابه جایی با جان ادواردز هستند.

به نظر می رسید، همراه با طیفی از منابع غیر قابل انتظارِ ذخایر نمادین در رسانه ها (مثل ترمیناتور، اندی گریفیث، کشتن مرغ مقلد، پرونده های مجهول، سفر ستاره ای و...)، شواهد زیادی حکایت از موجه بودن تصویری دارند که بر اساس آن رسانه ها نقش نوعی موجودی نمادین را ایفا می کنند.

یک بار دیگر، برگردیم به رویکردی که در این جا اتخاذ شده است: چیز های موجود در این موجودی که مهم به حساب می آیند آن هایی هستند که در بطن روایت های بیان شده طرف های مصاحبه مهم تلقی می شوند. این که چیزی چون آسمان هفتم به دلیل ویژگی های صوری پی رنگش، به لحاظ دینی مهم تلقی می شود، قضاوتی است استوار بر

۱- در حقیقت خانواده سیمپسن، یکی از برنامه های بسیار مورد علاقه در ارتباط با حوزه نظریات معنویت و دین، در دهه گذشته و حال بوده است. (Pinsky ۲۰۰۱) همکارانم دایان آلترز و لی هود توجه پژوهشگرانه خوبی به این برنامه در فصل هشتم کتاب رسانه، خانه و خانواده داشته اند.

مهم تلقی شدن آن در مصاحبه های ما.

در نگره دین و رسانه ها که در فصل سوم بسط دادم، گفتم که ممکن است از نظر ما، رسانه ها منبع کاملاً بارآوری از امکانات نمادینی باشند که از طریق وجوه تجربه دینی بروز پیدا می کنند. وجوه تجربه دینی ای که اقتدار روحانی در طول دوره ای در اواسط قرن بیستم سرکوبش کرده بود. از جمله این وجوه امر بصری، بدن، اشیاء، آیین، موسیقی، و خود تجربه هستند. من در آن جا نشان دادم که اگر رسانه ها دارند به سوی جایگاه مرکزیت در بیان و تجربه دینی حرکت می کنند، شاید بتوانیم شواهدی از این وجوه تجربه را که نقشی در پیوند زدن افراد به آن فرآیند در حال تکوین ایفا می کنند، بیابیم. چنان که دیده ایم، وضع در سطح خانوار، قدری ظریف تر و پیچیده تر از آن است. شکی نیست که رسانه ها از چندین لحاظ مهم در معناسازی در سطح خانوار ادغام شده اند و رسانه ها قطعاً طیفی از امکانات نمادین را در اختیار پویش دینی و معنوی معاصر قرار می دهند ولی در این جا شواهد زیادی مبنی بر این که رسانه ها ذاتاً خود را در این فرآیند ها می گنجاندند نداریم. بدین ترتیب یک ایده تحول گرایانه درباره نقش رسانه ها در مدرنیته متاخر _ این که وجوه وساطت یافته تجربه ممکن است به خوبی به رسانه ها این امکان را بدهند که برخی از نقش ها و کارکرد های دین را بر عهده بگیرند یا تبدیل به دین شوند _ در این جا تکیه گاه آشکاری ندارد.

در مصاحبه های ما چند نمونه از وجوه سرکوب شده گوناگونی که در معناسازی دینی و معنوی نقش مهمی ایفا می کنند وجود دارد. برای نمونه، در فصل پنجم، بوچ کاستلو سخن از معدودی تجربه رسانه ای به

میان می آورد و به ویژه به امر بصری و تجربه اشاره می کند. چنان که گفته ایم، بسیاری از طرف های مصاحبه ما هم چنین گفته اند که از نظر آن ها موسیقی از لحاظ دینی و معنوی وجه مهمی از تجربه است. به یک طریق می توان دید که فهرست وجوه سرکوب شده از نظر جویندگان معنوی ای چون بوچ به طور بالقوه مهم تر از وجوه دیگر است (معمول ترین وجوهی که در مصاحبه ها به آن ها اشاره شد عبارت بودند از امر بصری، موسیقی و تجربه). ولی، هم زمان با این، گلن دانگل _ که خیلی قاطعانه در جرگه گذشت گراها نیست _ (در بحث خود از آداب تقرب) علاقه زیادی به وجه سرکوب شده تجربه نشان می دهد. چنان که دیده ایم، به نظر می رسد وجه جویندگی مستقل، با بسیاری از رده های پذیرفته شده در این جا مغایرت دارد و تا جایی که جویندگی و جست و جو به بیرون از مراکز و منابع مشروعیت یافته جابه جا می شوند (یافته های ما هم این را تایید می کند)، می توان در عین حال انتظار داشت که این وجوه سرکوب شده نیز نقشی بر عهده بگیرند. آن چه دیده ایم نه تصویری تحول گرایانه از رسانه ها و دین، بلکه بیشتر یک ایده ساختارگرا است: این که رسانه ها نقش مهمی در فراهم آوردن بافت ها و امکانات برای توافق و ساختن معنایی دارند که می توانند به طرق مشخص و در جاهای مشخص موجه تلقی شوند. کنش، به عبارتی، در دست افرادی است که این معناها را می سازند. این که رسانه ها وجوهی از تجربه و بیان را در دسترس قرار می دهند که ممکن است در زمان های گذشته سرکوب شده باشند حائز اهمیت است ولی قلب داستان نیست. گرچه به نظر می رسد که جویندگان معنوی بیشترین علاقه را به فیلم،

آثار چاپ شده و تجربه دارند ولی تنها رده دیگری که به نظر می‌رسید از لحاظ رسانه‌ها یا وجوه و شیوه‌های بیان، دارای سلاقی خصلت‌نمایی هستند، مسیحیان بازمتولد بودند که نوارهای صوتی و ویدیوها و CCM با مضامین دینی را چیزهایی معرفی می‌کردند که از نظر آن‌ها مهم هستند. باید گفت که در این جا این حوزه اخیر تنها جایی است که رسانه‌ها قاطعانه نقشی بر عهده می‌گیرند که به صراحت و به طور آگاهانه دینی هستند.

چه دستاوردی حاصل شده است؟

چه دستاوردی حاصل شده است؟

اگر نخستین مسئله ما عبارت بوده است از آن جایی (همان «کجا»)یی که در فصل دوم درباره آن سخن گفتم) که تعامل‌های مهم بین رسانه‌ها و دین در آن به وقوع می‌پیوندد، مسئله دوم – ولی شاید به همان اندازه مهم – مربوط است به این که چه چیزی در آن جا اتفاق می‌افتد. نتیجه چیست؟ چه دستاوردی حاصل شده است؟ به نظر می‌رسد توافق‌هایی که بین حوزه رسانه‌ها و حوزه‌های زندگی روزمره دیدیم آشکارا انواع خاصی از نتایج را تایید می‌کنند.

یکی از دستاوردهای مهم در شیوه‌ای حاصل شده است که از طریق آن رویه رسانه‌ای با افراد در این جا تعامل می‌کند و به آن‌ها توان آن را می‌دهد که، به قول روف، «در عین استقرار، سیال» باشند. از یک لحاظ، به نظر می‌رسد این درسی است که از کل این مصاحبه‌ها باید بگیریم. رویه معنا دار شدنِ معاصر ریشه در فرد، تجربه فردی و تک تک فرآیندها

و رویه های معناسازی دارد. آن ها از دیگران _ در رسانه ها یا در مراجع نهادی و روحانی _ توقع ندارند که پاسخ ها و توضیحات همه جانبه بدهند. در عوض، ادعاها و پیشنهادهای صادرشده از این گونه منابع را در آمدی (۱) به درون جست و جوی خودشان برای یافتن پاسخی معنی دار تلقی می کنند. روف خاطر نشان می کند که الگو همان ایده لیفتن درباره نفس متغیر (۲) است. سیلان ادامه دارد (۳) و از طریق آن می توان همواره مترصد بصیرت ها و منابع جدید بود. هم زمان با این، استقرار هم مهم است و منابع سنت، تاریخ، آموزه، حافظه مشترک (۴) و جماعت خیالی (۵) هم چنین امکاناتی از جاهای نامتعارف و انواع متعارف _ مثل آن هایی که در رسانه ها و از طریق رسانه ها در دسترس قرار می گیرند _ لنگر گاه های مهمی برای این استقرار هستند. هم چنین باید به خاطر داشته باشیم که رسانه ها در عین حال منبع و بافتی هستند که از طریق آن ها نماد ها، ایده ها، و ارزش های سنتی بیشتر در دسترس قرار می گیرند.

هم چنین به نظر می رسد که الگوی معناسازی ای که پیش تر بسط دادیم _ یعنی الگوی خودبیانگری هایی که (برخلاف نظر گیدنز) به کار ساختن نفس های آرمانی می آیند _ تا حد زیادی وضعی را که در این مصاحبه ها دیده ایم، توضیح می دهند. هر چند می توان گفت که ما لزوماً همه دیگر موقعیت ها و وجوه تعاملی را که از طریق آن معنا ساخته

input - ۱

protean self - ۲

the fluidity is in the process - ۳

Shared memory - ۴

Imagined community - ۵

می شود می شناسیم و از وجود آن ها خبر داریم ولی شواهد زیادی در این جا در دست است که حکایت از آن می کنند که امکانات فرهنگی و اجتماعی در خدمت نفس و هویت قرار می گیرند.

در این جا شواهد کمتری از کارکرد ها و تأثیرات دینی/معنوی یا شبه دینی/شبه معنوی رسانه ها وجود دارد. درست است که ما در صدد شناسایی جاهایی که در آن ها رسانه ها به دین تبدیل می شدند یا دین را به طور بنیادین دگرگون می کردند، نیامدیم ولی قطعاً مصاحبه های خود را در جاهایی انجام دادیم که می توانستیم به شواهد حاکی از این اتفاق دسترسی داشته باشیم. به نظر می رسد پرسش های مربوط به نقش و ویژگی های صورتی تصویر رسانه ای، در واقعی کردن تجربه رسانه ای (واقعی از لحاظ دینی یا معنوی)،^(۱) ربطی به فرآیند های توافقی که در این جا دیده ایم ندارند. همین حرف را درباره مفاهیمی چون نگره مبتنی بر کهن الگوها یا دیگر نگره های صورتی، که در فصل سوم به آن ها اشاره کردیم، می توان زد.

این حرف را هم چنین می توان درباره طیفی از ایده هایی زد که ریشه در برداشت دورکهمی از افسون یا هیجان دارند. در سطحی بنیادین، تصور بر این است که مجموعه ای از انگیزه ها یا کارکرد های دینی وجود دارند که متعالی، راز ناک، جادویی و ورای حوزه معنا و کنش عقلانی هستند.^(۲)

۱- برای نمونه نک به: (Goethals ۱۹۹۷)

۲- (۲۰۰۱), See Murdock (۱۹۹۷). See also De Vries and Weber (۲۰۰۱) (and Derrida (۲۰۰۱)

عده زیادی فرض را بر این می‌گیرند که ویژگی‌های صورتی (فرمی) و ژانری رسانه‌های خاص، آن‌ها را در موقعیتی قرار می‌دهند که می‌توانند، خواه از طریق قطع تجربه رسانه‌ای برای [گنجاندن] تجربه واقعی یا از طریق مغشوش یا پیچیده کردن راه‌های همه فهم ادراک و سکنی‌گزیدن در این وجوه [رازناک و فراعقلی]، آن‌ها را در مدرنیته متاخر مسئله‌ساز کنند. نتیجه، چنان‌که دیده‌ایم، دگرگونی سرشت و رویه دین و معنویت خواهد بود. این تحقیق، هم به دلایل مفهومی هم به دلایل روش‌شناختی، دقیقاً در حد برداختن به این پرسش‌ها نیست.

هم‌زمان با این، یافتن حتی آثاری از تأثیرات عصر رسانه‌ها در این مصاحبه‌ها دشوار است. چنان‌که طرف‌های مصاحبه‌ها توضیح دادند، تجارب رسانه‌ای از انواع مختلف، از جمله رویدادهایی چون ۱۱ سپتامبر (تجربه شده از طریق رسانه‌ها)، همراه با خود، حدی از معنا یا سندیتی را حمل نمی‌کنند که بتوانیم از آن‌ها نتیجه‌گیری تجاربی از این نوع، مسئول «افسونگر کردن دوباره جهان برای آن‌ها است».

در واقع، می‌توان گفت که آن‌چه رسانه‌ها انجام داده‌اند _ و شواهد نهفته‌ای دال بر این در مصاحبه‌های ما وجود دارد _ عبارت بوده است از تضعیف قابلیت افسون از طریق تشکیک در بنیان‌های باور به این‌گونه چیزها. در این‌جا شواهد کافی از لحظه‌ها و مکان‌هایی داریم که در آن‌ها افراد خود را در جایگاه افسون‌شدن (برای نمونه، از طریق موسیقی و تجربه) قرار می‌دهند تا نشان دهند که مردم در عصر رسانه‌ها به این قابلیت دست می‌یابند.

هم‌چنان‌که در فصل هشتم دیدیم، شواهد زیادی در دست نداریم که

نشان دهند رسانه‌ها قطعاً در خدمت کارکرد های اساسی ای چون الهام بخشیدن یا ارائه سرمشق های اخلاقی یا دینی هستند. آیا این کارکرد ها می توانند در سطوحی ظریف تر، یا حتی نامحسوس، یافت شوند؟ البته که می توانند و روش ما ممکن است برای آن ها حساس نبوده و از آن ها غافل مانده باشد. هنوز منتظر شواهدی در این جا هستیم. استثناء های معدودی که در این جا داریم، گویا هستند. اجازه بدهید، یک بار دیگر، به سراغ جودی کروزر برویم که می توان گفت از نظر او نوعی معناسازی دینی رسانه محور، حائز اهمیت است. ویژگی هیجان انگیز قضیه جودی آن است که تلاش او برای نماد پردازی دینی و اقتدار دینی در بطن رسانه ها مربوط است به این که او احساس می کند باز نمایی های رسانه محور از علم و داستان خیالی باید اصیل تر و موثق تر از آن که هستند باشند. از نظر او ژانر های خیالی وساطت یافته در سنت غیبی / معمایی (۱) بیش از حد دم دستی و خانگی شده اند ولی جودی در این بُعد منحصر به فرد است.

از نظر اکثریت قریب به اتفاق طرف های مصاحبه ما، مسئله مداخله رسانه ها در درون کارکرد های دینی، بنیادین نیست. برعکس، فرهنگ رسانه ای نقش بافت وسیعی را به عهده دارد که آن ها در درون آن می توانند راه های توافق بر سر معنایی را بیابند که به میزان کمتر یا بیشتر با ایده ها و معنا های اصیل خود آن ها مرتبط اند [و البته] می یابند. از یک لحاظ اساسی، آن چه ما در این جا دیده ایم، رویه های معناسازی ای

هستند که اصالت شان بسیار بیش از آن که در سطح جهان زیست (۱) [به] ثبوت رسیده باشد (همان نکته ای که در فصل چهارم مطرح کردیم) در سطح جهان سیستم [به] ثبوت رسیده است. تا اندازه ای به دلیل سرشت روشی که ما به کار گرفته ایم _ بسته به این که طرف های مصاحبه ما در یک فرآیند شناختی و تا حدودی عقلانی، از توصیف با ما همراهی کرده اند یا نه _ آن چه یافته ایم شواهدی است از شیوه ای که از طریق آن، مطالب رسانه ای در سطحی کم و بیش عقلانی در تار و پود زندگی روزمره ادغام می شوند. هم زمان با این، این توصیف ها راه هایی را شرح می دهند که از طریق آن ها مطالب رسانه ها می توانند عمیقاً معنادار شوند و می شوند. همه چیز در عقلانیت خلاصه نمی شود، حتی در این توصیف ها. حتی اگر شواهد متقاعد کننده ای یافته بودم حاکی از این که معناهای غیبی به رویه رسانه ای بار می شوند، هنوز ممکن بود این تعبیر غالب را داشته باشیم که کنش واقعی با فرهنگ مشترک فراگیر تر است، نه با فرهنگ های دینی یا معنوی خاص یا افسون شده.

پس چه دستاوردی حاصل شده است؟ به نظر می آید که افراد دامنه گسترده ای از امکانات قابل دسترس از جمله امکانات رسانه ای را برای درک موقعیت خود از جنبه مذهبی، روحی و اجتماعی به کار می گیرند. منطق بنیادین این عملکرد به قرار دادن امکانات، نمادها، داعیه ها و ارزش های مذکور بر زمینه گسترده تر فرهنگ عمومی گرایش دارد، فرهنگی که آن ها می خواهند در سطحی و به طریقی با آن مرتبط شوند.

البته این حضور مشتاقانه بر زمینه زندگی آن‌ها به شیوه متفاوتی تحقق می‌یابد. به نظر می‌رسد بسیاری از کسانی که با آن‌ها مصاحبه کردیم در جایگاه‌های خاصی قرار گرفته‌اند که غالباً با افکار مذهبی، معنوی و تعهدات آن‌ها معین می‌شود.

در این زمینه دو پرسش بدون پاسخ وجود دارد که بررسی‌های بیشتری را می‌طلبد ولی فراسوی گستره این مطالعه است؛ نخستین پرسش بدون پاسخ همان است که در محافل آکادمیک و گفتمان اجتماعی درباره سرمایه اجتماعی و مشارکت در جامعه مدنی از جمله پرسش کلی مشارکت شهری مطرح می‌شود. به نظر می‌آید که از نظر مصاحبه‌شوندگان ما، رسانه‌ها هم چنان زمینه مشترک گسترده‌تری از افکار و ارزش‌هایی را ارائه می‌دهند که خودشان باید در سطوحی با آن‌ها مرتبط شوند. چنان‌که در بالا خاطر نشان کردیم تا جایی که آن‌ها در جوامعی با سطوح متفاوتی از احساس تعهد زندگی می‌کنند چه امکاناتی برای حضورشان بر عرصه گسترده‌تر اجتماعی و سیاسی وجود دارد جز آن‌که خود را با گروه‌شان هم‌ساز کنند؟ این امر استلزامات گسترده و ژرفی مرتبط با دموکراسی و مشارکت دموکراتیک در دوره‌ای دارد.

چنان‌که در فصل نهم اشاره کردیم مشخصه آن تعامل فزاینده بین رسانه‌ها مذهب و سیاست است. دومین پرسش بدون پاسخ مرتبط با مورد اول است ولی وجه رازآمیزتری دارد که ریشه‌اش به بحث‌های جاری در زمینه نگره اجتماعی می‌رسد. این پرسش همیشگی که آیا آن‌چه به نظر می‌آید (از نظر ذهنی) اختیار دادن به این افراد برای درک

زندگی خود و کنترل مستقل بر روشی باشد که از طریق آن افکار مربوط به فرهنگ، مذهب، معنویت و ارزش ها را به هم می پیوندند، در حقیقت اختیار دادن است؟ چنان که بسیاری استدلال کرده اند عملکردهای مخاطبان در جهت دست یابی به معنا در عصر رسانه ها و در سطحی بنیادین، آرزویی واهی بیش نیست. هرچه نباشد این منابع برگرفته از فرهنگی رسانه ای هستند که بر اساس منطق خاص خود عمل می کنند و از نظر اقتصادی به طریقی برنامه ریزی شده که باید بتواند خود را توجیه کند و طبعاً به صورت زمینه ای از محتوا و عملکرد مخاطبان تکامل پیدا کند که مفهومی از استقلال و اختیار را پدید آورد. هرچند در نتیجه عوامل ذکر شده این استقلال و اختیار در قلمروی اجتماعی، منحصر به طیفی بسیار محدود از گزینه های عملی است.

شواهد بررسی های ما برای پرداختن به هر یک از این دغدغه های موجود حالت ترکیبی دارند. به نظر می آید که بسیاری از مصاحبه شوندگان ما در تعاملات خود با فرهنگ رسانه ای از معنا به عمل روی می آورند. هم چنین بسیاری دیگر پای به سطح اجتماعی گسترده تری می گذارند تا بتوانند افکار و ارزش های خود را در جامعه و بر زمینه های شهری در معرض توجه قرار دهند. از سوی دیگر خیلی ها هیچ کدام از این کارها را انجام نمی دهند. در بسیاری از موارد ثانوی برای عقب نشینی آن ها از مشارکت و کنش شهری دلایل واقعی اجتماعی و اقتصادی وجود دارد. یکی از آن ها که به دلیل نوع پژوهش های میدانی خود در این جا ملاحظه کردیم، ماهیت پیچیده زندگی معاصر با شرایط، خواسته ها و فشارهای متضاد است. در این جا

شواهد قابل توجهی وجود ندارد که نشان دهد رسانه ها به منزله موانعی برای این اقدامات هستند ولی بررسی های مربوطه را باید به زمان و مطالعه دیگری موکول کرد.

رابطه رسانه ها با دین

رابطه رسانه ها با دین

شواهد زیادی هستند که نشان می دهند رسانه ها به نقطه ای رسیده اند که شرایطی را تعیین کنند که از طریق آن ها علایق و ایده هایی دینی و معنوی ساخته می شوند، شکل می گیرند و منتقل می شوند. دیان و کتر، با اشاره به راهی که از طریق آن، رسانه ها می توانند به ورای فضاها و بافت هایی بروند که روزگاری تحت سلطه اقتدار روحانی بود، از این با عنوان وساطت زدایی (۱) یاد می کنند. (۲) منظور آن ها از این اصطلاح، در عین حال آن است که در عصر رسانه ها، مخاطبان به طور غیر ارادی از مرزهای سنتی فراتر می روند و اکنون به کنش در فضای عمومی نزدیک تر شده اند. ولی در سطحی فراگیر تر، فرهنگ مشترکی که توسط رسانه ها باز نمایی می شود، امروزه تعیین کننده بافت ها، پهنه ها، محدوده ها، زبان ها و نماد هایی شده است که در دسترس گفتمان دینی و معنوی قرار دارند. از نظر نهاد های دینی، امروزی بودن یعنی بودن در رسانه ها و آن ها هم چنان به کشمکش

۱-۱. disintermediation.

۲-۲. Dayan and Katz (۱۹۹۲), p. ۲۱۵.

با این واقعیت ادامه می دهند. (۱)

در روابط بین دین و رسانه ها، رسانه ها از بسیاری جهات، روی صندلی راننده نشسته اند. ما، چنان که گفتیم، این را با رجوع به معنای کامل فرهنگ مشترکی که از طریق رسانه ها در دسترس قرار می گیرد و در رسانه ها تجربه می شود می بینیم. آن فرهنگ و آن ایده ها و گفتمان ها، مضامین و موضوعات گفتمان اجتماعی هر روزه هستند. چندان که ایده ها و انگیزه های دینی و معنوی مداخله می کنند، آن ها باید این کار را در چهارچوب محدوده ها و قید و بند هایی انجام دهند که در آن جا مشخص شده اند. حتی از نظر خانوار هایی که انتظار داشتیم بیشترین مقاومت را در برابر این امر نشان دهند، فرهنگ رسانه ای و ایده ها و ارزش های آن، تا حد زیادی شرایط بحث را تعیین می کردند.

هم چنین، چنان که در فصل سوم گفتیم، کمتر نمونه ای از رسانه های ریشه گرفته از فرهنگ دینی هست که عملاً به شهرت و آوازه موجود در فرهنگ سکولار روی بیاورد، اوضاع غالباً خلاف این است. در آن جا، ما موارد خاصی از فیلم، تلویزیون و موسیقی ریشه گرفته از مسیحیت انجیلی را بررسی کردیم و نشان دادیم که شواهد تاریخی چندان در دست نیست که نشان دهد آن رسانه ها به بیرون از مرز های آن فرهنگ عبور می کنند (با وجود آن که بسیاری از مردمان درون آن فرهنگ انتظار چنین کاری را داشتند).

شواهد حاصل از مصاحبه های ما می گویند که قضیه فقط این نیست

۱- توضیحی تاریخی از این روابط را در کتاب آندروود (۲۰۰۲)، به ویژه فصل های ۴ و ۷ خواهید یافت.

که در میان مخاطبان رسانه های اونجلیکال عده قلیلی غیر انجیلی هستند، بلکه این است که به نظر می رسد شمار بیشتری اونجلیست در میان مخاطبان رسانه های غیر انجیلی وجود دارد، و بدین ترتیب [شواهد مذکور] این تحلیل را پیچیده تر می کنند ولی دوگانه باوری، آن گفته گمراه کننده است. صحیح تر این است که بگوییم همه خانواده هایی که به ما اطلاعات دادند، علاقه مشترکی به رسانه های سکولار داشتند. از نظر خانواده های اونجلیست، علاوه بر این ها، موادی برگرفته از منابع اونجلیکال در قالب تلویزیون، فیلم و (مهم تر از همه) موسیقی وجود داشت. از نظر همه خانوارها، می توانستیم بگوییم که مردم در جریان توافقی بودند که بین ادعاها و ارزش های فرهنگ غالب یا مشترکی که آن ها در رسانه ها می دیدند و ادعاها و ارزش های خاص تر، از جمله ادعاها و ارزش های اعتقادات دینی یا معنوی آن ها، شکل می گرفت.

پویایی شناسی (دینامیسم) رابطه بین دین، رسانه ها و هویت اونجلیکال را احتمالاً به بهترین شکل تد اولسن در آخرین فصل توضیح داده است. درباره مبلغان تعالیم انجیلی از طریق تلویزیون و رابطه آن ها با فرهنگ اونجلیکال، به نظر می رسد که نخستین پیامد حضور آن ها در رسانه ها به عنوان بخشی از فرهنگ رسانه ای، ایجاد نوعی اعتبار در فرهنگ رسانه ای باشد ولی چنان که اولسن خاطر نشان می کند، آن شهرت و آوازه می تواند ناپایدار باشد. از نظر روزنامه نگاری سکولار، تبدیل شدن به یک چهره اونجلیست مشهور ممکن است اعتبار بیاورد

ولی از نظر اونجلیست های به قول معروف مسند نشین (۱) شهرت لزوماً اعتبار نمی آورد. این نشان دهنده یکی از چیز هایی است که ما در سراسر این کتاب می گفتیم ولی این برای علایقی که به روابط بین دین و رسانه ها داریم خیلی مهم است: موضوع بازتابنده بودن و این که احساس می کردیم اغلب طرف های مصاحبه ما تا حدودی به جایگاه خود در این روابط وقوف دارند. اغلب طرف های مصاحبه ما بی درنگ از این چیز ها برحسب توصیف هایی از رسانه ها سخن می گفتند که از طریق آن ها موقعیت خود در چشم انداز رسانه ای را تعیین می کردند.

چنان که پیش تر گفتیم، این باعث می شد که شماری از مصاحبه شوندگان لیبرال تر ما اشاره آشکاری بکنند به ایده هایی چون این حرف پیش پا افتاده که محافظه کاران بیشتر نگران سکس هستند تا خشونت. روی هم رفته، اغلب طرف های مصاحبه ما احساس می کردند که در مجموعه ای متشکل از مخاطبان و رویه های گفتمانی ای شرکت کرده اند که خود آگاه هستند و بر تاریخ ها، انگیزه ها، معناها، و اعتقادات بازنمایی شده توسط رسانه های گوناگون وقوف دارند.

چنان که پیش تر گفتیم، کاملاً درست نخواهد بود اگر، با اشاره به گزینش های دیداری، در این جا از این رویه ها با عنوان رویه های آگاهانه سخن بگوییم. آن ها [گزینش ها] در عین حال به محض رسیدن به رسانه ها، از نظر رویکرد شان در قبال معناسازی، شناختی، حتی عقلانی و سپس در خصوص کل فرآیند، بازتابنده هستند. این، یک بار دیگر،

این ایده را که «یکی از پیامدهای عصر رسانه‌ها این است که رسانه‌ها می‌توانند _ به یمن ویژگی‌های مکانیکی و شکلی‌شان _ خود را در فرآیند رویه‌دینی یا آگاهی‌دینی جای دهند و از این طریق سرشت تجربه‌دینی را از بیخ و بُن دگرگون کنند»، بی‌اعتبار می‌کند. به نظر می‌رسد ارتباط‌ها ظریف‌تر و پیچیده‌تر از آن است. اغلب طرف‌های مصاحبه‌ما و خانوارهای مصاحبه‌شده، الگوهای برای معنا و رویه‌دینی و معنوی‌نویین (تحول یافته) (۱) معرفی کرده‌اند. آن‌ها زندگی رسانه‌ای خود را در منظر آن عرصه‌ها می‌بینند و آن عرصه‌ها را در منظر زندگی رسانه‌ای‌شان می‌بینند. نتیجه، عبارت است از یک حل و فصل مشروط حاصل شده از طریق مذاکره، حل و فصلی که پذیرای تجدید نظر است؛ چون آن‌ها هم‌چنان در پی آن احساس «سیال»، در عین مستقر بودن هستند. یقیناً، رابطه آن‌ها با فرهنگ مشترک رسانه‌ها به منزله مجموعه‌ای عمومی از ایده‌ها و تجارب، تعامل‌ها و هشیاری (۲) آن‌ها را در بافت‌ها [و موقعیت‌ها]ی دیگر زندگی‌شان _ از جمله زندگی دینی و معنوی‌شان؛ خواه رسمی خواه غیر رسمی _ سمت و سو خواهد داد و مشروط خواهد کرد. هم‌چنین ممکن است راهی باشد که از طریق آن، عصر رسانه‌ها (که درگیری‌ما با آن بازتابنده بوده است) به خدمت ایجاد تغییر در این منابع اطلاعاتی و کل مخاطبان رسانه‌ای غربی و شاید افسون‌زدایی از آن‌ها درآمده باشد.

آنت دو وریس در کتاب دین و رسانه (۲۰۰۱) از خود می‌پرسد که آیا

۱- evolved

۲- sense - making

حذف قابلیت امر جادویی و امر معجزه آسا از زندگی روزمره یکی از وظایف اساسی عصر رسانه ها است. (۱) او نشان می دهد که قدرت دین همواره، تا حدودی، ناشی از توانایی اساساً فنی در دست کاری تجربه به گونه ای که منجر به تثبیت اقتدار شود، است. (۲) در این مصاحبه ها، نه جادو موجب نگرانی بود نه اقتدار. کمتر کسی از منابع اطلاعاتی ما، از رسانه ها به گونه ای استفاده می کند که این تصور از امر معجزه آسا را به ذهن خطور دهد. آن هایی که رسانه ها را این گونه به کار می گیرند _ به یاد علاقه جودی کروز به آثار علمی/تخیلی و معمایی می افتم _ این کار را با برنامه ها و مطالب غیر متعارف می کنند. رابطه با اقتدار نیز مسئله ای است. از نظر جودی، اقتدار، حتی اقتدار بر خدانشناسی استدلالی (۳) مضمّن در آثار علمی/تخیلی، محلی از اعراب ندارد. موضوع اقتدار دینی در عصر رسانه ها ممکن است کاملاً و رای پرشش مربوط به تجربه فردی ای چون تجربه جودی قرار بگیرد. در عوض رابطه جودی با اقتدار (و استدلال های د وریس و دیگران درباره این نکته که هنوز ممکن است کاملاً وارد باشند) (۴) احتمالاً گواهی است بر این که عصر رسانه ها ممکن است اقتدار دینی رسمی را به طور عام، چنان بی ثبات کرده باشد که دیگر از صفحه رادار اجتماعی یا فرهنگی به طور خاص حذف شده باشد.

هم زمان با این، استدلالی از جهت دیگر _ به صورتی که نیکولاس

De Vries (۲۰۰۱), pp. ۲۴-۷.۷-۱

De Vries (۲۰۰۱), p. ۲۵-۲

۳- Theodicy، اعتقاد به این که، با وجود خلقت بدی در این جهان، باز خدا عادل است. (م).

۴- Cf. Derrida (۲۰۰۱), p.p ۵۶-۹۳

کریستف روزنامه نگار در فصل نهم به عمل آورد _ هست که می گوید عصر رسانه ها پیدایش یک تحول غیبی در جهان دین را دیده است و از این رو روند را به سوی عقلانیت سکولار در مدرنیته متاخر برگردانده است. شواهد دال بر این نکته نیز متناقض اند.

آشکارا به نظر می رسد که بافت رسانه ای بافتی است که در آن مردم می توانند طیفی از ارتباط های مفهومی و اخلاقی و معنوی برقرار کنند، آن هم اغلب به طریقی که، از نظر ذهن مابعد روشنگری، (۱) دلیلی برای شان نیست و ادعا شده است که این تصور که «یک افول عام در اقتدار فرهنگی سنتی، زمانه ما را تعریف می کند»، بی ارتباط با تأثیر عصر رسانه ها نیست (۲) ولی هم زمان با این ادعا، در این مصاحبه ها شواهدی دال بر وجود یک استقلال مستمر و انعکاسی در معناسازی و کنش دیدیم. البته می توان گفت که این یکی از کارکرد های عصر رسانه هاست که: [۱] مردم به دلیل احساس سودمندی ای که به یمن خبر سازی (۳) خصوصی شان در مقام مصرف کنندگان رسانه ها به آن ها دست می دهد، روز به روز احساس قدرت بیشتری می کنند، [۲] این احساس قدرت و استقلال احساس کاذبی است و [۳] این [احساس] به عرصه دین یا معنویت نیز گسترش می یابد. در پایان، هیچ یک از این پیامد های رسانه ها برای دین (راز ناکی بسیار کم یا بسیار زیاد) نمی تواند بدون دانش تاریخی تثبیت شود. این تکه از زمان که این جا در اختیار

۱- ۱۱. post-Enlightenment.

۲- (۱۹۸۶) Postman

۳- ۱۳. knowledge work.

ماست برای این کار مناسب نیست. از این مصاحبه ها چنین پیداست که افول اقتدار و عروج استقلال _ اگر این همان چیزی است که می بینیم _ نیز یک پدیده بیناطبقاتی و بینادینی است.

چنان که در فصل های پنجم و ششم دیدیم، بازمتولدها همان قدر جویندگان مستقل بودند که مؤمنان معاصر. چنان که دیدیم، هیچ کس نمی خواست به هیچ کس دیگر این اختیار را بدهد که از طرف او دربارهٔ رسانه ها تصمیم بگیرد و چنان که دیدیم، عموماً بر آن بودند که حوزه رسانه ها از اقتدار هنجاری ای برخوردار است که نهاد های دینی فاقد آن هستند. گلن دانگل در فصل چهارم نمونه خوبی بود. او، که پایبند به ایمانی است که گمان می کند زندگی اش را نجات داده است، به هر حال آن را چیزی می داند که در درون او است، نه چیزی که در دین نگاه داشته شده باشد و حوزه رسانه ها _ هم سکولار هم دینی _ ارزش ها و منابع نمادین و گفتمانی ای را تأمین می کند که او برای بروز دادن ایمان خود در زندگی روزمره اش بدان ها نیاز دارد.

از این طریق نیز حوزه رسانه های به اصطلاح سکولار ممکن است بدل به حوزه تعیین کنندهٔ هنجاری شوند. از نظر بسیاری از طرف های مصاحبه، جذب شدن آن ها به فرهنگ مشترک حوزه رسانه ها آن ها را در وضعی قرار می دهد که رابطه ای دیالکتیکی با آن چه از نظر آن ها برخی از ارزش های بنیادین آن هاست، برقرار کنند. با این حال به مشارکت و یافتن راه های معنی دار کردن همهٔ این ها ادامه می دهند. همه بر سر این به توافق می رسند که فاصله ای _ تضادی _ بین حوزه رسانه ها و بنیان های هنجاری زندگی ها و ارزش های شان وجود دارد. هر چند باز

هم اثبات آن خارج از چهارچوب این تحقیق است ولی می توان گفت که نتیجه نوعی سکولار شدن اجتناب ناپذیر است، به شرط آن که منظور ما از سکولار شدن روی برگرداندن از اقتدار دینی به منزله بنیان دانش و کنش باشد.

اگر اندکی به عقب برگردیم، این هم مهم است که دوباره یاد آوری کنیم آن چه به نظر می رسد پیش برنده رویه رسانه ای است، در اغلب موارد نه یک فرآیند تأمل ارزش های مناسب و هنجاری _ از جمله ارزش های دینی _ بلکه برجستگی خود رسانه هاست. بیان دلایل واقعی تماشای برنامه های تلویزیونی معین، فراتر از سطحی که در بهترین حالت در عبارت «خوش ام می آید» تجسم می یابد، دشوار است. دلایل برخی ها، به طوری که دیده ایم، حتی از این هم سست ترند. این به توضیح یک جدل جاری عمده در جنگ های فرهنگی آمریکا کمک می کند. به مدت چند دهه تضادی ظاهری بین منش های اخلاق گرایانه بیان شده مقامات دینی و والدین از یک طرف و رفتار های رسانه ای واقعی از طرف دیگر وجود داشت. با وجود نكوهش همه جانبه سکس، خشونت، بی حرمتی به مقدسات و دین گریزی رسانه های سکولار _ از جمله نتایج نظر سنجی هایی که این دیدگاه ها را دیدگاه اکثر مردم می قبولانند _ رسانه ها هم چنان با همین خوراک یکسان از مخاطبان زیادی برخوردار شده و می شده اند؛ برای نمونه، در سال ۲۰۰۴ معلوم شد که سریال بازاری زنان درمانده (۱) مخاطبان هنگفتی را در بایبل بلت (۲)

۱- Desperate Housewives

۲- The Bible Belt، منطقه ای در جنوب ایالات متحده که به داشتن مردمان مسیحی دیندار و پیروان سرسخت کتاب مقدس مشهور است. (م.)

به سوی خود جلب کرده است. (۱) مدیران رسانه‌ها به کرات گفته‌اند که «اگر هیچ کس تماشا نمی‌کرد، ما نشان نمی‌دادیم». از این رو، بسیاری از خود می‌پرسند، چطور می‌شود که مردم یک چیز بگویند و چیز دیگری را انجام دهند؟ این اطلاعات، بصیرتی در خور دارند. ظاهراً آشکار است که مردم در خصوص زندگی رسانه‌ای شان عملاً بیش از یک نقشه را به کار می‌گیرند. رسانه‌ها به شدت چشمگیر و جذاب‌اند و معمولاً مردم آن‌ها را کم و بیش به عنوان چیزی که حق شان است تماشا می‌کنند ولی در سطح دیگر، مجموعه کاملی از توصیف‌ها از رسانه‌ها را داریم که هم در برداشت‌های اجتماعی گسترده ریشه دارند هم در برداشت‌های دینی و معنوی متمرکزتر. چنان‌که دیده‌ایم، به نظر می‌رسد مردم می‌توانند نسبتاً به راحتی هر دوی این خودشناسی‌ها [برداشت‌های اجتماعی گسترده و برداشت‌های دینی و معنوی متمرکزتر] را به کار بگیرند. راه‌هایی قابل قبول از نظر جامعه برای این کار هست. در زندگی خصوصی و میان‌فردی، جامعه عمدتاً تماشای طیف وسیعی از تجارب رسانه‌ای چشمگیر و سخن گفتن درباره آن‌ها را

۱- کارتر (۲۰۰۴). کارتر درباره سازمان خانوادگی مورد نظر از قول یکی از سخنگویان اونجلیکال فوکس می‌گوید: تاریخ نشان داده است که حتی کسانی که گفته می‌شود رأی دهندگان ارزشی هستند، مستعد رفتار گناه‌آلود و تماشای تصاویر مربوط به رفتار گناه‌آلود هستند. آقای اشنیرگر گفت: از راه به در شدن مردم توسط آن تکان دهنده است. تکان دهنده نیست، بلکه فاجعه است. این هم جالب است که بسیاری از برنامه‌های بحث‌انگیز، مثل برنامه پربیننده سال ۲۰۰۴، The O.C. و خانواده سیمپسن، از شبکه فاکس که محافظه‌کار است، پخش می‌شوند.

می پذیرد و خود رسانه ها، از جمله رسانه های خبری، با پرداختنِ بیش از پیش به اخبار و برنامه های تفریحی و کار های نمایشی از آن گفتمان ها حمایت می کنند. در مدرسه، در کلیسا، کنیسه یا مسجد، در محیط های رسمی و _ احتمالاً مهم تر از همه _ به هنگام پاسخ دادن به نظر سنجی ها، توصیف ها از رسانه ها به راحتی وارد عمل می شوند.

چند پرسش باقی مانده هنوز دست از سر ما برنداشته اند. اصلی ترین آن ها پرسشی است که تا کنون به آن اشاره نکرده ایم؛ این که آیا الگوی تحول دینی که در این جا به آن متکی بوده ایم، الگویی است که در آینده نیز مناسب خواهد بود؟

آثار روف درباره دین مداری دوران انفجار زاد و ولد، بحث انگیز و جذاب اند و به خوبی با دانش در حال تحول درباره دین مبتنی بر سرمشق نوین (۱) سازگارند. در واقع، ممکن است این انفجار نوعی نقطه تماس نسلی در پیدایش دین آمریکایی از آب دربیاید. جنبه هایی از دین مداری دوران انفجار زاد و ولد که بیشترین اهمیت را داشته اند _ جنبه سیالیت در برابر استقرار، مرکزیت نفس و از همه مهم تر، جویندگی یا جست و جو (پرسشگری) _ ظاهراً حائز اهمیت اند و بیان گر روح زمانه هستند. البته هنوز مانده است تا ببینیم که نسل های بعدی همین راه را در پیش خواهند گرفت یا نه و چنان که عده زیادی خاطر نشان کرده اند، تمایل افراد جوان تر به این که حتی بیش از والدین خود با رسانه ها ارتباط برقرار کنند، بدان معناست که برخی از

پدیده‌هایی که در این جا دیده ایم با گذشت زمان شاخص تر شوند. از میان طرف‌های مصاحبه‌ما، به نظر می‌رسد که قطعاً کودکانِ خانوار از نظر ایده‌ها و اعتقاداتی چون مرکزیت نفس، سوء ظن نسبت به اقتدار بیرونی و اهمیت استقبال از تجارب و بصیرت‌های جدید، با والدین خود هم نظر هستند. به موازات ادغام شدن بیش از پیش آن‌ها در رسانه‌ها، اوضاع می‌تواند بیشتر تغییر کند. فرهنگ جوانان، از چند لحاظ مهم، همیشه فرهنگ رسانه‌ای نیز بوده است. جدا کردن این دو دشوار است و در آینده نیز وضع هم چنان از این قرار خواهد بود.

آخرین ملاحظه درباره‌ی رابطه این تحقیق با بحث‌ها و پرسش‌های موجود در عرصه گسترده‌تر مطالعات رسانه‌ها، ما را به برخی از بحث‌های آغاز کتاب باز می‌گرداند. چنان که در آن جا گفتیم، مطالعات رسانه‌ها تمایل به این داشته‌اند که از تمرکز بر دین رسمی یا حتی غیر رسمی پرهیز کنند. طیفی از پژوهشگران مطالعات رسانه‌ای (از جیمز کری، جان فیسک، دیان و کتر و نیک کولدوری در این جا ذکر می‌شود) در پی انجام مطالعاتی درباره‌ی رسانه‌ها و امور مربوط به دین (درباره‌ی دیان، کتر و کولدوری: درباره‌ی آیین) بوده‌اند. در اغلب موارد، آن‌ها در صدد آن بوده‌اند که نقش دین پنهان یا آشکار را از حوزه‌های تحت بررسی حذف کنند. (۱) دیگر محققان فرهنگ گرا اصلاً به بررسی کاملاً دقیق حوزه‌های دینی یا دین مانند پرداخته‌اند. اکنون می‌توانیم دریابیم که زندگی و تأملات طرف‌های مصاحبه‌ما تلفیقی از آثار مربوط به دین

یا معنویت _ به تنهایی _ و این نوشته های فراگیر تر است.

به نظر می رسد که طرف های مصاحبه ما عمدتاً در روی نوع مشابهی از نقشه های رویه خانگی، که در پژوهشی دیگر در عرصه های مطالعات رسانه ها و مطالعات فرهنگی توضیح داده شده، زندگی می کنند. آن ها در جهانی مابعد روشنگری، سکولار (البته با استفاده از تعریف مشروط این واژه) و پسین مدرن زندگی می کنند، جهانی که مشخصه های آن استقلال شخصی، نفس و وجوه عقلانی و انعکاسی رویه فرهنگی هستند ولی هم زمان با این، می توان گفت که آن ها در فرآیند اعاده دین مداری یا معنویت این رویه ها شرکت می کنند و دین و معنویت را، به یمن علاقه تازه یافته شان به جان دوباره بخشیدن به تجربه اجتماعی و فرهنگی با سویه های دینی و معنوی، در همه چیز داخل می کنند. این به احتمال بسیار، نقشی در افسونگر کردن دوباره جهان در عصر رسانه های جادویی ندارد. با این حال می توان آن را تحول اجتماعی و فرهنگی ای تعریف کرد که ریشه در رویه معنایابی حاصل از مذاکره و توافق در عصر رسانه ها دارد.

تحول رسانه ها تغییر عمده ای در زندگی اجتماعی و فرهنگی به بار آورده است. شواهد تاریخی زیادی در دست است که نشان می دهند رسانه ها و دین با هم متحول شده اند. به ویژه در دوره های پس از توسعه چاپ و به دنبال آن توسعه رسانه های جمعی، قضیه از این قرار است. این تحول در کنار هم، بی دردسر و سودمند برای هر دو طرف نبوده است. ما در بطن تجربه روزمره، هنوز در تلاش هستیم تا رسانه ها را در زندگی خود به نحوی ادغام کنیم که ارزش های مان و احساس هایی را

که از خودمان داریم برآورده کند. ما نسبت به تأثیر و نفوذ آن‌ها بدگمان هستیم. به نظر می‌رسد آن‌ها عیناً ارزش‌ها و ایده‌هایی را منتقل می‌کنند که از نظر ما در دسرساز هستند. در بافت‌های گسترده‌ترِ تعلیم و تربیت، زندگی مدنی و اجتماعی و سیاست‌ورزی، همین احساس ناراحتی وجود دارد. بخش عمده این ناراحتی هم چنان با ایده‌های برگرفته از دین و پیرامون این ایده‌ها چفت و بست می‌یابند. حتی با سکولار شدن مداوم اروپا و آمریکای شمالی (سکولار شدن به معنای افول اقتدار دینی در هر دوی این بافت‌ها)،^(۱) دین هم چنان به ایفای نقشی در گفتمان‌های مربوط به ارزش‌های هنجاری ادامه می‌دهد. بدین ترتیب دین و رسانه‌ها با یکدیگر دست و پنجه نرم می‌کنند و در آینده نیز به این کار ادامه خواهند داد.

در سطح دیگر، این رابطه میان دین و رسانه را این واقعیت تعریف می‌کند که رسانه‌ها اکنون همان بافتی هستند که روابط اجتماعی و فرهنگی از طریق آن برقرار می‌شوند و باز‌نمایی‌ها از طریق آن انجام می‌گیرند. دین، هم رسمی هم غیر رسمی، هم آشکار هم پنهان، اکنون تابع این واقعیت است. در حالی که دین بیش از پیش با سیاست دست و پنجه نرم می‌کند و در پی یافتن نقشی در جامعه مدنی است، این کار را تحت شرایط وساطت انجام خواهد داد. از این‌ها که بگذریم، دین و رسانه‌ها تمایل دارند از لحاظ‌های مهم با هم تعامل کنند. نمایش رسانه‌ای، نقش نوعی شتاب‌دهنده را برای گفتمان دینی بازی می‌کند و

۱- البته صرف نظر از غیر سکولار شدن اروپا و آمریکای شمالی، هر دو که نتیجه مهاجرت به آن دو قاره است.

اکسیژنِ شهرت (۱) را به ایده‌ها و جنبش‌هایی که پیش از این نمی‌توانستند به آوازه و اهمیت دست یابند می‌رساند. دین نیز نقش نوعی شتاب‌دهنده را برای رسانه‌ها بر عهده می‌گیرد و به عنوان چیزی عمل می‌کند که بیرون از قلمرو گفتمان رسانه‌ای، معمول است، وجود دارد، مداخله می‌کند و با نوعی امکان‌سرنوشت‌ساز، با آن گفتمان رسانه‌ای به مخالفت برمی‌خیزد.

تغییر چشمگیر این روابط در آینده نامحتمل است ولی آن چه پس از تحقیقات خود در این جا می‌دانیم چیزهایی درباره این است که چگونه افراد، خانواده‌ها و گروه‌هایی که مخاطب رسانه‌ها هستند می‌کشند تا روز به روز بر همه این‌ها تسلط پیدا کنند. اکنون درباره این که در آن بافت چه کاری از تجربه رسانه‌ای برمی‌آید، چیزهای بیشتری می‌دانیم.

به نظر می‌رسد مخاطبان درباره آن چه در روابط دین و رسانه‌ها می‌گذرد، چیزهایی بیش از آن چه معمولاً امتیاز دانستنش به آن‌ها داده می‌شود، می‌دانند. آن‌ها از راه‌های مختلف با رسانه‌ها ارتباط برقرار می‌کنند و می‌توانند با رجوع به ادعاهای حوزه رسانه‌ها، موقعیت خود را نسبتاً به راحتی مشخص کنند. این گامی دیگر برای حرکت به ورای این سطح – جایی که در آن ادغام شدن رسانه‌ها، دین و معنویت در تجربه رسانه‌ای روزانه را بررسی می‌کردیم – و ورود به سطحی است که در آن پرسش‌های متمرکز درباره ارزش و کنش مطرح می‌شوند. کجای تحقیقات ما در این جا، همان کجای زندگی خانگی و شبکه روابط

اجتماعی ای است که فوراً آن را احاطه می کند. آن چه بعد از این نیاز داریم عبارت است از بررسی های متمرکز تر و محلی تر از آن زمان ها، مکان ها و فرصت ها؛ فرصت هایی که در آن ها پرسش های مربوط به ارزش و کنش در زندگی افرادی چون کسانی که در این جا دیدیم مطرح می شوند.

آن کار و طیف پرسش های جالبی که در این فصل مورد توجه قرار دادیم، ولی دریافتیم که خارج از چهارچوب این تحقیق هستند، هنوز چشم به راه اند. از جمله این ها، بررسی هایی است که پرسش های مربوط به این نکته را تعقیب خواهند کرد: چگونه دیدگاه ها و منش های دینی و معنوی متفاوت، از راه هایی با رسانه ها تعامل می کنند که قطعاً بازتابی از آن اعتقادات هستند. این کار، دورنما را از تحلیل کلی رویه مخاطبان (و نحوه ظهور دین و معنویت در آن) برخوردار گرفت و روی پرسش های متمرکز تر درباره این که چگونه گروه هایی خاص به گونه ای افتراقی رسانه ها را برای ساختن معناها و باز نمایی ها به کار می گیرند، خواهد برد.

تحقیق حاضر آشکار می سازد که رسانه ها مهم و حتی تعیین کننده هستند. این که از چه طرقی تعیین کننده شده اند و برای چه کسانی، تحت چه شرایطی، تعیین کننده هستند و پیامد های آن چیست، باید در تحقیق های بعدی توضیح داده شوند.

هدف این کتاب بررسی دقیق مجموعه مهمی از پرسش ها بود، آن هم به نحوی که زمینه را برای کنکاش های دیگر در فحوای گسترده و پیچیده دین در عصر رسانه ها فراهم آورد ولی هیجان انگیز تر از این ها چشم به راه بودن برای بازتاب ها، واکنش ها، پرس و جوها و بصیرت های

جدیدی است که از راه خواهند رسید.

پیوست

پیوست

مصاحبه های این کتاب طی یک تحقیق مستمر در باره معناسازی در عصر رسانه ها انجام گرفتند. گزارش مفصل آن طرح، همراه با بحث های دقیقی از رویکرد و روش شناسی آن، در سال ۲۰۰۴ با نام رسانه ها، خانه و خانواده منتشر شد. من آن مطالب را در این جا تکرار نخواهم کرد ولی شرح مختصری از آن را عرضه خواهم کرد. خوانندگان علاقه مند به جزییات بیشتر باید به کتاب پیشین مراجعه کنند.

اصولاً، رویکرد نظری و روش شناختی مربوط به کل این تحقیق به قصد پرداختن به شکافی اتخاذ شده است که لیلا ابولقود در سال ۱۹۹۷ در نوشته های مربوط به مطالعات رسانه ها شناسایی کرده بود. ابولقود، با بررسی تحول قوم شناختی در نظریه رسانه ها _ دست کم تا آن نقطه _ مشاهده کرد که تأملات نظری در باره ارزش این رویکرد، بسیار بیشتر از

پژوهش‌های میدانی‌ای است که عملاً اتفاق افتاده بودند. (۱) البته امروزه وضعیت بسیار متفاوت است و این تحقیق به آثار مکتوب روز افزونی می‌پیوندد که در زمینه مطالعات رسانه‌ها نوشته می‌شوند و به سرعت در حال پدید آوردن یک سند اساسی در مخاطب پژوهی قوم‌شناختی و تفسیری هستند. (۲)

رویکرد اتخاذ شده در این کتاب با طرح پژوهشی کلی مرتبط است، آن هم به صورتی که در رسانه‌ها، خانه و خانواده به تفصیل توضیح داده شده است. به طور خلاصه، آغازگر طرح، این تصور بود که اهمیت رسانه‌ها برای معنا (از جمله معنای دینی یا معنوی) باید ریشه در لحظه‌ها یا برهه‌های زندگی داشته باشد. این رویکردی مابعد اثبات‌گرا (۳) بود و تأکید آن بر نیاز به دور کردن چهارچوب‌های تحلیل از مفاهیم مربوط به قدرت‌راهگشای رسانه‌ها بود و هم‌چنین بردن آن [چهارچوب‌های تحلیل] به لحظه‌ها و موقعیت‌هایی در زندگی که بستر مصرف رسانه‌ها هستند. به زودی آشکار شد که این رویکرد، هم به عنوان نتیجه تجربه میدانی هم به عنوان تأمل نظری در حال تکوین، بیش از اندازه محدود است. تجربه میدانی نشان می‌داد که تعامل رسانه‌ها و دین آشکارا در جایی و رای آن لحظه‌های بحران و انتقال رخ می‌دهد. ما، به لحاظ نظری، کم‌کم درمی‌یافتیم که روش ما مستلزم یک

۱- (Abu-Lughod (۱۹۹۷

۲- (۲۰۰۳) Clark, (۱۹۹۹) Gauntlett and Hill, (۱۹۹۷) Seiter. (Cf.

۳- post-positivist

باز اندیشی در موقعیت های مان به عنوان پژوهشگر و هم دستی مان در ساختن روایت هایی است که در حال پدیدآوردنشان بودیم. (۱) همکارم لین شافیلد کلارک بر آن بود که ما داریم از مابعد اثبات گرایی مرحله آغازین مان فراتر رفته وارد جایگاه ساختارگرایانه ای می شویم که پرسش مربوط به شأن و معنای روایت ها را اصل قرار می دهد؛ روایت هایی که داشتیم از دل مصاحبه های خود پدید می آوریم. (۲)

ما به تدریج از آن الگوی پنهانی که تلقی اش از این پروژه یا طرح، استوار بر چهارچوب های کم و بیش سنتی بود (که به جست و جوی تأثیرات رسانه ها بر دین یا بالعکس برمی آمد) دور می شدیم و روی به الگوی تفسیری ای می آوردیم که معنا سازی را در دل فرم و بافتی جای می داد که در دسترس ما بود؛ توصیف ها و روایت های طرف های مصاحبه ما، در حالی که همواره روی تجربه ای که در زندگی روزانه از رسانه ها به دست می آوردند، تأمل می کردند. این امر با ورود تحقیق به مرحله دوم، که توجه خاصی به رسانه های دیجیتال معطوف می کرد، با وضوح بیشتری پیکر بندی شد. به موازات این تحقیقات، کلارک طرح دامنه داری ریخته بود که رویه های رسانه ای نوجوانان و جوانان را به طور عام بررسی می کرد و بخش زیادی از توجه مصاحبه های ما نیز به آن سمت و سوها معطوف شد.

-
- ۱- ما، در کتاب رسانه ها، خانه و خانواده، به ویژه از تأثیر کتاب گوبا و لینکلن (۱۹۹۴)، صص ۱۱۷-۱۰۵ یاد کرده ایم.
- ۲- Clark (۱۹۹۹) "Learning from the Field: The Journey from post-positivist to Constructivist Methods," Paper Presented to the International Communication Association, San Francisco, May

مصاحبه‌هایی که در این جا گزارش شده اند چند مرحله از طرحی کلی را در بر می‌گرفت که [این طرح کلی] نمونه‌ای پدید آورده که اکنون مشتمل بر ۱۴۴ خانواده می‌شود. بیشتر مصاحبه‌ها در منطقه کلان شهری دِنور برگزار شدند. هیچ یک از مصاحبه‌ها در خود شهر بولدر (جایی که دانشگاه ما در آن جا واقع است) انجام نگرفت. هم‌چنین، شماری از مصاحبه‌ها در مناطق دیگر ایالات متحده، از جمله مناطقی در غرب میانه علیا، شمال شرق و در کالیفرنیا، جنوبی و شمالی برگزار شدند. یک دسته از مصاحبه‌ها با خانواده‌هایی انجام گرفته است که با یکدیگر خویشاوند هستند و امکان تحلیل آن نوع شبکه اجتماعی را فراهم می‌آورند. ما در هر یک از این تحقیق‌های متمرکز بر سطح خانوار، مصاحبه‌هایی دقیق و تا حدودی منظم، با همه اعضای خانوار به صورت گروهی انجام دادیم. سپس کار خود را از طریق مصاحبه‌های انفرادی با تک تک آن‌ها ادامه دادیم. در پیروی از تفاهم نامه‌های گروه علوم انسانی دانشگاه مان، در همه مصاحبه‌های انفرادی، ناشناس ماندن مصاحبه‌شوندگان تضمین شده است. از این رو، نام‌هایی که در این کتاب و جاهای دیگر آمده‌اند واقعی نیستند و تلاش‌های دیگری هم برای آشکار نشدن هویت افراد به عمل آمده‌اند. به دنبال این مصاحبه‌های خانوادگی، هر جا که مناسب و مساعد بوده، مداخله‌های دیگری که ممکن است شامل مشاهدات، مصاحبه‌های گروهی متمرکز و دیگر فنون تحقیقی باشند، به عمل آمده‌اند. در این کتاب تنها مطالب مصاحبه گزارش شده است.

چنان که در رسانه‌ها، خانه و خانواده به تفصیل گفته شده است، یکی

از ویژگی های مهم روش ما عبارت بوده است از شرکت مستمر تیم پژوهش میدانی در جلسات هفتگی ای که در آن ها دست نوشته های مصاحبه ها به بحث گذاشته می شدند. هم چنین، این جلسات نقش سمینار پژوهش میدانی مستمری را بر عهده داشتند که در آن مطالب تعیین شده از نوشته های نظری و روش شناختی جدید قرائت می شدند. این جلسات سپس تبدیل می شدند به بافتی که در بستر آن همگی به سرشت این پژوهش می اندیشیدیم، ایده هایی را برای انتشار نهایی می پروراندیم و روش ها و سازمان دهی خود را به طور مستمر مرور می کردیم.

از دل همین جلسات بود که شماری از مهم ترین ایده ها سر برآوردند. سعی کرده ام تا از برخی همکاری های تک تک اعضای تیم پژوهش مان در فصل های پیشین این کتاب یاد کنم. ولی، قطعاً در این جا می خواهم از برخی همکاری ها در تحلیل های گزارش شده در این کتاب قدر دانی کنم؛ همکاری هایی که تأثیرات کلی تری بر تفکر من گذاشتند. لین شافیلد کلاسیک اکنون بیش از ده سال است که نقشی عمده در همه مراحل این طرح ایفا کرده است و تأثیر عمیقی بر کار من گذاشته است. پیش از این به کار نظری مهم او درباره سمت گیری ساختار گرایانه طرح مان اشاره کردم، ولی باید از طیفی از بصیرت های ظریف و پیچیده او در سرشت رویه دینی به صورتی که به فرهنگ رسانه ای مربوط می شود، یاد کنم. هم چنین، او همواره موضوعات طبقه، قومیت و تفاوت، به طور عام را، در صف مقدم تفکر ما و به تبع آن در صف مقدم کار من در این جا، نگاه داشته است.

هنریک بوئس دومین پژوهشگر میدانی در این طرح بود که تز فوق لیسانس بدیعی در تحقیقات دینی بر اساس مصاحبه اش با ما ارائه کرد. هنریک، در مرحله آغازین، روی سرشت اساساً شفاف رویه های رسانه ای که در این جا می دیدیم، متمرکز بود. در حالی که آثار نوشته شده ما را او می داشت که در جست و جوی رویه های رسانه ای دین مدارانه ای باشیم که می توانستند معقول و آگاهانه باشند. هنریک در تحقیقات خود و تحقیقات دیگران، می دید که بخش عمده این فعالیت بیشتر با عنوان بازیگوشانه تعریف شده اند تا آگاهانه. چنان که در این کتاب می توان دید، قضیه در بسیاری از خانوار های ما هم چنان از این قرار است.

یکی از دشوار ترین چیز ها، در مراحل اولیه این تحقیق، تحلیل ادعاهایی بود که والدین _ به ویژه پدران _ در خصوص خط مشی ها و رویه های رسانه ای در خانواده می کردند. جو چمپ در چند خانوار که در آن ها این موضوع مطرح بود، نقش مصاحبه کننده را بر عهده داشت و همین جو چمپ بود که به ما کمک می کرد تا آن سوی ادعاهایی پنهانی را ببینیم که این پدران نسبت به ساختار یابی آشکار ایده هایی مربوط به پدر بودن و مرد بودن در آن بافت ها داشتند. نفوذ جو چمپ به من کمک کرد تا به جایگاه تحلیلی ای برسم که معنای اجتماعی این ادعاها را تفسیر می کرد.

مضمون پدر بودن و مرد بودن هم چنان یکی از علایق من و کار مستمر ما است. مونیکا امریش نیز به ویژه کمک کرد تا هم چنان به موضوعات جنسیت در ربط با اقتدار والدانه و معنای نمادین آن اقتدار،

بیندیشیم. علائق خود مونیکا به معنویت و تغییرات اجتماعی در بطن رویه رسانه ای به ما کمک کرد تا روی راه هایی تمرکز کنیم که از طریق آن ها رسانه ها _ هم چون کالا _ در رویه روزانه نقش ایفا می کنند یا ممکن است نقش ایفا کنند. کورتیس کوآتس نیز چند پژوهش میدانی مهم در این حوزه انجام داده است.

دایان آلترز به طرز مؤثری کمک کرد تا بینیم که دین مداری پنهان برنامه ها باید همراه با [دین مداری] آشکار آن ها و در قالب یک مجموعه تحلیل شود. هم چنین علاقه اش به خانواده سیمپسن او را به پرسش های دشواری راهنمایی کرد که می پرسیدند چگونه می توان برای آن دسته از تجارب و رویه های رسانه ای که ممکن است _ در ظاهر _ دینی به نظر نرسند، مشروعیت یا اصالت اجتماعی دست و پا کرد.

قرائت پیچیده دایان از ادبیات باستان درباره معنا و هویت، به من (و ما) کمک کرد تا آن چه را می بینیم با مضامین بزرگ تری در فرهنگ، پیکر بندی کنیم. دایان، علاوه بر قابلیت های فکری اش، نویسنده ای فوق العاده و مجاب کننده بود و هست و آن استعداد ها شکل و قالب بی نظیری به این طرح و اندیشه من بخشیده اند.

لی هود همیشه از ما می خواست به خاطر داشته باشیم که در حال بررسی نظام های خانواده هستیم و روابط درون خانوار در پیرامون معنا و هویت باید در صف مقدم نگاه داشته شوند. او هم چنین از گوش دادن به سخنان کودکان در خانوار ها حمایت می کرد. ما، به ویژه در مراحل اولیه کار خود، مصاحبه های مفصلی با کودکان کم سن و سال تر انجام دادیم، ولی هود مهارت خاصی در تفسیر آن مطالب داشت.

آنا ماریا روسو نیز علاقه خاصی به نظام های خانواده پیدا کرده و کار خود او درباره خانواده های تک والد پرسش هایی را برای من مطرح کرد که مربوط می شدند به این که چگونه پویایی شناسی (دینامیسم) خانواده می تواند نسبت به رویه های رسانه ای متفاوت در بین خانوارها تغییر جهت دهد. آنا ماریا در تحلیل مطالب مرتبط با رویداد های رسانه ای و مطالب مرتبط با ۱۱ سپتامبر که در فصل ۹ دیدیم، خیلی کمک کرد و ما به یاری او دیدیم که، هر چند طرف های مصاحبه ما مشارکت آشکاری در آیین مابعد ۱۱ سپتامبر نداشتند، با وجود این عمیقاً ولی به طور نامحسوس _ متأثر و درگیر بودند.

کریستف دمونت _ هاینریش، اسکات وبر، میشل میلس و دنیس واکر نقش اصلی در تحلیل پرسش های مربوط به دین به طور فی نفسه نداشتند، ولی در بسیاری از مصاحبه هایی که گزارش آن در این جا آمده است، شرکت جستند. به عقیده من آن ها نقش زیادی در ناباوری نسبت به نقش محوری دین یا معنویت در این مصاحبه ها داشتند. مخالفت شدید آن ها با تصور مبنی بر حضور آشکار دین در وهله اول امکان باز اندیشی در برخی فرضیات بیان نشده در روش و رویکرد ما را فراهم کرد. سپس توانستیم تعبیری از روابط بین دین و رسانه ها بسازیم که توضیح می داد چرا آن چه در سطح و به عنوان نتیجه گفت و گو ها ظاهر می شود از وضوح چندانی برخوردار نیست.

کمک های جین کیو پارک در جریان مفهوم سازی مجدد و باز اندیشی ای که مشخصه سیر و سلوک روش شناختی ما است، فوق العاده زیاد بود. جین به ویژه مهارت خوبی در شناسایی الگوها و

رده بندی های رویه در مطالب حاصل از مصاحبه ها دارد. او درك و دریافتی از نظریه فرهنگی را با خود به این کارها آورد که به طرزی استثنایی پیچیده است. توانایی او در فهم روایت های مستتر در مطالب حاصل از مصاحبه ها دو چندان تحسین برانگیز است؛ چون او در زبان مادری اش کار نمی کند. جین به ویژه در تحلیلی که در فصل هشتم آمده است، سودمند بود. او همراه با لین، دایان و جو به من کمک کرد تا بینم که تحلیل فصل های ششم و هفتم، علاوه بر این که یافته هایی درباره نحوه رفتن رویه رسانه ای از آن رده هاست، مظهر انتقادی پنهان از خود آن رده بندی نیز هست. جین تلاش کرد تا رده بندی ها و ساختار های موقتی گوناگون با داده ها تطبیق کنند و ما به یمن تلاش های او، صاحب نوعی صدای تفسیری شدیم که می توانست با سودمندی تمام آن چه را که دیده ایم و یافته ایم بیان کند.

افزون بر این تحولات عمده، جلسات ما نیز به راستی شمار زیادی بصیرت های دیگر به همراه آوردند که کوشیدیم آن ها را در صورت جلسه های هفتگی ثبت کنیم. چنان که در رسانه ها، خانه و خانواده گفته ایم، هیچ یک از تحلیل هایی را که از دل این طرح بیرون می آیند، نمی توان کاملاً فردی یا بدیع تلقی کرد. هم از لحاظ نظری هم از لحاظ روش شناختی، آن چه توانسته ایم در این جا گزارش کنیم، نتیجه یک تلاش جمعی است و این همان نکته روش شناختی مهمی است که می خواهم در این جا مورد تأکید قرار دهم.

سخن خود را با تأملاتی چند درباره برخی رویکرد های منحصر به فرد در کار جمعی مان که در این کتاب باز نمایی شده به پایان می برم.

نخست، قطعاً پیداست که رویکرد روایی ای که شالوده تحلیل ما را می ساخت کار آمد و ثمر بخش بوده است. دوم، مفهوم هویت به منزله هدف رویه معناسازی به لحاظ اکتشافی مفید از آب درآمد و ثابت کرد که راه خوبی برای توضیح و تحلیل تعامل های بین عناصر و حوزه های گوناگون است. سوم، رویکرد استوار بر تلقی مطالب رسانه ای به عنوان نوعی فرهنگ مادی (۱) نیز مفید از آب درآمد. طرف های مصاحبه توانایی آن را داشتند که روابط خود با رسانه ها را با چنان عینیتی بیان کنند که به ما کمک کند تا روابط آن ها با حوزه های دیگر زندگی شان را ببینیم. خلاصه این که، این روش کار آمد به نظر می رسد و مطالب اساسی برای تفسیر و تحلیل فراهم آورد.

جالب ترین و دشوار ترین بخش این تحقیق _ که در قسمت عمده آن چه پیش از این درباره چالش و تحول نظری و روش شناختی مان گفتم، تلویحاً حضور دارد _ این پدیده است که بیشتر طرف های مصاحبه ما در برقراری ارتباط های آشکار و سر راست بین زندگی رسانه ای و زندگی دینی/معنوی شان با دشواری مواجه بودند. من (و ما) انتظار نداشتم (و نداشتیم) که این امر، چالش بزرگی باشد که [بعد] معلوم شد، هست. بخش عمده تأمل و بازاندیشی ما از نیاز به دست به گریبان شدن با این وضعیت سرچشمه می گرفت. آن چه حاصل شده است، هم در این جا و هم در کار پیشین ما، عبارت بوده است از دیدگاهی دقیق تر، ظریف تر و _ از دید ما _ پیچیده تر، از روابط در این

حوزه های مهم. این گذار، به منزله یک کار کیفی / تفسیری، هم از لحاظ روش شناختی و هم از لحاظ نظری کاری بنیادی بوده است. قضاوت درباره دامنه اهمیت آن را به خوانندگان و همکاران واگذار می کنم.

ص: ۷۰۸

فهرست اعلام

اشاره

فهرست اعلام

زیر فصل ها

فیلم ها/سریال ها/برنامه ها

فهرست اعلام

فیلم ها / سریال ها / برنامه ها

فیلم ها / سریال ها / برنامه ها

آب پاشی ۱۴۸

آپولو سیزده ۱۴۸-۲۳۶

آزمایشگاه دکستر و کارج ۱۶۹

آسمان هفتم ۷۳-۲۲۸-۲۳۰-۲۳۱-۲۳۵-۲۳۷-۲۳۸-۲۴۳-۲۴۴-۳۰۲-۳۹۱-۳۹۶

افشاگری شمالی ۷۳

ای. تی موجود فضایی ۱۶۲

این یک معجزه است ۱۸۰-۱۸۱-۱۸۲-۱۸۷-۲۴۴-۲۹۸-۲۹۹-۳۰۰-۳۱۰

این جا نیویورک است ۳۶۰

بازمانده ۲۱۶-۲۱۷

بافی خون آشام کش ۷۴-۲۶۵-۳۰۸-۳۹۶

بچه های کوچک ۲۷۵

برنامه Dateline ۱۶۷-۱۶۹-۲۷۵

بی خواب در سیاتل ۲۳۶

بیگانه ها ۱۶۲

بیویس باتهد و رن استمپی ۲۲۶

پاورچین ۲۶۴

پرونده های مجهول (۳۹۷-۳۸۳-۲۶۵-۲۳۲-۲۳۱-۲۲۰-۲۱۹-۱۸۵-۷۳) X-Files

پلیس های درجه یک ۲۳۹

پیشرفت خانواده ۲۳۰-۲۴۳-۳۷۸

تاب گان ۱۷۵

تاکسی ۲۲۸

تایتانیک ۱۹۲

ترمیناتور ۱۹۲ - ۲۰۰ - ۳۹۷

جابه جایی همراه با جان ادواردز ۱۸۴-۱۸۶-۱۸۷-۳۱۰-۳۹۶

جوخه ۱۷۵

چه نا گفته ای می دانیم ۳

خانواده سیمپسن ۷۳-۲۲۰-۲۲۱-۲۲۲-۲۳۰-۲۶۴-

ص: ۷۱۰

۲۷۴-۲۷۵-۳۱۲-۳۲۵-۳۹۱-۳۹۶-۴۰۸-۴۱۸

خانه ای کوچک در مرغزار ۲۹۷-۳۹۱

خرقه ۹۴

خلیج داوسن ۲۳۰

داگما ۹۵

دختران پاورپاف ۱۶۹

دود اسلحه ۳۰۴

دور از مقدسات ۷۳

دوستان ۲۶۴

دونده سریع ۷۴

ده فرمان ۹۴

دیک ون دایک ۲۲۸

دیو و دلبر ۲۵۸

ذهن زیبا ۱۴۸

راز آیریش رام ۱۶۴

راشول ۱۸۵

راکی ۲۹۷

ربات پلیس ۲۸۰

رمز داوینچی ۱۴۸

رنجر تگزاس ۲۷۵

روزین ۳۱۴

رهایی از شاوشنک ۲۷۶

زنان درمانده ۴۰۸

زندگی یک حشره ۲۳۶-۳۲۴

ژان آرکادیا ۷۴

ساوث پارک (پارک جنوبی) ۷۳-۱۶۱-۱۶۲-۱۷۶-۱۷۷-۲۰۲

سرباز چین ۱۷۵

سرق بزرگ خودرو ۱۴۸

سریال دکتر کوین ۱۶۲

سریال ۲۲۹-۲۲۸-۲۲۷-۱۶۱ ER

سفر ستاره ای ۱۸۵-۲۱۹-۲۳۱-۳۸۳-۳۹۷

سگ ترسو ۱۶۹

سگ های انباری ۱۶۳

سوپ اپرای دالاس ۳۴۰

شب فرا می رسد ۳۶۱

شجاع دل ۲۳۱-۲۷۶-۳۹۱-۳۹۲

ص: ۷۱۱

شعله آتش ۱۴۸

شکارچی کروکدیل ۲۷۳

شوی مری تایلر مور ۲۲۸

صید شبانه ۱۹۰

عیسی مسیح: سوپر استار ۱۶۴-۱۶۵

فرشته و سرزمین موعود ۹۴

فهرست شیندلر ۲۷۹

فیل سیلوزر ۲۳۶

فیلی در اتاق ۳۶۳

قاضی جودی ۲۳۸-۲۳۹

کافه بغداد ۲۸۱

کریستی ۷۳-۳۹۱

کشتن مرغ مقلد ۲۹۵-۲۹۶-۳۲۲-۳۹۷

کشتی فوق ستاره ها ۲۷۴

کله خر ۳۲۳

کلیدهای آبی ۱۷۵

گاندی ۲۷۹-۳۹۲

گرفتاری بزرگ ۲۷۴

گوجه فرنگی های سبز سرخ کرده ۲۶۴

گورکن ۲۷۳

لرزاندن جهان به خاطر مسیح ۹۳

مبلغ ۹۵

متأهل و بیچه دار ۲۱۸-۲۱۹

مجرد ۳۱۹

مرد سیندرلایی ۱۴۸

مزرعه حیوانات ۲۷۸

مسیر سبز ۲۷۶

مصائب مسیح ۳-۹۵-۹۷-۱۴۴

مظنون اصلی ۲۸۰

معماخانه ۲۲۴

من لوسی را دوست دارم ۲۴۱-۲۴۳

موجودات کورت ۲۲۴

مونتی پایتن و جام مقدس ۱۶۴-۱۶۵-۲۰۱-۲۰۲-۳۹۱

نجات سرباز رایان ۱۷۵

نجات یافته ۹۵

نظر کرده فرشته ۷۳-۹۰-۹۴-۱۴۱-۱۴۲-۱۸۰-۱۸۲-

ص: ۷۱۲

۱۸۴-۲۹۹-۲۹۸-۲۶۵-۲۴۴-۲۲۸-۳۰۰-۳۱۰-۳۹۶

نقطه چین ۲۶۴

نمایش تلویزیونی اندی گریفیث ۱۴۸-۱۴۹-۱۵۳-۲۹۳-۳۲۲-۳۲۳-۳۲۴-۳۸۸-۳۹۷

نهنگ سوار ۷۴

ویشن ۱۷۵-۲۲۴

هانیبال ۳۲۵

هیولای ترسناک ۲۲۰

فهرست اعلام

فهرست اعلام

آبرهام جاشوا هسکل ۳۶۵

آپرا وینفری ۲۳۸

آرنولد شوارتزنگر ۱۹۲

آلکسی دو توکویل ۴۱

آلن بوکبايندر ۸۶

آن بُردن ۹۰

آن گِری ۱۲۶

آنا ماریا روسو ۲۶۲-۲۹۷-۳۰۸-۴۱۹

آنت دو وریس ۵۳-۹۹-۱۰۰-۴۰۵

آنت هیل ۱۲۳-۱۲۶-۱۲۸-۱۳۷-۱۶۶-۳۸۰

آنتونی گیدنز ۱۹-۵۶-۵۷-۷۷-۷۸-۸۰-۱۱۵-۱۳۴-۱۳۸-۲۰۸-۳۸۴-۳۸۷-۳۹۴

آنتونی هاپکینز ۳۲۴-۳۲۵

احمد شاکر نژاد ۲۱۵

اد هریس ۲۳۶

ادوارد لینتال ۳۳۵-۳۴۵-۳۵۱-۳۵۲-۳۵۴

اریک رزناهلر ۲۴

اریک گورملی ۸۸

اریک هابسایوم ۵۸-۳۵۱

اسامه بن لادن ۱۶۲-۳۳۶-۳۵۹

اسپیلبرگ ۱۶۲-۱۷۵-۲۷۹

استفانی کلاین ۳۰۲-۳۰۳-۳۱۸-۳۲۲

استورات ام. هوور ۶-۸-۱۶-۸۴-۳۷۹-۳۹۶

استیون سائزر ۳۶۶

استیون کینگ ۲۷۶

استیون وارنر ۱۰۳-۱۰۴-۱۰۵-۱۱۰-۱۱۸-۲۰۷-۲۱۰

اسقف فالتون جی. شین ۵۰

اسکات وبر ۱۷۹-۲۱۱-۲۴۰-۲۹۹-۳۰۱-۴۱۹

أسوالد چمبرز ۱۴۸

الزابت کاستلی ۳۴۴

المر گنتری ۳۶۶

ص: ۷۱۴

الِن سِتر ۱۲۷-۱۲۸

الیزابت آیزنشتاین ۱۴

الیور استون ۱۷۵

الیهو کتر ۲۴-۴۹-۱۰۱-۱۲۶-۳۴۰-۳۴۵-۳۴۷-۳۴۸-۴۰۳-۴۰۹

امیل دور کھیم ۲۵-۳۴-۱۴۶-۱۸۸-۴۰۰

اندر و استتن ۳۲۴

انیا ۳۶۱

اورسن ولز ۴۶

ایروینگ گافمن ۱۳۳

بابک تیرایی ۸۸

باد پکسن ۹۴

باربی زلیزر ۳۳۷

بایبل بلت ۴۰۸

برایان دنلی ۹۵

برنارد لویس ۳۴۳

بن کینگزلی ۲۷۹

بنجامین فرانکین ۲۶۰

بنی هین ۲۱۵-۳۰۱-۳۰۲

بیلی باب تورنتون ۹۵

بیلی گراہام ۲۶۰-۳۶۷

بیلیف نت ۷۱

پال کراچ ۲۱۵

پت رابرستن ۸۸-۸۹-۳۶۵-۳۶۶-۳۶۷-۳۹۰

پرامیس کیپرز ۱۳۹

پرسی آدلون ۲۸۱

پرنسس دایانا ۱۸

پل تیلیچ ۸۴-۱۰۹-۱۱۰

پل ریکور ۱۳۰-۱۳۱-۱۳۴-۱۳۵

پل لازارسفلد ۴۹

پل ورهوفن ۲۸۰

پل ہیلاس ۱۰۴

پیتر برگر ۳۴-۱۰۳

پیتر ولر ۲۸۰

پی یو بورڈیو ۵۵-۳۸۳

تئودور آدورنو ۴۶

تالکوت پارسونز ۱۰۳

تام (توماس جان) بروکاو ۱۶۷

ص: ۷۱۵

تام کروڑ-۳-۳۰-۱۷۵-۲۳۰

تام ہنکس ۱۷۵-۲۳۶-۲۷۶

تامار لیه بس ۱۲۶-۳۴۰

تامس ہریس ۳۲۴

تد السن ۳۶۶-۳۶۷-۳۹۰

تری جونز ۱۶۴

تری گیلیام ۱۶۴

توماس جفرسن ۳۴۹

تونی اسکات ۱۷۵

تیم تیلور ۲۳۰

تیم رابنز ۱۷۵-۲۷۶

تیموتی لہائی ۹۱-۱۴۹

جان استات ۳۶۷

جان تامسن ۳۵۵-۳۶۸-۳۷۹

جان تراولتا ۳-۳۰

جان شمالزباور ۲۸

جان فیسک ۷۳-۱۰۱-۴۰۹

جان گیلیس ۳۴۹-۳۵۳

جان وین ۱۷۵

جان. اف. کندي ۳۴۵-۳۴۶-۳۴۷-۳۵۱-۳۵۹-۳۶۳

جاناناتان دمی ۳۲۴

جاناناتان فالول ۳۶۶

جاناناتان ماستو ۱۹۲

جانی دپ ۱۷۵

جانی کوچران ۱۴۶

جانی ناکسویل ۳۲۳

جانيس پک ۵۱

جرج بوش ۱۶۲-۳۳۴-۳۳۶

جرج گرینر ۲۳-۲۴

جرج لوکاس ۱۶۲

جرج واشنگتن ۱۰-۱۴۶

جرج هربرت مید ۱۳۳

جری اسپرینگر ۲۳۸-۲۳۹

جری جنکینز ۹۱

جری فالول ۳۶۶-۳۶۷-۳۶۹-۳۹۰-۳۹۱

جف استاین ۳۰۸-۳۰۹-۳۱۰-۳۱۲

جفری هدن ۷۱

ص: ٧١٦

جڪ پالانس ٢٨١

جنت جڪسن ٧٥

جنيفر آنيستن ٢٦٤

جو لو کونته ٣٦٥ - ٣٧٠ - ٤١٩

جوئل ڪارپنٽر ٥٠

جوڊي فاسٽر ٣٢٤

جوڊيت بوڊنباوم ٢٤

جوزف جي. چمپ ٨ - ١٦١ - ٢٧٢

جوزف گالوي - ٣٥٠

جولين مور ١٧٥ - ٣٢٥

جوليون ميچل ٢٨

جيم لهر ٣٦٠ - ٣٦١

جيمز اسٽيوارت ٢٢٥

جيمز ڊابسن ١٤٨ - ٣٦٦

جيمز ڊابليو ڪري ٦ - ٢٥ - ٢٧ - ٩٧ - ١٢٧ - ٤٠٩

جيمز ڪامرون ١٩٢

جيمز لول ١٢٦

جين سيمونز ٩٤

جين ڪيو پارڪ ٤١٩

جینی فالول ۳۶۶

چارلز تیلور ۳۴-۱۳۳

چارلز رایت ۶۷

چاک لکسن ۱۴۸-۱۴۹

چاک نوریس ۲۵۷

حسین حیدری عمید ۹۹

حسین شیخ الاسلامی ۳۰۱

حمید بخشنده ۳۶۶

داگ آندروود ۴۱-۴۰۳

دایان آلترز ۲۴۵-۲۴۶-۳۴۵-۳۴۸

دایان اف. آلترز ۸-۳۴۷-۴۱۸

دایان وینستن ۲۸-۵۳

دنیل شور ۳۶۳

دیپک چوپرا ۱۹۱-۲۰۱-۲۰۴

دیوید بروکس ۳۶۶

دیوید گانتلت ۱۲۳-۱۲۶-۱۲۸-۱۳۷-۱۶۶-۳۸۰

دیوید لترمن ۳۸۲

ديويد مورگان ۲۸-۴۱-۵۲-۹۰-۹۷-۱۰۶

ديويد مورلی ۱۲۶

ديويد نورد ۴۱-۹۰

رابرت اف. کندي ۳۴۶

رابرت بلا ۱۱۰-۳۴۸

رابرت جی لیفتن ۱۰۵-۲۰۹

رابرت دووال ۹۵-۲۹۵

رابرت وتناو ۲۴-۷۹-۸۵-۱۰۵-۱۷۹-۲۰۱-۲۰۷

راجر سیلورستن ۱۲۹-۳۸۰

رالف امرسن ۷۸

رالف فاینز ۲۷۹

ران هاوارد ۱۴۸-۲۳۶

رایننا هنکاک ۲۹۷-۲۹۸-۲۹۹-۳۰۰

رونالد ریگان ۳۶۳

رونالد گرایمس ۳۴۹

ری لیوتا ۳۲۵

ریچارد آتن بورور ۲۷۹

ریچارد برتن ۹۴

ریچارد هورگارت ۶۸

ریچل استاین ۳۰۸-۳۰۹-۳۱۰-۳۱۳

ریدلی اسکات ۱۷۵-۳۲۵

ریموند ویلیامز ۵۵-۶۸-۱۳۶

زاگه برشت ۲۸۱

ژاک ایول-۱۵-۹۹

ژان بودریار ۲۰

ژان پل سارتر ۱۲۵

سالی پرامی ۱۰۹

ساموئل وبر ۹۹-۱۰۰

سایروس فیلد ۴۲

سسیل ب. دومیل ۹۴

سونیا لوینگستن ۳۸۰

سیامک انصاری ۳۰۱

سید محمد حسینی ۳۰۱

سیدحمیدرضا قادری ۹۹

سیلوستر استالونه ۲۹۷

شان مک کلود ۲۸

شهریار وقفی پور ۲۶۷

شیکزنت میهالی ۶۰

ص: ۷۱۸

عبدالله گیویان ۲۴

عیسی مسیح ۱۴۳-۱۴۵-۱۶۴-۱۶۵

فارست ویتا کر ۱۷۵

فرانک دارابانت ۲۷۶

فرانک کاپرا ۲۲۵

فرد کلاین ۲۹۵-۲۹۶-۳۰۲-۳۲۲-۳۲۳-۳۲۴

فردیناند تونیز ۴۶

فواد عجمی ۳۴۲-۳۴۴

قدسیه جوانمرد ۳۶۶

کاترین آلبانس ۱۰۳-۲۰۷-۲۱۰

کارل یورگنر مایر ۳۴۳

کالین مک دانل ۵۲

کتی بیتس ۲۶۴

کریس چندلر ۲۹۷-۳۱۷-۳۱۸

کریستف دمونت هانریش ۱۶۳-۱۶۷-۳۰۳-۳۰۵-۴۱۹

کریستوفر لاش ۱۲۳

کنت گرگن ۵۶-۸۰-۱۳۸-۳۵۳-۳۸۴

کوین بیکن ۲۳۶

کوین ویلیامسن ۲۳۰

کیم اندرسن ۲۷۰-۲۷۱

کلیفورد گیرتز ۳۴-۳۵-۳۴۹

کوینتین شولتز ۲۴-۵۱

کیتی هولمز ۲۳۰

گابریل بنو ۲۶۶-۲۶۸-۲۶۹

گالوپ ۲۴

گرگور گوئالس ۹۶-۲۹۱

گری اولدمن ۳۲۵

گریگوری پک ۲۹۵

گزل شافت ۴۶

گونتر توماس ۱۰۱

گیلن استراوسن ۱۳۳

گیمن شافت ۴۶-۳۸۰

لاکان ۹۶

لایف تایم ۹۴

لوسیس بال ۲۴۱

لی اشمیت ۵۳

ص: ٧١٩

لى هوڊ ٨-٢٢٣-٢٢٩-٢٣٤-٢٥٢-٢٦٧-٢٧٧-٤١٨

ليزا مينلى ١٩٠

ليلا ابولقود ٢٦-٤١٥

لين شافليڊ كلارك ٨-٢٨-١١٢-١٦١-١٨٤-٢٨١-٤١٦-٤١٧

لينڊا ووڊهڊ ١٠٤

ماتيو برادى ٤٢

مارتين باربرو ٥٢

مارتين لوٽر ڪينگ ٣٤٦-٣٦٥

مارشال مڪ لوهان ١٤-١٥-٢٢-٤٨-٩٩-١٠٠-٣٣٩-٣٤٠

مارڪ پرايس ٢٦٦-٢٦٧-٢٦٨-٢٦٩

ماروين ريچارڊز ٣٧٠

مالڪوم ماگريچ ٢٣

مايڪل جڪسن ٧٥

مايڪل مڊود ٢٤-٢٩١

محمد ابراهيم حسن ٣٤٤

محمد عطاء ٣٤١

مڊونا ٣-٣٠-٣٤

مگ رايان ٢٣٦

مل گيسن ٣-٣٠-٩٥-٩٧-١٤٤-٢٣١

مورگان فریمن ۲۷۶

مونیکا امریش ۴۱۸-۳۰۷-۲۶۹-۱۸۹-۱۳۹

مهران مدیری ۲۶۴

میشل فو کو ۵۵

میشله رزنتال ۲۴

نام جون پیک ۵

نوستر آداموس ۱۴۳

نیک کولدری-۲۵-۱۰۱-۳۴۷-۴۰۹

نیکل ادئون ۲۲۸-۲۱۶-۱۷۴

نیل پستمن ۲۴

وال کیلمر ۱۷۵

والت دیزنی ۲۵۸-۲۵۶-۲۳۶

والتر انگ ۱۰۰-۹۹-۱۵

ص: ۷۲۰

والتر کرونگایت ۳۴۶

وودی آلن ۲۲۵

وید کلارک روف ۵۸-۷۶-۷۷-۷۸-۷۹-۸۰-۸۱-۸۵-۱۰۴-۱۰۵-۱۰۶-۱۰۷-۱۱۰-۱۱۳-۱۱۴-۱۱۵-۱۱۶-۱۱۷-
۱۱۸-۱۲۱-۱۲۹-۱۵۳-۱۵۴-۱۶۳-۱۷۹-۱۸۸-۲۰۱-۲۰۴-۲۰۷-۲۰۸-۲۱۰-۲۱۱-۲۳۴-۲۴۵-۲۴۷-۲۵۱-۲۶۱-
۲۶۳-۲۶۷-۲۷۱-۲۷۶-۲۷۷-۳۵۱-۳۹۳-۳۹۴-۳۹۸-۴۰۸

ویکی استینونز ۲۵۲-۲۵۳-۲۵۴-۲۵۵-۲۵۶-۲۵۷-۲۵۸-۲۵۹-۲۶۰-۲۶۱

ویگو مورتسن ۱۷۵

ویل هربرگ ۳۹-۶۲-۷۶

ویلیم دافو ۱۷۵

ویلیام آرتز ۳

ویلیام بنت ۲۴-۴۴

ویلیام جیمز ۳۴

ویلیام فور ۲۴

ویلیام والاس ۲۳۱

هارولد اینیس ۱۴

هال لیندزی ۳۶۶

هاوارد استرن ۷۵-۳۲۳

هلن میرن ۲۸۰

هنری جنکینز ۲۰۴

هنری کاستر ۹۴

هنريك بوئس ۴۱۷

هوراس نيوكامب ۳۸۱

هومر ۲۲۰

هيتروندرشات ۲۸-۵۳-۹۳-۹۴-۱۱۲-۱۴۷

يورگن هابرماس ۴۱-۴۸-۱۳۶

يونگ ۹۶

Bibliography

- Abu-Lughod, Lila (١٩٩٧) "The interpretation of culture(s) after television,"
 .Representations ٥٩: ١٠٩-٣٣
- Adorno, Theodor (١٩٩١) The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture, ed.
 J.M. Bernstein, London: Routledge
- Aeng, Ien (١٩٩٤) Living Room Wars: Rethinking Media Audiences for a Post modern
 .World, London: Routledge
- Ajami, Fouad (٢٠٠١) "What the Muslim world is watching," New York Times Magazine,
 .November ١٨, p. ٤٨
- Albanese, Catherine (١٩٩٨) America: Religions and Religion, Florence, KY: Wadsworth
 .Publishing
- .Ali, Lorraine (٢٠٠١) "The glorious rise of Christian pop," Newsweek, July ١٤, p. ٤٠
- Alsdurf, Phyllis (forthcoming) "Evangelicalism and the presidential election of ١٩٦٠: the
 'Catholic Question' in Christianity Today Magazine," in Lynn

- Schofield Clark (ed.) Religion, Media, and the Marketplace, New Brunswick: Rutgers
- Alterman, Eric (٢٠٠٣) What Liberal Media? The Truth about Bias and the News, New York: Basic Books
- Alters, Diane E (٢٠٠٣) "'We hardly watch that rude, crude show': class and taste in The Simpsons," in Prime Time Animation: Television Animation and American Culture, eds Carol A. Stabile and Mark Harrison, London: Routledge
- Alvarez, Lizette (٢٠٠٣) "Fury, God and the pastor's disbelief," The New York Times, July ٨, p. A٤
- Andersen, M.L. and Collins, P.H. (eds) (٢٠٠٤) Race, Class, and Gender: An Anthology, Belmont, CA: Wadsworth/Thomson
- Apostolos-Cappadona, Diane (١٩٩٧) "Vamps and tramps: the persistence of Eve in popular culture." Paper presented to the Eighth International Colloquium on Theology and Communication, Rome, September
- Appadurai, Arjun (١٩٩١) "Global ethnoscaples: notes and queries for a transnational ethnography," in Richard Fox (ed.) Recapturing Anthropology, Santa Fe: School of American Research Press, pp. ١٩١-٢١٠
- Armstrong, Ben (١٩٧٩) The Electric Church, Nashville: Thomas Nelson
- Arnett, Jeffrey (١٩٩١) "Adolescents and heavy metal music: from the mouths of metalheads," Youth and Society ٢٣: ٧٤-٩٨

The soundtrack of restlessness – musical preferences and reckless behavior" (١٩٩٢)
among adolescents," J. Adolescent Research ٧: ٣١٣–٢٨

.Babin, Pierre (١٩٧٠) The Audio–visual Man, Dayton: Pflaum Press

Badarracco, Claire (٢٠٠٥) Quoting God: How Media Shape Ideas about Religion, Waco:
.Baylor University Press

.Bagdikian, Ben (١٩٩٧) The Media Monopoly, Boston: Beacon Press

Barnouw, Eric (١٩٩٠) The Sponsor: Notes on a Modern Potentate, Oxford: Oxford
.University Press

Bauder, David (٢٠٠٤) "Religious fervor resulting in more coverage by networks," The
.Denver Post, ٩ April, p. D١

.(Baudrillard, Jean (١٩٨٣) Simulations, New York: Semiotext(e

Bell, Catherine (١٩٩٨) "Performance," in Mark C. Taylor (ed.) Critical Terms for Religious
.Studies, Chicago: University of Chicago Press

Bellah, Robert (١٩٧٤) "Civil religion in America," in Russell E. Richey and Donald G.
.Jones (eds) American Civil Religion, New York: Harper Forum Books

The Broken Covenant: American Civil Religion in Time of Trial, San Francisco, (١٩٨٤)—
.CA: Harper

Habits of the Heart: Individualism and Commitment in American Life, (١٩٨٦)—
Berkeley: University of California Press

.Bennett, William (١٩٩٣) Book of Virtues, New York: Simon Schuster

Berger, Peter and Luckman, Thomas (١٩٦٦) The Social Construction of Reality: A
.Treatise in the Sociology of Knowledge, Garden City, New York: Anchor Books

Best, Steven and Kellner, Douglas (١٩٩١) Postmodern Theory: Critical Interrogations,
.London: Macmillan

Bird, S. Elizabeth (٢٠٠٣) The Audience in Everyday Life: Living in a Media World, New
.York: Routledge

Blake, John (٢٠٠٤) "Christian wares expand in scope: holy socks, faith hero cards,
.tattoos on market," Atlanta Journal-Constitution, ٣ July, p. ١B

Blumenreich, Megan (٢٠٠٤) "Avoiding the pitfalls of 'conventional' narrative research:
using poststructural theory to guide the creation of narratives of children with HIV,"
.Qualitative Research (٤)١: ٧٠-٩٠

Blumer, Jay (١٩٧٥) The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on
.Gratifications Research, Beverly Hills: Sage

Borden, Anne (forthcoming) "What would Jesus buy? Christian booksellers negotiate
(.ministries and markets," in Lynn Schofield Clark (ed

.Religion, Media, and the Marketplace, New Brunswick: Rutgers

Bourdieu, Pierre (١٩٨٤) *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*, trans. Richard Nice, Cambridge, MA: Harvard University Press

Brasher, Brenda (٢٠٠٤) *Give Me That On-Line Religion*, Piscataway, NJ: Rutgers University Press

Broadcasting and Cable Yearbook, ٢٠٠٢-٢٠٠٣ (٢٠٠٣) New York: Broadcasting Cable Publications

Bruce, Steve (١٩٩٠) *Pray TV. Televangelism in America*, London: Routledge. Bryant, J. and Zillmann, D. (eds) (١٩٩٤) *Media Effects: Advances in Theory and Research*, Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates

Buddenbaum, Judith and Stout, Daniel (١٩٩٤) "Religion and mass media use: a review of the mass communication and sociological literature," *Religion and Mass Media: Audiences and Adaptations*, London: Sage, pp. ١٢-٣٤

Carey, James W. (١٩٧٥) "A cultural approach to communication," *Communication* ٢(٢): ١-٢٥

.Communication as Culture, Boston: Unwin-Hyman (١٩٨٩)—

Carpenter, Joel (١٩٨٥) "Tuning in the gospel: fundamentalist radio broadcasting and the revival of mass evangelism, ١٩٣٠-٤٥," paper delivered to the Mid-America American Studies Association, University of Illinois, Urbana, ١٣ April

Carter, Bill (٢٠٠٤) "Many who voted for 'values' still like their television sin," *The New York Times*, ٢٢ November, p. A1

Carter, Stephen (٢٠٠٠) *God's Name in Vain: The Wrongs and Rights of Religion in Politics*, New York: Basic Books

Castelli, Elizabeth (٢٠٠٤) "Presentation to the Conference Media, Religion, and Culture," New York University, ٨ May

Charters, Werrett Wallace (١٩٣٣) *Motion Pictures and Youth*, New York: Macmillan

Chidester, David (٢٠٠٠) "The church of baseball, the fetish of Coca-Cola and the potlach of rock 'n' roll," in Bruce Forbes and Jeffrey Mahan (eds) *Religion and Popular Culture in America*, Berkeley: University of California Press

Chidester, David and Linenthal, Edward (eds) (١٩٩٥) *American Sacred Space*, Bloomington: Indiana University Press

Clark, Lynn Schofield (٢٠٠٢) "The Protestantization of research in media and religion," in Stewart M. Hoover and Lynn Schofield Clark (eds) *Practicing Religion in the Age of the Media: Explorations in Media, Religion, and Culture*, New York: Columbia University Press

From Angels to Aliens: Teenagers, the Media, and the Supernatural, New (٢٠٠٣)—
York: Oxford University Press

Clark, Lynn Schofield and Hoover, Stewart M. (١٩٩٧) "At the intersection of media, culture, and

- religion: a bibliographic essay," in Stewart M. Hoover and Knut Lundby (eds) .Rethinking Media, Religion, and Culture, Thousand Oaks, CA: Sage
- .Couldry, Nick (٢٠٠٣) Media Rituals: A Critical Approach, London: Routledge
- Csikszentmihalyi, Mihaly and Rochberg-Halton, Eugene (١٩٨١) The Meaning of Things: .Domestic Symbols and the Self, Cambridge, UK: Cambridge University Press
- Dart, John and Allen, Jimmy (١٩٩٣) Bridging the Gap, Nashville: Freedom Forum First .Amendment Center
- Davison, W. Phillips (١٩٨٣) "The third-person effect in communication," Public Opinion .Quarterly ٤٧ (spring): ١-١٥
- Dayan, Daniel and Katz, Elihu (١٩٩٢) Media Events: The Live Broadcasting of History, .Cambridge, MA: Harvard University Press
- de Kerckhove, Derrick and Dewdney, Christopher (١٩٩٥) The Skin of Culture, Toronto: .Somerville House Publishing
- De Tocqueville, Alexis (٢٠٠٠) Democracy in America, Chicago, IL: University of Chicago .Press
- De Vries, Hent (٢٠٠١) "In media res: global religion, public spheres, and the task of contemporary comparative religious studies," in Hent De Vries and Samuel Weber .(eds) Religion and Media, Stanford: Stanford University Press

De Vries, Hent and Weber, Samuel (eds) (٢٠٠١) Religion and Media, Stanford: Stanford University Press

.Denzin, Norman K. (١٩٨٩) Interpretive Biography, Newbury Park, CA: Sage

Symbolic Interactionism and Cultural Studies: The Politics of Interpretation, (١٩٩٢)—
.Oxford: Blackwell

Derrida, Jacques (٢٠٠١) "Above all, no journalists!" in Hent De Vries and Samuel Weber
(eds) Religion and Media, Stanford: Stanford University Press

Dorgan, Howard (١٩٩٣) The Airwaves of Zion: Radio and Religion in Appalachia,
.Knoxville: University of Tennessee Press

Durkheim, Emile (١٩٩٥) Elementary Forms of the Religious Life, trans. Karen E. Fields,
.New York: The Free Press

Eck, Diana (٢٠٠١) A New Religious America: How the World's Most "Christian Country"
Has Now Become the World's Most Religiously Diverse Nation, San Francisco:
.HarperCollins

Eisenstein, Elizabeth (١٩٧٩) The Printing Press as an Agent of Change, New York:
.Cambridge University Press

.Ellens, J. Harold (١٩٧٤) Models of Religious Broadcasting, Grand Rapids: Eerdmans

.Ellul, Jacques (١٩٦٧) The Technological Society, New York: Vintage

- Enzensberger, Hans Magnus (١٩٧٤) *The Consciousness Industry: On Literature, Politics, and the Media*, New York: Seabury Press
- Epstein, Edward Jay (١٩٧٢) *News from Nowhere: Television and the News*, New York: Random House
- Evans, Clay (١٩٩٩) "A church for all seasons," *Boulder Daily Camera*, ٨ May, p.IE
- Festinger, Leon (١٩٥٧) *A Theory of Cognitive Dissonance*, Evanston, IL: Row Peterson
- Fischer, Claude (١٩٩٤) *America Calling: A Social History of the Telephone to ١٩٤٠*, Berkeley: University of California Press
- Fiske, John (١٩٨٧) *Television Culture*, London: Routledge
- Foote, Kenneth (١٩٩٧) *Shadowed Ground: America's Landscapes of Violence and Tragedy*, Austin: University of Texas Press
- Forbes, Bruce David and Mahan, Jeffrey (٢٠٠٠) *Religion and Popular Culture in America*, Berkeley: University of California Press
- Fore, William E. (١٩٨٧) *Television and Religion. The Shaping of Faith, Values and Culture*, Minneapolis: Augsburg/Fortress
- Mythmakers: Gospel, Culture and Media, New York: Friendship Press (١٩٩٠) —
- Frankl, Razelle (١٩٨٧) *Televangelism: The Marketing of Popular Religion*, Carbon dale, IL: Southern Illinois University Press

Fraser, Nancy (١٩٩٣) "Rethinking the public sphere: a contribution to the critique of actually-existing democracy," in B. Robbins (ed.) *The Phantom Public Sphere*, Minneapolis: University of Minnesota Press, pp. ١-٣٢.

Gans, Herbert (١٩٧٩) *Deciding What's News*, New York: Pantheon

Garnham, Nicholas. (١٩٩٥) "Political economy and cultural studies: reconciliation or divorce?" *Critical Studies in Mass Communication* ١٢: ٤٢-٧١

Garron, Barry (١٩٩٨) "Touched by an angel," *Hollywood Reporter*, April ٢٠.

Gauntlets, David and Hill, Annette (١٩٩٩) *TV Living: Television Culture and Everyday Life*, London: Routledge and the British Film Institute

Geertz, Clifford (١٩٧٣) *The Interpretation of Cultures*, New York: Basic Books

Gerbner, George and Connolly, Kathleen (١٩٧٨) "Television as new religion," *New Catholic World*, March/April: ٥٢-٦٠

Gerbner, George, Gross, Larry, Hoover, Stewart, Morgan, Michael, and Signorielli, Nancy (١٩٨٩) "Response to 'Star Wars of a Different Kind: Reflections on the Politics of the Religion and Television Research Study,'" *Review of Religious Research* ٣١(٢) (December): ١١١-٢٤

Gerbner, George, Gross, Larry, Hoover, Stewart, Morgan, Michael, Signorelli, Nancy, Wuthnow, Robert and Cotugno, Harry (١٩٨٤) *Religion and Television: A Research Report by the Annenberg*

.School of Communications, Philadelphia: The Annenberg School

Gergen, Kenneth (١٩٩١) *The Saturated Self: Dilemmas of Identity in Contemporary Life*, New York: Basic Books

Technology and the self: from the essential to the sublime," in Debra Grodin" (١٩٩٤)—
and Thomas R. Lindlof (eds) *Constructing the Self in a Mediated World*, Thousand
Oaks: Sage

Giddens, Anthony (١٩٩١) *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late
Modern Age*, Stanford: Stanford University Press

Gillis, John R. (١٩٩٤) "Memory and identity: the history of a relationship," in John R. Gillis
(ed.) *Commemorations: The Politics of National Identity*, Princeton: Princeton
University Press

Ginsburg, Faye, Abu-Lughod, Lila, and Larkin, Brian (eds) (٢٠٠٢) *Media Worlds:
Anthropology on New Terrain*, Berkeley: University of California Press. Goethals,
.Gregor (١٩٨٢) *TV Ritual: Worship at the Video Altar*, Boston, MA: Beacon Press

Escape from time: ritual dimensions of popular culture," in Stewart M. Hoover" (١٩٩٧)—
and Knut Lundby (eds) *Rethinking Media, Religion, and Culture*, Thousand Oaks, CA:
.Sage

The electronic golden calf: transforming ritual and icon," in Bruce Forbes and" (٢٠٠٠)—
Jeffrey Mahan (eds) *Religion and Popular Culture in America*, Berkeley: University of
.California Press

Goffman, Erving (١٩٥٩) *The Presentation of Self in Everyday Life*, Garden City, NY: Doubleday

Goodman, Barak and Dretzin, Rachel (٢٠٠١) PBS Frontline Video "The Merchants of Cool." WGBH

Grimes, Ron (٢٠٠١) "Ritual and the media," in Stewart M. Hoover and Lynn Schofield Clark (eds) *Practicing Religion in the Age of the Media: Studies in Media, Religion, and Culture*, New York: Columbia University Press

Grossberg, Lawrence (١٩٩٢) *We Gotta Get Out Of This Place: Popular Conservatism and Postmodern Culture*, New York: Routledge

Cultural studies vs. political economy: is anyone else bored with this debate?" (١٩٩٥)—
Critical Studies in Mass Communication ١٢: ٧٢-٨١

Guba, Egon and Lincoln, Yvonne (١٩٩٤) "Competing paradigms in qualitative research," in Norman Denzin and Yvonne Lincoln (eds) *Handbook of Qualitative Research*, Thousand Oaks: Sage

Gunter, Barrie and McAleer, Jill (١٩٩٧) *Children and Television*, ٢nd edn, London: Routledge

Haas, Kristin Ann (١٩٩٨) *Carried to the Wall: American Memory and the Vietnam Veterans Memorial*, Berkeley: University of California Press

Habermas, Jurgen (١٩٨٥) *The Theory of Communicative Action, Volume Two: Life World and System: A Critique of Functionalist Reason*, Boston, MA: Beacon Press

.The Structural Transformation of the Public Sphere, Cambridge: MIT Press (١٩٨٩)—

Hadden, Jeffery K. and Cowan, Douglas E. (٢٠٠١) Religion on the Internet, Vol. ٨,
.London: Elsevier Science and Technology Books

Hadden, Jeffrey and Shupe, Anson (١٩٨٨) Televangelism: Power and Politics on God's
.Frontier, New York: Henry Holt

Hadden, Jeffrey K. and Swann, Charles E. (١٩٨١) Prime-Time Preachers: The Rising
.Power of Televangelism, Reading, MA: Addison-Wesley

Hall, David (ed.) (١٩٩٧) Lived Religion in America: Toward a Theory of Practice,
.Princeton: Princeton University Press

Hall, Stuart and Jefferson, Tony (eds) (١٩٧٦) Resistance through Rituals: Youth
.Subcultures in Post-War Britain, London: Hutchinson

Hammond, Philip (١٩٩٢) Religion and Personal Autonomy: The Third Disestablishment
.in America, Columbia, SC: University of South Carolina Press

Hangen, Tona (٢٠٠٢) Redeeming the Dial: Radio, Religion, and Popular Culture in
.America, Chapel Hill, NC: University of North Carolina Press

Harvey, David (١٩٨٩) The Condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origins of
.Cultural Change, Oxford: Blackwell

Heelas, Paul and Woodhead, Linda (eds) (٢٠٠٠) Religion in Modern Times: An
.Interpretive Anthology, Oxford: Blackwell Publishers

- Hendershot, Heather (٢٠٠٤) *Shaking the World for Jesus: Media and Conservative Evangelical Culture*, Chicago: University of Chicago Press
- Herberg, William (١٩٨٣) *Protestant – Catholic – Jew: An Essay in American Religious Society*, Chicago, IL: University of Chicago Press
- Hinsliff, Gaby (٢٠٠٠) "Evangelists may spread the word by radio," [London] *Observer*, ٢٧ August, p. ٧
- Hirsch, Michael (٢٠٠٤) "Bernard Lewis revisited," *Washington Monthly*, November, :From
www.washingtonmonthly.com/features/٢٠٠٤/٠٤١١.hirsh.html [accessed ٥ February ٢٠٠٦].
- Hood, Lee (٢٠٠١) "The Local News Audience and Sense of Place: A Home in the Global Village," Ph.D. dissertation, University of Colorado
- Hoover, Stewart M. (١٩٨٧) "The religious television audience: a matter of size or significance?" *Review of Religious Research* ٢٩: ١٣٥–٥١
- Mass Media Religion: The Social Sources of the Electronic Church*, London: (١٩٨٨)—Sage
- Religion in the News: Faith and Journalism in American Public Discourse*, (١٩٩٨)—Newbury Park: Sage
- "Meaning, faith and spirituality in the media world," in Jolyon Mitchell and Sophia Marriage (eds) *Mediating Religion: Conversations I . n Media, Religion and Culture*, Edinburgh: T. T. Clark/Continuum

Hoover, Stewart M., Clark, Lynn Schofield, and Alters, Diane F. with Joseph G. Champ and Lee Hood (٢٠٠٤) *Media, Home, and Family*, New York: Routledge

Hoover, Stewart M., Clark, Lynn Schofield, and Rainie, Lee (٢٠٠٤) *Faith Online*. A report of the Pew Internet and American Life Project. From www.pewinternet.org

Hoover, Stewart M. and Park, Jin Kyu (٢٠٠٥) "Religion and meaning in the digital age: field research on Internet[Web religion]," in Eric Rothenbuhler and Mihai Coman (eds) *Media Anthropology*, Thousand Oaks: Sage

Hoover, Stewart and Russo, Anna Maria (٢٠٠٢) "Ritual, representation, and media in public commemoration." Paper presented to the American Academy of Religion (AAR) Annual Meeting, Toronto, Canada, November

Hoover, Stewart M. and Venturelli, Shalini S. (١٩٩٤) "The category of the religious: the blindspot of contemporary media theory?" *Critical Studies in Mass Communication* ١٣: ٢٥١-٤٥

Hoover, Stewart M. and Wagner, Douglas K. (١٩٩٧) "History and policy in American broadcast treatment of religion," *Media, Culture and Society* ١٩(١) (January): ٧-٢٧

Hoover, Stewart, Venturelli, Shalini, and Wagner, Douglas (١٩٩٥) *Final Report: Religion and Journalism*, Boulder: University of Colorado

- Horkheimer, Max and Adorno, Theodor W. (١٩٧٢) *Dialectics of Enlightenment*, trans. John Cumming, New York: Seabury Press, pp. ١٢٠-٤٧
- Horsfield, Peter (١٩٨٤) *Religious Television: The American Experience*, New York: Longman Press
- Huesmann, L.R. and Malamuth, N.M. (eds) (١٩٨٤) "Media violence and antisocial behavior" (special issue), *Journal of Social Issues* ٤٢(٣)
- Hunter, James Davidson (١٩٩٢) *Culture Wars: The Struggle to Define America*, New York: Basic Books
- Innis, Harold (١٩٥٠) *Empire and Communication*, Toronto: University of Toronto Press
- Ismail, Faezah (٢٠٠١) "Showing the true face of Islam," *New Straits Times* (Malaysia), ١٨ November, p. ١
- Jameson, Frederic (١٩٩٢) *Postmodernism, or, the Cultural Logic of Late Capitalism*, Durham: Duke University Press
- Jamison, Kathleen (٢٠٠٠) *Everything You Think You Know about Politics ... and Why You're Wrong*, New York: Basic Books
- The Press Effect: Politicians, Journalists, and the Stories that Shape the (٢٠٠٢)—
Political World, New York: Oxford University Press
- Jenkins, Henry (١٩٩٢) *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*, New York: Routledge

Jhally, Sut (١٩٩٠) Codes of Advertising: Fetishism and the Political Economy of Meaning
in the Consumer Society, New York: Routledge

Juergensmeyer, Mark (٢٠٠١) Remarks to the annual meeting of the Society for the
.Scientific Study of Religion, Columbus, OH, November

.Katz, Elihu and Lazarsfeld, Paul (١٩٥٥) Personal Influence, Glencoe, IL: Free Press

Katz, Elihu and Liebes, Tamar (١٩٨٥) "Mutual aid in the decoding of Dallas preliminary
notes from a cross-cultural study," in Phillip Drummond and Richard Paterson (eds)
Television in Transition: Papers from the First International Television Studies
.Conference, London: British Film Institute

Keeler, Janet K. (٢٠٠١) "Amazing grace: thanking God helps in times of sadness,"
.Boulder Daily Camera, ٢٩ September, p. ١D

Kellner, Douglas (١٩٨٩) Critical Theory, Marxism and Modernity, Cambridge: Polity
.Press, chs ٥ and ٦

.The Persian Gulf TV War, Boulder: Westview Press (١٩٩٢)—

.Kerevan, George (٢٠٠١) "Faithful cynics of a new nation," Scotsman, ٣٠ April, p. ٣

Koch, Gertrud (٢٠٠١) "Mimesis and the ban on graven images," in Hent DeVries and
Samuel Weber (eds) Religion and Media, Stanford: Stanford University Press, pp. ١٥١–

Kornblut, Anne (٢٠٠٠) "Changes are voted for public television bill, gives air time to .religious groups," The Boston Globe, ٢١ June, p. A٣

Korp, Maureen (١٩٩٧) "Teaching from the headlines: myth and the media coverage of .Diana's death," Religious Studies News, ٢٠ November, p. ٢٠

.Kristof, Nicholas (٢٠٠٣) "Believe it, or not," New York Times, ١٥ August, p. A٤

Kubey, Robert William and Csikszentmihalyi, Mihaly (١٩٩٠) Television and the Quality of Life: How Viewing Shapes Everyday Experiences, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates

Television addiction is no mere metaphor," Scientific American, February, " (٢٠٠٢)—
:From

www.simpletoremember.com/vitals/TV-Danger-SCIAM.htm [accessed ٥ February
.٢٠٠٥١

Lasch, Christopher (١٩٧٧) Haven in a Heartless World: The Family Besieged, New York:
.Basic Books

Lattin, Don (٢٠٠٣) "Surveys show jump in people who belong to church of 'none',"
.Boulder Daily Camera, ٤ December, p. D١

Lerner, Daniel (١٩٦٤) Passing of Traditional Society, New York: Simon Schuster Adult
.Publishing Group

Liebert, Robert L. and Sprafkin, Joyce (١٩٨٨) The Early Window: The Effects of
.Television on Children and Youth, New York: Pergamon

- Liebes, Tamar and Katz, Elihu (١٩٩٠) *The Export of Meaning: Cross-Cultural Readings of "Dallas,"* New York: Oxford University Press
- Lieblich, Amia, Tuval-Mashiach, Rivka, and Zilber, Tamar (١٩٩٨) *Narrative Research: Reading, Analysis, and Interpretation,* Newbury Park, CA: Sage
- Lifton, Robert Jay (١٩٩٣) *The Protean Self. Human Resilience in an Age of Fragmentation,* New York: Basic Books
- Linenthal, Edward (٢٠٠١) *The Unfinished Bombing: Oklahoma City in American Memory,* New York: Oxford University Press
- Livingstone, Sonia (٢٠٠٢) *Young People and New Media: Childhood and the Changing Media Environment,* London: Sage
- Loconte, Joe (٢٠٠٤) *Commentary, All Things Considered,* National Public Radio, Friday, ٥ November
- Lull, James (١٩٨٨) *World Families Watch Television,* Beverly Hills: Sage
- (١٩٩١) *Inside Family Television,* London: Routledge
- Lynch, Gordon (٢٠٠٥) *Understanding Theology and Popular Culture,* Oxford: Blackwell
- McAdams, Dan P. (١٩٩٣) *The Redemptive Self. Stories Americans Live by,* New York: Oxford University Press
- (١٩٩٨) *Narrative Analysis,* Newbury Park, CA: Sage

- McChesney, Robert (١٩٩٥) Telecommunications, Mass Media, and Democracy: The Battle for the Control of US Broadcasting, ١٩٢٨-١٩٣٥, Oxford: Oxford University Press
- McChesney, Robert W. and Nichols, John (٢٠٠٢) Our Media, Not Theirs: The Democratic Struggle against Corporate Media, New York: Seven Stories Press
- McCloud, Sean (٢٠٠٤) Making the American Religious Fringe: Exotics, Subversives, and Journalists, ١٩٥٥-١٩٩٣, Chapel Hill: University of North Carolina Press
- McDannell, Colleen (١٩٩٨) Material Christianity: Religion and Popular Culture in America, New Haven, CT: Yale University Press
- McDevitt, Michael and Chaffee, Steven (٢٠٠٠) "Closing gaps in political communication and knowledge: effects of a school intervention," Communication Research ٢٧(٣): ٢٥٩-٩٢
- McGuire, William J. (١٩٨٦) "The myth of massive media impact: savagings and salvagings," in George Comstock (ed.) Public Communication and Behavior, Vol. ١, London: Academic Press, pp. ١٧٥-٢٥٧
- McLuhan, Marshall (١٩٩٤) Understanding Media: The Extensions of Man, Cambridge, MA: MIT Press
- McQuail, Denis (١٩٧٠) Towards a Sociology of Mass Communication, New York: Macmillan Publishing Co

- Mandel, Ruth (٢٠٠٢) "A Marshall Plan of the mind: the political economy of a Kazakh soap opera," in Faye Ginsburg, Lila Abu-Lughod, and Brian Larkin (eds) Media Worlds: Anthropology on New Terrain, Berkeley: University of California Press
- Marc, David (١٩٩٤) Demographic Vistas: Television in American Culture, Philadelphia, PA: University of Pennsylvania Press
- Marsden, George (١٩٨٣) "Preachers of paradox," in Mary Douglas and Steven Tipton (eds) Religion and America: Spiritual Life in a Secular Age, Boston, MA: Beacon Press
- Martin, Joel and Ostwald, Conrad (١٩٩٥) Screening the Sacred: Religion, Myth, and Ideology in Popular American Film, Boulder: Westview Press
- Martin-Barbero, Jesus (١٩٩٧) "Mass media as a site of resacralization of contemporary cultures," in Stewart Hoover and Knut Lundby (eds) Rethinking Media, Religion and Culture, Newbury Park, CA: Sage
- Marvin, Carolyn (١٩٩٩) Blood Sacrifice and the Nation: Totem Rituals and the American Flag, Cambridge, UK: Cambridge University Press
- Mattalart, Armand, Emmanuel, Susan, and Cohen, James (١٩٩٤) Mapping World Communication: War, Progress, Culture, Minneapolis: University of Minnesota Press
- Mead, George Herbert (١٩٣٤) Mind, Self and Society, Chicago: University of Chicago Press

- .Medved, Michael (١٩٩٢) *Hollywood vs. America*, New York: HarperCollins Publishers
- .Messaris, Paul (١٩٩٤) *Visual Literacy*, Boulder, CO: Westview Press
- Meyers, Kenneth (١٩٨٩) *All God's Children and Blue Suede Shoes: Christians and Popular Culture*, Wheaton, IL: Good News Publishers
- Meyerwitz, Joshua (١٩٨٥) *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*, New York: Oxford University Press
- .Miles, Margaret (١٩٩٧) *Seeing and Believing*, Boston: Beacon Press
- Miller, Daniel and Slater, Don (eds) (٢٠٠٠) *The Internet: An Ethnographic Approach*, Oxford: Berg
- Mitchell, Jolyon (٢٠٠٠) *Visually Speaking: Radio and the Renaissance of Preaching*, Louisville, KY: Presbyterian Publishing Corporation
- Theology and film," in David Forth (ed.) *The Modern Theologians*, Oxford: (٢٠٠٥)—
.Blackwell
- .Media and Christian Ethics, Cambridge, UK: Cambridge University Press (٢٠٠٦)—
- Moore, Laurence R. (١٩٩٥) *Selling God: American Religion in the Marketplace of Culture*, New York: Oxford University Press
- Moore, Shaun (١٩٩٣) *Interpreting Audiences: The Ethnography of Media Consumption*, London: Sage

Morgan, David (١٩٩٤) *Icons of American Protestantism: The Art of Warner Bauman*,
New Haven, CT: Yale University Press

Visual Piety: A History and Theory of Popular Religious Images, Berkeley: (١٩٩٨)—
University of California Press

Protestants and Pictures: Religion, Visual Culture, and the Age of American (١٩٩٩)—
Mass Production, New York: Oxford

"Catholic visual piety and *The Passion of the Christ*," in Brent S. Plate (ed.) *Re-*" (٢٠٠٤)—
Viewing The Passion: Mel Gibson's Film and Its Critics, New York: Palgrave Macmillan,
.pp. ٨٥-٩٤

Morgan, David and Promey, Sally (eds) (٢٠٠١) *The Visual Culture of American Religions*,
Berkeley and Los Angeles, CA: University of California Press

Morgan, Michael (١٩٨٧) "Television, sex-role attitudes, and sex-role behavior," *Journal*
of Early Adolescence ٧(٣) (fall): ٢٩٩-٣١٤

.Morley, David (١٩٩٢) *Television, Audiences, and Cultural Studies*, London: Rout-ledge

.Muggeridge, Malcolm (١٩٧٧) *Christ and the Media*, London: Hodder Stoughton

Murdock, Graham (١٩٩٧) "The re-enchantment of the world: religion and the
transformation of modernity," in Stewart M. Hoover and Knut Lundby (eds) *Rethinking*
Media, Religion, and Culture, Thousand Oaks, CA: Sage

.Neighbour, Roger (١٩٩٢) *The Inner Apprentice*, Plymouth, UK: Petroc Press

Neuhaus, Richard John (١٩٨٦) *The Naked Public Square: Religion and Democracy in America*, ٢nd edn, Grand Rapids, MI: Wm. B. Eerdmans Publishing Company

Newcomb, Horace (١٩٨٧) *Television: The Critical View*, New York: Oxford University Press

Newcomb, Horace and Hirsch, Paul (١٩٨٣) "Television as a cultural forum: implications for research," *Quarterly Review of Film Studies* ٨: ٤٨-٥٥

Nolan, Steve (٢٠٠٣) "Towards a new religious film criticism: using film to understand religious identity rather than locate cinematic analogue," in Jolyon Mitchell and Sophia Marriage (eds) *Mediating Religion: Conversations in Media, Religion, and Culture*, London: T.T. Clark

Nord, David Paul (٢٠٠٤) *Faith in Reading: Religious Publishing and the Birth of Mass Media in America*, New York: Oxford University Press

Olsen, Ted (٢٠٠٥) "Who's driving this thing?" *Christianity Today Online*, ٢١ February, From

www.christianitytoday.com/ct/2005/108/120.html

[accessed ٢٦ June ٢٠٠٥]

Ong, Walter (١٩٨٦) *The Presence of the Word: The Prolegomena for Cultural and Religious History*, Minneapolis: University of Minnesota Press

.Orality and Literacy, New York: Routledge (٢٠٠٢) —

- Ortner, Sherry (١٩٩٣) "Ethnography among the Newark: the class of '٥٨ of Weequakic .high school," *Michigan Quarterly Review* ٣٢: ٤١١-٢٩
- Overcash, J. (٢٠٠٤) "Narrative research: a viable methodology for clinical nursing," *Nursing Forum* ٣٩(١) (January-March): ١٥-٢٢
- Parker, Everett C., Barry, David W., and Smythe, Dallas W. (١٩٥٥) *The Television-Radio Audience and Religion*, New York: Harper's Publishing
- Peck, Janice (١٩٩٣) *The Gods of Televangelism: The Crisis of Meaning and the Appeal of Religious Television*, Lexington, MA: Greenwood Press
- Pike, Sarah (٢٠٠١) "After Columbine: demonic teens on the Internet, God's martyrs in the headlines," presentation to the Religion and Popular Culture Division, American Academy of Religion, Denver
- Pinsky, Mark L. (٢٠٠١) *The Gospel According to The Simpsons: The Spiritual Life of the World's Most Animated Family*, Louisville: Westminster/John Knox
- Poovakkattu, Varghese (٢٠٠٣) Letter to the editor, *Time* [European Edition], ١٤ July, p. ٨
- Postman, Neil (١٩٨٦) *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*, New York: Penguin Books
- Technopoly: The Surrender of Culture to Technology*, New York: Vintage (١٩٩٣)—
Books
- Promey, Sally (١٩٩٦) "Interchangeable art: Warner Sallman and the critics of mass :culture," in David Morgan (ed.) *Icons of American Protestantism*

.The Art of Warner Sallman, New Haven: Yale University Press

Putnam, Robert (١٩٩٤) "The strange disappearance of civic America," The American Prospect ٢٤ (winter), From

www.prospect.org/printN٧/٢٤/putnam-r.html

[accessed ٥ February ٢٠٠٦]

Quebedeaux, Richard (١٩٧٤) The Young Evangelicals: Revolution in Orthodoxy, New York: Harper Row

Quicke, Andrew and Quicke, Juliet (١٩٩٢) Hidden Agendas: The Politics of Religious Broadcasting in Britain, ١٩٨٧-١٩٩١, Virginia Beach, VA: Dominion Kings Grant Publications, Inc

.Reed-Danahay, Deborah (١٩٩٧) Auto/Ethnography, New York: Berg

Reeves, Byron and Nass, Clifford (١٩٩٤) The Media Equation: How People Treat Computers, Television, and New Media like Real People and Places, Cambridge, UK: Cambridge University Press

Richardson, Miles (٢٠٠١) "The gift of presence: the act of leaving artifacts at shrines, memorials, and other tragedies," in Paul Adams, Steven Hoelscher, and Karen E. Till (eds) Textures of Places: Exploring Humanist Geographies, Minneapolis: University of Minnesota Press

Ricoeur, Paul (١٩٩١) From Text to Action, trans. Kathleen Blarney and John B. Thompson, Evanston: Northwestern University Press

Oneself as Another, trans. Kathleen Blarney, Chicago: University of Chicago (١٩٩٢)—
.Press

.Roof, Wade Clark (١٩٩٢) A Generation of Seekers, San Francisco: HarperCollins

Spiritual Marketplace: Baby Boomers and the Remaking of American Religion, (١٩٩٩)—
Princeton: Princeton University Press

Rosenthal, Michele (٢٠٠١) "Turn it off: TV criticism in the Christian Century Magazine,
١٩٤٤-١٩٦٠," in Stewart M. Hoover and Lynn Scofield Clark (eds) Practicing Religion in the
Age of the Media: Explorations in Media, Religion, and Culture, New York: Columbia
.University Press

Satan and Savior: American Protestants and the New Medium of Tele vision, (٢٠٠٤)—
.Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan

Rothenbuhler, Eric (١٩٩٨) Ritual Communication: From Everyday Conversation to
.Mediated Ceremony, Thousand Oaks, CA: Sage Publications

Saebo, Gunnar (٢٠٠٣) "Media, Ritual and the Cultivation of Collective Represen
.tations," Doctoral Thesis, Faculty of Arts, University of Oslo, pp. ٢٧٢-٥

.Said, Edward (١٩٧٩) Orientalism, New York: Vintage

Covering Islam: How the Media and the Experts Determine How We See the (١٩٩٧)—
.Rest of the World, New York: Vintage

Schmalzbaur, John (٢٠٠٣) *People of Faith: Religious Conviction in American Journalism and Higher Education*, Ithaca, NY: Cornell University Press

Schmidt, Leigh E. (١٩٩٥) *Consumer Rites: The Buying and Selling of American Holidays*, Princeton: Princeton University Press

Schneider, Manfred (٢٠٠١) "Luther with McLuhan," in Hent De Vries and Samuel Weber (eds) *Religion and Media*, Stanford: Stanford University Press, pp. ١٨٩-٢١٥

Schorr, Daniel (٢٠٠٤) *Commentary*, Weekend Edition Sunday, National Public Radio, ١١ January

Schudson, Michael and Tiffs, Susan (٢٠٠٥) "American journalism in historical perspective," in Overholser, Geneva and Hall Jamieson, Kathleen (eds) *The Press*, New York: Oxford University Press

Schultze, Quentin (١٩٨٧) "The mythos of the electronic church," *Critical Studies in Mass Communication* ٤(٣): ٢٤٥-٤١

ed.) (١٩٩٠) *American Evangelicals and the Mass Media: Perspectives on the Relationship between American Evangelicals and the Mass Media*, Grand Rapids: Zondervan

Habits of the High-Tech Heart, North Dartmouth, MA: Baker Books. Schultze, (٢٠٠٢) —, Quentin J. et al. (١٩٩١) *Dancing in the Dark: Youth*

.Popular Culture, and the Electronic Media, Grand Rapids: Eerdmans

Seiter, Ellen (١٩٩٩) Television and New Media Audiences, Oxford: Oxford University Press

Siefert, Marsha (١٩٩٤) "The audience at home: the early recording industry and the marketing of popular taste," in James Ettema and D. Charles Whitney (eds) Audiences: How the Media Create the Audience, Thousand Oaks: Sage

Silk, Mark (١٩٩٥) Unsecular Media: Making News of Religion in America, Champaign, IL: University of Illinois Press

Silverman, Rachel Emma (١٩٩٩) "Ministry vows to beam Second Coming via Internet," The Denver Post, ٢٠ June, p. ٢١A

Silverstone, Roger (١٩٨١) The Message of Television: Myth and Narrative in Contemporary Culture, London: Heinemann

Television myth and culture," in James Carey (ed.) Media, Myths and Narratives, Television and the Press, Newbury Park, CA: Sage (١٩٨٨)—

Television and everyday life: towards an anthropology of the television audience," in Margorie Ferguson (ed.) Public Communication: The New Imperatives, London: Sage, pp. ١٧٣-٨٩

.Television and Everyday Life, London: Routledge (١٩٩٤)—

.Singer, Saul (٢٠٠١) "Unbelieving West," Jerusalem Post, ٣٠ November, p. ٩A

- Sloan, William David, Sloan, David, and Starts, James D. (١٩٨٩) *The Media in America: A History*, Worthington, OH: Publishing Horizons
- Smith, R. (٢٠٠١) "Snapshots of September ١١, 'A Gathering of Witnesses'," *New York Times*, ١١ October, p. E١
- Snoddy, Raymond (٢٠٠٢) "A man of ideas but not of faith," *The Times*, ٢٤ October, Section ٢, p. ٩
- Spiegel, Lynn (١٩٩٢) *Make Room for TV. Television and the Family Ideal in Postwar America*, Chicago: University of Chicago Press
- Stark, Rodney and Bainbridge, William S. (١٩٨٥) *The Future of Religion: Secularization, Revival and Cult Formation*, Berkeley: University of California Press
- Stout, Daniel and Buddenbaum, Judith (eds) (١٩٩٤) *Religion and Mass Media: Audiences and Adaptations*, Newbury Park, CA: Sage
- Strawson, Galen (٢٠٠٤) "Against narrative," *Times Literary Supplement*, ١٥ October.
- Sturken, Martia and Cartwright, Lisa (٢٠٠١) *Practices of Looking: An Introduction to Visual Culture*, Oxford: Oxford University Press
- Taylor, Charles (١٩٨٩) *Sources of the Self. The Making of the Modern Identity*, Cambridge, MA: Harvard University Press
- .The Newshour with Jim Lehrer, ١٢ November ٢٠٠١
- Thomas, Giinter (١٩٩٨) *Medien, Ritual, Religion: Zur religiösen Funktion des Fernsehens*, Frankfurt: Suhrkamp

- Religious forms on television," in Eric Rothenbuhler and Mihai Coman (eds)" (٢٠٠٥)—
Media Anthropology, Thousand Oaks, CA: Sage
- Thompson, John B. (١٩٩٥) The Media and Modernity, Stanford: Stanford University Press
- Tunnies, Ferdinand (١٩٥٧) Community and Society (Gemeinschaft and Gesellschaft),
East Lansing, MI: Michigan State University Press
- Tracey, Michael (١٩٩٨) The Decline and Fall of Public Service Broadcasting, Oxford:
Oxford University Press
- Tuchman, Gaye (١٩٨٠) Making News, New York: The Free Press
- Turner, Graeme (١٩٩٠) British Cultural Studies: An Introduction, London: Unwin Hyman
- Underwood, Doug (٢٠٠٢) From Yahweh to Yahoo!: The Religious Roots of the Secular
Press, Urbana: University of Illinois Press
- Warner, R. Stephen (١٩٩٣) "Work in progress toward a new paradigm for the sociological study of religion in the United States," American Journal of Sociology ٩٨(٥)
(March): ١٠٤٤-٩٣
- Warren, Michael (١٩٩٧) Seeing through the Media: A Religious View of Communications
and Cultural Analysis, Harrisburg: Trinity Press International
- Wildmon, Don (١٩٨٩) Don Wildmon: The Man the Networks Love to Hate, Anderson, IN:
Bristol House Ltd
- Williams, Raymond (١٩٧٧) Marxism and Literature, New York: Oxford University Press

- Wilson, David (٢٠٠٥) "The US church that sold itself without selling its soul," United Church (Canada) Observer (June), pp. ٣٢-٥
- Winston, Diane (٢٠٠٠) Red-Hot and Righteous: The Urban Religion of the Salvation Army, Cambridge, MA: Harvard University Press
- Wright, Charles (١٩٧٤) The Sociology of Mass Communication, Chicago: University of Chicago Press
- Wuthnow, Robert (١٩٩٠) The Restructuring of American Religion: Society and Faith since World War II, Princeton, NJ: Princeton University Press
- After Heaven: Spirituality in America since the ١٩٥٠s, Berkeley: University of California Press (١٩٩٨)—
- Yamane, David (١٩٩٧) "Secularization on trial: in defense of a neo-secularization paradigm," Journal for the Scientific Study of Religion ٣٦ (March): ١٠٧-٢٠
- Zaleski, Jeffrey P. (١٩٩٧) The Soul of Cyberspace: How New Technology Is Changing Our Spiritual Lives, San Francisco: HarperCollins
- Zelizer, Barbie (٢٠٠٥) "Finding aids to the past: bearing personal witness to traumatic public events," in Eric Rothenbuhler and Mihai Coman (eds) Media Anthropology, Thousand Oaks, CA: Sage
- Zerbisias, Antonia (١٩٩٧) "Hallelujah! TV sees the light: spiritually inspired series are going forth and multiplying in God's country," Toronto Star, ٧ December, p. B١

بسمه تعالی

هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ

آیا کسانی که می‌دانند و کسانی که نمی‌دانند یکسانند؟

سوره زمر / ۹

مقدمه:

موسسه تحقیقات رایانه ای قائمیه اصفهان، از سال ۱۳۸۵ هـ. ش تحت اشراف حضرت آیت الله حاج سید حسن فقیه امامی (قدس سره الشریف)، با فعالیت خالصانه و شبانه روزی گروهی از نخبگان و فرهیختگان حوزه و دانشگاه، فعالیت خود را در زمینه های مذهبی، فرهنگی و علمی آغاز نموده است.

مرامنامه:

موسسه تحقیقات رایانه ای قائمیه اصفهان در راستای تسهیل و تسریع دسترسی محققین به آثار و ابزار تحقیقاتی در حوزه علوم اسلامی، و با توجه به تعدد و پراکندگی مراکز فعال در این عرصه و منابع متعدد و صعب الوصول، و با نگاهی صرفاً علمی و به دور از تعصبات و جریانات اجتماعی، سیاسی، قومی و فردی، بر مبنای اجرای طرحی در قالب «مدیریت آثار تولید شده و انتشار یافته از سوی تمامی مراکز شیعه» تلاش می نماید تا مجموعه ای غنی و سرشار از کتب و مقالات پژوهشی برای متخصصین، و مطالب و مباحثی راهگشا برای فرهیختگان و عموم طبقات مردمی به زبان های مختلف و با فرمت های گوناگون تولید و در فضای مجازی به صورت رایگان در اختیار علاقمندان قرار دهد.

اهداف:

۱. بسط فرهنگ و معارف ناب ثقلین (کتاب الله و اهل البیت علیهم السلام)
۲. تقویت انگیزه عامه مردم بخصوص جوانان نسبت به بررسی دقیق تر مسائل دینی
۳. جایگزین کردن محتوای سودمند به جای مطالب بی محتوا در تلفن های همراه، تبلت ها، رایانه ها و ...
۴. سرویس دهی به محققین طلاب و دانشجو
۵. گسترش فرهنگ عمومی مطالعه
۶. زمینه سازی جهت تشویق انتشارات و مؤلفین برای دیجیتالی نمودن آثار خود.

سیاست ها:

۱. عمل بر مبنای مجوز های قانونی
۲. ارتباط با مراکز هم سو
۳. پرهیز از موازی کاری

۴. صرفا ارائه محتوای علمی

۵. ذکر منابع نشر

بدیهی است مسئولیت تمامی آثار به عهده ی نویسنده ی آن می باشد .

فعالیت های موسسه :

۱. چاپ و نشر کتاب، جزوه و ماهنامه

۲. برگزاری مسابقات کتابخوانی

۳. تولید نمایشگاه های مجازی: سه بعدی، پانوراما در اماکن مذهبی، گردشگری و...

۴. تولید انیمیشن، بازی های رایانه ای و ...

۵. ایجاد سایت اینترنتی قائمیه به آدرس: www.ghaemiyeh.com

۶. تولید محصولات نمایشی، سخنرانی و...

۷. راه اندازی و پشتیبانی علمی سامانه پاسخ گویی به سوالات شرعی، اخلاقی و اعتقادی

۸. طراحی سیستم های حسابداری، رسانه ساز، موبایل ساز، سامانه خودکار و دستی بلوتوث، وب کیوسک، SMS و...

۹. برگزاری دوره های آموزشی ویژه عموم (مجازی)

۱۰. برگزاری دوره های تربیت مربی (مجازی)

۱۱. تولید هزاران نرم افزار تحقیقاتی قابل اجرا در انواع رایانه، تبلت، تلفن همراه و... در ۸ فرمت جهانی:

JAVA.۱

ANDROID.۲

EPUB.۳

CHM.۴

PDF.۵

HTML.۶

CHM.۷

GHB.۸

و ۴ عدد مارکت با نام بازار کتاب قائمیه نسخه :

ANDROID.۱

IOS.۲

WINDOWS PHONE.۳

WINDOWS.۴

به سه زبان فارسی ، عربی و انگلیسی و قرار دادن بر روی وب سایت موسسه به صورت رایگان .

در پایان :

از مراکز و نهادهایی همچون دفاتر مراجع معظم تقلید و همچنین سازمان ها، نهادها، انتشارات، موسسات، مؤلفین و همه

بزرگوارانی که ما را در دستیابی به این هدف یاری نموده و یا دیتا های خود را در اختیار ما قرار دادند تقدیر و تشکر می
نماییم.

آدرس دفتر مرکزی:

اصفهان - خیابان عبدالرزاق - بازارچه حاج محمد جعفر آواده ای - کوچه شهید محمد حسن توکلی - پلاک ۱۲۹/۳۴ - طبقه
اول

وب سایت: www.ghbook.ir

ایمیل: Info@ghbook.ir

تلفن دفتر مرکزی: ۰۳۱۳۴۴۹۰۱۲۵

دفتر تهران: ۰۲۱ - ۸۸۳۱۸۷۲۲

بازرگانی و فروش: ۰۹۱۳۲۰۰۰۱۰۹

امور کاربران: ۰۹۱۳۲۰۰۰۱۰۹



مرکز تحقیقات رایانگی

اصفهان

گامی

WWW



برای داشتن کتابخانه های تخصصی
دیگر به سایت این مرکز به نشانی

www.Ghaemiyeh.com

www.Ghaemiyeh.net

www.Ghaemiyeh.org

www.Ghaemiyeh.ir

مراجعه و برای سفارش با ما تماس بگیرید.

۰۹۱۳ ۲۰۰۰ ۱۰۹

