



مرکز تحقیقات اسلامی

اصفهان

گامی



عمران
علیه السلام

www.ghaemiyeh.com
www.ghaemiyeh.org
www.ghaemiyeh.net
www.ghaemiyeh.ir

کلید ویرگانی در باب

دین، سانه، و فرهنگ

زیر نظر دین و سوره سوره

به کوشش امیر یزدانی

به عفت گوی و ترجمان

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

کلیدواژگانی در باب دین ، رسانه و فرهنگ

نویسنده:

اداره کل پژوهش های اسلامی رسانه

ناشر چاپی:

مرکز پژوهشهای اسلامی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران

ناشر دیجیتال:

مرکز تحقیقات رایانه‌ای قائمیه اصفهان

فهرست

۵	فهرست
۱۰	کلیدواژگانی در باب دین ، رسانه و فرهنگ
۱۰	مشخصات کتاب
۱۱	فهرست مطالب
۱۳	دبیاجه
۱۷	شناخت نامه
۱۷	اشاره
۱۹	دیوید مورگان
۱۹	جی. کوآبنا آساموا جیادو
۲۰	پتر هورسفیلد
۲۰	جولیان میچل
۲۰	بیرجیت میر
۲۱	جوجادا وریپس
۲۱	بیرجیت میر
۲۱	استوارت ام. هوور
۲۱	دوروتا ای. اسکولز
۲۲	جرمی استولو
۲۲	دیوید چیدستر
۲۲	پامیلا ای. کیسن
۲۳	جویسی اسمیت
۲۳	سارا ام. پاپک
۲۳	آنجلا زیتو
۲۴	جوانا سومیالا
۲۴	مقدمه

۲۴ اشاره
۲۶ دین، رسانه، فرهنگ: چارچوب حوزه مطالعاتی
۲۹ رویکرد فرهنگی
۴۳ روش شناسی، رشته مطالعاتی، برنامه تحقیقاتی
۵۰ کلیدواژگان و حوزه های مفهومی آنها
۶۰ اجتماع، رسانه و تجربه دینی
۶۵ جست وجوی مذهبی: فردی و گروهی
۶۷ پلورالیسم دینی، رسانه و اجتماع
۶۹ رسانه های جدید و اجتماع
۷۲ دین، مهاجرت و اجتماع افریقایی
۷۵ روحانیان رسانه ای، نهاد حقیقی (روحانیان) و اجتماع
۷۷ رسانه های جمعی
۷۹ نتیجه
۸۱ رسانه
۸۱ اشاره
۹۰ رسانه در مقام فرهنگ
۹۲ رسانه در مقام صنعت
۹۶ رسانه در مقام متن
۹۹ رسانه در مقام فن آوری
۱۰۲ روایت
۱۰۲ اشاره
۱۰۷ تکرار روایات
۱۱۶ تفصیل روایات
۱۲۳ بازتاب روایات
۱۲۶ نتیجه
۱۲۸ زیبایی شناسی

- ۱۲۸ اشاره
- ۱۳۲ از امر حسی ۱ تا حس زیباشناختی ۲
- ۱۳۴ میراث کانت ۱
- ۱۳۷ دین در مقام میانجی و «چرخش زیباشناختی»
- ۱۴۱ زیبایی شناسی دینی
- ۱۴۵ برآیند
- ۱۴۶ تصویر
- ۱۴۶ اشاره
- ۱۵۲ سیاست گذاری اخلاقی و قدرت تصاویر
- ۱۶۱ معرفت شناسی های بصری
- ۱۶۵ افکار عمومی و اقلان بصری
- ۱۶۸ فراواقعیت: تهدید مستمر تصاویر
- ۱۷۳ مخاطبان
- ۱۷۳ اشاره
- ۱۷۵ تحوّل رسانهای و تحوّل دینی
- ۱۷۸ مرجعیت دینی و مرجعیت رسانهای
- ۱۸۰ «بازار» دینی
- ۱۸۲ رسانه های «دینی» و «سکولار»
- ۱۸۳ چرخش فرهنگی ۱ در مطالعات رسانه ای
- ۱۸۶ مخاطبان در بافت
- ۱۹۸ گستره صدا
- ۱۹۸ اشاره
- ۱۹۸ احساس شنوایی ۱ و وساطت مذهبی
- ۲۰۱ گستره صدای اسلامی
- ۲۰۵ گستره صدا: ریشه ها و کاربردهای این اصطلاح
- ۲۰۹ گستره صدا در مقام وساطت دینی

- گستره صدا و وساطت دینی: تصدیق مرجعیت ۱ و تجربه دینی در کشورهای اسلامی غرب قاره افریقا - ۲۱۴
- نتیجه - ۲۲۳
- فن آوری - ۲۲۵
- اشاره - ۲۲۵
- دین در تقابل با فن آوری - ۲۲۸
- دین و فن آوری - ۲۳۳
- دین در مقام فن آوری - ۲۴۱
- اقتصاد - ۲۴۴
- اشاره - ۲۴۴
- اقتصاد رو به رشد - ۲۴۸
- امر مقدس، راز - ۲۵۳
- اقتصاد سیاسی امر مقدس - ۲۵۹
- رویه - ۲۶۷
- اشاره - ۲۶۷
- کاربردهای «روزمره» مفهوم رویه - ۲۷۱
- ریشه شناسی مختصری در مورد مفهوم رویه - ۲۷۴
- آثار رویه - ۲۸۳
- نتیجه - ۲۸۷
- عموم - ۲۸۹
- متن - ۳۱۲
- اشاره - ۳۱۲
- رواج متنی فراملیتی - ۳۴۵
- ترجمه - ۳۴۹
- آیا می توان متن دینی را ترجمه کرد؟ - ۳۵۱
- سیاحت مسیحی در افریقا ۱ - ۳۵۵
- نتیجه - ۳۵۸

۳۶۱ فرهنگ
۳۶۱ اشاره
۳۶۴ دین و رسانه
۳۶۷ فرهنگ (و دین) از منظر معنا
۳۷۵ فرهنگ (دین و رسانه) در مقام عمل
۳۸۰ فرهنگ در مقام وساطت
۳۸۵ نمونه هایی چند
۳۸۵ اشاره
۳۹۰ منابع پانویشت های مترجم عبارتند از:
۳۹۲ گردش
۳۹۲ اشاره
۳۹۷ ردگیری گردش ۱
۳۹۹ نگاه در گردش ۱
۴۰۴ تصوّر در گردش ۱
۴۰۶ گردش پیوندهای مذهبی ۱
۴۰۹ اخلاقیات در گردش ۱
۴۱۲ درباره مرکز

عنوان و نام پدیدآور : کلیدواژگانی در باب دین ، رسانه و فرهنگ / زیر نظر دیوید مورگان؛ به کوشش امیر یزدیان ؛ ترجمه گروه مترجمان ؛ تهیه کننده مرکز پژوهشهای اسلامی صدا و سیما.

مشخصات نشر : قم: صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهشهای اسلامی، ۱۳۹۱.

مشخصات ظاهری : ۳۳۶ص.

شابک : ۹۵۰۰۰ ریال ۹۷۸-۹۶۴-۵۱۴-۲۲۶-۹

وضعیت فهرست نویسی : فاپا

یادداشت : عنوان اصلی: ۲۰۰۸, Key words in religion, media and culture.

یادداشت : کتابنامه.

موضوع : دین و فرهنگ

موضوع : رسانه های گروهی در دین

موضوع : رسانه های گروهی -- تحقیق

شناسه افزوده : مورگان، دیوید، ۱۹۴۵- م.

شناسه افزوده : Morgan, David

شناسه افزوده : یزدیان، امیر، ۱۳۶۳ - ، گردآورنده

شناسه افزوده : صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران. مرکز پژوهشهای اسلامی

رده بندی کنگره : BL۶۵ / ف ۴ ک ۸ ۱۳۹۱

رده بندی دیویی : ۲۰۱/۷

شماره کتابشناسی ملی : ۲۵۴۵۸۷۱

مقدمہ / دیوید مورگان ۱۶

اجتماع / جی. کوابنا آساموا جیادو ۴۹

رسالہ / پتر ہورسفیلد ۷۳

روایت / جولیان میچل ۹۴

زیبایی شناسی / بیرجیت میر و جوجادا وریس ۱۲۰

تصویر / دیوید مورگان ۱۳۷

مخاطبان / استوارت ام. ہوور ۱۶۳

گسترہ صدا / دوروتا ای. اسکولز ۱۸۷

فن آوری / جرمی استولوو ۲۱۶

اقتصاد / دیوید چیدستر ۲۳۵

رویہ / پامیلا ای. کیسن ۲۵۸

عموم / جویسی اسمیت ۲۷۹

دین / سارا ام. پائیک ۳۰۳

متن / ایزابل ہافمیر ۳۲۹

فرہنگ / آنجلا زیتو ۳۵۰

گردش / جوانا سومیالا ۳۷۹

رابطه دین، رسانه و فرهنگ از مقولات مهمی است که در مباحث رسانه ای و همچنین ارتباطات فرهنگی بدان پراخته شده است. مسلماً نگاه عالمان دینی به حوزه دین و رسانه از یک سوی و نگرش روشنفکران دینی از سوی دیگر، در پیشبرد مطالعات این عرصه از اهمیت بسزایی برخوردار است.

هدف از نگارش این سطور تنها اشاره به لزوم طرح مقالات و مباحث این کتاب در بافت ایرانی _ اسلامی است؛ چراکه دیوید مورگان، خود در دبیاچه کتاب به طور مفصل چارچوب مطالعاتی و سیر تاریخی مباحث مرتبط با حوزه دین و رسانه در سطح بین الملل را مورد بررسی قرار داده است. از این روی، اهمیت مباحث کتاب حاضر را از دو منظر مورد توجه قرار می دهیم:

نخست توجه ویژه به روش های کیفی تحقیق که در رویکرد ممتاز مقالات کتاب حاضر شاهد آن هستیم. درک اهمیت تحقیقات کیفی موضوعی است که تاکنون در تحقیقات بومی توجهی درخور بدان مبذول داشته نشده است. از آنجا که از لحاظ نظری منابع روش شناختی معدودی در دسترس محققان ایرانی قرار دارد، وجود منبعی دست اول از مقالاتی که نتیجه تحقیقات کیفی هستند، به درک

هرچه بهتر چنین روش‌هایی کمک خواهد کرد. امروزه خلاء تحقیقات کیفی در عرصه دین و رسانه بیش از پیش احساس می‌شود. به منظور دمیدن روحی تازه در کالبد روش‌شناختی مطالعات دین و رسانه، از یک سوی سیاستگذاران این حوزه و از سوی دیگر پژوهشگران باید الویت روش‌های کیفی را درک و به طور عملی آن را پیاده سازند. قدر مسلم مجموعه مقالات حاضر نمونه‌هایی مناسب از این دست هستند. (۱)

دوم، توجه به تمایزات موجود میان رویکردهای اسلامی و غیراسلامی (و سکولار) در حوزه دین، رسانه و فرهنگ است. به طور مسلم میان پیش‌فرض‌ها، مبانی اعتقادی، روش‌شناسی‌ها و نتایج بدست آمده در این رویکردها تمایزاتی وجود دارد که نباید و نمی‌توان از آنها چشم‌پوشی کرد. به واقع، لزوم توجه به اندیشه‌های سکولار و غیراسلامی در این حوزه مطالعاتی از اهمیت بسزائی برخوردار است. در حوزه مطالعات دین و رسانه، پرهیز از نگاه‌های جزم‌اندیشانه برای طرح‌اندیشه‌هایی نوین از یک سوی و به چالش کشیدن اندیشه‌های رقیب از سویی دیگر بیش از پیش احساس می‌شود. توجه به این مهم که پژوهشگران مسلمان بتوانند عمق اندیشه‌های سکولار را شناخته و نقاط ضعف و قوت آنها را مورد واکاوی قرار دهند مستلزم تصمیمی جدی در سیاست‌گذاری‌های این حوزه است.

ذکر این نکته ضروری به نظر می‌رسد که صاحب‌نظران عرصه دین و رسانه با نگاهی موشکافانه و البته واقع‌بینانه، مباحث مطرح شده را مورد ارزیابی قرار داده و به ویژه مغایرت‌ها (با اندیشه اسلامی) را از نظر دور نگه نداشتند.

ص: ۶

۱- برای مطالعه بیشتر درباره اهمیت رویکرد کیفی در تحقیقات اجتماعی رجوع کنید به مقدمه کتاب «روش‌های تحقیق کیفی در علوم ارتباطات» به قلم دکتر عبدالله گیویان. همچنین کتاب مذکور (نوشته تامس لیندلف و برایان تیلور) نمونه‌ای شایسته از طرح روش‌های کیفی در ایران است که به تلاش دکتر گیویان ترجمه شده و در اواخر سال ۱۳۸۸ از سوی انتشارات همشهری روانه بازار گردید.

به عنوان نمونه، سارا ام. پایک (استاد مطالعات دینی در دانشگاه ایالتی کالیفرنیا) در نگارش مدخل «دین»، رویکردی پسامدرن به دین اتخاذ کرده و با طرح مذاهب حیات خلوتی سعی دارد نگاهی متفاوت از فرهنگ دینی-اسلامی ما ارائه دهد؛ از این روی شاید مخاطب مسلمان ما نتواند با مطالب این مقاله ارتباط لازم را برقرار کند. باید پذیرفت که مواجهه با یک اثر با همه نقاط ضعف و قوتی که دارد، می تواند دیدگاهی واقع بینانه و منطقی در مخاطب شکل دهد. از این روی، هدف از انتشار چنین آثاری آگاهی از وجود اندیشه های سطحی و فراهم آوردن بستری برای تضارب آراء و به چالش کشیدن چنین رویکردهایی است. قدر مسلم به هنگام مطالعه مقاله «دین»، نوع نگاه سارا ام. پایک به امور دینی مستلزم صبر و شکیبایی اندیشمندان مسلمان برای پروراندن اندیشه ای بی بدیل و مرجح با رویکردی اسلامی است.

آنچه از موارد فوق می توان نتیجه گرفت این است که طرح تفکری بی رقیب در عرصه جهانی دین و رسانه با رویکردی اسلامی نیازمند: ۱. نگاهی واقع بینانه به رویکردهای موجود به دین و رسانه در عرصه جهانی؛ ۲. اتخاذ رویکردی کیفی در پیشبرد مطالعات در حوزه دین، رسانه و فرهنگ است.

امید است چاپ این اثر که نتیجه تلاش گروهی از مترجمان، زحمات فراوان جناب آقای امیر یزدیان و همت و همراهی کارشناسان محترم گروه هنر، ارتباطات و رسانه مرکز پژوهش های اسلامی سازمان صدا و سیما می باشد، مورد استفاده اساتید، دانشجویان و پژوهشگران محترم قرار گیرد.

گروه هنر، ارتباطات و رسانه

شناخت نامه

اشاره

ص: ۷

دیوید مورگان

دیوید مورگان

استاد دین شناسی در دانشگاه دوک و نویسنده کتاب های متعددی همچون: تقوای بصری (۱) (۱۹۹۸)، نگاه مقدس (۲) (۲۰۰۵) و وسوسه تصاویر (۳) (۲۰۰۷). عضو و رئیس کمیسیون مطالعات بین المللی در عرصه دین، رسانه و فرهنگ. وی هم اکنون ویراستاری مجموعه کتاب های انتشارات راتلج در زمینه «دین، رسانه و فرهنگ» را بر عهده دارد و مؤسس و ویراستار نشریه دین مادی (۴) نیز هست.

جی. کوابنا آساموا جیادو

جی. کوابنا آساموا جیادو

استاد (دانشیار) حوزه رسانه، دین و مسیحیت افریقایی در دنیای معاصر در مدرسه دینی ترینیتی (۵) (غنا). در گذشته، وی عضو کمیسیون مطالعات بین المللی در عرصه دین، رسانه و فرهنگ و استاد مدعو دانشگاه هاروارد بود. هم اکنون نیز ویراستار نشریه کلیسا و

ص: ۹

۱- Visual Piety.

۲- The Sacred Gaze.

۳- The Lure of Images.

۴- Material Religion.

۵- Trinity Theological Seminary.

الهیات ترینیتی است و علاوه بر نگاشتن کتاب افراد کاریزماتیک در افریقا (۲۰۰۵)، مقالات زیادی را در باب مسیحیت و رسانه در افریقای معاصر منتشر کرده است.

پتر هورسفیلد

پتر هورسفیلد

دانشیار و مدیر بخش یادگیری و تدریس ارتباطات کاربردی در دانشگاه آر.ام. آی. تی. ملبورن. وی در گذشته، عضو کمیسیون مطالعات بین المللی در عرصه دین، رسانه و فرهنگ بود. هورسفیلد آثار متعددی در زمینه رسانه و دین منتشر ساخته و ویراستاری کتاب ایمان در رسانه ها: رویکردهای فرهنگی نسبت به مسیحیت و رسانه (۱) (۲۰۰۵) را بر عهده داشته است.

جولیان میچل

جولیان میچل

مُدّرس ارشد نیوکالج در دانشگاه ادینبورگ و تهیه کننده سابق سرویس جهانی بی.بی.سی. که در تولید برنامه هایی همچون موعظه های رادیویی گریسون کی لِر (۱۹۹۴) و مجموعه مستندهایی درباره فیلم های غرب قاره افریقا (۲۰۰۲) مشارکت داشته است. وی نویسنده کتاب هایی مانند سخنرانی تصویری (۱۹۹۹) و خشونت رسانه ای و اخلاقیات مسیحی (۲۰۰۷) و ویراستار دین رسانه ای (۲۰۰۳)، مخاطب فیلم و دین (۲۰۰۷) و مجموعه کتاب های انتشارات راتلج در زمینه «دین، رسانه و فرهنگ» است.

بیرجیت میر

بیرجیت میر

استاد انسان شناسی فرهنگی در دپارتمان انسان شناسی اجتماعی و فرهنگی دانشگاه وریج، آمستردام. آثار منتشر شده وی از این قرارند: ترجمان شیطان: دین و مدرنیته

ص: ۱۰

میان مردم غنا (۱۹۹۹)؛ جهانی شدن و هویت: دیالکتیک میان جریان و مذاکرات (۱۹۹۹)؛ جادو و مدرنیته: مداخلات مکاشفه و کتمان (۲۰۰۶). وی همچنین ویراستار نشریه دین مادی است.

جوجادا وریس

جوجادا وریس

استاد ممتاز انسان‌شناسی اروپایی در دانشگاه آمستردام. وی آثار متعددی را به زبان هلندی نگاشته و هم‌اکنون در حال نوشتن کتابی است با عنوان غرب وحشی. (۱) گرایش‌های اصلی مطالعات وی عبارتند از: انسان‌شناسی و دین، انسان‌شناسی و هنر، زیبایی‌شناسی به عنوان پدیده‌ای مجسم، انسان‌شناسی حواس، کفر، آدم‌خواری در جهان غرب، انسان‌شناسی دریایی، خراب‌کاری و خشونت.

بیرجیت میر

بیرجیت میر

استاد انسان‌شناسی فرهنگی در دپارتمان انسان‌شناسی اجتماعی و فرهنگی دانشگاه وریج، آمستردام. آثار منتشر شده وی از این قرارند: ترجمان شیطان: دین و مدرنیته میان مردم غنا (۱۹۹۹)؛ جهانی شدن و هویت: دیالکتیک میان جریان و مذاکرات (۱۹۹۹)؛ جادو و مدرنیته: مداخلات مکاشفه و کتمان (۲۰۰۶). وی همچنین ویراستار نشریه دین مادی است.

استوارت ام. هوور

استوارت ام. هوور

پژوهشگر بین‌المللی در زمینه رسانه، دین و مخاطبان رسانه‌ای. وی استاد مطالعات رسانه و دین در دانشگاه کولورادو (ایالات متحده) و مدیر «مرکز دین، رسانه و فرهنگ» در این دانشگاه است. هوور، ویراستار مجموعه کتاب‌های انتشارات راتلج در زمینه «دین، رسانه و فرهنگ» و نویسنده و ویراستار هشت کتاب دیگر نیز هست که تازه‌ترین آنها دین در عصر رسانه (۲) (۲۰۰۶) نام دارد.

دوروتا ای. اسکولز

ص: ۱۱

مدرّس مطالعات دینی در دانشگاه ایندیانا ایالات متحده امریکا. وی مدرک دکتری خود را در رشته انسان شناسی اجتماعی _فرهنگی از دانشگاه ییل دریافت کرده است. تمرکز آثار وی بر موضوع هایی همچون اسلام در افریقا، انسان شناسی دین، جنسیت، مطالعات و مطالعات رسانه ای است. آثار اخیر وی درباره جنبش های احیای گرایانه اسلامی در کشور مالی است که بر فن آوری های رسانه ای تکیه دارند تا دریافت های نسبتاً جدید از تعصب دینی عمومی را ارتقا بخشند.

جرمی استولو

جرمی استولو

مدرس تاریخ رسانه در دپارتمان مطالعات ارتباطاتی در دانشگاه کونکوردیا، مونتریا، کانادا و همچنین عضو «مرکز دین و رسانه»^(۱) در دانشگاه نیویورک و مرکز تحقیقات رسانه ای در دانشگاه مونتریا. کتاب در دست انتشار وی عنوان ارتدکس حساب شده، به فرهنگ چاپی یهودیت ارتدکس در دنیای معاصر و با رویکردی بین المللی می پردازد. هم اکنون تحقیقاتی را در زمینه رابطه میان معنویت و ظهور فن آوری های رسانه ای الکترونیک در قرن نوزدهم پی گیری می کند.

دیوید چیدستر

دیوید چیدستر

استاد مطالعات دینی و مدیر مؤسسه دین تطبیقی در جنوب افریقا، در دانشگاه کیپ تون است. آثار وی شامل کتاب های زیر می شود: رستگاری و خودکشی: جیم جونز، پرستشگاه مردم و جونزتون (۱۹۸۸؛ ویرایش و بازبینی ۲۰۰۳)؛ نظام های وحشی: استعمارگری و دین تطبیقی در جنوب افریقا (۱۹۹۶)؛ مسیحیت: یک تاریخ جهانی (۲۰۰۰)؛ نلسون ماندلا: از زبان خودش (۲۰۰۴)؛ دروغ های معتبر: دین و فرهنگ عامه امریکایی (۲۰۰۵).

پامیلا ای. کیسن

ص: ۱۲

دانشیار دپارتمان و مرکز مطالعات دینی در دانشگاه تورنتو و مدیر فعالیت های دینی و حوزه عمومی در این دانشگاه. او نویسنده کتاب رویدادهای مقدس: دین و اصالت خانوادگی در امریکا (۲۰۰۱) است. همچنین در حال تکمیل کتابی درباره مسیحیت، دارو و رفتارهای مربوط به عمل «وساطت» با عنوان مسیحیان شفادهنده (۱) است که انتشارات دانشگاه کالیفرنیا منتشر خواهد کرد.

جویسی اسمیت

جویسی اسمیت

دانشیار دانشگاه ری یرسون با گرایش روزنامه نگاری و مدیر برنامه های روزنامه نگاری آن لاین این دانشگاه. وی علاوه بر مطالعه بازنمایی دین در کانادا، افریقای جنوبی و منابع جدید امریکایی، آثاری درباره دین در رسانه های عمومی از جمله مطالعه رهبران مسیحی در امریکا به نام نهاد کلیسا و پیام (۲۰۰۳) منتشر کرده است. وی مؤسس «مرکز ایمان و رسانه» (۲) و ویراستار سایت www.globeandmail.com نیز هست.

سارا ام. پایک

سارا ام. پایک

استاد مطالعات دینی در دانشگاه ایالتی کالیفرنیا و مدرس دوره هایی درباره ادیان امریکایی. وی نویسنده جسم های زمینی و ضمیرهای ماورایی: ملحدان معاصر و جست و جوی اجتماع (۲۰۰۱) و عصر جدید و مذاهب نوالحاد در امریکا (۲۰۰۴) است. هم اکنون نیز در حال تکمیل کتابی است درباره دین و فرهنگ جوانان. وی ریاست کمیته درک عمومی از دین در آکادمی امریکایی دین را بر عهده دارد.

آنجلا زیتو

ص: ۱۳

دانشیار دانشگاه نیویورک در رشته انسان‌شناسی و مطالعات دینی و مؤسس و مدیر مرکز دین و رسانه در این دانشگاه. تخصص اصلی وی فرهنگ و تاریخ چین به ویژه موضوع‌هایی همچون رفتار و تجسم است. کتاب آنجلا زیتو با عنوان درباره جسم و تماس: ایشار بزرگ در مقام عمل / متن در چین قرن هجدهم میلادی در سال ۱۹۹۷ منتشر شد. او همچنین ویراستار کتاب جسم، سوژه و قدرت در چین (۱۹۹۴) بوده است. خانم زیتو هم اکنون در حال ساخت مستندی درباره خوش نویسی در مقام پرورش نفس در بین مردم پکن است.

جوآنا سومیالا

جوآنا سومیالا

دارای مدرک دکتری در زمینه مطالعات رسانه‌ای و پژوهشگر آکادمی فنلاند (دانشگاه هلسینکی). وی مقالات متعددی نگاشته و ویراستار و نویسنده کتاب‌هایی همچون معانی امر مقدس (۲۰۰۶) و تصاویر و اجتماعات (۲۰۰۷) است. خانم سومیالا، هماهنگ‌کننده ملی شبکه تحقیقاتی نوردیک (۱) در عرصه رسانه‌ای سازی دین و فرهنگ نیز هست.

مقدمه

اشاره

ص: ۱۴

دین، رسانه، فرهنگ: چارچوب حوزه مطالعاتی

دین، رسانه، فرهنگ: چارچوب حوزه مطالعاتی

دیوید مورگان (۱)

برگردان: امیر یزدیان

طی سالیان اخیر، تحقیقاتی پیرامون موضوع رسانه ای شدن، در بافت های فرهنگی و دوره های تاریخی مختلف در سرتاسر جهان صورت گرفته است. این تحقیقات در قالب مجموعه ای از کنش های دینی به انجام رسیده اند. پیش از دهه ۱۹۹۰ و در مطالعات ارتباط جمعی، الهیات و نقد فرهنگی و اجتماعی، فرضیه رایج این بود که مطالعه رسانه های جمعی مستلزم توجه به دین نیست و یا اینکه رسانه های جمعی موجب تضعیف، بی اعتباری یا مثله شدن اعتقادات دینی می شوند. در ایالات متحده، این درک که دین، پدیده ای است که به طور عمومی رسانه ای شده و عاملیت اجتماعی و ویژگی تاریخی آن باید به دقت مطالعه شود، در قالب دو سرفصل گسترده در دهه های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ میلادی ظهور کرد: تاریخ کتاب و فرهنگ چاپی و مطالعه دین و فرهنگ عامه. (۲) استثناهای قابل تأملی نیز در این عرصه

ص: ۱۶

۱- David Morgan

۲- تلاش مهم در عرصه تاریخ کتاب و متون دینی که در دهه های ۷۰ و ۸۰ میلادی صورت گرفت و آثاری از استوت (۱۹۷۷)، هچ (۱۹۸۳)، نورد (۱۹۸۴) و هال (۱۹۸۹) را دربرمی گیرد. آثار مهم در باب دین و فرهنگ عامه در این دوران شامل آثار نویسندگانی همچون ری یل (۱۹۷۷)، ویلیامز (۱۹۸۰) و گوتالز (۱۹۸۱) می شود.

و به ویژه در مطالعه دین و رسانه های دیداری و توده ای (لانز، ۱۹۷۴؛ میلسپا، ۱۹۸۶؛ گوتالز، ۱۹۹۰) وجود داشتند.

از منظری کلی تر، ظهور حقوق دینی به عنوان نیروی سیاسی در ایالات متحده موجب تقویت گرایش به سمت رسانه های دینی عمومی شد؛ نیرویی که کاربرد جسورانه رسانه ها را در حوزه سیاسی امکان پذیر ساخت. (۱) تا پیش از آن دوره، فعالیت های صورت گرفته، تأثیر و معنای رسانه ها را در بین مخاطبان مذهبی بررسی می کردند، ولی بخش اعظم این تلاش ها، واکنش ها یا تحقیقاتی الهیاتی بودند که محققان دینی برای استفاده روحانیان و نهادهای دینی انجام می دادند. (پارکر و همکاران، ۱۹۵۵؛ مارتی، ۱۹۶۱؛ کوتز، ۱۹۶۹؛ هورسفیلد، ۱۹۸۴؛ فور، ۱۹۸۷)

در اروپا، محققانی همچون ریموند ویلیامز، استوارت هال، رولان بارت، گای دبورد و ژان بودریار با بسط نظریه های فرهنگی پیچیده که بسیار هم اثرگذار بودند، مطالعه رسانه های عمومی را پیش بردند. (۲) به دلیل حساسیت غالب و دین گریز مطالعات فرهنگی، مطالعه دین و رسانه در اروپا در دهه ۱۹۸۰ به طور متناوب پی گیری شد و تا یک دهه بعد نیز توجه چندانی را به خود جلب نکرد. با وجود این، مطالعاتی مرتبط با این حوزه انجام شد؛ نظیر بحث تاریخی بندیک اندرسون درباره

ص: ۱۷

۱- شماره زمستان نشریه ارتباطات در سال ۱۹۸۵ در قالب ویژه نامه ای با عنوان «فعالیت دینی رسانه ای شده» منتشر شد. این شماره دربردارنده شش مقاله از محققانی بود که کاربرد رسانه های جمعی را برای اهداف دینی بررسی کرده بودند. این مطالعات همچنین نشان دهنده مطالعه و گرایش محققان آن دوره است؛ گرایشی که شرایط جدید ارتباطات دینی و بازاریابی رسانه ای در دوران ریاست جمهوری ریگان را موجب شده بود. نک: فرانکل (۱۹۸۷)؛ هوور (۱۹۸۸)؛ اسکولز (۱۹۹۰).

۲- ارجاعات متعدد به آثار ویلیامز، هال، بارت و بودریار را در کتاب شناسی این کتاب ملاحظه کنید. دو تحقیق پرارجاع و مفید از سوی دو نظریه پرداز پیشرو از دو مکتب فکری به نام های دنیس مک کوئیل (۱۹۹۴) و استیونسون (۱۹۹۵)، در دهه ۵۰ میلادی در اروپا به رسانه های جمعی پرداخته اند. البته چهره های دیگری در کانادا، استرالیا و ایالات متحده نیز چنین تلاش هایی داشته اند. هیچ یک از این آثار به موضوع دین در مطالعه رسانه های جمعی، کوچک ترین اشاره ای نکرده اند.

ناسیونالیسم (۱۹۸۳؛ بازبینی و ویرایش ۱۹۹۱) که فرهنگ عامه و صنعت چاپ را ابزاری برای ترسیم اجتماع ملی تعریف کرد و همچنین اثر کولین کمپل درباره ریشه یابی مصرف گرایی در میل شدید رمانتیک (۱۹۸۷). همین اثر بود که موجب شد تا محققان، میراث مذهبی در مصرف و بازار تجاری را مورد بررسی قرار دهند. (اندرسون، ۱۹۹۱؛ کمپل، ۱۹۸۷)

مطالعات دینی در نیمه دوم قرن بیستم به شدت تحت تأثیر کار میدانی _ نظری و اصولی محققان پیش تاز در بسیاری از کشورهای جهان از جمله امریکای لاتین، اسرائیل، کانادا و استرالیا بود. در دهه ۱۹۶۰ و ۱۹۵۰ میلادی، محققان کانادایی، مارشال مک لوهان و هارولد اینیس، چهره های اصلی این حوزه به حساب می آمدند. (اینیس، ۱۹۵۰؛ ۱۹۵۱؛ مک لوهان، ۱۹۶۴)

روایاتی برجسته پیرامون رسانه های جمعی مطرح بود که رسانه های جمعی را تهدیدی برای دموکراسی قلمداد می کردند، نظیر دیدگاه مکتب فرانکفورت از یک طیف سیاسی و اظهار نظرهای انتقادی محافظه کارانی همچون ارنست ون دن هاگ از طیفی دیگر. اما مک لوهان برخلاف آنها، رسانه های نوین را گام هایی مؤثر در مسیر رهایی اندیشه می دانست. رسانه های جدید، گونه های موجود نهادهای بوروکراتیک و مکان مند را در هم ریختند و در زمینه ذخیره و کاربرد اطلاعات و نیز مدیریت های اجتماعی تحولی عظیم ایجاد کردند؛ همین امر، رسانه ها را قدرتمند ساخت. با وجود اینکه نگاه جبرگرایانه مک لوهان به رسانه ها (از منظر تکنولوژیک) با انتقادات شدید روبه رو شد، ولی این نگاه، نیرویی تازه به تصور تاریخی درباره تأثیر اجتماعی رسانه ها تزریق کرد. هیچ جنبش یا مکتبی از دیدگاه وی پیروی نکرد، ولی نقش وی کاملاً برجسته بوده است این نقش برجسته را به طور خاص می توان در شیفتگی محققان عرصه رسانه به رسانه های نوین و گرایش

ایشان به سمت گرامی‌داشت و تحسین آنها در جریان بسط عاملیت شخصی، مشاهده کرد؛ فرآیندی که مک لوهان و بسیاری دیگر از محققان تا همین سال‌های اخیر، آن را از نظر ماهیتی، دین زدا معرفی کرده‌اند. اثر محقق امریکای لاتین، خسوس مارتین باربرو یکی از استثناهای این تعمیم دهی است که در ادامه بررسی شده است. (مارتین باربرو، ۱۹۸۷؛ ۱۹۹۳)

از دهه ۱۹۹۰ تا کنون، مطالعه دین و رسانه در اروپا، امریکای شمالی و جنوبی، آسیا و آفریقا به سرعت افزایش یافته است. (۱) از اواسط دهه ۱۹۹۰ تا کنون، انتشار مجموعه کتاب‌هایی آکادمیک، چاپ نشریه‌ای بین‌المللی و برگزاری سلسله نشست‌های دوسالانه در سطح بین‌المللی، علاقه به این حوزه را تشدید کرده و سبب برپایی جلسات بحث مهمی برای تحقیق، بحث و تبادل نظر در این عرصه شده است. (۲) از اواسط دهه ۱۹۹۰، مجموعه‌ای ارزشمند از مقالات با موضوع‌های متنوع در حوزه «دین و رسانه» ارائه شدند که به پیشرفت ملاحظات روش‌شناختی و نظری در این حوزه کمک کردند. (۳) علاوه بر این، مطالعات تاریخی، مقالات و تک‌نگاری‌های اثرگذار در شکل‌گیری اولیه دین و رسانه به عنوان یک حوزه تحقیقاتی و آکادمیک نقش داشته‌اند.

رویکرد فرهنگی

ص: ۱۹

۱- برای نمونه نک: باب و وادلی (۱۹۹۵)؛ هکت (۱۹۹۸)؛ ایکل من و اندرسون (۱۹۹۹)؛ آرم براست (۲۰۰۰)؛ راجاگوپال (۲۰۰۱)؛ گینزبرگ (۲۰۰۲)؛ اوکا (۲۰۰۳)؛ پینی (۲۰۰۴)؛ ابولوفاد (۲۰۰۴)؛ اوستربان (۲۰۰۵)؛ هیرشکیند (۲۰۰۶)؛ میر a (۲۰۰۶)؛ جین (۲۰۰۷)؛ لارکین (۲۰۰۷).

۲- مجموعه کتاب‌هایی با عنوان «دین، رسانه و فرهنگ» که انتشارات راتلج (لندن) منتشر کرده است و استوارت هوور، جولین میچل و دیوید مورگان، ویراستاری آنها را بر عهده داشته‌اند. مؤسسه ارل بام، نشریه دین و رسانه را به ویراستاری جودیت بادنبام و دنیل استوت منتشر می‌کرد. کنفرانس بین‌المللی دین، رسانه و فرهنگ در شش دوره برگزار شد: اویسالا (سوئد) ۱۹۹۳؛ بولدر (کولورادو) ۱۹۹۶؛ ادینبورگ (اسکاتلند) ۱۹۹۹؛ لوئیس ویل (کنتاکی) ۲۰۰۴؛ سیگتونا (سوئد) ۲۰۰۶ و سائوپائولو (برزیل) ۲۰۰۸. هفتمین و هشتمین دوره آن نیز قرار است در تورنتو (۲۰۱۰) و آمستردام (۲۰۱۲) برگزار شود.

۳- سوئیت (۱۹۹۳)؛ آرتور (۱۹۹۳)؛ استوت و بادنبام (۱۹۹۶)؛ هوور و لاندبی (۱۹۹۷)؛ دی ریز و وبر (۲۰۰۱)؛ هوور و کلارک (۲۰۰۲)؛ میچل و مریج (۲۰۰۳)؛ هورسفیلد و همکاران (۲۰۰۴)؛ میچل (۲۰۰۵)؛ میر و مورس (۲۰۰۶)؛ سومیالا و همکاران (۲۰۰۶)؛ هنریکوئز (۲۰۰۷)؛ کلارک (۲۰۰۷) a.

می توان مدعی شد مقاله جیمز کری اولین اثری بود که به طور علمی روشی نوین برای اندیشیدن پیرامون رابطه دین و ارتباطات ارائه داد؛ این اثر در سال ۱۹۷۵ با عنوان «رویکردی فرهنگی به ارتباطات» انتشار یافت. (کری، ۱۹۷۵؛ ۱۹۸۹) وی میان دو نوع درک از ارتباطات، تمایز قائل می شود: رویکرد «انتقال» و رویکرد «آیینی» که به اعتقاد وی، هر دوی آنها در دین ریشه دارند. وی از دانشوران این عرصه می خواهد تا توجه خود را به مدل «رویکرد فرهنگی به ارتباطات» معطوف کنند؛ چون این مدل، هدف ارتباطات را «نه انتقال اطلاعات هوشمندانه، بلکه ساخت و حفظ یک جهان فرهنگی، معنادار و منظم می داند؛ جهانی که در مقام ناظر و حامل کنش انسانی عمل می کند.» (کری، ۱۹۸۹: ۱۸ و ۱۹) رویکرد فرهنگی به ارتباطات، بر کتاب حاضر و مقالات علمی آن تأثیر فراوانی می گذارد. (۱)

در سه دهه اخیر، نقش رسانه ها به عنوان فعالیت ها و قالب های معنا ساز در فرآیند ساخت جهانی معنادار، مشخصه اصلی علاقه محققان در عرصه کاربرد دینی رسانه ها بوده است. در مقابل، الگوی انتقال، انسان ها را دریافت کنندگان منفعل اثرات رسانه ای در نظر می گیرد؛ تأثیرهایی که آنها را به سمت رأی دادن، مصرف گرایی یا رفتار کردن به عنوان انتقال دهنده خواسته های رسانه ای هدایت می کنند. هدف از نگرش فرهنگی و انسانی در مطالعه رسانه این نیست که وجهه انسان به عنوان عاملی اخلاقی و فردی خدشه دار شود؛ انسانی که می تواند بر مبنای ایده ال، منطقی، احساسات و تخیل، انتخاب و تلاشی هماهنگ داشته باشد. برای اطمینان باید گفت تمام این کنش ها در محیط هایی آشکار می شوند که به شدت تحت تأثیر نیروهای اجتماعی جسورانه و گاهاً قهری است؛ نیروهایی که در بیشتر

ص: ۲۰

۱- استوارت هوور به تازگی به اهمیت «چرخش فرهنگی» و اثر کری و همچنین ارتباط رویکرد گیرتر به دین با مطالعه خودش در عرصه دین و رسانه اشاره ای داشته است. (هوور، ۲۰۰۶: ۱۶، ۱۷ و ۲۳)

موارد، جایی را برای شانس یا انتخاب باقی می گذارند. با این حال، بسیاری از محققان به جایگاه مقاومت و توان آن برای ایجاد الگوهای ضدفرهنگی و جای گزین برای هویت در دریافت عمومی از رسانه ها اشاره داشته اند.^(۱) رویکرد فرهنگی در مطالعه بُعد دینی رسانه ها و فعالیت های رسانه ای شده، بدون توجه به فرضیه های تجویزی درباره چیستی دین و چگونگی به کارگیری و تفسیر رسانه ها از سوی مردم، به پیش می رود.

استوارت هال در مقاله ای که در سال ۱۹۸۰ منتشر ساخت، خواستار توجه به تاریخ نگاری مطالعات فرهنگی شد. وی در این راستا بر اثر ریموند ویلیامز تمرکز داشت؛ اثری که در آن، ویلیامز دو تأکید متمایز در تعریف فرهنگ را مشخص کرده بود. (هال، ۱۹۸۰) نخست، «مجموع توصیفات در دسترسی که جوامع به واسطه آنها، تجربه های عمومی خود را معنادار می کنند و به آنها واکنش نشان می دهند». (هال، ۱۹۸۰: ۵۹)

هال، دومین تأکید ویلیامز را این گونه مطرح می کند: «آن دسته از الگوهای سازمانی و آن دسته از گونه های شاخص انرژی انسانی که با رهاسازی خود در بطن فعالیت های اجتماعی یا تشکیل شالوده کنش های اجتماعی، قابل شناسایی هستند.» (همان: ۶۰) به اعتقاد استوارت هال، مطالعات فرهنگی به خوبی هر دو تأکید را در «دیالکتیکی میان حضور اجتماعی و خودآگاهی اجتماعی» به کار می گیرد. (۶۳) به عبارتی دیگر، فرهنگ در بردارنده معانی نهفته در فعالیت هاست.

اگر خواسته باشیم رابطه دیالکتیک میان آنها را به سمت فرجامی منطقی هدایت کنیم، باید گفت فرهنگ از معانی و فعالیت هایی تشکیل شده است که در فرآیند

ص: ۲۱

۱- دو کِرتو، ۱۹۸۴: ۷۶-۱۶۵؛ فیسک، ۱۹۸۷؛ جنکینز، ۱۹۹۲؛ رادوی، ۱۹۸۴.

سه مرحله ای و دیالکتیکی، یکدیگر را تولید می کنند؛ فرآیندی که پیتر برگر جامعه شناس، آن را با عنوان مراحل تجسم بخشیدن، عینیت بخشیدن و درونی کردن توصیف می کند. (برگر، ۱۹۶۹: ۴) این سخن بدان معناست که فرهنگ گرایی، فرهنگ را صرفاً ناشی از فعالیت انسانی در نظر نمی گیرد، بلکه آن را فعالیتی سازنده تلقی می کند که واقعیت اجتماعی را می سازد. فرهنگ همان کاری است که افراد برای انتقال روابط خود به واقعیت های طبیعی، اجتماعی و اقتصادی انجام می دهند. مطالعات فرهنگی، تحقیقی آکادمیک درباره تعامل زندگی روزانه است؛ به ویژه تعامل در قالب طبقه اجتماعی، نژاد، جنسیت و گرایش های جنسی. همان طور که از زمان پی ریزی این تلاش به دست استوارت هال، پی گیری شده است.

از آنجا که مطالعات فرهنگی با پشتوانه اندیشه مارکسیسم بریتانیایی پدید آمد، تقریباً دین را به طور کلی نادیده گرفت. با وجود این، در سال های اخیر، فرهنگ گرایی در مطالعه دین و رسانه را می توان مطالعه ای انسانی برشمرد که بر نقش سازنده فرهنگ در بررسی دین و رسانه و مسائل مرتبط با آن دو تأکید می کند. رویکرد فرهنگی با تلاش برای تعدیل هرگونه جبرگرایی بیولوژیک، تاریخی، اقتصادی یا تکنولوژیک به عنوان اساس تفسیر فرهنگی، می خواهد عاملیت انسان را با عوامل مادی تعیین کننده انتخاب، ترجیح و گرایش در هم آمیزد. رویکرد فرهنگی به فرآیند معناسازی توجه می کند؛ فرآیندی که به واسطه شرایط اجتماعی نظیر طبقه و نهادهای حاکم شکل گرفته است، ولی به واسطه آنها تعیین نمی شود. جنبه های مختلف هویت بشری همچون جنسیت، نژاد، گرایش های جنسی و قومیت به عنوان ساختارهای فرهنگی و نه تعیین کننده های بیولوژیک، بر تجربه اثر می گذارند، ولی تعیین کننده آن نیستند. هدف ما در اینجا، مطالعه نیروهای اجتماعی مکانیکی نیست که جهان را برای

عاملیت های منفرد می سازند، بلکه هدف اصلی، مطالعه تعامل نیروهای اجتماعی و افراد در فرآیند ساخت و حفظ زیست جهان هاست؛ جایی که پدیده ها در مقیاس های خرد و کلان با یکدیگر تلفیق می شوند و محیط زیستی را شکل می دهند که مردم در آن می زیند و جهان پیرامون خود را تفسیر می کنند.

رابرت وایت به عنوان یکی از چهره های مطرح در عرصه دین و رسانه، توصیف کری را از «رویکرد فرهنگی» به دقت بررسی کرده است. رابرت وایت در دهه های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ میلادی، نقدهای سازنده و آموزنده خود را در نشریه گرایش های تحقیق در ارتباطات (۱) عرضه داشت. وی در ارزیابی اثر کری به درستی و پیش از کلیفورد گیرتز و ویکتور ترنر به دین مردم شناختی کری اشاره می کند. کری بعد از انتشار اثر گیرتز با عنوان تفسیر فرهنگ ها (۱۹۷۳) آن را مطالعه کرد و نقدی بلند درباره آن نگاشت و درباره رابطه آن با مطالعه ارتباطات بحث کرد. (کری، ۱۹۷۳) این ادعای مردم شناختی که درک یک موضوع به گستردگی فرهنگ با مطالعه یک آیین به درستی انجام می شود، برای کری بسیار اهمیت داشت. کل در بطن جزء، رمزگشایی می شود. این همان موضوع «طرح ادعای بزرگ از موضوعات کوچک بود: مطالعه آیین ها، اشعار، نمایش ها، گفت و گوها، آواها، رقص ها، نظریه ها و اسطوره های خاص و دست یابی محتاطانه به روابط کامل در بطن یک فرهنگ یا شیوه عمومی زندگی.» (کری ۱۹۰: ۱۹۷۵ a) این رویکرد قادر بود مشخصه ارتباطی مصنوعات و فعالیت های فرهنگی و منفرد را تشخیص دهد و در نتیجه، از الگوی مطالعات فرهنگی در بررسی ارتباطات حمایت کند.

همچنین تعریفی که گیرتز از دین ارائه می دهد با مطالعه انسانی نزدیک تر

ص: ۲۳

۱- به عنوان دو شرح معتبر از ادبیات رایج به آثار وایت (۱۹۸۱ و ۱۹۹۴) بنگرید. به عنوان شرحی مفید در باب چرخش فرهنگی به اثر وایت (۱۹۸۳) بنگرید. در آنجا وی موضوع چرخش فرهنگی را تبیین و به آن اشاره کرده است.

است؛ چون بر اهمیت تفسیر تأکید می‌ورزد. وی در مقاله معروفش درباره «توصیف ظریف» مدعی می‌شود که فرهنگ از شبکه‌های در هم تنیده معنایی تشکیل شده و این شبکه‌ها ساخته بشر هستند. وی در همان جا ادامه می‌دهد که تحلیل فرهنگ، «علمی آزمودنی نیست که در پی قانونی کلی باشد، بلکه کوششی تفسیری برای دست‌یابی به معنا» است. (گیرتز، ۱۹۷۳: ۵) اگر بخواهیم این نگرش را در مطالعه دین به کار بیندیم، باید گفت معنا آن چیزی است که دین برای مریدان خود فراهم می‌آورد؛ افرادی که دین را پادزهری در برابر تهدید جهان هستی در ایجاد آشفستگی، بی‌ثباتی اجتماعی یا بی‌معنایی، می‌دانند. در واقع، این جهان در قالب یک نظام یا نظامی کلی عمل نمی‌کند. از این‌رو، دین، نظامی از نمادهاست که درک یا ارزشی منسجم از زندگی و جهانی منظم و معنادار برای پیروانش فراهم می‌آورد؛ جهانی که در آن، تعامل و وابستگی متقابل امکان‌پذیر می‌شود.

دین در نظر گیرتز و کری، یک شیوه زندگی مشترک، جمعی و قابل فهم است. دین به عنوان فرآیندی معنا ساز، بیش از آنکه پروژه‌ای اجتماعی باشد، پروژه‌ای فرهنگی است. به عبارت دیگر، نظام فرهنگی نمادها از خصایص افراد و جهان بینی ایشان تشکیل شده است و گیرتز آنها را با عنوان «کیفیت صدا، شخصیت، کیفیت زندگی» و «تصویر ذهنی انسان‌ها از شیوه قرار گرفتن امور در واقعیت محض و به عبارتی، جامع‌ترین نظرهای ایشان درباره نظم»، توصیف کرده است. (همان: ۸۹) کری، نگرش‌های مطرح شده در مطالعه انسان‌شناختی و یکتور ترنر درباره آیین را بر این موضوع می‌افزاید تا بر اهمیت کنش در تعریف دین تأکید ورزیده باشد. نوع بشر با انجام فعالیت‌هایی نظیر زیارت و اقسام متنوع رفتار آیینی، جهان خود را می‌سازد. ترنر و گیرتز برای به کارگیری مطالعه ارتباط جمعی در حوزه دین، دلیل و نمونه‌ای قانع‌کننده ارائه کرده و

رویکرد خود را از مطالعه صرفاً کمی الگوی انتقال، به بررسی گونه های فرهنگی معناسازی تغییر داده اند.

با وجود این، مطالعه فرهنگی دین و رسانه تا یک دهه بعد چندان جدی پی گیری نشد؛ تا زمانی که مقالات وایت منتشر شدند و محققان جوان تر، تفکر فرهنگی پیرامون ویژگی دینی رسانه ها را آغاز کردند. آثار برجسته استوارت هوور (۱۹۸۸) و خسوس مارتین باربرو (۱۹۸۷)، نمونه هایی از مطالعاتی جامع در راستای پشت سر نهادن الگوی انتقال هستند. هوور با استفاده از مفهوم «خودآگاهی دینی»، مطالعه خود پیرامون تبلیغ تلویزیونی مسیحیت را شکل داد و امیدوار بود بفهمد که تلویزیون به عنوان یک رسانه چگونه دین امریکایی ها را تغییر داده است. به این ترتیب، خودآگاهی به دریچه ای برای تحقیق و بررسی های وی تبدیل شده است. هرچند ممکن است خودآگاهی به عنوان شبکه ای برای تعیین میزان تأثیر یک رسانه ذاتاً خام و اغفال کننده به نظر برسد، ولی به وی اجازه داد تا از نظریه پردازی های انسان شناختی متأخر درباره فرهنگ کمک بگیرد؛ نظریه هایی که بر فرآیند معناسازی به عنوان فعالیت بنیادین دین تأکید می کردند. علاوه بر این، اصطلاح یاد شده به وی این امکان را می داد تا از تأثیرات فرقه ای مسیحیت پروتستان در شکل دهی به مطالعه اش در امان بماند؛ زیرا «خودآگاهی» مشتاقانه و بی درنگ، معنویت فراگیر عصر جدید و اندیشه و رفتار شرقی را که بر جامعه امریکایی سایه افکنده بود، فراچنگ آورده است. کاربردهای مطالعه دین و رسانه، بی شمار بوده اند. اثر هوور با جای دادن پدیده ای غیرسازمانی و شبه کلیسایی به نام «کلیسای مجازی» در بطن بازار دین و آمد و شد شخصی رفتار و نمادها، محققان دیگر را تشویق کرد تا گروه های مذهبی غیرمسیحی معاصر در ایالات متحده و حتی فراتر از مرزهای این کشور را مورد مطالعه قرار دهند؛ همان گروه هایی که برای دست یابی به سهم خود از

بازار، کشش و گیرایی نزد پیروان، تبلیغ اندیشه های خود، شرکت در مباحثه ها و ایجاد رفتارهای جدید ارتباطی در مقام یک اجتماع مذهبی، از رسانه ها بهره می جویند.

هوور با پی گیری تعریف کلیفورد گیرتز از دین به عنوان «نظامی از نمادها»، به توصیف «خودآگاهی دینی نوین» پرداخت و به عنوان «رابطه فرد در نظام های نمادین و واقعی و همچنین حالت ها و انگیزه های پدید آمده در این گونه روابط»، این مفهوم را در بررسی تبلیغ تلویزیونی مسیحیت مطالعه کرد. (هوور، ۱۹۸۸: ۲۲) وی در بسط تعریف خود از خودآگاهی دینی از نوشته اثرگذار والتر اونگ استفاده کرد؛ چون اونگ همانند مک لوهان بر نقش بنیادین رسانه ها در انتقال فرهنگ، همچنان که افراد مختلف آن را تجربه می کنند، تأکید می ورزید. (مک لوهان، ۱۹۶۴؛ اونگ، ۱۹۸۲) با وجود این، در حالی که مک لوهان و اونگ برای ارزیابی نفوذ فرهنگی و اجتماعی رسانه های نوین، به گرایش های اجتماعی و نقاط عطف فرهنگی پرداخته بودند، هوور توانست بررسی واعظان، تهیه کنندگان برنامه های تلویزیونی و سازمان ها را با تمرکز خاص تر بر تحقیق کیفی درباره مخاطبان منفرد کلیسای مجازی تلفیق کند. «رابطه فرد» در نظام نمادین دین به رویکرد فرهنگ گرا اشاره می کند؛ رویکردی که بر مطالعه دقیق یک تحلیل کیفی برای شکل دهی به روایت های جذاب درباره فرآیند ساخت معنا تأکید دارد. از این رو، هوور با استناد به تمایزی که کری میان تعاریف «انتقال» و «آیینی» از رسانه ها برشمرده بود، برای شکل دهی به رویکرد خود پیرامون ارتباطات دینی، تعریف دوم را برمی گزیند. (هوور، ۱۹۸۸: ۲۶)

خسوس مارتین باربرو، تحلیل فرهنگی تجربه و ویژگی دینی رسانه ها را با مدون کردن ایده «وساطت» به پیش برد. مارتین باربرو استدلال می کند که به جای توجه به رسانه ها به عنوان ژانرهای ثابت، مجازهای بلاغی یا حاملان پیام های دینی، بهتر است رسانه ها را به عنوان محلی برای تجربه و معناسازی دینی درک کنیم. در برابر معنای

مدنظر ریموند ویلیامز از اصطلاح «وساطت» (جایی که عاملیت های اجتماعی خاص به طور عمدی به عنوان واسطه میان خودآگاهی اجتماعی و واقعیت در نظر گرفته می شوند تا از شناخت واقعیت جلوگیری کنند) [ویلیامز، ۱۹۸۵: ۲۰۶] و به منظور تعریف وساطت به عنوان خودآگاهی اجتماع یا جماعت، می توان تحلیل هورر را با تحلیل مارتین باربرو در هم آمیخت. مارتین باربرو از ما می خواهد به جای مفروض انگاشتن محصولات رسانه ای مجزا و ارزیابی اثرات آنها به شیوه های مختلف، وساطت را فرآیندی از شمول به شمار آوریم؛ فرآیندی که جدل، مقاومت و به تبع آن، انتقال خودآگاهی را دربرمی گیرد و رسانه ها نیز در آن سهیم هستند. چنین نگرشی به وی اجازه می دهد رسانه ها را در آن واحد، اشکالی از آزادی و ابزاری برای سرکوب و نظارت اجتماعی معرفی کند. رسانه ها به عنوان میدانی عمل می کنند که در آن، عاملیت ها، اجتماعات و نهادهای مختلفی با یکدیگر تعامل دارند. مارتین باربرو با کلامی آرمان گرایانه و بر مبنای الهیات آزادی خواهانه مارکسیستی، کل این فرآیند را «تقدیس دوباره» (۱) جهانی در نظر می گیرد که به واسطه مدرنیته، دین زدایی شده است. وی در یکی از مقالات اخیرش چنین می نویسد:

به نظر من، باید در تجربه مستمر آیین ها، جشن های جمعی و همچنین در روش های مورد استفاده رسانه ها برای گرد هم آوردن مردم، به دنبال فرآیند های مسحورشدگی دوباره باشیم. (مارتین باربرو، ۱۹۹۷: ۱۰۸)

از دهه ۹۰ تاکنون، حجم بسیار زیادی از مطالعات به این سمت متمایل شده اند. رسانه ها، ابزار انتقال نیستند، بلکه موجب شکل گیری تجربه ها، اقسام خودآگاهی، مصاحبت یا اجتماع می شوند؛ این امر به افراد مختلف اجازه می دهد تا به منظور بیان و گسترش روابط خود با دیگران، معانی را جمع آوری کنند. (شِفِرْد و روزنبولر، ۲۰۰۱) در واقع، رسانه ها همواره این گونه عمل می کنند و امروزه دیگر نهاد های

ص: ۲۷

دینی، عملکرد آنها را اداره و تفسیر نمی کند، بلکه تحلیل گران اجتماعی آن را به عنوان پدیده ای فرهنگی مطالعه می کنند.

در ربع پایانی قرن بیستم، تعریف گیرتر از دین، پذیرفته ترین رویکرد در مطالعه انسانی دین به شمار می رفت، ولی نقدهای بسیاری را نیز برانگیخت؛ نقدهایی که به دلیل کاربردشان در مطالعه دین و رسانه از اهمیت برخوردارند. طلال اسد، یکی از این منتقدان در مقاله ای با عنوان «تبارشناسی دین» (۱۹۹۳) استدلال می کند که «پی گیری جوهر دین موجب دور نگه داشته شدن آن [دین] به عنوان پدیده ای فرهنگی از شکل گیری واقعی در حوزه های سیاسی، اجتماعی و اقتصادی قدرت می شود.» (اسد، ۱۹۹۳: ۲۷-۵۴) وی مدعی است که تعبیر گیرتر از دین در قالب یک نظام فرهنگی، سبب انزوای دین به عنوان حوزه ای مستقل و خودمختار از فعالیت بشری می شود. جست و جو برای دست یابی به تعریفی جهانی و واحد از دین صرفاً وجوه تاریخی و اجتماعی تجربه بشری را نادیده می انگارد؛ به عقیده اسد، این اتفاق، واکنشی است نسبت به نگرانی مسیحیت لیبرال در قبال بحران مرجعیت انجیلی. در عصر ویکتوریایی، بنیان ایمان مسیحی بر اثر حمله روش های انتقادی _ تاریخی در مطالعه متن مقدس، فشار زیادی را متحمل می شد؛ ایمانی که در گذشته تصور می شد کاملاً از سوی پروردگار الهام شده و از این رو، تنها دین حقیقی موجود است. در چنین شرایطی، متفکران این دوره معتقد بودند وقتی تمرکز مطالعه متن مقدس، نه بر حقیقت آن، بلکه بر شیوه پاسخ دهی تمام ادیان به ذات یا جوهره دین باشد _ همان گونه که بسیاری از اروپاییان می پنداشتند به بهترین صورت در مسیحیت تجلی یافته است _ دیگر به تضعیف یا آسیب دیدن مسیحیت از سوی جامعه علمی یا به واسطه طرح ادعای اشتباه مسیحیت در مقام حقیقتی منحصر

ص: ۲۸

۱- به عنوان نقدی فلسفی بر تعریف گیرتر از دین به اثر فرانک بری و پیر (۱۹۹۹) بنگرید.

به فرد، نیازی نیست. چنین دیدگاهی به آنها اجازه می داد تا تمام ادیان را در نظام های طبقه بندی مختلف سامان دهی کنند. این سامان دهی بر مبنای دوره تاریخی و حرکت پیشرونده از سطح بدوی به سمت یکتاپرستی صورت می گرفت. در قرن نوزدهم میلادی، اعتقادات به عنوان تغییرات بومی با جوهره ای جهانی، به کانون توجه مطالعات مردم شناسختی در حوزه دین بدل گشت. اسد چنین اشاره می کند که گیرتز، وارث این ایده بوده و آن را در تعریف فراگیر خود از دین به کار برده است. وی می نویسد:

برداشت گیرتز از اعتقاد دینی که در مرکز دریافت وی از دین جای گرفته، مسیحیتی مدرن و شخصی شده است تا بدانجا که بر اولویت ایمان به عنوان حالتی روحی و نه فعالیت سازنده در جهان تأکید می ورزد. (همان: ۴۷)

اسد معتقد است به جای تحلیل دین به عنوان نظام فرهنگی نمادها که بر مبنای حالت روحی اعتقادات فردی عمل می کند، محققان دین باید مطالعه دین را با مطالعه اعمال اجتماعی قدرت تلفیق کنند. همان گونه که اسد در مورد اشتیاق آگوستین قدیس برای تبه ملحدان به وسیله دست قدرتمند مقام های حکومتی بحث می کند، این تنها نمادها نیستند که گرایش های دینی را شکل می دهند، بلکه قدرت در تمام ابعاد آن نیز دخیل است؛ قدرتی که تجربه آگوستین را شکل می داد، نظیر قوانین پادشاهی و کلیسایی، مجازات های دینی مانند مرگ، نفرین و حد و پاداش هایی همچون رستگاری و نام نیک. (همان: ۳۵) اسد با تمایز قایل شدن میان مسیحیت قرون وسطایی و پروتستانتسم لیبرال عصر کنونی، آشکارا اعلام می دارد که مسیحیت، جوهره ای واحد نیست، بلکه شبکه ای از نیروهای اجتماعی است که به طور تاریخی ساخته شده اند.

آثار اخیر در حوزه دین و رسانه، دین را جوهری فراگیر و جداگانه تعریف نمی کنند. در این آثار، دین به عنوان امری اساساً رسانه ای شده و گونه ای از وساطت در نظر گرفته می شود. همچنین، اعتقاد در این آثار به طور جداگانه مورد

مطالعه قرار نگرفته است، بلکه در فرآیندهای اجتماعی نظیر مصرف گرایی، تشکیل جماعت، مقاومت سیاسی، فراملیت گرایی، ملی گرایی پسااستعماری و جهانی شدن، بررسی شده است. (میر، ۲۰۰۶؛ هوور، ۲۰۰۶؛ استولو، ۲۰۰۶؛ آرم براست، ۲۰۰۶؛ مورگان، ۲۰۰۵: ۵۵ - ۲۲۰) این سخن بدان معنا بود که باید روش های محو شدن و پدیدار گشتن اشخاص در فعالیتی رسانه ای شده مورد بررسی قرار گیرد؛ فعالیتی متغیر، نامستمر و فرآیندگونه که به طور محلی و جهانی در اجتماعات گسترده جریان داشته و به صورت های مختلف مطرح شده است. نمادها، پیوسته در حال تغییرند و به صورت اشکال ثابت اعتقاد متبلور نمی شوند. محققان به کنش سازنده رسانه ها توجهی درخور نشان می دهند. ایشان دغدغه ذهنی خود را از شیوه بیان دینی عقاید برگردانده و به سمت مطالعه کنش محور دین - به عنوان یک رسانه - معطوف کرده اند.

مارتین باربرو نیز توجه خود را به سمت قدرت کلیسای مجازی در امریکای لاتین برای ساخت جایگاهی مشخص معطوف داشته است؛ جایگاهی که این نوع از کلیسا را قادر می سازد به واسطه شناخت توانایی تلویزیون در به تصویر کشیدن «اساطیر تلفیقی در جوامع»، جهان مدرن را از امر مقدس انباشته سازد. (مارتین باربرو، ۱۹۹۷: ۱۱۱) به اعتقاد وی، رویدادهای ورزشی و کنسرت های موسیقی راک نمونه هایی از منابع تمثیلی هستند که به نحوی شایسته از طریق تلویزیون رسانه ای می شوند و با موفقیت، اجتماعاتی را در بین مخاطبان شکل می دهند. در مطالعه ای اثرگذار، دنیل دایان و الیهو کاتز درباره قدرت تلویزیون در تسهیل آثار اتحادبخش یا تمرکزبخش به وسیله پخش تلویزیونی «بافت های حماسی سیاست یا ورزش، مبلغان کاریزماتیک و آیین های گذار بزرگان - آنچه ستیزها، فتوحات و تاج گذاری ها می نامیم -» بحث کرده اند. (دایان و کاتز، ۱۹۹۴: ۳۳۲)

رویدادهای پخش شده از تلویزیون با محتوای خود یکسان نیستند و بیشتر، توهم چنین تشابهی را به کار می‌گیرند. یک رویداد رسانه‌ای در چارچوب یک رسانه، تجربه می‌شود؛ رسانه‌ای که زمان را کوتاه می‌کند؛ دیدگاه‌های متمایز را در هم می‌آمیزد؛ تجربه حضور را بسط می‌دهد و مطالب متنوع را با طراحی روایتی منسجم برای ارائه رویداد به بیننده، در یک حوزه بصری واحد، یکی می‌کند. رویدادهای زنده نظیر تشییع جنازه رهبران جهان، مراسم معارفه رئیس جمهوری، انتخابات مربوط به نظام پاپ، جشن‌های دولتی و بازی‌های المپیک به عنوان «داستانی ابتدایی درباره وقایع کنونی» بازگو شده‌اند و به رویدادهایی رسانه‌ای شده تبدیل می‌شوند که «هاله‌ای را در اطراف دستگاه تلویزیون قرار داده و تجربه‌ای دیداری را منتقل می‌سازند.» (همان) رویدادهای رسانه‌ای بر اساس موقعیت‌های آیینی طراحی می‌شوند و از این رو، ویژگی‌های متعددی را به نمایش می‌گذارند. این آیین‌ها زنده هستند و با «تقدیس و مراسم رسمی ارائه می‌شوند.» (همان: ۳۳۶) هاله و شکوه، اعتباری بلاغی به رویدادها می‌بخشند که پاسخی همراه با احترام از سوی بیننده می‌طلبند. از این روی، مخاطبان را به عنوان مجازهای گیرا و هماهنگ همچون ملت، جامعه، مردم، جهان، قلمرو مسیحیت، بشریت و غیره خطاب قرار داده و مرزهای اجتماع را به طور هماهنگ تا فضای رسانه‌ای شده مناسک پخش شده از تلویزیون، امتداد می‌دهند. از دایان و کاتز به دلیل حمایت آنها از اسطوره هسته مرکزی _ هسته‌ای که در واقع، وجود خارجی ندارد _ انتقاد شد، ولی این نقدها در تشخیص قدرت اسطوره، ناکام ماندند. دولت‌ها، ملت‌ها و مردم، همگی برای افسون اتحاد و ایجاد میدانی مغناطیسی که حکومت را قادر می‌سازد تا انسجام یا همان

اجتماع متصور خود را گرامی بدارد، به چنین داستان‌هایی [اساطیر] اتکا می‌کنند. (۱)

مقایسه کاربردهای رسانه‌ای در خانواده‌های آمریکایی با پراکندگی متفاوت از نظر جمعیت‌شناختی، نشان می‌دهد برخی گروه‌ها در جامعه آمریکا، خود را «مرکز» فرهنگ تصور می‌کنند، در حالی که دیگران، خود را خارج از محدوده مرکزی و در پیرامون آن می‌بینند؛ مکانی که به اعتقاد آنها جایگاه بهتری است. (هوور و همکاران، ۲۰۰۴: ۲۹ _ ۱۰۳) رسانه‌ها در شکل‌گیری هر دو تصور، نقش مهمی دارند. یک خانواده پروتستان انجیلی، رسانه‌ها را برای کاربردی خانگی و در راستای تأیید مشارکت خود در «جریان فرهنگی نوین در جامعه آمریکایی» برمی‌گزیند؛ جریانی به عنوان خرده فرهنگ نوانجیلی که در بیشتر موارد با خوش‌باوری اعلام می‌دارد آمریکا، کشوری مسیحی است. (همان: ۱۰۳) در مقابل، در مطالعه موردی دیگری مشخص شد والدین مسلمان آمریکایی در تلاشند با وضع قوانینی در مورد گوش دادن به موسیقی عامه‌پسند و محدودسازی شدید مدت زمان هفتگی تماشای تلویزیون یا انجام بازی‌های رایانه‌ای، تمایز فرهنگی و دینی خانواده خویش را در برابر جریان غالب در آمریکا حفظ کنند. کودکان نیز به طور طبیعی راه‌هایی برای گریز از این قوانین پیدا می‌کنند. (همان: ۹۱)

مطالعه فعالیت‌های رسانه‌ای در قالب اشکال خودآگاهی به محققان اجازه می‌دهد تا از روش‌های متعدد ساخت‌اندیشه و احساس به واسطه رویارویی با رسانه‌ها، درک

ص: ۳۲

۱- بحث مهم در باب ایده مرکزیت با مقاله اثرگذار شیلز (۱۹۷۵) آغاز می‌شود. به عنوان مجموعه‌ای از واکنش‌های سازنده نسبت به موضوع و اثر شیلز می‌توان به اثر گرینفیلد و مارتین (۱۹۸۸) اشاره کرد. ایده «مرکز اجتماعی» را کاتز و دایان بسط دادند و کولدری به تحلیل انتقادی آن پرداخت. (۲۰۰۳: ۵۵ _ ۷۴) البته کولدری در طرح این ادعا حق دارد که هیچ مرکز واحدی وجود ندارد، ولی گرایش و سرمایه فرهنگی پیوند خورده با ایده‌ای که در ساخت رسانه‌ای شده آن شکل گرفته، نکته‌ای است که امیدوارم بتوانم آن را برجسته‌تر سازم.

بهتری داشته باشند. این موضوع بنا به دلایلی اهمیت دارد. نخست آنکه می توانیم چیزهای بیشتری درباره «توانایی ذهنی» یا الگوهای فراگیر زیباشناختی فرا بگیریم. رسانه ها با طراحی و تقویت مرزهایی تعیین کننده نظیر درون و بیرون، ما و آنها، مرکز و پیرامون، بالا- و پایین، پیش قراول و پشتیبان، اولین و آخرین، پیر و جوان، به ساخت و حفظ این الگوها یاری می رسانند. این ساختارها با ترسیم محدوده های موقتی، نسبی و متصور کلیسا، همسایگی، قبیله، ملت و جهان، وجوه اساسی هویت اجتماعی را مشخص می کنند. دوم آنکه می توانیم نحوه میانجی گری امری موضعی و متجسم نظیر حواس _ دیداری، شنیداری و لامسه _ را میان افراد و نهادها و نیروهای اجتماعی گسترده نظیر تهیه کنندگان رسانه ای، مبلغان گروهی، سازمان های دینی، دولت ها یا کل جامعه، درک کنیم. وساطت در این میان نه فرایندی یک طرفه است و نه فرایندی اختیاری، بلکه مجموعه ای از مذاکرات متنوع است که مطالعه ای دقیق را می طلبند؛ البته در این میان باید به بوم شناسی کلانی که تمام کالاهای رسانه ای را تحت تأثیر قرار می دهد نیز گوشه چشمی داشت. سوم، فعالیت های رسانه ای امکان دسترسی به تصورات جمعی، منابع فرهنگی مشترک نمادها، تصویرها، صداها، آواها، نظرها و چهره ها را چگونه فراهم می آورند؛ مسائلی که شناخت و کاربرد نمادین آنها، الگوهایی وسیع از احساس را در اختیار افراد قرار می دهد و زمینه مشارکت آنها را در اجتماعات گوناگون فراهم می سازد.

روش شناسی، رشته مطالعاتی، برنامه تحقیقاتی

روش شناسی، رشته مطالعاتی، برنامه تحقیقاتی

هرچند دلیلی وجود ندارد که روش های کمی و کیفی تحقیق را در نقطه مقابل یکدیگر قرار دهیم _ آنچنان که در برخی «جنگ های روش شناختی» رخ می دهد _ ولی بیشتر فعالیت های صورت گرفته در حوزه رسانه با رویکرد مطالعات فرهنگی، بر تحلیل کیفی متکی هستند. در مطالعه ارتباطات در دهه ۱۹۷۰ و در شماره ای از نشریه تحقیق ارتباطاتی که شامل مقالاتی مهم درباره اهمیت رویکرد انسان مدارانه در تحقیق ارتباطاتی

می شد _ به ویژه تأکید بر مطالعه فرهنگ عامه _ این موضوع، درون مایه اصلی مقالات را شکل می داد. (۱) تحقیق کیفی برای متمرکز کردن توجه به سمت افراد و جذب گفتار و کردار آنها در قالب روایات طراحی شده است؛ روشی که در مقام توصیف روش های اندیشیدن و احساس انسان ها، اثری آشکار و گریزناپذیر برجای می گذارد. معنا یا به عبارتی نتیجه یک مطالعه کیفی، به عنوان انتخابی منطقی یا ترجیح مصرف کننده شناخته نمی شود، به گونه ای که بتوان با ابزار تحقیق کمی و به عنوان گونه ای از اطلاعات، به خوبی آن را اندازه گیری کرد. (۲) معنا چیزی است که مردم آن را احساس، لمس و تصور می کنند، از آن می هراسند، آن را سرکوب یا روایت می کنند و یا به شکلی نمادین نشان می دهند.

کلوز برون جنسون در مقاله ای مهم در باب شناخت اشاره می کند که «تحقیق کمی در جایی، درست به کار می آید که انتخاب ها، رفتارها و مفاهیم ارزشی در جریان زندگی روزانه قرار گرفته باشند. در مقابل، تحقیق کیفی زمانی به کار گرفته می شود که بخواهیم مقولات مورد استفاده مخاطبان برای رمزگشایی کالاهای رسانه ای خاص را مشخص کنیم.» (جنسون، ۱۹۸۷: ۳۳) افراد در پاسخ به پرسش نامه، ترجیح ها و سلیقه های خود را در نظر می گیرند و جز با انجام مصاحبه و مشاهده نمی توان معیارها، مفهوم سازی ها، ابزار تفسیری و مقولات مورد نظر و بیان شده آنها را شناخت. رویکرد فرهنگی برای پاسخ دهی به فرآیند معناسازی به عنوان فرآیندی زنده که به طور خاص باید در محیط مشاهده شود، طراحی شده است. با این حال،

ص: ۳۴

۱- این موضوع را هیرش (۱۹۷۸) معرفی کرد.

۲- ایده تمایز میان «معنا» و «اطلاعات» در روش تحقیق کیفی و کمی را از جنسن (۱۹۸۷: ۳۱) وام گرفته ام. به عنوان تمایز صریح در مطالعه علمی و اجتماعی ترجیحات مخاطب و رویکرد مطالعات فرهنگی به اثر کرلینگ (۱۹۷۸) بنگرید.

نباید این دو روش را در مقابل یکدیگر قرار داد. در حقیقت، برخی محققان به گونه ای شایسته و برای درک چگونگی جای گرفتن ترجیحات در روایات و اجتماعات، روش های کمی و کیفی را با یکدیگر تلفیق می کنند. (۱)

در این کتاب، توجه به مطالعه کیفی مخاطب موجب نشده است تا محققان کاربرد ابزاری رسانه ها و تأثیر قابل ملاحظه آنها را انکار کنند. تبلیغات تجاری، مبارزات سیاسی و روابط عمومی، هریک تا اندازه ای از رسانه ها بهره می جویند. چالشی که پیش روی محقق قرار می گیرد این است که تا جای ممکن مطالعه فرآیند تولید، توزیع و دریافت را با یکدیگر تلفیق کند. همچنین، باید فرایند دریافت را به طور بالقوه حالاتی خلاقانه و مقاومت گونه از واکنش در برابر خوانشی مرجحی مدنظر قرار داد؛ خوانشی که تولیدکنندگان در محصولات رسانه ای خود رمز گذاری می کنند. به اعتقاد برخی از صاحب نظران، واکنش عمومی می تواند هر چیزی باشد جز واکنشی خلاقانه. مصرف کنندگان گاهی به گونه ای رفتار می کنند که تولیدکنندگان و مبلغان تجاری آرزوی آن را دارند. این رفتار، بسته به تفکر سیاسی یا هدف فرد، حتی ممکن است رفتاری خوشایند باشد. در تحقیقات اخیر این حقیقت که رسانه ها در جهت شکل دهی به پاسخ مخاطب عمل می کنند، نادیده گرفته نشده است؛ و حتی اگر مصرف کنندگان، اسیر تأثیرات برنامه ریزی شده نباشند، این تحقیقات در بررسی اثرات رسانه ای، از رویکردی جبرگرایانه دوری گزیده اند.

اگر زمانی منتقدان فرهنگی و عالمان عرصه رسانه مایل بودند تا عقیده دینی و عامی را _ که در حجمی گسترده تولید می شد _ در قالب «کاری پرطمطراق» کنار بگذارند، امروزه این گرایش دیگر در تحقیقات علمی جایی ندارد

ص: ۳۵

۱- برای نمونه به حجم انبوه آثار رابرت و وانو (مانند سال ۲۰۰۳) بنگرید که در آنها مصاحبه ها را با ابزارهای سنجش اجتماعی تلفیق کرده اند.

رسانه های عمومی در قالب اشکالی از خودآگاهی دینی، توجه بسیاری از تاریخ نگاران، جامعه شناسان و مردم شناسان فعال در حوزه دین و رسانه را به خود جلب کرده است؛^(۱) اشکالی از خودآگاهی که بنا نیست به طور تجویزی درک شوند. فرهنگ عامه دیگر به عنوان فرهنگ غیرنخبه گرا شناخته نمی شود؛ بلکه با عنوان فرهنگ عمومی از آن یاد می شود: رفتارها و مصنوعات روزمره که عواطف و عقاید را می آرایند؛ عواطف و عقایدی که در مقام رسانه ای شناختی برای هویت و زندگی اجتماعی عمل می کنند. حجم بزرگی از مطالعات در حوزه دین و رسانه بیشتر به سمت همین عواطف و عقاید معطوف شده است؛ عواطف و عقایدی که در اشکال مختلف احساس در کار هستند. برخی صاحب نظران با عنوان «اندام اجتماعی» از آنها یاد می کنند؛ یعنی امتداد حواس تا بدنه متصور گروه ها. این موضوع به طور خاص، وقتی آشکار می شود که بدانیم تمام فعالیت های گروه های سنی، جنسیتی، قومی و جنسی، آنها را قادر می سازد تا به عنوان عضوی از یک گروه ارگانیک رفتار کنند (اعم از لباس پوشیدن، خوردن، ورزش کردن، رقصیدن، گوش دادن به موسیقی و مصرف کردن کالاهای گوناگون).

مطالعه و پژوهش دینی رسانه ها به دو دلیل، مسیر آرامی را پیموده است تا بر سر زبان ها بیفتد. نخست، همان طور که پیش تر گفته شد، مطالعات فرهنگی در بطن سنت نوما رکسیست در بریتانیا طرح ریزی شده بود و از همین رو، به موضوع دین علاقه ای نشان نمی داد. به علاوه، نظریه مادی سازی (دین زدایی) که سابقه ای طولانی نزد منتقدان فرهنگی و دانشمندان اجتماعی داشت، دین را امری واپس گرا و با کمترین اثر می پنداشت؛ امری که مدرنیته و رسانه ها به

ص: ۳۶

۱- نمونه ها در این زمینه، فهرستی بلندبالا را دربر خواهد گرفت. آثار لینچ (۲۰۰۷) و کلارک (۲۰۰۳) از تازه ترین فعالیت های صورت گرفته هستند.

عنوان بخشی از پروژه دنیای مدرن از آن دست شسته اند. با این حال، از اوایل دهه ۱۹۹۰ میلادی تاکنون، فرآیند مادی سازی در برخی از آثار جدید به چالش کشیده شده است.^(۱) دومین دلیل آن است که تعریف رایج از دین در بین عالمان اروپایی، امریکایی (شمالی و جنوبی) و استرالیایی، عمیقاً از مسیحیت اثر پذیرفته بود. امر مقدس همواره با نهادهای نظارتی و اعتقاداتی که این نهادها منتشر و تأیید می کردند، هم داستان در نظر گرفته می شد. به عبارت دیگر، دین، پیامی بود که با ابزاری متنوع، مؤمنان و غیرمؤمنان را هدف قرار می داد و در مفاهیم سنتی خاص از فرهنگ ریشه داشت. آن هم فرهنگ به عنوان گنجینه سنت و نسخه فرقه گرایانه متیو آرنولد از فرهنگ در قالب «بهترین چیزی که تاکنون درباره آن اندیشیده و سخن گفته شده است.» در حقیقت، مدرنیته به طور مستمر از دین دور نبوده است. صحیح تر آن است که بگوییم عالمان ترجیح داده اند دین را نادیده بگیرند؛ چون نظریه مادی سازی به آنها می گفت که دین در آنجا جایی ندارد. در این بین، تحت تأثیر فعالیت های محققان و تشکیلات نهادی، دین تغییر کرده است.

مطرح شدن حق دینی در کشورهایی با تنوع پذیری فراوان نظیر ایالات متحده، هندوستان و کشورهای خاورمیانه در دهه های پایانی قرن بیستم، دسترسی جدید کلیساهای نوپا و رهبران دینی کارزماتیک در کشورهای پسااستعماری و کشورهای تازه استقلال یافته از شوروی سابق به رسانه ها و همچنین حرکت جهانی مهاجران از کشورهای در حال توسعه به سمت کشورهای غربی، موجب شدند تا دین به طور غیرمنتظره و جدیدی در جامعه مطرح شود. اقلیت های دینی برای بسط علایق و منافع خود، جسورانه از رسانه ها

ص: ۳۷

۱- یکی از مطالعات نخستین و بسیار اثرگذاری که به تغییر کانون توجه بسیاری از دانشوران عرصه دین و رسانه کمک کرد، اثر وارنر (۱۹۹۳) بود.

بهره جستند، به گونه ای که پیدایش «کلیساهای مجازی» را می توان رهاورد چنین کاربردهایی دانست. کلیساهای مجازی به عنوان سازمان های غیرنهادی و شبه کلیسایی، چهره عمومی خود را در رادیو، تلویزیون، بیلبوردها و رسانه های مکتوب عرضه می کردند. انتشار اینترنتی مطالب در سطحی گسترده، امکان دسترسی و تولید رسانه ای را توسعه بخشید. از این رو، محققان دریافتند که دیگر نمی توان رسانه ها را ابزار انتقال پیام تلقی کرد، بلکه اکنون رسانه ها با هویت و رفتار دینی پیوند خورده اند. همان گونه که جرمی استولو به درستی اشاره کرده است، تحقیق در عرصه دین، رسانه و فرهنگ به سمتی تغییر کرده است که «دین را در مقام رسانه» بررسی می کند. (استولو، ۲۰۰۵) رویکرد فرهنگی موجب برجسته شدن اهمیت مطالعه فرآیند دریافت و رفتار شده است. این امر سبب شد تا بسیاری از محققان، درک ابزاری از رسانه ها را به چالش کشیده و در عوض، فعالیت سازنده وساطت ها را مورد مطالعه قرار دهند. افزون بر آن، همان گونه که مقاله خانم سارا پایک در این کتاب به روشنی اعلام می دارد، «دین» دیگر صرفاً به معنای مسیحیت و یهودیت نیست، بلکه هر چیزی از الحاد نوین، عصر جدید (۱) و هندویسم گرفته تا درمان های خودیاری، معنویت شخصی و طرفداری و حمایت را دربرمی گیرد. (۲)

بیشتر مقالات این کتاب نشان دهنده گرایش گسترده محققان عرصه دین و رسانه در عصر حاضر به بررسی و شناخت مفهومی دیگر از واژه «رسانه» در بین مصنوعات رسانه ای شده همچون تصاویر و اشیای دینی است. مفهوم

ص: ۳۸

۱ - New Age :: جنبش عصر جدید، جنبشی معنوی، غیرمذهبی و غربی است که در نیمه دوم قرن بیستم شکل گرفت. مفاهیم محوری آن حول معنویت و سنت های متافیزیک شرقی و غربی و همچنین ایده هایی از روان شناسی، سلامت عمومی، پیراروان شناسی، فیزیک کوانتوم و تحقیق آگاهانه می چرخد.

۲- به عنوان بحث درباره این تغییر و ارتباط آن با مطالعه رسانه به اثر هوور (۲۰۰۶: ۵۰-۶۶) بنگرید. به عنوان نمونه ای از واکنش های متنوع درباره دین و مفهوم سازی آن، به ویژه در زمینه مطالعه رسانه به اثر دی راینز (۲۰۰۷) بنگرید.

رسانه علاوه بر رادیو، روزنامه و تلویزیون، وبلاگ ها و سایت های طرفداران اینترنتی، نوارهای ویدیویی، کاست ها، متون چاپی لیتوگراف، بیلبردهای تبلیغاتی، برچسب های اتومبیل، کالاهایی با تولید انبوه نظیر مجسمه های پلاستیکی یا سی دی های موسیقی یا نمادهایی مانند صلیب، مناره و بافته هایی با تصویر کعبه را نیز شامل می شود. با وجود این، لزومی ندارد که تحلیل رسانه ای را به مواردی محدود کنیم که در سطحی گسترده تولید می شوند. هر رسانه ای حتی رسانه های دست ساز و کاملاً منحصر به فرد نیز باید در تعریف رسانه های دینی گنجانده شوند. این موضوع نشان دهنده گرایش تازه در بین محققان رسانه ای است؛ گرایشی که از رویکردهای متداول و سلیقه ای در بررسی تاریخ هنر، موسیقی شناسی و زیبایی شناسی سنتی فراتر رفته و شکل گیری زیبایی شناسی روزمره را بررسی می کند. بدین ترتیب می توان درک بهتری از احساس و حواس به عنوان قالب های شناخت، بدست آورد. (۱) به همین ترتیب، کلیدواژگان متعددی که در کتاب حاضر مطرح شده اند، به شناخت رو به رشد از جسم به عنوان شبکه ای از شناخت حسی اشاره می کنند. علاوه بر حفظ و ادامه تحقیق در زمینه جسم و پرهیز از برتری قائل شدن سنتی انسان ها برای ذهن و اندیشه منطقی، بسیاری از نویسندگان، علاقه شدید به مطالعه تاریخ رسانه ها را ترسیم کرده اند و می کوشند تعصب رایج در بسیاری از مطالعات در عرصه ارتباط جمعی و رسانه های نوین را کنار بگذارند. (۲)

در نهایت، باید گفت ترکیب رشته های مطالعاتی با مرزهای جغرافیایی و رسانه ها، این دیدگاه را تقویت می کند که هیچ رشته خاصی بر این حوزه مطالعاتی

ص: ۳۹

- ۱- یکی از نخستین درخواست ها و مفهوم سازی ها در این حوزه تحقیقاتی، اثر میر (۲۰۰۶) است. میر و وریپس رویکرد خود را در شماره مختص به «زیبایی شناسی» بسط داده اند. همچنین به وریپس (۲۰۰۶) بنگرید. توجه به زیباشناسی عمومی تصاویر دینی با تولید انبوه در اثر مورگان (۱۹۹۸: ۲۹ - ۵۸) قابل مشاهده است.
- ۲- مطالعات تاریخی مهمی که اخیراً در عرصه دین و رسانه صورت گرفته، آثاری از ویتسون (۱۹۹۹)، پیترز (۱۹۹۹)، هنگن (۲۰۰۵)، هندرشات (۲۰۰۴) و رزنتال (۲۰۰۷) را دربرمی گیرد.

تسلط نداشته است. هر یک از رشته های جامعه شناسی، مردم شناسی و تاریخ، چارچوب روش شناختی عمده ای ارائه کرده اند، مانند تحقیق کیفی و کمی، قوم نگاری و مطالعه اسنادی و عینی. با این حال، مطالعات رسانه ای، مطالعات فرهنگی، فمینیسم، تاریخ هنر، مطالعات فرهنگ مادی و بصری و مطالعات دینی، پرسش ها و اولویت های روش شناختی متعددی را برای مطالعه دین و رسانه پدید آورده اند که هر یک به مجموعه ای از علاقه مندی ها و گفت و گوها دامن زده است. مطالعه روزنامه نگاری، ارتباط جمعی، مصرف گرایی، فرهنگ بصری، الهیات، حوزه عمومی، جهانی شدن، فراملیت گرایی، نظریه سیاسی و اقتصاد فرهنگی، از این دسته اند. تاکنون، نویسندگان مقالات این کتاب، ضرورتی احساس نکرده اند که این گفتمان را با تسلط یک رشته، حوزه یا روش شناسی خاص، محدود سازند. این امر برای بسیاری از ما نشانه سلامت جدی عقلانی است.

کلیدواژگان و حوزه های مفهومی آنها

کلیدواژگان و حوزه های مفهومی آنها

کتاب حاضر می گوید چارچوبی مفهومی را مشخص سازد که به تازگی در مطالعات حوزه دین و رسانه شکل گرفته است. به جای پی گیری مرزبندی های سریع یا جست و جوی بنیان های نوین با نگاهی گذرا، رویکرد کتاب این است که فصل مشترکی را توصیف کند که در آن، هیچ رشته ای بر دیگری برتری ندارد و تمام آنها در بحثی جدی با یکدیگر در تعامل هستند. نویسندگان مقالات، عالمانی از گوشه و کنار دنیا با تخصص های دانشگاهی متفاوت هستند. آثار منتشر شده ایشان در دهه گذشته بر شکل دهی حوزه دین و رسانه اثر گذار بوده است. (۱) می توان اسامی دیگری به این فهرست افزود و کتاب شناسی

ص: ۴۰

۱- علاوه بر موارد متعدد یاد شده در بالا، نک: پایک (۲۰۰۱)؛ هافمیر (۲۰۰۴)؛ آساموا جیادو (۲۰۰۵)؛ استولو (۲۰۰۵)؛ سامالا سپانن و استاچتی (۲۰۰۵)؛ چیدستر (۲۰۰۵)؛ میر (۲۰۰۶)؛ اسکولز (۲۰۰۶)؛ هوور (۲۰۰۶)؛ میچل (۲۰۰۶)؛ کلاسن (۲۰۰۶)؛ مورگان (۲۰۰۷)؛ میچل (۲۰۰۶) و زیتو (۲۰۰۷).

چشم‌گیری را گردآوری کرد. نشانه‌ها موید آن هستند که این حوزه در حال رشد و نهادینه شدن بیشتر است. با توجه به تأکیدهای متعدد و متنوع در این حوزه مطالعاتی که تا انسجام کامل، راهی طولانی در پیش دارد، تهیه فهرست‌هایی هرچند مختصر از اصطلاحات این حوزه به نحو چشم‌گیری از یکدیگر متمایز خواهند بود. بهتر دیدیم برای یافتن الگوهایی که درون مایه‌ها را تأیید کرده و با مفاهیم و اصطلاحات آنها هماهنگ هستند، به جای آنکه دیدگاهی مبسوط، فراگیر یا عادلانه ارائه دهیم، پرسش‌ها، نشست‌ها و مذاکرات بیشتری را بررسی کنیم؛ عملی که در گفتمان این کتاب، نقشی اثرگذار و تکرارشونده بر عهده داشته است. با بررسی بحث‌های صورت گرفته درباره فصل مشترک رشته‌ها، پرسش‌ها و مطالعات، باید گفت کلیدواژه‌گانی که این کتاب را دربرمی‌گیرند، بیشترین انرژی و توجه را به خود اختصاص داده‌اند. در ادامه تلاش شده است با دسته‌بندی اصطلاحات به گروه‌هایی کوچک‌تر، خطوط کلی این حوزه مفهومی را ترسیم کنیم.

امیدوارم با گردآوری این مجموعه مقالات با هدف رسیدن به تعریفی انتقادی، گفتمان حاضر به سمت حوزه دین و رسانه کشیده و مؤثرترین کاربردهای آثار اخیر به طور جدی بررسی شود. این اصطلاحات از آن روی انتخاب شده‌اند تا شبکه نوپای عقایدی را نشان دهند که در سه دهه گذشته، تحقیق در این عرصه را شکل داده‌اند. هر یک از نویسندگان کتاب حاضر در شبکه‌ای از عقاید، مصنوعات، نهادها و رفتارها دست به قلم برده‌اند، به گونه‌ای که تمام آنها را در چارچوبی بزرگ‌تر به هم پیوند می‌زند. برای مثال، در برقراری ارتباط میان برخی واژگان (مخاطبان، گردش، عموم و اجتماع)، یکی از

رشته های پیونددهنده، نیرویی است که رفتارهای رسانه ای بارها با هدف ایجاد پیوندهای اجتماعی به نمایش گذاشته اند. بنابراین، استوارت هوور هنگام پرداختن به موضوع مخاطب، تاریخ برخورد با رسانه های جمعی، غیبت مرجعیت دینی سنتی، اهمیت بازار و اهمیت جدید مخاطبان، عاملیت های قدرتمند و نه مصرف کنندگانی منفعل را در نظر می گیرد. یکی از نتایج برجسته چنین تغییراتی، توجه و تمرکز محققان بر فعالیت های معناساز در بین رفتارهای رسانه ای بوده است. به همین ترتیب، جوانا سومیالا در مقاله «گردش»، به بررسی راه هایی می پردازد که قالب های رسانه ای شده تصاویر به وسیله آنها میان خود و بیننده رابطه برقرار می کنند. این روابط بر فرآیند دریافت اثر می گذارند و اصرار دارند که محققان توجه خود را به فرآیند گردش و دریافت مصنوعات رسانه ای معطوف سازند تا فرآیند معنایابی رویدادهای رسانه ای شده را درک کنند.

واکنش به کارکردهای اجتماعی، فرهنگی و سیاسی رسانه های چاپی و صوتی و تصویری به صورت چشم گیری تحت تأثیر شکل گیری افکار عمومی، حوزه عمومی و عموم های مختلف است. جویسی اسمیت با بررسی ساختار رسانه ای شده عموم ها، این پرسش را مطرح می سازد که این عموم ها چگونه تصور می شوند، اشاعه می یابند، به کار گرفته می شوند و با یکدیگر در تقابل قرار می گیرند. عموم های رسانه ای در کجا و چگونه شکل می گیرند؟ با تکیه بر مطالعه اثرگذار یورگن هابرماس درباره نقش قهوه خانه های قرن ۱۸ میلادی در شکل گیری حوزه عمومی، اسمیت چنین اظهار می دارد که امروزه، عموم رسانه ای شده از میان طعم مطبوع قهوه و زندگی شخصی آرام در روابط اینترنتی، سر بر می آورد. تمام تحلیل هایی که تاکنون مطرح شده اند، در بحث جی. کوابنا آساموآ درباره

شکل‌گیری اجتماع، تحت تأثیر مصرف رسانه‌ای، شرح داده شده‌اند. وی نشان می‌دهد که چگونه این موضوع در مورد اجتماعات چهره‌به‌چهره و شهری - حتی اجتماعات فراملی - صدق می‌کند؛ اجتماعاتی که رسانه‌ها، مجموعه‌ای گسترده از پیوندها را برایشان حفظ می‌کنند و شاهدیم که گروه‌های دینی در جریانِ جهانی‌مهاجرت‌ها این‌گونه شکل می‌گیرند.

گروه دوم اصطلاحات (متن، روایت، فن آوری و اقتصاد) در واکنش به رویکردهای سنتی در مطالعه دین و رسانه و نشان دادن چگونگی تغییر این حوزه، در کنار یکدیگر قرار گرفته‌اند. از این‌رو، نمی‌توان گفت متون، موجودیت‌هایی ثابت و به دست آمده از ژانرهای پایدار هستند که معانی روشنی عرضه می‌کنند، بلکه همان‌گونه که ایزابل هافمیر نشان می‌دهد، متون، رویدادهایی اجتماعی هستند که در نتیجه کاربرد و استفاده، آشکار می‌گردند و بی‌وقفه بازبینی می‌شوند و به گردش درمی‌آیند. یک مطالعه تاریخی دقیق نشان می‌دهد که چگونه هر تکراری با شرایطی ویژه سازگاری می‌یابد و بر تمایزات فرهنگی و اجتماعی چیره می‌شود. روایت به عنوان ساختاری غالب در ارتباطات و حافظه بشری، یکی از فرصت‌های اولیه برای ساخت حس حقیقت، اجتماع و ارزش به وسیله عمومی است که خود به دست رسانه‌های خبری شکل گرفته است. جولیان میچل با تمرکز بر پویایی روایت در بازگویی داستان قهرمان ملی فیلیپین در قالب کلمات و تصاویر، نقش روایت را در روزنامه‌نگاری، فولکلور و شکل‌گیری هویت اجتماعی بررسی می‌کند. روزنامه‌نگاران، داستان‌ها را در قالب روایاتی مختلف طراحی و پی‌گیری می‌کنند و مصرف‌کنندگان با توجه به آیین‌های ارتباطی خود، آنها را رد می‌کنند یا گرامی می‌دارند یا استفاده می‌کنند. مردم و رویدادها از طریق روایات، چهره‌هایی قدرتمند را شکل

می دهند که با اساطیر، داستان های دینی و دیگر گونه های هنری در مسیر پی ریزی هویت جمعی، هم داستان می شوند. فن آوری برای مدتی طولانی، بُتِ پیشینه های اجتماعی رسانه ها را شکل می داد و با روایاتی درباره انقلاب به عنوان مجاز اولیه در گفتمان های مدرنیته، دموکراسی و برتری غربی، آراسته شده بود. با این حال، به اعتقاد جرمی استولو، فن آوری مستلزم آن است که با رویکردی مبتنی بر عمل، اجتماع و دریافت، به سرعت مورد بازبینی قرار گیرد. چنین رویکردی به وی اجازه می دهد به صورت اقناع کننده ای درباره درک دین به عنوان رسانه بحث کند. وی چنین کاری را با اشاره به اساسی ترین عقیده در مطالعه انسانی حوزه دین و رسانه انجام می دهد. چنین تغییر رویکردی، توجه بیشتری را به سمت تفسیرها و کاربردهای فن آوری در زیست جهان مصرف کنندگان معطوف می دارد و در مقابل، آن را به صورت عبرت آموزی، با ایدئولوژی ها و اساطیر فرهنگی درباره قدرت و وعده تکنولوژیک می توان مقایسه کرد.

موضوع «قدرت رسانه ها»، وسوسه نیرومندی برای تقلیل فن آوری های رسانه ای به ارزش کالایی آنها به همراه دارد؛ که به عبارتی، همان شناخت رسانه ها در قالب توانایی آنها در انتقال بهره مشترک است. در قرن بیستم، حجم گسترده ای از تحقیقات ارتباطاتی به بررسی «اثرگذاری» برنامه ریزی شده و ناخواسته رسانه هایی نظیر سینما، تبلیغات، روابط عمومی و تبلیغات سیاسی اختصاص می یافت. گفتنی است این تحقیقات بر اساس منافع سیاسی و تجاری سرمایه گذاری می شدند. این رویکرد به شدت ابزاری نسبت به رسانه ها، فرهنگ دریافت رسانه ای را به راحتی نادیده می گیرد؛ فرآیندی که شامل مشخصه دینی مصرف رسانه ای می شود. فرآیندهای تولید، توزیع و مصرف رسانه ای آنچه را

به عنوان اقتصاد فرهنگی رسانه شناخته می شود، شکل می دهند. دیوید چیدستر این موضوع را به عنوان پدیده ای دینی بررسی می کند تا بدانجا که [معتقد است] فرآیند دریافت رسانه ای، عمل مهم و فرهنگی ساخت و تقویت بازنمایی های جهان، جنسیت، نژاد، قبیله و دشمن را انجام می دهد. امروزه تمام رسانه ها در قالب کالا برای مردم جلوه می کنند و انسان ها را به مصرف کنندگانی تبدیل می کنند که در فعالیت های مبادله ای - چیزی فراتر از تهیه خوراک و پوشاک - درگیر هستند. فرهنگ رفتارهای رسانه ای را به طور مؤثری در قالب نظام مبادله می توان توصیف کرد که بر انواع مختلفی از ایمان، بی ایمانی و اعتقادات متکی است.

یکی دیگر از مجموعه کلیدواژگان حول محور تجسم و احساس (زیبایی شناسی، تصویر، گستره صدا) شکل می گیرد. این زنجیره به عنوان نتیجه مطالعه میان رشته ای مردم شناسان، کارشناسان فیلم و تاریخ نگاران هنری، جهتی متمایز از تحقیقات اخیر در حوزه دین و رسانه را ارائه می دهد. جسم به عنوان یکی از اساسی ترین دستگاه های ثبت در تحلیل فرهنگی رسانه ها، همچنان باید در پی احقاق حق خود باشد. این بی توجهی، تاکنون بیشتر به دلیل فقدان منابع روش شناختی در مطالعه رسانه ها بوده است. در راستای این هدف، چهار محقق با تخصص هایی مناسب به واکاوی شیوه عملکرد حواس - به عنوان اجزای تشکیل دهنده شناخت و احساس - در رفتارهای رسانه ای می پردازند. در واقع، حواس با رسانه ها تعامل برقرار می سازند تا رابطه بلافصل و اثر خود را بر جای بگذارند.

بیرجیت میر و جوجادا وریپس واژه مدرن «زیبایی شناسی» را بازبینی می کنند؛ واژه ای که نخستین بار در سال ۱۷۳۵ میلادی برای نام گذاری مطالعه چگونگی عملکرد شعر به عنوان نوعی از شناخت حسی، ابداع شد. این دانشوران از محققان

عرصه دین و رسانه می خواهند تا از به چالش کشیدن هنر به عنوان بازنمایی بصری فراتر رفته و به خودِ جسم پردازند. مفاهیم تحقیق و بررسی، چشم گیر هستند: تجربه، حس و احساسات، عواطف و حالت های جسمی به عنوان جنبه ای اساسی از فرآیند وساطت چگونه بررسی می شوند؟ جسم چگونه در فرآیند ساخت تجربه عمومی و شخصی و خلق معنا وارد می شود؟

دیوید مورگان با طرح ایده درک تصویر به عنوان فعالیت های فرهنگی و بیولوژیک که در چهره انسان _ محل تلاقی تصویر با جسم _ ریشه دارند و صرفاً بر حالت های نمادین بازنمایی _ شمایل گرایی(۱) _ متکی نیستند، روایتی موازی با عمل دیدن را بسط می دهد. ترس از تصاویر، از ثبت مادی بازنمایی بصری برمی خیزد. تاریخ بلند این ترس عمیقاً در تاریخ اندیشه در حوزه بازنمایی ریشه دارد. دوروتا ای. اسکولز با قاب بندی فضایی صدا به عنوان گستره صدا، به بررسی یکی دیگر از رسانه های جسمی مسلط در عرصه ارتباطات می پردازد. این کار به وی اجازه می دهد تا به صورت مؤثری درباره قدرت صوت در ایجاد حوزه های عمومی بیندیشد و چگونگی تجسم و احساس دین _ دینی که به حالتی قدرتمند از احساس بدل گشته است و مطالعه اجتماعات رسانه ای شده را محقق می سازد _ به وسیله مؤمنان بررسی کند.

کلیدواژگان دین، رسانه، رویه و فرهنگ در تار و پود این کتاب جای گرفته اند و هر یک در جهت بسط و تفسیر گرایش های این حوزه در ۱۵ تا ۲۰ سال گذشته، عمل کرده اند. همان گونه که سارا ام. پایک نشان می دهد، مطالعه دین، تمرکز خود را از نهادها، اعتقادات و بیوگرافی رهبران پرنفوذ به سمت داستان ها و فعالیت های

ص: ۴۶

۱- iconograph ۲: شاخه ای از تاریخ هنر است که به مطالعه مشخصات، توصیفات و تفاسیر موجود از محتوای تصاویر می پردازد.

گروه‌ها و افرادی معطوف داشته است که عموماً از گروه‌های رقیب و گذشتگان، مطلبی را برمی‌گزینند تا روایات جدیدی شکل دهند. آنها آزادانه در فرآیند تجارت و کسب و کار درگیر می‌شوند تا برتری رقابتی خود را به دست آورند و از فن‌آوری‌های نوین و انواع سنتی فرهنگ مادی و بصری، بهره‌ای مشتاقانه می‌برند.

پتر هورسفیلد با ارزیابی فرهنگی پویای رسانه در مطالعات اخیر، الگوهای اثرگذار متعددی را برای مطالعه و تجربه رسانه مطرح می‌سازد. در این راستا، وی قادر است چگونگی اهمیت این اصطلاح را در درک دین عامه مردم به عنوان مجموعه‌ای از رفتارهای مادی ترسیم کند. بر این اساس، دین به عنوان فرآیند تجارت عقیده و عمل اجتماعی وساطت که در جریان آن، دین صرفاً در محیط‌های فیزیکی سنتی - محراب‌ها و مکان‌های مقدس - قرار ندارد، بلکه عملاً در مصنوعات رسانه‌ای فراگیر و مصرف آنها نیز نفوذ یافته است. این شرایط، تحلیل‌گران را وامی‌دارد تا اهمیت درک رویه را به عنوان گرانگه‌دین بررسی کنند و این همان کاری است که پمپلا کیسن در مقاله رویه انجام می‌دهد. با بازبینی تاریخچه اخیر واکنش نظری نسبت به موضوع رویه در بین جامعه‌شناسان، مردم‌شناسان و تاریخ‌نگاران، کیسن، اهمیت این ایده را در مطالعه دین در مقام وساطت نشان می‌دهد.

تاکنون، عالمان عرصه دین و رسانه تنها با یک مفهوم صریح از فرهنگ در ذهن خود سر و کار داشتند. این شرایط، مستعد تولید روایاتی نظریه‌مند است؛ روایاتی که بر سلطه نهادها و افراد بدعت‌گذاری تأکید دارند که جایگاه دریافت‌های هوشمندانه‌تر از فرآیندهای فرهنگی عمل وساطت را می‌گیرند. گزارشی جدی‌تر از فرهنگ در مطالعه دین و رسانه، پویایی‌های روایات سازنده، اجزای رفتارهای آیینی، وساطت اعتقاد دینی و نقش مصرف‌گرایی را در ایجاد ماهرانه اجتماعات و

هویت های اجتماعی برجسته می سازد. از این رو، آنجلا زیتو بحث خود پیرامون فرهنگ را در قالب تاریخچه ای از چگونگی شکل گیری مطالعه دین و رسانه با رویکردهای متفاوت متفکران نسبت به فرهنگ در چند دهه اخیر، به پیش می برد. وی معتقد است که فرهنگ، چیزی بیش از گنجینه ایستای معانی و مصنوعات و سلسله مراتب ماندگار مرجعیت است؛ چیزی که برخی گروه های خاص آرزوی آن را دارند. فرهنگ، مجموعه ای از فعالیت های سازنده، تعدیل کننده، در حال تکامل و گذار و به طور تاریخی، همواره ساخته شده است که به تجربه بشری، نظم و ارزش می بخشد و دنیاهای ایشان را برای همیشه می سازد یا از بین می برد. فرهنگ از رفتارها و معرفت شناسی های عمل تجسم و وساطت تشکیل شده است؛ مقولاتی که تجربه انسانی را از نعمت معانی برخوردار می سازند. ادیان، قالب های فراگیر نظمی هستند که در میان نهادها، بازارها، افراد و آیین های جمعی، مخاطبان و عموم های رسانه ای شده و متنوع و شکل متغیر اجتماعات _ ایجاد شده به وسیله هر یک از این موارد _ وجود دارند.

برگردان: علی ماهری

برخلاف نظریه های اولیه درباره «مرگ خدا»، با آغاز قرن بیست و یکم، امروزه دین در دوره شکوفایی به سر می برد. گسترش بنیادگرایی دینی، تعدد ادیان جدید و رسانه های دینی بدان معناست که دنیایی که در آن زندگی می کنیم، همچنان مسحور باقی خواهد ماند. با وجود همه کوشش های انجام شده در غرب برای شخصی جلوه دادن دین، امروزه دین به دلیل وجود وسایل ارتباط جمعی، قابلیت بینش فراوان و جایگاه ویژه ای در گفتمان عمومی به دست آورده است. عناصر و دغدغه های اصلی و ویژگی های توصیفی دین عبارتند از: ایمان، عقیده، عبادت، فداکاری، نذر، تشهد (شهادت دادن)، دعا، شفاعت، تأمل، تعالیم، تعالی، زیارت، اعمال، اجتماع، تمثال و تصویر و نمادهای مرتبط دیگر و سرانجام، پرستش مقدسات و آیین های دینی. «حقیقت متعالی» و «اجتماع» با هم دو محور می سازند

ص: ۴۹

۱- Community

۲- J. Kwabena Asamoah-Gyadu

که مسایل دیگر پیرامون این دو محور دور می زنند. دین در طول یک محور، وجود حوزه کشف نشده فرا تجربی، منشأ حیات، قدرت، راحتی و معاش را در پیش فرض قرار می دهد و در طول محور دیگر حوزه زمینی، انسان هایی قرار دارند که با ضعف، محدودیت، درماندگی، جست و جوی معانی و در نهایت، با مرگ پیوند خورده اند. محل تلاقی این دو محور در کشف و شهود و پاسخ های بشری است، آن هم زمانی که انسان در این دنیای بی ثبات در جست و جوی رستگاری باشد. آرزوی مشترک انسان ها برای فرار از بحران های گوناگون سبب نزدیکی شان به همدیگر می شود و از این رو، گروه های مذهبی، نوع اصیلی از نظام اجتماعی را به وجود می آورند. در واقع، حوزه های مذهبی و غیر مذهبی موجود در فرهنگ های سنتی از قبیل فرهنگ های افریقایی و استرالیایی، جدایی ناپذیر باقی می مانند و اساسی ترین اصل در آن فرهنگ ها، «مشارکت» است. اجتماع مذهبی در چنین جوامعی از زنده ها و نیاکانی متعالی تشکیل شده است که ممکن است مرده باشند، ولی همچنان در زندگی دینی آن اجتماع، مشارکتی فعال دارند.

اجتماع، رسانه و تجربه دینی

اجتماع، رسانه و تجربه دینی

بنابراین، دین بر اساس آنچه در این بخش درخواست می یافتم، نباید چیزی جدا از رابطه میان «واقعیت های فراتجربی»^(۱) و «اجتماعات» انسانی تشکیل دهنده این واقعیت ها، تعریف شود. اصطلاح متداول «اجتماع»، یادآور مفاهیمی مرتبط از قبیل «متعارف»، «سهم»، «تعهد»، «هویت»، «علاقه»، «روابط متقابل» و «برخورد» است که همه آنها چیزی در خود دارند که مفاهیم «مشارکت»^(۲) و «وابستگی»^(۳) را تداعی

ص: ۵۰

۱- Transcendent reality.

۲- Participation.

۳- Belonging.

می کند.

هواژه «وابستگی» که از اجتماع موجودات زنده نشئت گرفته است، قادر به تعریف و بیان هویت هاست. اجتماع انسانی عبارت است از گروه یا انجمنی از افراد که در موضوع های مربوط به نفع دو طرف، نقاط مشترک دارند و دین بدان معناست که این هویت از تجربه های دینی مشترک الهام گرفته است.

بیرجیت میر، در کتابش با عنوان احساسات مذهبی،^(۱) توجه خوانندگان را به این نکته جلب می کند که تقسیم کردن تجربه های دینی، ابتدایی و ذهنی از یک طرف و زندگی دینی اجتماع از طرف دیگر به دو گروه جداگانه، مشکل آفرین است. وی اشاره دارد که تمایل بشر به جست و جوی خداوند، «قسمتی از یک ساختار پیچیده و متعاقباً ساختار فرهنگی مشترک است» (میر، ۲۰۰۶: ۸) و این همان تفکری است که هسته اصلی این بخش را در مورد موضوع «اجتماع» هدایت می کند. بدون وجود اجتماعی بنا شده مبتنی بر آنچه میر از آن به «نظام های حسی»^(۲) یاد می کند _ که عبارتند از تکنیک های فیزیکی، نظریه ها و آداب عملی که دین را تکمیل می کنند _ جست و جوی تمناگونه نوع بشر برای دست یافتن به تجربه های ماورای طبیعی، ناممکن و ناشدنی است. (همان: ۹) رسانه های ارتباط جمعی در تأمین «منابع نمادین» نقش مهمی ایفا می کنند و با وجود چنین منابعی می توانیم نظام های اجتماع خود را معنا کنیم و در این بین، «دین و معنویت، اجزای مهم فرآیند معناسازی» هستند. (هور، ۲۰۰۶: ۵۶)

در تفکر سنتی _ فلسفی افریقایی با گرایشی که به دین هست، فرد وجود دارد؛ زیرا دیگران نیز وجود دارند یا به عبارت دیگر، «من هستم؛ چون ما هستیم و ما هستیم؛ زیرا من هستم.» در واقع، میر بحثش را این طور ادامه می دهد که گونه های شورانگیز «به اشتراک گذاشته» و «منتقل» می شوند و این امر بی شک، در یکی از

ص: ۵۱

۱- Religious sensation

۲- Sensory regimes

مضامین اصلی دین هویدا است که پرستش نامیده می شود. برای مثال، در مراسم عبادی مسیحیان پنتکاستی، جایی که چشم ها در انتظار حضور تجربی روح مقدس هستند، در رویارویی بشری _ الهی «هیجان ها»، «دگرگونی ها» و «احساسات» زیادی شکل می گیرد. البته این عناصر به زمان و مکان محدود نمی شوند. امروزه در دنیای مدرن، برنامه های رادیو و تلویزیون، «مخاطبان عام» زیادی دارند که از آنها می خواهند در برنامه هایی که از این دو رسانه پخش می شود، مشارکت داشته باشند. بنابراین، تعجبی ندارد اگر شواهدی دال بر «احساس حضور خداوند» و شفای بیماران از طریق این رسانه ها نشان داده شود. برای مثال، در کشور غنا، بیننده ای از طریق دیدن برنامه تلویزیونی با همین مضمون شروع به صحبت کرد و در مورد دیگر، شخصی که دل درد داشت، بنا به درخواست روحانی دینی آن برنامه، رادیو را به شکمش چسباند و شفا گرفت. این دو مورد، سوژه هایی را به اسناد و شواهد مراسم روزهای یک شنبه در کلیسا افزود که گرایش اجتماع به سمت این رسانه ها را به عنوان بسط دهنده فعالیت ذهنی شان تأیید می کرد. دسترسی به رسانه ها به معنای تعریف پی در پی حدود اجتماع مذهبی است. در آفریقا، شرکت باشکوه مردم در مراسم عبادی مسیحیان پنتکاستی، بر روش های بازنمایی مسلط تأثیر زیادی می گذارد. به عبارت دیگر، قالب ها، سبک ها و روش های متناسب با فضای عمومی اجتماع به تدریج، سیستم برگزارکننده مراسم عبادی در آن محیط را ایجاد می کند. صنعت فیلم یکی از روش هایی است که به وسیله آن می توان به این فرآیند رسید و با آن، نگرش های مربوط به روابط رمزگونه علت و معلولی را تداوم بخشید. امروزه در آفریقا، صنعت سینما زیر سلطه داستان هایی قرار دارد که با پلشت و شیطانی نشان دادن ادیان سنتی، مسیحیت و سنت های عبادی مربوط به آن (مسیحیت) را افتخارآمیز و بر حق نمایش می دهد.

بیرجیت میر معتقد است که «آیین های گروهی، نمونه های روشنی از شیوه های احساسی هستند که مخاطبان و شرکت کنندگان در آنها دچار رفتار ویژه و احساسات خاص می شوند.» (میر، ۲۰۰۶: ۹) آداب و رسوم مخصوص و مشترک مسلمانان در سراسر جهان هنگام برگزاری نماز در زمان های مقرر شبانه روز و همچنین مراسم مذهبی ویژه مسیحیان به عنوان نمونه هایی از سلسله سنت های عبادی، شواهدی هستند بر ادعای وی. در این مثال ها، فرد به عنوان عضوی از اجتماع دینی موظف است که در ساعت هایی مشخص، زمانی را صرف تکالیف دینی خود کند و به عبادت بپردازد. در طول مدت مراسم، مردم وظایف دینی خود را به صورت فردی انجام می دهند، ولی در واقع، این اعمال را در «اجتماعی» واحد انجام می دهند که تنها فاصله مکانی و زمانی، آنها را از هم جدا کرده است، در حالی که روحی واحد را شکل می دهند و با مسیح یکی می شوند. علاوه بر این، دنیای رسانه ها شیوه برخورد با واقعیت های مقدس را کاملاً دگرگون ساخته اند. چه آنهایی که در اجتماعات دینی عضویت دارند و چه آنهایی که عضویت ندارند، همگی به مصرف کنندگان دینی رسانه ای شده تبدیل شده اند که بر اساس آن، رسانه های جمعی، بازیگران اصلی عرصه عمل و اعتقاد دینی هستند. برای مثال، دیوید مورگان با اشاره به «اشکال مختلفی که در روابط اجتماعی و ضوابط فرهنگی وجود دارد و خواهان اقتداری هستند تا به انسان در سامان دهی زندگی فردی و گروهی اش کمک کنند»، دین را در محدوده تجربه های ملموس تعریف می کند. علاوه بر این، دین، روشی است برای کنترل حوادث یا تجربه ای است برای زندگی بهتر، طولانی تر، ارزشمندتر و کم خطرتر (مورگان، ۲۰۰۵: ۵۲) بنابراین، دین برای بسیاری از فرهنگ ها از جمله فرهنگ های ابتدایی غیرغربی، راهبردی احیاکننده است که همه اجتماع را تحت تأثیر قرار می دهد.

با وجود این، بر اساس آنچه در دنیای مدرن غربی بیان می شود، دین می تواند عملی کاملاً عقل گرایانه باشد. کوشش کاملاً آگاهانه و گاه بی باکانه برای شخصی جلوه دادن دین و محدود کردن آن در فضای اجتماع سبب «رسانه ای شدن» امر مقدس شده است، چنان که در جهان امروز مشاهده می شود. ادیان اجتماع محور مانند اسلام و مسیحیت گاهی اوقات با نقد شدید روبه رو می شوند. یکی از سایت های اینترنتی به نشانی:

«سرخ پوستان در تقابل با تعدی مسیحیت»^(۱) نامیده شده است. این دو دین به روش های مختلف واکنش نشان داده اند؛ از جمله ایجاد جوامع دینی مجازی که دسترسی به منابع دینی را از طریق رسانه های گروهی امکان پذیر ساخته است. برای مثال، هدف و عقیده مشترک و حمایت متقابل سبب می شود که بینندگان برنامه های تلویزیونی _ تبلیغاتی مسیحیت با توسل به ایمان خود، با خطرها و تهدیدهای گوناگون رویارویی کنند. (الکساندر، ۱۹۹۴: ۸۵)

جهان، بعد از جریان یازدهم سپتامبر به وسیله رسانه ها سرگرم جریان روشمندی شد که بر اساس آن، اسلام، اهریمنی و شیطانی نشان داده می شود. به وسیله همین رسانه ها، جوامع مسلمان با هم متحد شدند تا حیات خود و بقای ارزش های مقدسشان را تضمین کنند. شاید امروزه در جوامع غربی، ابراز عقیده عمومی درباره دین مانند شرکت در مراسم کلیسا کاهش یافته باشد، ولی در اجتماعات مسیحی، دسترسی به منابع دینی مورد نیاز برای زندگی روزمره از طریق رادیو، تلویزیون و اینترنت امکان پذیر است. رسانه ها در تشکیل هویت دینی نقش مهمی دارند و از آنها برای «اعلام حقیقت، بسیج عمومی، حفظ ایمان و مبارزه طلبی علیه لامذهبان» استفاده می شود. گرایش اصیل و فطری انسان برای دست یابی به واقعیت های فراتجربی و

ص: ۵۴

پیوند با آنها سبب بازسازی دین به روش های گوناگون مانند تشکیل جوامع جدید می شود و وسایل ارتباط جمعی هم برای اثرگذاری هر چه بیشتر، در راستای اهداف دینی به کار گرفته می شوند. امروزه بسیاری از کشیشان افریقایی کلیساهای مستقل، جملات کتاب مقدس را از طریق موبایل برای پیروانشان ارسال می کنند. «اشاعه دین از طریق رادیو و تلویزیون، فعالیتی دینی را شکل می دهد که مردمی با نمادها، ارزش ها و فرهنگ اخلاقی مورد احترام و مشترک، آن را آماده می سازند و تماشا می کنند». (هوور، ۱۹۸۸: ۲۱) فضیلت هایی که با مقاصد دین پیوند خورده اند، از قبیل ایجاد مفهوم هویت و تعلق و آسودگی، اصل و ذات هر اجتماعی را تشکیل می دهند.

جست وجوی مذهبی: فردی و گروهی

جست وجوی مذهبی: فردی و گروهی

به لطف رسانه های مدرن، امروزه دست یابی به مقدسات، جست وجو برای رستگاری و محقق شدن امور دینی یا برخورداری از پاداش اعمال معنوی و متعالی، همگانی شده است. در غرب، این جریان وام دار، چیز دیگری است که استوارت هوور از آن به عنوان «استقلال شخصی» (۱) یاد می کند که در آن، دین، بیش از پیش به عنوان «برنامه ای مستقل و اثرگذار» در نظر گرفته شده است. (هوور، ۲۰۰۳: ۱۲) بنابراین، دین در غرب «از شرایطی که در آن، نهادهای دینی و جریان های تاریخی نقش روشنگر دارند، دور شده و به سمت شرایطی حرکت کرده است که در آن، عمل و جست وجوی فردی نقش روشنگرانه بیشتری یافته است.» (همان) گسترش سه عامل مهم، این جریان را برجسته ساخته است: ذهنیت ادیان تحت فشار، پلورالیسم دینی و ماهیت تحمیلی و سلطه جویانه رسانه های مدرن. وسایل ارتباط جمعی در هر شکلی به «قابل ای» می ماند که بین دو جهان مادی و روحانی گسترش یافته است. بنابراین، برای مثال، دیباچه خردمندانه کتاب هوور با عنوان «دین رسانه های

ص: ۵۵

جمعی»^(۱) به این نکته اشاره دارد که چگونه ترویج دین از طریق تلویزیون «می تواند با بهره گیری از تعلیم، تربیت، امیدواری، تشویق، سرگرمی و حتی با استفاده از مثال و خدمات رسانی، ایمان مخاطبان را تقویت کند و به آن عمق ببخشد».
(مارتین، در: هوور ۱۹۸۸: ۱۱)

مورگان در کتاب نگاه مقدس^(۲) با معرفی «تصاویر و زهدهای بصری» به عنوان اجزای حیاتی رفتارهای دینی که سبب کاربردی شدن عقاید در تجربه فردی و جمعی می شود، به خوبی، ما را بهره مند می سازد. در بیشتر وقت ها، تجربه های فردی در چارچوب تجربه های مشترک مذهبی اجتماع معنا می یابد. بنابراین، اجتماع، «جایگاه مهمی است برای فرهنگ بصری.» (مورگان، ۲۰۰۵: ۵۴) بحث اصلی مورگان این است که تصاویر مذهبی از یک طرف، به عنوان اجزای مکمل یک تجربه بصری، بهتر درک می شوند و از طرف دیگر، در قالب «واسطه ای محسوس که در روابط گروهی خاص از انسان ها و نیروهای سامان بخش جهان پیرامونشان وجود دارند»، بهتر تفسیر می شوند. تفسیر وی از اینکه تصاویر و اشیا با بهره مندی از سامان دهی عبادت گاه ها، ترسیم مکان هایی خاص به عنوان مکان مقدس (مانند: زیارت گاه ها، معابد، محله ها) و برپایی جشن های مذهبی عمومی، می توانند به عنوان تجربه دینی قدرتمندی عمل کنند، ممکن است به وسیله عملکردهای آینده نشان داده شود. (همان: ۵۵) در بازسازی کمپ و سیلین^(۳) در کشور زادگاهم؛ غنا که پیش از این، روش های سنتی در آنجا به چشم می خورد، بارها و بارها شاهد دگرگونی های جدیدی بوده ام. مثلاً با نصب یک صلیب، فضای غیرمذهبی آن به فضایی مذهبی تبدیل شده است. جلسات این کمپ در بین متدیست های غنایی در پارک های عمومی برگزار می شود و برای خارج شدن از آن

ص: ۵۶

۱- Mass Media Religion

۲- The Sacred Gaze

۳- Wesleyan Camp

فضای قدیمی غیرمذهبی، صلیب چوبی بزرگی را در وسط پارک نصب می کنند تا بیانگر فضای مقدس موقتی آن باشد.

این صلیب معمولاً تا پایان مراسم به عنوان مرکز توجه اجتماع و آیین ها، در آن محل باقی می ماند. این جماعت متعبد، حالت اکتسابی و جدید این گونه پارک ها را که معمولاً هم بدون آب و علف هستند، باور دارند و بیشتر وقت ها، پس از پایان این گردهم آیی، سنگ ریزه هایی را که برای نگه داشتن صلیب از آنها استفاده شده است، برای شفا گرفتن جمع می کنند. به نظر مورگان، این تصویر به سبب علایمی که دارد، حضور مجسمش، تهاجم به یک فضای غیرمذهبی دیگر یا جدایی کامل از جریان های روزمره، اعلام می دارد که اتفاقی مهم رخ داده یا در پیش است و فرد متدین باید توجه ویژه بدان نشان دهد. (همان: ۵۶)

بنا بر گفته های مورگان، مراسم گرامی داشت کتاب مقدس در آیین سیک و حضور شمایل یا تصویر در مراسم مختلف عبادی مانند نصب صلیب در جلسات سنتی _ مذهبی متدیست های افریقای و زیارت گاه های محلی و بین المللی مانند مکه، همگی مؤید نظر و عقیده اوست. در زمینه ورود تصاویر به اجتماعات دینی، مورگان به این نکته اشاره می کند که این تصاویر چگونه به وسایل ارتباط با «نیروهای بالقوه کنترل ناپذیر، مرموز و نامرئی تبدیل شده اند؛ نیروهایی که تصور می شود زندگی را اداره می کنند». (همان: ۵۹)

پلورالیسم دینی، رسانه و اجتماع

پلورالیسم دینی، رسانه و اجتماع

تمامی اطلاعات تجربی به این واقعیت اشاره دارند که وسایل ارتباط جمعی مدرن به ویژه رسانه های الکترونیک، از اواسط قرن بیستم برای احیای دوباره آگاهی

مذهبی در کانون توجه قرار گرفته اند. پروتستان های دین مسیحیت در استفاده خلاقانه از رسانه های گروهی مشهورند و بر این باورند که این نوع تکنولوژی، موهبتی خدایی است برای انجام مأموریت ها و تبلیغ مسیحیت. برای مثال، اجتماعات دینی مسیحی غیرغربی به عنوان نتیجه مستقیم ارتباط با برنامه های تلویزیونی تبلیغ مسیحیت در امریکای شمالی ظهور یافتند. بی شک، نظام اعتقادی اثرگذار «کاشتن و برداشتن» و اصول «سلامتی و ثروت» در این کشورها مرهون تلاش های افرادی همچون اورال رابرتز(۱) و کوپ لندز(۲) هستند. در دسترس بودن شبکه تلویزیونی مذهبی نه تنها حس وابستگی به سازمان های بین المللی را پدید می آورد، بلکه پخش برنامه های ضبط شده صوتی _ تصویری درباره روحانیان و کشیشان بین المللی موجب یکسانی و هماهنگی پیام های مذهبی و نیز گسترش و شکوفایی شبکه های مهم می شود.

اجتماعات مذهبی جدید که در کشورهای غیرغربی به عنوان نتیجه مستقیم رسانه های دینی به وجود آمده اند، هرگز به مسیحیت محدود نمی شوند. اجتماعات مذهبی جدید هندوها، بودایی ها و مکتب های التقاطی هم جزو این گونه اجتماعات به حساب می آیند. این مکتب ها عبارتند از: اکنکار،(۳) مکتب نوهندو طبقه متوسط با پیشوایی از امریکای شمالی یا «ارباب زنده» به نام هارولد کلمپ،(۴) تبار بودایی نیشیرن شوشو سوکا گاکای(۵) و جنبش هندو که متشکل از جامعه ای بین المللی است برای آگاهی کریشنا، خدای محبوب هندوها. همه این مکتب ها در سنت های آسیایی ریشه دارند، ولی بیشتر آنها به دست مریدان امریکایی به کشورهای جهان سوم راه یافته اند

ص: ۵۸

۱- Oral Roberts

۲- Copelands

۳- Eckankar

۴- Harold Klemp

۵- Nichiren Shoshu Soka Gakkai

. بنابراین، اجتماعات مذهبی جدید، خاستگاه خود را در کشورهای غیرغربی، بیشتر مدیون اثرگذاری رسانه های گروهی غربی هستند. در بسیاری موارد، جست و جوگر دینی بعد از آزمایش روش های مختلف دین دار بودن، با گوش دادن به نوار، دیدن فیلم های مستند، خواندن کتاب ها و مجله هایی که یکی از مریدان آن دین جدید در امریکای شمالی نوشته است، تلاش می کند اطلاعات بیشتری به دست آورد. به این ترتیب، تماس های رسانه محور، شاخه هایی از این گونه مکتب ها را در کشورهای جهان سوم پدید آورده است.

رسانه های جدید و اجتماع

رسانه های جدید و اجتماع

از آنجا که عنصر «یگانگی» در ارتباطات، مستتر است، می توان مدعی شد که هدف ارتباطات تا اندازه ای، رسیدن به اجتماع است. (لهیکینز، ۲۰۰۳: ۲۵۴) در مقاله ای با عنوان «واژه پویا»^(۱) که کشیش کلیسای انجیلی مرکزی و بین المللی غنا یعنی منسا اوتابیل^(۲) تهیه کرده است، مارلین دوایت^(۳) توجه خوانندگان را بدین نکته معطوف ساخته است که چگونه انواع جدید الهیات رسانه ای که از مذاهب مختلف فرهمند برگرفته شده اند، موجب شده است اجتماعات مجازی در مراسم و آداب و رسوم مذهبی شرکت کنند. (دوایت، ۲۰۰۳) در چند موردی که با آنها برخورد داشتیم، دیدم همه پیشرفت ها و شفاهای رخ داده در بین عبادت کنندگان از رادیو یا تلویزیون پخش شده است. رسانه های جدیدی که امروزه وجود دارند از جمله: پوسترها، بنرهای نصب شده در خیابان و آگهی های تبلیغاتی روی ماشین ها، نه تنها برنامه های کلیسا را تبلیغ می کنند، بلکه از همه مهم تر و در

ص: ۵۹

۱- Living Word.

۲- Mensa Otabil.

۳- Marleen de Witte.

راستای اهداف ما، مزیت های پیوستن به یک اجتماع خاص کلیسایی را به مردم نشان می دهند. (آساموا جیادو، ۲۰۰۵a) برچسب های تبلیغاتی روی ماشین که کلیساها نصب می کنند، تعلق خاطر صاحبان آنها را به اجتماعات دینی مشخص، بی درنگ، آشکار می سازد. بی شک، انواع جدید دین گرایی رسانه ای به ایجاد و توسعه انواع اجتماعات کمک می کند و سبب تقویت اعتماد به نفس افراد می شود و با توجه به نابسامانی موجود در زندگی شهری معاصر به مردم امید می دهد.

کلیساهای مهم به جای به چالش کشیدن سنت های جدید، به این جریان ها پیوسته اند و تعصب دینی رسانه ای شده و مشابهی را ارائه می دهند. در کلیساهای مهم افریقا، این جریان با نوشته هایی که در آگهی های تبلیغاتی روی ماشین ها وجود دارد، از قبیل: «من عضو کلیسای پروتستان هستم و کلیسایم را دوست دارم» یا «من از اینکه عضو کلیسای پرسبیتی (۱) هستم، به خودم افتخار می کنم»، در سطح دیگری قرار گرفته است. اشخاصی که با خون ریزی های فرقه های مذهبی در طول تاریخ آشنا هستند، هنگام شکل گیری کلیساهای جدید پنتکاستی، از برچسب های کلیسا به عنوان سازوکار دفاعی در برابر محبوبیت تازه واردها حمایت خواهند کرد. برای مثال، تصاویر باشکوه در دین مسیحیت که روی بیلبردهای مذهبی نقش بسته اند، طوری انتخاب شده اند که بتوانند هویت و حالت های اعتقادی خاصی را منعکس کنند. این تصاویر معمولاً شامل نقاشی های بزرگی از کشیش و همسرش با لباس های بسیار فاخر هستند و گاهی هم شامل عکس هایی می شوند از مؤمنانی که مشغول عبادتند تا تعداد زیاد آنها در مراسم کلیسا و خوش حالی ایشان از در کنار هم بودن، نشان داده شود. تعداد افراد شرکت کننده در مراسم ویژه و باشکوه

ص: ۶۰

۱- Presbyterian :: اعضای فرقه پرسبیتی ها که در قرن اول میلادی برای نخستین بار سنگ بنای این فرقه را گذاشتند، یهودیانی بودند که به آمدن عیسی مسیح و تعالیم و گفته های او باور داشتند. اعتقادات این فرقه بر مبنای الهیات کالوینیستی در بطن پروتستانتیسم شکل گرفته است و به قدرت مطلق پروردگار، حاکمیت کتب مقدس و بهره مندی از رحمت الهی با ایمان به مسیح معتقدند.

مسیحیان، نشانه هایی از التفات و عنایت خداوند و شاخصه هایی از عملی بودن پیام های خوش بختی است که آنها نویدش را می دهند. بر اساس تعریف های ذهنی متفاوت از سعادت انسانی، جوامع مذهبی برای نشان دادن قدرت تدهین کنندگی رهبران شان باید در ابعادی گسترده ظاهر شوند. اعضای آن نیز از گستردگی این جوامع به عنوان آیتی از رحمت خداوند یاد می کنند و خداوند را هم به همین صورت تبلیغ می کنند. این نوع ادراک و تفسیر از اجتماع، برخلاف این تفکر رایج است که معتقد است اجتماعات باید در ابعادی باشد که بتوان آن را کنترل کرد تا مردم حس تعلق خود را به آن اجتماع از دست ندهند. در بافت های مذهبی جدید مسیحیت، وابستگی به یک «خانواده» بزرگ، بسیار مهم است و شهرت شخصی معمولاً در مرتبه دوم قرار می گیرد.

تا آنجا که به ارتباطات و اطلاعات مربوط می شود، گذار از رادیو به تلویزیون در نیمه قرن بیستم، چیزی کمتر از تحول الکترونیکی نبود. ابداع رادیو ترانزیستوری در عمل، گوش دادن به وسایل ارتباط جمعی را از فعالیتی عمومی به عملی شخصی تبدیل کرد. با وجود این، میچل توضیح می دهد که ظرفیت رادیو برای دربرگیری عمیق افراد و انعطاف پذیری فزاینده ناشی از قابلیت حمل و دسترسی آسان به آن سبب پای بندی مستمر به گوش دادن به رادیو شده است. (میچل، ۱۹۹۹: ۶۲) امروزه رادیو همه جا با مردم است؛ داخل اتومبیل، در تلفن همراه و کامپیوتر. رهبران جوامع مذهبی به وسیله رادیوی دینی با جوامع خود در ارتباطند و این امر، تضمین کننده این حقیقت است که جریان های دینی که خواهان استمرار ایمان در بستر جامعه هستند، به عبادت گاه های رایج محدود نمی شوند. به کارگیری وسایل ارتباط جمعی و در دسترس بودن منابع دینی در خارج از محدوده کلیسا، مسجد یا دیر، «تغذیه» اجتماعات دینی را نه تنها از طریق رادیو، بلکه از طریق سخنرانی های ویدیویی، نوارهای کاست، سی دی و وی دی امکان پذیر ساخته است. حتی پیروان گروه های مذهبی با پخش آنها، به نوعی، کارآیی اجتماعات و اعتقادات

مذهبی خود را نشان می دهند.

چه بسا در اجتماعات مذهبی، برنامه های مذهبی، سیاسی یا هر دو در دستور کار قرار دارند و از وسایل ارتباط جمعی برای پی گیری چنین اهدافی استفاده می شود. در این شرایط، پرادپ توماس (۱) نشان می دهد که چگونه به کارگیری دقیق و منظم رسانه ها به وسیله طالبان و نیز نیروهای استقلال طلب هندو در هند از قبیل شورای جهانی هندوها و انجمن مردم هند که همگی با بهره گیری از تکنولوژی های بازاریابی، پشتیبانی می شوند، در معرفی این گروه ها در عرصه عمومی نقش مهمی ایفا می کند. علاوه بر این، وی با ارائه گزارشی از هند ادامه می دهد که بنیادگرایان مذهب هندو به صورت شایسته ای از ویدیو و اخیراً هم از ماهواره های تلویزیونی استفاده می کنند. توماس اضافه می کند که جایگاه فعلی رهبرانی همچون سادوی ریتامبارا مرهون سخنرانی های ضبط شده آنها در کاست است. (توماس، ۲۰۰۵: ۷) مسیحیانی که به جریان های مذهبی و جنبش های احیای دین وابسته هستند، در استفاده دینی از گونه های جدید رسانه، پیش گام هستند، ولی نمونه های مطرح شده در اینجا نشان می دهند که این حوزه تا چه اندازه رقابتی شده است؛ نه تنها در تلاش برای به دست آوردن روح انسان ها، بلکه برای کمک به انسان ها برای وابستگی به اجتماعات دینی ملی و فراملی. رسانه هایی همچون رادیو، تلویزیون، نوارهای کاست صوتی _ تصویری، سی دی ها و دی وی دی ها، همه و همه در معنای واقعی کلمه برای ایجاد تحول و دگرگونی در اجتماعات دینی به کار گرفته شده اند. در بعضی موارد، این تحول بسیار دقیق بوده است، چنان که اجتماعات برای تقویت اعتقادات و بازگرداندن مرزهای از دست رفته، از تاکتیک های نظامی استفاده می کردند.

دین، مهاجرت و اجتماع افریقایی

ص: ۶۲

در مقایسه با انواع فریضه های عبادی شخصی که مردم امریکای شمالی با آن آشنا هستند، روزالیند هکت (۱) به این نکته اشاره دارد که دین در افریقا، بیشتر به صورت گروهی است و جنبه انفرادی آن کم رنگ تر است. (هکت، ۲۰۰۰: ۱۰۳) علاوه بر این، جوامع بدوی، دین را نظامی از قدرت در نظر می گیرند و زندگی مذهبی را جریانی می دانند که با منابع و مراکز قدرت در جهان ارتباط مستقیم دارد، ولی در مقابل، چنین به نظر می رسد که الهیات مسیحی در غرب، کتاب مقدس مسیحیت را نظامی از عقاید در نظر می گیرند. (بدیاکو، (۲) ۱۹۸۵: ۱۰۶) این تفاوت ها قابل ملاحظه اند؛ چون دربرگیرنده دلایل ضمنی برای روشی هستند که به واسطه آن، دین و اجتماع در دو بافت جداگانه با هم پیوند خورده اند. فرهنگ های سنتی شرقی با آن نظام های مذهبی عجین ترند که مرکز توجه شان، بیشتر، آداب و سنت های شفاعت باشد. بنابراین، مکتب هایی که بیشتر به اندیشه ها و عملکردهای انفرادی اهمیت می دهند، هرگز نمی توانند پیروانی برای خود جمع کنند. یکی از روش های شناخت نقاط مشترک بین دین و اجتماع در زندگی افریقایی و توجه به قدرت، بررسی این مسئله از منظر مهاجرانی است که از شهر و دیار خود مهاجرت کرده اند و در سرزمین های یهودی نشین غربی زندگی می کنند. زندگی این افراد، سرشار از تردید است، ولی به دلیل دسترسی به خطابه ها در سایت های اینترنتی و دریافت خدمات کلیسایی ضبط شده از سوی کشیشان بومی که رسیدن به «بهشت موعود» در امریکای شمالی و اروپا به واسطه دعاها و ایشان امکان پذیر است، هنوز امید در زندگی شان جریان دارد.

جری ترهار (۳) در تازه ترین اثرش این نکته را گوشزد می کند که دین، اساس

ص: ۶۳

۱- Rosalind Hackett

۲- Bediako

۳- Gerrie ter Harr

موجودیت اجتماعات افریقایی است. این وضعیت، تعریف های پیشین از اجتماعات مهاجران افریقایی را که بر اساس هویت نژادی بنا نهاده شده بود، به چالش می کشد. این نکته مهم که «شهروندان سرزمین جدید، پیوند میان گروه مهاجرانی را که خودشان را وقف ایمان مذهبی مشترک می کنند، پیوندی اصالتاً نژادی تعریف می کنند»، حاصل توصیف اجتماعات مهاجر افریقایی بر اساس هویت های نژادی شان است. (ترهار: ۱۹۹۸) این نگرش که ترهار آن را به چالش کشیده است، سوء برداشتی درباره نقش انتقادی و غیرقابل بحثی ایجاد می کند که شرقی ها به طور کل و افریقایی ها به طور خاص، به دین در جریان شکل دهی به اجتماع اختصاص می دهند. امروزه در محیط بی ثبات مهاجران در دنیای غرب، دین برای بسیاری از مهاجران افریقایی، «روشی برجسته برای کنار آمدن با مشکلات است». (همان) روش های زیادی وجود دارد تا کلیساهای مهاجران بتوانند در سرزمین های یهودی نشین، نوعی حس اجتماعی برخاسته از رفتار اعتقادی شان را بیان کند. یکی از این روش ها، شهادت دادن است که شامل به اشتراک گذاری داستان های شخصی درباره عنایت های الهی در گیر و دار تردیدهای موجود در زندگی اروپایی است. اظهارات جری ترهار درباره رابطه دین و اجتماع در میان مهاجران افریقایی کشور هلند بیانگر چنین اجتماعاتی در جای دیگر است، آن گاه که می نویسد:

هنگام شهادت دادن در کلیسا، فرد شاهدان را دوستان و مؤمنانی احاطه می کنند که هنگام محاکمه به وی نزدیک ترند. آنها نماد عینی حمایت اخلاقی اند؛ حمایتی که وجودش در این گونه شرایط، ضروری به نظر می رسد. برای مثال، شخص ممکن است متقاضی مجوز اقامت باشد و بدون هیچ پیشرفتی در کارش برای ماه های متوالی به پلیس مهاجرت مراجعه کند. اگر روزی مسئولان ذی ربط، ناباورانه به تقاضایش پاسخ مثبت دهند و متقاضی، اسناد ارزشمندی را فراهم کند؛ چنین چرخش سرنوشتی به امدادهای الهی نسبت داده می شود. داستان های زیادی وجود دارد که در آن، امدادهای الهی در اموری که به ظاهر، حل ناشدنی بوده اند، منشأ الهام برای افرادی می شوند

که هنوز برای برخی مشکلات و مباحث حل نشده خود در دولت، منتظر راه حل هستند. (همان: ۴۵)

بنابراین، کلیسای مهاجران هم اکنون به بستری تبدیل شده است که افریقاییان و مردم امریکای لاتین در آن با مقامات امور مهاجران مبارزه می کنند. در یکی از مراسم های دعای عید پاک سال ۲۰۰۶ در شیکاگو، مقامات امور مهاجران ایالات متحده کاملاً به خون مسیح آغشته شدند تا بدین وسیله از «تماس» با هر روح مرتبط با اجتماع مسیحی - افریقایی در امان باشند؛ اجتماعی که موقعیتی نامتعارف داشت. این روش های اظهار ایمان در بطن اجتماع موجب احیای دین در زندگی و هویت افریقایی می شود. بدون شک، ارائه شواهد، در حمایت و دل گرمی متقابل میان مهاجران نقش مهمی ایفا می کند. مؤمنان به کمک این شواهد می توانند در گردهم آیی ها، دغدغه های خود را به اشتراک گذارند و در نتیجه، در مراسم عبادی گروهی، حمایت مادی و معنوی متقابل دریافت کنند.

روحانیان رسانه ای، نهاد حقیقی (روحانیان) و اجتماع

روحانیان رسانه ای، نهاد حقیقی (روحانیان) و اجتماع

تایستو لهیکوینن (۱) برای متمایز کردن «خدمات دینی رسانه ای» از نهادها و خدمات دینی واقعی یا کلیسامحور، که این مورد آخری، مورد توجه نویسنده قرار گرفته است، به تلاش هایی متوسل می شود که در زمینه مطالعه ارتباطات رسانه ای دینی انجام شده است. (لهیکوینن، ۲۰۰۳: ۲۵۰ - ۲۵۳) وی در ادامه اشاره می کند که بین خدمات دینی رسانه ای شده و خدمات دینی کلیسای واقعی [(غیرمجازی)] تنش وجود دارد و با طرح پرسش هایی از این دست، این تنش را برجسته می سازد: «آیا خدمات دینی رسانه ای می توانند برای مردمی که تاکنون به کلیسا می رفتند، خدمات

ص: ۶۵

مؤثری باشند؟» یا «آیا تنش میان خدمات دینی رسانه ای و خدمات کلیسا به گونه ای پیش می رود که مرجعیت مقامات کلیسا را تضعیف و متزلزل کند؟» لیهکویین با ارائه دیدگاهی متقن و مستدل از غرب به این نتیجه می رسد که «مصرف کنندگان فعال رسانه های دینی همان اعضای فعال اجتماع دینی محلی هستند.» (همان: ۲۵۱) وی از پتر هورسفیلد یاد می کند؛ کسی که عقیده واقعی خود را چنین ابراز می دارد: «کلیسای مجازی نمی تواند اجتماع ناب مسیحی را به وجود آورد.» (هورسفیلد، ۱۹۸۴: ۵۲-۹۳)

در کشورهای در حال توسعه، خدمات مذهبی متعددی وجود دارد که عمدتاً رسانه محورند. بیشتر خدمات مذهبی رسانه محور، نمونه هایی از کلیساها یا خدمات دینی واقعی هستند. بنابراین، اعضا تشویق می شوند تا با خانواده هایشان در مراسم آیینی تماشا کردن «شرکت کنند»، چنان که گویی این مراسم در راستای همان زندگی کلیسایی قرار دارد. همچنین تأثیر رسانه های مذهبی در جوامع شرقی بسیار نیرومند و گسترده است.

پرسش های مطرح شده از سوی لیهکویین همچنان به قوت خود باقی است؛ چون قدرت رسانه های مذهبی نه تنها بر گرایش های دینی اثر می گذارد، بلکه سبب پیدایش اجتماعات مذهبی نیز می شود. برای اعضای اجتماعات رسانه ای شده غیرمنتظره نیست اگر منابع مالی از قبیل «نذرها و وجوه شرعی» مثل همیشه به کلیساها داده نشود، بلکه در عوض، به نهادهایی همچون رادیو، تلویزیون و مبلغان مذهبی _ که در رسانه ها، نیازمند جلوه داده شده اند _ منتقل شود. به قول لیهکویین، «خدمات مذهبی رسانه ای، شکل جدید و موفقی از دین رسانه ای شده است که پیوستگی و اثرگذاری آن تضمین می شود؛ زیرا با استفاده از رسانه ها می توان نیازهای دینی واقعی را برآورده ساخت.» (لیهکویین، ۲۰۰۳: ۲۵۲)

در کل، دادن وجوه شرعی و نذرها و هدایا در مسیحیت پنتکاستی، عملی خدایسندانه و بزرگ است. ارزش سنت دینی بذرافشانی که اورال رابرتز (۱) توجه فراوانی به آن نشان داده، در سراسر جهان تأثیر زیادی بر تعالیم این نوع بذل و بخشش مذهبی گذارده است. در دنیای غرب که خدمات مذهبی آن می تواند کاملاً رسانه محور باشد، قدرت اجتماع دینی که خدمت دینی خاص به آن اختصاص می یابد، با عمل مقدس نذر دادن قابل ارزیابی است. پیروان روحانیان رسانه ای شاید نتوانند به سرعت در فعالیت های نهادی مفروض مشارکت جویند، ولی می توانند با دادن وجوه شرعی خود به طور غیرمستقیم و از راه دور، سهمی در این فعالیت ها داشته باشند. چنین هدایایی، سه هدف اصلی را در عملکردهای مذهبی این نوع نهادهای رسانه محور دنبال می کنند: اول اینکه این هدایا برای اهدا کننده اش، «نقاط پیوند و اتصال» یا مسیرهای خیر و برکت را به همراه می آورد. در حقیقت، نجات و رستگاری انسان در زندگی به سرمایه گذاری های مادی او وابسته است که در قلمرو تجاری مدرن رادیو و تلویزیون مذهبی صورت می پذیرد. در عوض، اهداکنندگان به اجتماع مجازی مذهبی می پیوندند که کشیشان و مبلغان دینی به وجود آورده اند. آنها کتاب های مذهبی، نوارهای کاست و ویدیویی ضبط شده از مراسم دینی آن کلیساها را دریافت می کنند. دوم اینکه اجتماع اهداکنندگان به دوام، گسترش و اثرگذاری این نهادهای رسانه محور که با آن در ارتباط هستند، کمک می کنند. در آخر، دادن وجوه شرعی، به آن نهاد، مشروعیت می بخشد و بر اساس آن، روحانی مذهبی تشخیص می دهد که نهادش تا چه اندازه مورد توجه و رضایت دیگران است. همچنین سبب می شود اهداکننده در سازوکارهای بالقوه ای شرکت کند که در موفقیت و دوام خدمات مذهبی رسانه محور اثرگذار است.

رسانه های جمعی

ص: ۶۷

سال هاست که رسانه های جمعی در جهان غرب وجود دارند. در اینجا روزنامه ها و ایستگاه های رادیویی عمومی، وسایل مهمی برای انتقال اطلاعات به مردم هستند و پایگاه های پیونددهنده ای را به وجود می آورند تا جوامع بتوانند به کمک آنها به سرعت با هم ارتباط برقرار کنند. بسان دیگر انواع رسانه ها، مردم با استفاده از رادیو و روزنامه های محلی نه تنها احساس بزرگی می کنند، بلکه به نوعی از شناخت می رسند که بر اساس آن، حس تعلق خاطر و مسئولیت پذیری شان تقویت می شود. به اعتقاد رابرت وایتز،^(۱) هدف اصلی رسانه ها، ایجاد تبادل نظر در اجتماع است. وی بیان می کند که مسئولیت سنگینی بر دوش رسانه ها گذاشته شده است؛ چون باید هم «صدای افراد به حاشیه رانده شده» باشند و هم با تلاشی چشم گیر موجب پیشرفت قابلیت های ارتباطی قشر کم سواد جامعه شوند.

در افریقا، رسانه های جمعی از اوایل دوران استعمار گسترش پیدا کرد و به تدریج، جای گزین ون هایی شدند که وزارت اطلاعات به صورت دوره ای به روستاها می فرستاد تا درباره اوضاع حکومت خبررسانی کنند. با اینکه فاصله زیادی بین حکومت و مردم عادی وجود داشت، ولی این ون ها با ارائه رو در رو و ملموس اطلاعات و فیلم های مستند، فاصله موجود میان ملت و حکومت را پر می کردند. مردم در بسیاری از روستاهای افریقا بنا بر عادت برای گذران غروب آخر هر هفته در پارک روستا جمع می شدند تا به تماشای فیلم های مستندی بپردازند که درباره جذابیت ها و پیشرفت های در حال وقوع در شهرهای مرکزی مجاور بود. رسانه های جمعی دستور کار آموزشی مهمی را نیز دنبال می کردند. چون موضوع آموزش بخش مهم رسانه ها را شکل می دهد، در کشورهای افریقایی تلاش بر این است که

کلیساهای، رسانه‌ها را اداره کنند یا دارای جهت‌گیری مذهبی بسیار قوی باشند. بنابراین، رسانه‌های جمعی که در آفریقا بیشتر به صورت رادیو و روزنامه‌های محلی به زبان‌های بومی هستند، در امتداد برنامه‌های آموزشی غیررسمی کلیسامحور و دیگر خدمات دینی عمل می‌کنند. امروزه رسانه‌های جمعی پیشرفت چشم‌گیری کرده‌اند و با افزایش میزان سواد در بین مردم، بسیاری از آنها برای بیان عقاید خود از زبان‌های بومی و غیربومی استفاده می‌کنند. استفاده از زبان محلی در این رسانه‌ها سبب تقویت حس خویشاوندی و مالکیتی می‌شود که بین رسانه‌های گروهی و عموم مردم وجود دارد. کلیسای کاتولیک هم، مسئول اصلی خدمات رسانی دینی از طریق رسانه‌های جمعی است و این امر توضیح می‌دهد که چرا با وجود تنش‌هایی که از طرف دیگر فرقه‌های جذاب مسیحیت و اسلام وجود دارد، کلیسای کاتولیک همچنان در میان مردم آفریقا حضور قدرتمندی را تجربه می‌کند.

نتیجه

نتیجه

تا اینجا اشاره کرده‌ایم که دین از دو بخش اصلی تشکیل شده است: یکی، عالم ماوراءالطبیعه و دیگری، اجتماع عبادت‌کنندگان. بقا و هویت هر دینی به اجتماع مؤمنان به آن دین و چگونگی اظهار ایمانشان در آیین‌های عبادی وابسته است و رسانه‌ها هم در شکل‌گیری هویت نقش مهمی ایفا می‌کنند. علاوه بر این، ادیان و نهضت‌های دینی جدید نه تنها برای آشکار کردن ایمان، بلکه برای گسترش دادن اجتماع _ به عنوان گونه‌ای از عمل و وساطت _ از رسانه‌ها استفاده می‌کنند. «وظیفه مذهبی» در نهضت‌های دینی جدید بسیار خطیر است؛ زیرا ارائه فهرست‌های خدماتی تازه‌ای که بتواند از اجتماعات موجود استخراج شود، ضروری به نظر می‌رسد و همواره رسانه‌ها در یافتن آن برنامه‌ها نقش بسیار مؤثری دارند. هدف

اصولی ارتباطات مذهبی، برانگیختن مخاطبان برای پیوستن به یک اجتماع حقیقی است و این عمل، نیاز به رسانه گروهی مذهبی مفید و استفاده مؤثر از آن را تضمین می کند تا بدین وسیله بتواند مخاطبان شنونده جدیدی را جذب و آنها را به افرادی فعال در فعالیت ها و خدمات کلیسایی تبدیل کند. پس در نظام مذهبی رسانه محور، کشمکش اصلی بر سر توسعه تکنیک و محتوایی است که با آن بتوان به صورت مؤثر، مخاطبان را برانگیخت تا در فعالیت های اجتماع حقیقی شرکت کنند.

یک جریان پروتستان انجیلی که انواع باشکوه مسیحیت پنتکاستی را همراه با جهت گیری نسبت به دین تجربی دربرمی گیرد، نظارت بر خدمات دینی رسانه ای در جهان مسیحیت را بر عهده گرفته است. جذابیت های این نوع دین، با حضور دو جریان بسیار رایج دین گریزی غربی و تقدس مآبی شرقی کاملاً مشهود است. مردم در دنیای غرب، فراتر از مادی گرایی، به دنبال روش های متفاوت برای رسیدن به معنا هستند و در شرق، بیشتر در جست و جوی دینی هستند که بتواند با معنویت سستی ارتباط برقرار کند که تمامی توجه آن به تجربه و رستگاری انسان است. چه در جهان غرب و چه در جهان شرق، رسانه ها به خط مقدم و موقعیتی تبدیل شده اند که مردم هویت و معنا را در آنجا جست و جو می کنند. بنابراین، چه درباره جامعه غرب صحبت کنیم و چه درباره جامعه شرق؛ رسانه ها چه به صورت واقعی و چه مجازی به عاملی مهم در شکل گیری و هویت اجتماع بدل گشته اند. اثرهای جادویی دین رسانه محور برای بقا و ایستادگی کاملاً به اثبات امتداد فعالیت های نهادهای دینی حقیقی نیازمند هستند. امروزه، در دنیای رسانه ای هیچ سازمان مذهبی نمی تواند ادعا کند که تمام اعضای اصلی به آن وفادار هستند. رسانه ها نه تنها ایمان و عمل دینی را جهانی کرده اند، بلکه دست یابی دموکراتیک به امور مقدس را نیز برای همگان امکان پذیر ساخته اند. با به کارگیری همین رسانه هاست که برای تشکیل این نوع اجتماعات

می توان تبلیغات کرد، به آن قدرت بخشید یا حتی دست به دامن اغراق شد.

رسانه

اشاره

ص: ۷۱

پتر هورسفیلد(۱)

برگردان: منا نادعلی

در مطالعه رسانه و دین، واژه رسانه را هم می توان به صورت دقیق و خاص درک کرد و هم در حالتی کلی تر و جامع تر. فهم این تفاوت برای پی بردن به نحوه بسط مطالعه دین و رسانه و دیدگاه های مختلفی که در رویکردهای نوشتاری و تحقیقاتی در این دو حوزه آشکار می شوند، بااهمیت است؛ چون هر دو حالت، نقاط قوت و ضعف خاص خود را دارند.

گرایش به سمت رسانه به عنوان حوزه ای مطالعاتی به دهه ۱۹۲۰ در ایالات متحده بازمی گردد. شکل گیری مخاطبان زیاد به واسطه فن آوری های نسبتاً جدید ارتباطات جمعی نظیر روزنامه، فیلم و رادیو، ظرفیتی را در اختیار این ابزار قرار می داد تا در مقیاسی فراگیر بر رفتار اجتماعی اثر بگذارند. چنین

ص: ۷۳

امکانی در دوره های گذشته وجود نداشت. شواهد بی پایه و اساس درباره آثار تبلیغات نازی ها در اروپا و اشتیاق برای درک نحوه بهره سیاسی و اقتصادی از رسانه های جدید، سبب گرایش پژوهشگران به دریافت اطلاعاتی دقیق تر درباره تأثیر و کاربردهای رسانه ای شد. علوم نسبتاً جدید و پرنفوذ رفتاری و اجتماعی از مهم ترین روش شناسی ها برای این دسته از تحقیقات به شمار می آمدند.

در وهله نخست و هم راستا با خواست جامعه علمی برای رسیدن به تعریفی روشن، رسانه ها در این پارادایم به عنوان خدمات رفاهی و شناخته شده ارتباطات جمعی نظیر روزنامه، مجله، فیلم، رادیو و بعدها تلویزیون به نظر می آمدند. ارتباطات رسانه ای (۱) با انعکاس نگرانی های جامعه علمی نسبت به درک این پدیده در چارچوب روابط علی و معلولی، در ابتدا، فرآیندی خطی فرض می شد؛ یعنی فرستنده، پیامی را می سازد؛ این پیام وارد فن آوری های رسانه ای می شود؛ این فن آوری ها، پیام را تکثیر و در سطحی گسترده برای مخاطبان توده ای و پراکنده پخش می کنند؛ سپس این پیام بر آنها اثر می گذارد. تحقیق در این عرصه بیشتر به سمت جداسازی و ارزیابی سهم هر مرحله از این فرآیند در نتیجه نهایی آن معطوف بود. مؤثر بودن ارتباط بر این اساس ارزیابی می شد که آیا اثرات مورد نظر ارتباط گر به دست آمده یا خیر (اثراتی نظیر تغییر نگرش، رأی دادن به سیاستمدار یا خرید کالایی خاص).

این دیدگاه بسیار محدود به رسانه ها و فرآیند ارتباط، بنا به دلایلی وجود داشته است و همچنان نیز یکی از دیدگاه های اثرگذار به شمار می رود. چنین دیدگاهی با تفکر عملی و رایج درباره شیوه عملکرد جهان و جایگاه ما در آن

ص: ۷۴

مرتبط است. چیزهایی که رخ می دهند، معلول چیزهایی هستند که موجب رخ دادن آنها می شود. آن گاه ما نیز با شناخت عوامل پدیده ها می توانیم کاری کنیم تا آنها رخ دهند. دریافت روش شناسی های علمی به عنوان یک هدف، تحقیقات در زمینه بررسی اثرگذاری رسانه ای را بی طرفانه کرده است؛ چون برخی رسانه ها، تصویری اشتباه از تمرکز و محدودیت های خاص خود به نمایش می گذارند. همچنین این دیدگاه دربردارنده نوعی سادگی سازش پذیر^(۱) است. نظریه رسانه ای پیچیده را باید کنار گذاشت: ارتباط صرفاً یک فرآیند است و رسانه ها تنها ابزار این ارتباطند. باید کارکرد آنها را یاد گرفت و تکنیک های صحیح را برگزید. آن گاه خواهیم دید که می توانیم امور را در جهت منافع خود به پیش ببریم. مطالعه رسانه ها با تمرکز بر رسانه های مجزا به عنوان ابزاری برای اثرگذاری از درگیر شدن محققان و نهادهای علمی با موضوع های انتقادی و سیاسی نظیر قدرت، مالکیت و کاربردهای اجتماعی رسانه ها جلوگیری می کرد.

بسیاری از جنبه ها و محدودیت های این دیدگاه در دهه های اخیر به چالش کشیده شده است، اما قدرت هرمنوتیکی و کاربردهای عملی چنین دیدگاهی که بر رسانه ها متمرکز است، در حال حاضر آن را به دیدگاهی ماندگار به ویژه در حوزه هایی همچون سیاست گذاری و برنامه ریزی های رسانه ای استراتژیک بدل کرده است؛ به گونه ای که دنیس مک کوئیل^(۲) آن را «پارادایم مسلط»^(۳) در نظریه رسانه ای می خواند. (مک کوئیل، ۱۹۹۴)

این دیدگاه تا همین اواخر به ویژه در ایالات متحده، پرکاربردترین چارچوب تحقیقاتی در حوزه دین و رسانه بوده است. چنین تحقیقاتی بر چند موضوع اصلی تمرکز داشته اند:

۱. توصیف و پی گیری تعاملات مذهبی با رسانه ها؛

ص: ۷۵

۱- Adaptable

۲- Denis McQuail

۳- The dominant paradigm

۲. مقایسه انتقادی ارزش‌ها و محتوای رسانه‌ای از منظر ارزش‌ها و محتوای مذهبی؛

۳. مطالعه اثرات کاربرد دینی رسانه‌ها با بررسی مسائلی همچون مخاطبان برنامه‌های مذهبی، کاربردهای برنامه‌های مذهبی از سوی مخاطبان، میزان اثرگذاری برنامه‌های مذهبی در اموری همچون روایت انجیل و تغییر نگرش و استراتژی‌های مربوط به کاربردهای مذهبی متنوع از رسانه‌ها.

چنین مطالعاتی در عرصه دین و رسانه، برخی فرضیات بی‌چون و چرا درباره چيستی رسانه‌ها، چيستی دین و چگونگی ارتباط میان این دو را بازگو می‌کند. دین، حوزه‌ای از تجربه انسانی فرض می‌شود که از رسانه‌ها و جهان رسانه‌ای جداست. مفاهیم مذهبی را در وهله نخست، افراد مذهبی بر اساس معیارها و اصول مذهبی متمایزشان، شکل داده و کنترل می‌کنند. رسانه‌ها صرفاً ابزار یا مجرای برای انتقال پیام‌های مذهبی مشخص به مخاطبان هدف هستند. کارآیی و تأثیر ارتباط مذهبی بر اساس میزان تغییرات مورد نظر ارتباط‌گر در رفتار سنجیده می‌شود.

در نیمه دوم قرن بیستم، دیدگاه ابزاری به رسانه‌ها بنا به دلایلی دستخوش تغییر شد. بحث ادامه دار و حل‌ناشدنی درباره رابطه میان خشونت رسانه‌ای قابل مشاهده و خشونت اجتماعی در ایالات متحده در دهه‌های ۶۰ و ۷۰ میلادی موجب شک‌گرایی و حتی ناامیدی از ظرفیت تحقیق علمی صرف برای حل و پیش‌بینی اثرات رسانه‌ای شد. از این روی، بسیاری از محققان برای بررسی رسانه‌ها و رفتار انسانی، راه‌های جای‌گزینی را جستجو کردند. این حقیقت که رسانه‌های جمعی شناخته شده صرفاً بخشی از فرآیند بسیار گسترده‌تر وساطت اجتماعی بودند، بیش از پیش فراگیر می‌شد؛ فرآیندی که انسان‌ها در بطن آن

پرورش می یابند. پس لزوم اندیشیدن پیرامون رسانه به گونه ای که درکی وسیع تر از ارتباطات رسانه ای را شامل شود، احساس می شد. جامعه علمی بیش از پیش به این امر مهم آگاهی می یافت که رسانه ها صرفاً مجاری خنثی برای انتقال اطلاعات و پیام نیستند و ویژگی خاص خود را دارند که آن را در پیام و همراه با محتوای آشکار القا می کنند. به طور کلی، رسانه ها جدا از اثرات مورد نظر ارتباط گر، اثراتی دارند که باید به آنها توجه شود. در این شرایط ناآرام، دیدگاه های مرتبط با مطالعات رسانه ای در اروپا با تمرکز بر موضوعاتی همچون متن و معنا، رسانه و ایدئولوژی، مخاطبان رسانه و رسانه ها به عنوان عاملین ساخت فرهنگی، از این سو به آن سوی اقیانوس اطلس در مرکز توجه قرار گرفتند. این هم گرایی میان عوامل مختلف مفهوم رسانه را بسط داد، به گونه ای که چگونگی درک و پذیرش رابطه میان دین و رسانه نیز دستخوش تغییر شد.

این دیدگاه بیشتر فرهنگی، از تمرکز بر اثرهای خاص رسانه های مجزا فاصله گرفته و کل جامعه یا فرهنگ را پدیده ای رسانه ای شده در نظر می گیرد؛ در این جریان (رسانه ای شدن)، تمام قالب های رسانه ای نیز دخیل هستند. با چنین دیدگاهی، دیگر در حوزه دین و رسانه نحوه استفاده نهادهای مذهبی از رسانه هایی خاص و اثرات مدنظر آنها، دل مشغولی محققان را شکل نمی دهد؛ در عوض، این دیدگاه دین را پدیده ای رسانه ای شده در نظر می گیرد که در بستر فرهنگ پهناور میانجی گری جای دارد.

رویکرد فرهنگی در مقایسه با رویکرد علمی و مدرن، جهان بینی نسبتاً متفاوتی دارد. در این دیدگاه، توصیف های متنوع از واقعیت، بازنمایی های عینی از آنچه وجود دارد، نیستند؛ بلکه این توصیف ها نظرهایی رسانه ای شده و ساخته شده اند که در بردارنده خواسته های ویژه حاملان آنها بوده و در مسیر شناخت و دسترسی به

منابع اجتماعی با دیگر ساخت‌ها رقابت می‌کنند. امروزه دیگر رسانه‌ها را به عنوان ابزاری جداگانه مورد بررسی قرار نمی‌دهند، بلکه به عنوان بخشی از پویایی جامعه در نظر گرفته می‌شوند؛ واقعیتی رسانه‌ای شده که نه تنها ابزارهای تکنولوژیک ارتباطات جمعی را شامل می‌شود، بلکه کل فرآیند وساطت زندگی را نیز دربرمی‌گیرد. با فرض ارتباط درونی فرآیندهای فرهنگی، رسانه‌ها را نباید ابزار حامل پیامی ثابت قلمداد کرد؛ در واقع رسانه‌ها محلی هستند برای ساخت، بحث و بازسازی معنای فرهنگی در فرآیندی مداوم از ثبات و تغییر ساختارها، روابط، معانی و ارزش‌های فرهنگی.

از این رو، در سال‌های اخیر، گرایش علمی در حوزه رسانه و دین از درک نحوه استفاده گروه‌های مذهبی از رسانه‌ها، چگونگی بازنمایی دین به دست رسانه‌ها و یا چگونگی گذار ارزش‌های مذهبی و رسانه‌ای از میان یکدیگر، به سمت پرسش از دین به عنوان پدیده‌ای رسانه‌ای شده، تغییر کرده است. این گرایش، دیدگاه الهیاتی و دیدگاه نهادی را به چالش می‌کشد. در دیدگاه الهیاتی، دین حوزه‌ای خاص از معرفت و عمل معرفی می‌شود که با معیارهای مختص به خود اداره می‌شود؛ و در دیدگاه نهادی نیز دین توسط مراجع دینی رسمی تعریف می‌شود. به طور دقیق‌تر در این رویکرد تازه، دین، سازه‌ای اجتماعی تلقی می‌شود که از فرآیندهای رسانه‌ای شده‌ای همچون خلق، مجادله و مذاکره، ریشه می‌گیرد و به وسیله آنها بسط و سازگاری می‌یابد؛ این فرایندها هم در بطن دین وجود دارند و هم در ارتباط آن با محیط پهن‌پیرامونی. بنابراین، مطالعه دین و رسانه را باید به گونه‌ای بسط داد که کنش‌های آشفته، متنوع و گاه متناقض فردی و گروهی را در زندگی روزانه رسانه‌ای شده دربرگیرد؛ کنش‌هایی که معنای مذهبی به آن‌ها نسبت داده می‌شود.

حال پرسش‌های اصلی این‌گونه تغییر می‌یابند: بررسی چگونگی رابطه درونی دین و رسانه به جای شیوه به‌کارگیری رسانه به وسیله دین؟ آنچه ما به‌عنوان دین می‌شناسیم، چگونه ساخته شده، شکل گرفته، عمل شده و با فعالیت‌های رسانه‌ای متفاوتی که دربردارنده آن (دین) هستند، انتقال داده می‌شود؟ مطالعه عاملان اصلی دین – نظیر رهبران مذهبی، نهاد‌های دینی و نظام‌های اعتقادی و رفتاری سازمان‌یافته – در هر جامعه‌ای اهمیت دارد. با این حال، این نمودهای مشخص دین از منظری عمدتاً استدلالی، تنها بخشی از بازیگران عرصه گسترده‌تر وساطت مذهبی – اجتماعی هستند؛ در این عرصه بازیگران پرشمار با قواعد نسبتاً متفاوتی حضور دارند که باید هر یک را شناسایی کرد و به رابطه درونی آنها پی برد.

نمی‌توان به راحتی مدعی شد که پارادایم ابزاری در تحقیقات دین و رسانه دیگر جایی ندارد. همانند دیگر حوزه‌های مطالعاتی در عرصه رسانه، به ویژه در بخش بازاریابی و تبلیغات، دیدگاه ابزاری به رسانه‌ها در حوزه‌های بازاریابی مذهبی، تبلیغات مذهبی و ساخت نهاد مذهبی، همچنان کارآیی گسترده‌ای دارد. با وجود این، نقطه قوت تفکر استدلالی درباره دین و رسانه آن است که این دیدگاه با واقع‌بینی بیشتر، به پیچیدگی رفتار مذهبی و فرآیندهای میانجی‌گری در شرایط اجتماعی و فرهنگی گوناگون و چگونگی ساخت شخصیت دین به وسیله کاربردهای رسانه‌ای، همان‌طور که دین، خود را با آنها سازگار می‌کند، توجه دارد. نقطه ضعف آن نیز در این است که با انتخاب چنین دیدگاه بسیطی در بررسی وساطت اجتماعی و دین، توصیف غنی بدست آمده ممکن است بسیار گنگ بوده و ارزش سیاسی یا استراتژیک اندکی داشته باشد. با این حال، در عمل مشاهده می‌شود که تعدادی از مجاز(۱)‌های اصلی رسانه‌ها در این دیدگاه نیز دوباره رُخ

ص: ۷۹

رسانه در مقام فرهنگ

رسانه در مقام فرهنگ

مجاز رسانه در مقام فرهنگ، درکی را ارائه می دهد که در آن، رسانه، محیطی است برای رشد اندام واره ها. شخصیت ما با بال و پر گرفتن در محیط اجتماعی رسانه ای شده ای شکل می گیرد که نه تنها نیازهای عملی ما برای رشد و نجات فیزیکی، بلکه مناسباتی از نهادها و رفتارها برای ساخت نگرش، معنا و انسجام در درک بشری را فراهم می آورد. نمی توان گفت که صرفاً افرادی مستقل و خودمختار هستیم؛ ما قبل از هر چیز، موجوداتی رسانه ای شده ایم. (۱) اکنون محیط های کلامی، اجتماعی و فیزیکی ما تفکیک ناپذیرند.

در دهه های ۶۰ و ۷۰ میلادی و به ویژه با فعالیت های استوارت هال، پیشرفتی چشم گیر در بازانندیشی درباره رسانه در مقام فرهنگ در بریتانیا رخ داد. هال از برداشت های دیرین از فرهنگ به عنوان مظهر تمدن نخبگان عصر روشنگری (۲) فراتر رفت و فرهنگ را به عنوان زندگی روزمره مردم در نظر گرفت. وی نظر پیشین نخبگان را با مطالعه فرهنگ های مربوط به طبقات کارگر، اصلاح کرد. هال تحت تأثیر دیدگاه های انتقادی مارکسیسم، پویایی های فرهنگ به عنوان مجادلات یا چالش های میان نیروهای مسلط و حاشیه ای را مفهوم سازی کرد. دیدگاه های فرهنگی دیگر، بیشتر بر پویایی توافق همگانی و این مسئله تمرکز کرده اند که گروه هایی با زبان و خواسته های مشترک چگونه در جهت ساخت معنا در نظامی بزرگ تر با یکدیگر فعالیت می کنند. برای مثال، جیمز کری در ایالات متحده معتقد بود که مطالعه رسانه باید از این دیدگاه صورت پذیرد که رسانه ها به عنوان

ص: ۸۰

۱- Mediated Beings.

۲- Epitome of Elite Enlightenment Civilization.

اقداماتی آیینی چگونه برای حفظ انسجام فرهنگ عمل می کنند. (کری، ۱۹۸۹)

رویکردهایی که رسانه را در مقام فرهنگ می پندارند، از برداشت های مردم شناسانه پیشین پیرامون فرهنگ فاصله می گیرند. این برداشت های نسبتاً ثابت، قابل تشخیص و پایدار صرفاً از نسلی به نسل دیگر منتقل و بازتولید می شوند. تقریباً تمام فرهنگ های بشری، پیوند هایی پویا، نسبتاً سیال و متنوع، تلقی می گردند که به طور مداوم از طریق چالش، رقابت و جدل میان مراکز قدرت متفاوت، بازتولید و بازتعریف می شوند. این مراکز قدرت به نهادها، گروه ها، زیرگروه ها و افراد شکل می دهند و آنها را اصلاح می کنند. الگوهای وساطت می توانند با فراهم آوردن زمینه ای فرهنگی یا چارچوبی برای انجام تعاملات، نشانگرهای مهمی در شکل گیری و هویت بخشی به گروه های فرهنگی و خرده فرهنگی باشند.

علاوه بر این، مفهوم رسانه در مقام فرهنگ، این دیدگاه را به چالش می کشد که فرهنگ های مذهبی، ساختارهای ثابت معنایی در بطن ساختارها یا سلسله مراتبی هستند که در فرآیند پیشرفت «طبیعی» یا مقدر (۱) تکامل یافته اند. انسجام فرهنگ ها و خرده فرهنگ های مذهبی به طور پیوسته بازبینی می شوند و از طریق خواسته های سیاسی، ارتباطاتی، فرهنگی و مادی شکل می گیرند. این خواسته ها در جریانی مداوم و در جهت ثبات و تغییر عمل می کنند.

همچنین دیدگاه رسانه در مقام فرهنگ این دریافت را به چالش می کشد که اظهارنظرهای رسمی بهترین راه برای شناخت ماهیت دیانت (۲) در یک جامعه هستند. نظرهای نخبگان مذهبی _ نهادی صرفاً یک نظر در میان انبوهی از نظرات هستند که در بسیاری از موارد قدرت بیشتری کسب کرده اند؛ این قدرت گاه با تسلط یافتن بر فرآیندهای وساطت در بطن دین بدست می آید

ص: ۸۱

۱- Ordained Process

۲- Religiosity

و گاه از طریق انطباق ترجیحات رسانه ای مذهبی با فرهنگ های مسلط و ساطت در بطن فرهنگی گسترده تر. برای مثال، ساختار آموزش الهیاتی که در مسیحیت غربی و در دوران مدرن تکامل یافت، چیزی بیش از روشی کاربردی در جهت آماده سازی مردم برای رویارویی با واقعیاتِ فعالیت معنوی است. فعالیت های فرهنگی در آموزش الهیاتی _ انتخاب فعالیت های کلاسی در دانشگاه (مانند ارائه مقالات و برپایی سمینارها)، مرتبط ساختن آموزش دینی با کتاب خانه های بزرگ، آزمودن افراد برای فعالیت های دینی در حالی که خواندن کتاب و نوشتن مقالات آکادمیک از شروط لازم است، اعطای گواهی نامه _ رهبری مسیحیت مدرن را در فرهنگی کتاب محور و باسواد قرار داده، به گونه ای که با فرهنگ نخبگانِ باسواد کشورهای پیشرفته غربی هم تراز شده است. البته در بیشتر موارد، با فرهنگ عملی روزانه مسیحیان غیرروحانی (۱) اختلاف دارد. فرهنگ رسانه ای فن آوری های دیجیتال که نسل های جدید در بطن آن پرورش می یابند، فرهنگ رسانه ای رهبری مسیحیت را به طور چشم گیری به چالش کشیده است. نگاه به رسانه ها از منظری فرهنگی چنین پرسش هایی را پیش می کشد: در سنت های مذهبی، نظرهای رسمی و غیررسمی کدامند؟ این نظرات چه ارتباطی با فعالیت های رسانه ای ویژه داشته یا چگونه در بطن کنش های رسانه ای جای گرفته اند؟ سازگاری با دیگر فرهنگ های و ساطت، چگونه ساختار و فعالیت های رسمی قدرت در یک دین را به چالش می کشد؟ مردم درون یا بیرون از سنت های دینی خاص به چه طریقی، نمادها، رفتارها و زبان دینی رسانه ای شده را با فرآیندهای معناسازی دینی مخصوص خود، سازگاری می دهند؟

رسانه در مقام صنعت

ص: ۸۲

رایج ترین کاربرد اصطلاح رسانه در حال حاضر در قالب یک اسم جمع است. این اسم به مجموعه نهادها، فعالیت ها، ساختارهای اقتصادی و روش های زیباشناختی خدمات اجتماعی نظیر روزنامه ها، فیلم های سینمایی، رادیو، ناشران کتاب، تلویزیون و صنایع خلاق وابسته به آنها (همچون تبلیغات، بازاریابی و طراحی گرافیکی)، اشاره دارد.

هر نوع از ارتباطات رسانه ای شده، فعالیت اجتماعی است. پس هر رسانه برای فعالیت، به زیرساخت های اجتماعی (۱) حمایت کننده نیاز دارد. برای مثال، اگر لوازم مورد نیاز برای نوشتن و راهی برای رساندن نامه به دست فرد مورد نظر نداشته باشیم و مخاطب ما نیز توانایی خواندن یا دسترسی به فرد سومی نداشته باشد که بتواند بخواند، نوشتن نامه ای برای دوست خود و ارسال آن غیرممکن می شود. بنابراین، هر رسانه جدید قبل از اینکه بتواند به عنوان رسانه اجتماعی مؤثر عمل کند، باید زیرساخت اجتماعی یا صنعتی حمایت کننده را توسعه دهد. این زیرساخت صنعتی شامل این موارد می شود: زبانی مشترک، الگوهای زبانی یا سواد متناسب با رسانه جدید، ابزاری برای آموزش سوادهای جدید و معرفی و انتقال آن ها به نسل های جدید، تأمین سریع و قابل اطمینان مواد و فن آوری های مورد نیاز به دست رسانه (برای مثال، پوست گوسفند، نی های نیزار، کاغذ کتان یا خمیر چوب برای نوشتن، مطبوعات چاپی، جوهر و کاغذ فراوان، جاده هایی برای پخش و فروشندگانی برای فروش و نظیر آن)، چارچوبی از تفاهم نامه ها، مقررات قانونی و ساختارهای سیاست گذاری برای مدیریت و ادغام فعالیت های جدید و مراکز جدید قدرت در جوامع موجود.

بدون این عوامل صنعتی، هیچ رسانه ای نمی تواند به عنوان نوعی پایدار از ارتباط در

جامعه مطرح شود. با این حال، این صنعت به محض اینکه پایدار شود، به یکی از مراکز جدید قدرت بدل خواهد شد. سوادهای جدید مرتبط با این صنعت رسانه ای جدید، معرفت شناسی های (۱) دیرین، ساختارهای زبان و جهان بینی ها را به چالش می کشند. فعالیت های ارتباطاتی جدید، شبکه ها و ساختارهای اجتماعی موجود را که حول فعالیت های قدیمی ایجاد شده اند، زیر سؤال می برد. رهبران جدید آن جای گزین رهبرانی قدیمی می شوند که قدرتشان در فعالیت های رسانه ای قدیمی ریشه داشته است. در پنج دهه گذشته، تحقیق درباره نحوه سازمان دهی و عملکرد رسانه ها در مقام صنایع، با توجه به قدرت برجسته رسانه ها در جوامع مدرن، حوزه مطالعاتی مهمی به شمار می رود.

شناخت رسانه ها در مقام صنایع، سهم مهمی در نحوه مطالعه و مفهوم سازی دین و رسانه دارد. توانایی شخصیت های مذهبی در انتقال پیام و دیدگاه های خود به اجتماعی وسیع تر، به طور چشم گیری تحت تأثیر میزان توانمندی آنها بستگی دارد؛ توانمندی در ترجمان زبان و کنش های دینی شکل گرفته در بطن بسترهای ویژه فرهنگی _ رسانه ای، به زبان های مورد نیاز، خواست های صنعتی و فرهنگ های صنایع رسانه ای اصلی. در عوض، بسط زبان ها و فعالیت های جدید رسانه های نوین، تعبیرها و رفتارهای جدید دینی را می آفرینند.

توانایی شخصیت های مذهبی در انطباق رفتارها یا پیام هایشان به منظور شکل دهی به روابط سودمند دوجانبه یا هم پیمانی اقتصادی با صنایع رسانه ای در حال رشد، عامل مهمی در برخی از تغییرات اساسی روی داده در بطن دین بوده است. همان گونه که نویسندگان همچون ادواردز (۲) و آیزنشتاین (۳) نشان داده اند،

ص: ۸۴

۱- Epistemology

۲- Edwards

۳- Eisenstein

اتحاد مارتین لوتر(۱) با چاپ خانه داران تجاری آن زمان و توانایی اش در ایجاد و انتقال دیدگاه اصلاح شده اش درباره ایمان مسیحی یکی از عوامل مهم در پیشرفت و اثرگذاری اصلاحات مارتین لوتر در بطن مسیحیت اروپایی در اوایل قرن شانزدهم میلادی بود؛ وی، در واقع، خود را با فرآیندهای تولید و تجارت نشر سازگاری داد. (ادواردز، ۱۹۹۴؛ آیزنشتاین، ۱۹۷۹) اخیراً نیز مسیحیت پروتستان در موردی مشابه توانست هرچه بیشتر با نیازهای بازار کالا- در عرصه رسانه های الکترونیک سازگاری پیدا کند. (کلارک، ۲۰۰۷؛ هورسفیلد، ۱۹۸۴؛ مور، ۱۹۹۴) تاثیر تغییر در صنایع رسانه ای بر ساختارهای اجتماعی با ایجاد تغییر در الویت های وساطت اجتماعی، نمایان می شود؛ با تغییر الویت ها، برای برخی از تعابیر دینی در مقایسه با برخی دیگر، برتری قائل می شوند.

اندیشیدن پیرامون رسانه در مقام صنعت، پرسش های دیگری را نیز در مطالعه دین و رسانه می آفریند. نظام های مهم صنایع رسانه ای به چه صورتی در خدمت ایدئولوژی های خاص قرار می گیرند؛ ایدئولوژی هایی که ممکن است از ایدئولوژی های دینی حمایت کنند یا آنها را به چالش بکشند؟ نهادهای دینی برای مشارکت با ساختارها و نیازهای اقتصادی صنایع رسانه ای، به چه تغییراتی (در ساختار خود) نیاز دارند؟ ایدئولوژی های حرفه ای و فعالیت های کارکنان رسانه ای بر نهادها و فعالیت های اجتماعی مرتبط با آنها نظیر دین، چه تاثیری می گذارند؟ عوامل سیاسی _ اجتماعی نظیر مالکیت فن آوری های رسانه ای،(۲) دسترسی به رسانه ها

ص: ۸۵

۱- کشیش، مترجم انجیل به زبان آلمانی و تجدیدنظرطلب مذهبی بود. او یکی از اثرگذارترین شخصیت ها در تاریخ آیین مسیحیت و از پیشوایان نهضت اصلاحات پروتستانی به شمار می رود. لوتر در ۱۰ نوامبر ۱۴۸۳ در آیزلین آلمان زاده شد و در ۱۸ فوریه ۱۵۴۶ در گذشت. عناصر اصلی الهیات لوتر در این فرمول قابل نمایش است: «تنها مسیح، اعتقاد، بخشش، کتاب».

۲- Ownership of Media Technologies

و مراکز قدرت(۱) ایجادشده از سوی صنایع رسانه ای، در شکل دهی به فرهنگ و توزیع قدرت در بطن نهادهای دینی، چه نقشی داشته اند؟

رسانه در مقام متن

رسانه در مقام متن

بر اساس آنچه مجاز رسانه در مقام متن در اختیار ما قرار می دهد، تنها راه برای معنا کردن دنیا، استفاده از زبان است؛ و زبان تنها از طریق متون میانجی عمل می کند. از این رو، یکی از رویکردهای اصلی در مطالعه رسانه، نظریه پردازي و مطالعه متون و تجربه متنی بوده است. در دیدگاهی استدلالی، چنین رویکردی چیزی بیش از بررسی محتوای آشکار را در برمی گیرد. متن رسانه ای در گسترده ترین کاربردش، به هر ساختار برجسته ای می گویند که از نشانه ها و رمزگان فرهنگی برای فهماندن یا برانگیختن معنایی مشترک استفاده کند. در این معنای وسیع، شناخت و کنش دینی تنها در متون حفظ می شود. از این رو، یکی از جنبه های مهم شناخت رابطه میان دین و رسانه، مطالعه متن و کنش های متنی در فرآیند ساخت و ارتباط معنای دینی است. این معنا چیزی عینی نیست که کسی آن را کشف کند و توضیح دهد. معنا با عاملیت نشانه ها(۲) ساخته می شود؛ آن هم نه به صورت طبیعی و اختیاری، بلکه در بطن سنت های کنش متنی(۳). افراد و گروه های حاضر در این سنت ها برای ساخت درکی مشترک و متباین(۴) با یکدیگر همکاری و رقابت می کنند. این فرآیند همیشه در جریان است و صورت های گوناگون کنش متنی نظیر رمزگان، اساطیر، گفتمان ها،

ص: ۸۶

۱- Power Centers

۲- Agency of Signs

۳- Textual Action

۴- Divergent

ژانرها، بینامتنیت، (۱) سرمایه نمادین (۲) و حیات متن در فرآیند گردش را دربرمی گیرد.

رویکرد ابزاری به رسانه‌ها بر قدرت اعطایی رسانه‌ها به تهیه‌کننده یا شخصی تمرکز دارد که این وسیله را کنترل می‌کند؛ ولی در رویکرد متنی، قدرت رسانه‌ای، توزیعی تر انگاشته می‌شود. دریافت‌ها، جایگاه‌ها و روابط در شرایط رسانه‌ای، نه ساده هستند و نه ثابت. مطالعاتی مرتبط با نحوه دریافت و استفاده مخاطبان از رسانه در بطن سنت متنی، مخاطبان را نه دریافت‌کنندگان منفعل، بلکه عاملانی فعال در فرآیند ارتباطات و ساخت معنا می‌پندارد. در نظر برخی، این رویکرد در ارتباطات با سیالیت بیشتر، به عنوان نتیجه مورد قبول میان تولید و دریافت، بدین معناست که باید مفهوم «رسانه» را به عنوان مصنوعی فیزیکی (همچون کتاب، رادیو و تلویزیون) تغییر دهیم؛ در عوض، ما باید رسانه را فضایی ذهنی و فیزیکی از تعامل میان شخص تولیدکننده پیام در قالبی خاص از رسانه، خود قالب رسانه‌ای و آنچه فرد دریافت‌کننده با پیام انجام می‌دهد، در نظر بگیریم. این «خوانش» فردی جدید که فرد سازنده آن است، در مرحله بعد، به متنی جدید تبدیل می‌شود. (لوئیس، ۲۰۰۵)

در رویکرد ابزاری، متون رسانه‌ای ابزاری قدرتمند برای بسط و بهبود قدرت صاحبانی قلمداد می‌شوند که منابع لازم برای تولید این متون را در اختیار دارند؛ اما رویکرد متنی در مطالعه دین و رسانه، ایده مرجعیت دینی (۳) مفروض در رویکرد ابزاری را به شدت به چالش می‌کشد. در این رویکرد تازه، رسانه‌ها

ص: ۸۷

۱- Intertextuality

۲- Symbolic Capital

۳- Religious Authority

همچنان قدرت دارند و قدرت کسانی نیز که تولید و انتشار آنها را در اختیار دارند، افزایش یافته است، ولی این قدرت، مطلق نیست. قدرت از تعامل و مذاکره فرهنگی پیچیده میان تولیدکنندگان پیام، متون پیام ها و دریافت کنندگان و کاربران پیام برمی خیزد. قدرت رهبری دینی و ارتباطات، قدرتی محض نیست که با آن بتوان معانی مورد نظر یک فرد را بر دیگران تحمیل کرد. اقتدار دینی از تعامل و مذاکره مؤثر نظرها و معنا میان تولیدکنندگان و مصرف کنندگان متون برمی خیزد.

استعاره رسانه در مقام متن در بطن مسیحیت، استعاره ای اثرگذار بوده است. مسیحیت، دینی متن محور با حسی قوی است که ارزش ها و عقاید معرف آن را باید در متون رسانه ای شده تاریخی جست وجو کرد. با این حال، پیرامون چیستی این «متون» و چگونگی استخراج معانی و نظریات صحیح از این متون، عقاید متعارض و متنوعی وجود دارد. عقاید یاد شده در امتداد یک پیوستار^(۱) قرار می گیرند؛ پیوستاری از عینیت متنی بنیادگرایانه^(۲) که اسناد نگاشته شده خاص (در حال حاضر، چاپ شده) را نوشته هایی بی قید و شرط از نظر فرهنگی می بیند که خدا دیکته کرده است و در تمام حوزه های دانش و تمام دوره ها، معتبر هستند. از دیدگاه های دیگر، متون دینی نظیر انجیل، متونی پرقدرت از نظر اثرگذاری بر مردم، تصور می شوند؛ این اثرگذاری یا از طریق محتوای متون است یا حتی به واسطه خود شیء مادی و از این روی، بی حرمتی به متن در حکم تحریف گفته های خداوند قلمداد می شود. در تقابل با این دیدگاه، رویکردی پساساختارگرایانه وجود دارد که متون مسیحی نگاشته شده را متونی بدون مؤلف، اشباع شده از ایدئولوژی و اسنادی

ص: ۸۸

۱- Continuum.

۲- Fundamentalist Textual Objectivity.

تاریخی می‌انگارد که به ساختارشکنی انتقادی و رادیکال و بازسازی خلاقانه (۱) نیاز دارند.

در اواخر قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم میلادی، ظهور علوم تجربی، انگیزه‌ای شد برای متفکران کلیساهای مسیحی تا با بکارگیری روش‌های عملی، اعتبار تاریخی متون بنیادین مسیحیت به ویژه کتاب مقدس را به طور عینی، بازسازی کنند. با وجود این، علاقه به متن به امور خاصی، محدود بود. بنا به گفته گمبل (۲) در اوایل دهه ۱۹۹۰، تحقیقات عظیم صورت گرفته در قرون ۱۹ و ۲۰ میلادی بر روی موضوعات مرتبط با کتاب مقدس، به طور گسترده در راستای تثبیت و رسمیت بخشیدن به «محتوای مدارک و اسناد، شبکه‌های الهیاتی و زمانی این مدارک و پرسش‌هایی مشابه» بودند. (گمبل، ۱۹۹۵: ۴۲) وی ادامه می‌دهد که موضوعات گسترده‌تر مرتبط با متن از منظری رسانه‌ای، همچون پرسش‌هایی پیرامون تولید، حمایت مالی، انتشار، مالکیت و استفاده از کتاب، به طور معناداری، نادیده انگاشته می‌شدند.

رویکردهای تازه پیرامون ماهیت متن و تجربه متنی، فرصت‌های جدیدی برای بازاندیشی در تعامل میان دین و رسانه می‌آفرینند. متون در راستای ساخت و وساطت نظرها، کنش‌ها و زندگی‌نهادی دینی، چگونه از قدرت استفاده می‌کنند؟ متون در فرآیند ایجاد یا محدودسازی تنوع تجربه‌ها و نظرهای دینی چه نقشی را بر عهده دارند؟ متون و تجربه متنی چه سهمی در ایجاد انسجام و هویت دینی دارند؟ در تفسیر متون، مرجعیت چه جایگاهی دارد و نظریه دریافت خواننده برای مرجعیت دینی چه مفاهیمی دربردارد؟ متون مذهبی چگونه به کار گرفته می‌شوند و شیوه اعمال آنها چه نقشی در فرآیند معناسازی آنها دارد؟

رسانه در مقام فن آوری

ص: ۸۹

۱- Creative Reconstruction.

۲- Gamble.

مفهوم رسانه در مقام فن آوری، فن آوری های رسانه ای را صرفاً حاملان خنثی محتوا در نظر نمی گیرد؛ در این رویکرد، رسانه ها ویژگی های خاص تکنولوژیک، اجتماعی و فیزیکی دارند و به بخشی اصلی در فرآیند ارتباطات بدل می شوند. در اواخر دهه ۱۹۴۰ و اوایل ۱۹۵۰، یکی از نویسندگان متأخری که چنین دیدگاهی را مطرح ساخت، اقتصاددان کانادایی به نام هارولد اینیس^(۱) بود. (اینیس، ۱۹۵۰، ۱۹۵۱) مارشال مک لوهان^(۲) همکار اینیس در دانشگاه تورنتو، نظرهای او را گسترش و رواج داد.

تمرکز بر رسانه در مقام فن آوری، تصور ابزاری مسلط آن دوران را به چالش کشید؛ تصویری که موضوع مهم ویژگی های حسی و تکنولوژیک رسانه و نقش رسانه در ایجاد ارتباطات و تأثیرگذاری بر جامعه را نادیده می گرفت. قالب رسانه ای با ارجحیت دادن به انواع خاصی از پیام بر پیام های دیگر و نیز افزودن اولویت های حسی خاص به محتوا، ارتباطات را تحت تأثیر قرار می دهد. از این رو، تمام فرآیند ارتباط را باید به عنوان «محتوا در قالب»^(۳) درک کرد. بنا به گفته مک لوهان، وقتی تمام راه ها بسته شده باشد، قالب ارتباط در مقایسه با محتوا اهمیت بیشتری می یابد و به طور خلاصه، «رسانه پیام است»^(۴). (مک لوهان، ۱۹۶۴)

مک لوهان معتقد بود فن آوری های ارتباطی با هدف قرار دادن و بسط عملکردها و حواس خاص انسانی، فعالیت می کنند. در این فرآیند، دریافت ها و ادراک مرتبط با آن حواس خاص، تحت تأثیر قرار می گیرند. وقتی فن آوری های جدید در جامعه ای پذیرفته شده و گسترش یابند، تجربه ها و آگاهی جدید و وسیع تری را ایجاد می کنند. این تغییرات، نامحسوس هستند. تغییر در عادت های ادراکی و شیوه تفکر که با قالب های جدید ارتباط همراه هستند، به جای تحمیل

ص: ۹۰

۱- Harold Innis.

۲- Marshall McLuhan.

۳- Content-in-Form.

۴- "The Medium is the Message".

شدید، به آهستگی و آرامی وارد یک فرهنگ می شوند. با این همه، وساطت های مختلف پدیده ها سبب می شود مردم دریافت های متفاوتی از آن پدیده ها به دست آورند؛ در این فرآیند نیازی نیست که افراد لزوماً از وجود این دریافت های متفاوت آگاهی داشته باشند.

این رویکرد با انتقادات و حتی تمسخر های زیادی روبه رو شده است. با وجود این، مجاز رسانه در مقام فن آوری برای در هم شکستن تسلط رویکرد ابزاری اهمیت دارد. با انجام تحقیقاتی متنوع و گسترده در زمینه تعامل میان فن آوری، جامعه و مادیت کنش ارتباطاتی (۱)، نگرش های این مجاز بسط یافته است. برای نمونه، می رویتز (۲) این نکته مهم را بررسی کرد که رسانه های مختلف چگونه با ساخت الگوهای اساساً متفاوت برای شکل گیری هویت گروهی، اجتماعی شدن و سلسله مراتب اجتماعی، تغییرات اجتماعی را در مقیاسی وسیع موجب می شوند. (می رویتز، ۱۹۹۴) این فعالیت وی به بسط مفهوم نظریه رسانه ای انجامید.

این مجاز بدون اینکه به یک قالب ذهنی جزم اندیشانه (۳) دچار شود، پرسش های گوناگونی در حوزه مطالعاتی دین و رسانه مطرح می سازد. این سه بستر دینی را مقایسه کنید: تبادل عقاید دینی در شبکه ای اینترنتی؛ حضور در کلیسای بزرگ با نورافکن های درخشان، موسیقی بلندی که از بلندگوها پخش می شود و پروجکشن های چندگانه؛ نشستن در کلیسای کوچک در حومه شهر و جایی که به تقویت صدا نیاز ندارد و آواز با صدای یک پیانوی کوچک همراه می شود. حضور و دسترسی به قالب های رسانه ای خاص به چه نحو گونه های خاص کنش و درک دینی را برمی انگیزد _ در مقایسه با دینی

ص: ۹۱

۱- Materiality of Communication Practice

۲- Meyrowitz

۳- Determinist Mindset

که به طور متفاوت، رسانه ای شده است _ و پی آمدهای اجتماعی آن چیست؟ مشخصه های حسی رسانه ها که ارتباط به واسطه آنها رخ می دهد، به چه صورتی، به پی آمدهای گونه های مذهبی خاص در مقایسه با انواعی دیگر مشروعیت می بخشند و دریافت را شکل می دهند و نتایج سیاسی و اجتماعی آن چیست؟ رسانه های خاص چگونه موجب تغییر یا تثبیت گونه های ویژه روابط و ساختارهای اجتماعی می شوند و این شرایط چه پی آمدهایی برای دین دارد؟ محتوای ارتباطات و قالب وساطت آن چه نقشی در فرآیند معناسازی ایفا می کند؟

برای مثال، دیوید مورگان معتقد است میان آن دسته از رسانه ها یا قالب های ارتباطی که در آنها محتوای ارتباطات و قالب آن، آشکارا از یکدیگر قابل تمیزند و دسته ای دیگر که در آنها، تمایز میان محتوا و قالب مبهم است یا آگاهانه در هم آمیخته شده اند، تفاوت وجود دارد. به اعتقاد وی هر وساطتی که فرد را از ماهیت مادی اش آگاه سازد، حالت بازنمایی را از استدلالی به استعاره تبدیل می کند؛ و برای تحلیل آن نیز به ابزار متفاوتی نیاز است. «وقتی رسانه عینیت می یابد، وقتی به جای تمکین کردن، فرآیند عمل را آغاز می کند، نسبت به خود آن آگاه می شویم، به جای آنکه از طریق آن به آگاهی دست یابیم... معنا داخل، همراه و زیر پوست عناصر فیزیکی رسانه قرار دارد» (مورگان، ۴: ۱۹۹۸ و ۵). قالب های رسانه ای ویژه چگونه الگوهای سازمانی یا سلسله مراتب را در نظم اجتماعی پدیده های دینی و برداشت ها از قدرت و مرجعیت دینی، پی ریزی می کنند؟

روایت

اشاره

ص: ۹۲

سی ام دسامبر ۱۸۹۶، رأس ساعت ۷:۳۰ دقیقه صبح در مانیل، خوزه ریزال، نویسنده، مجسمه ساز، شاعر و چشم پزشک فیلیپینی به دست سربازان این کشور به ضرب گلوله از پای در آمد. دسته ای از سربازان اسپانیایی نیز در ردیفی پشت سر این سربازان ایستاده بودند تا از اجرای صحیح حکم اعدام اطمینان پیدا کنند. گفته می شود که هنگام شلیک گلوله ها، ریزال چنان چرخید که از پشت به زمین افتاد و نگاهش رو به آسمان خیره شد؛ در حالی که گروه موسیقی همچنان به نواختن ادامه می داد. به محض اینکه پیکر ریزال روی زمین افتاد، گروهی از ناظران اسپانیایی شروع به دست زدن کردند و عده ای دیگر با خوش حالی فریاد «زننده باد اسپانیا» (۳) سر دادند. داستان مرگ ریزال در شهر

ص: ۹۴

۱- Narrative.

۲- Jolyon Mitchell.

۳- Viva Spana.

باگومبایان(۱) به زودی «شهادت» نام گرفت و به روایتی بنیادین در میان ملت نوظهور فیلیپین تبدیل شد. به کمک طیفی از رسانه های مختلف، ریزال به قهرمان ملی و نقطه وحدتی برای «اجتماع مفروض»(۲) رو به رشد فیلیپین بدل گشت. (اندرسون،(۳) ۱۹۹۱)

در این مقاله برای نشان دادن جایگاه روایت در مطالعه دین و رسانه از نمونه ریزال استفاده می شود. در سی سال اخیر، روایت به موضوع مورد بحث مهمی بدل شده است و پژوهشگرانی از رشته های متفاوت درباره «چرخش روایت»(۴) بحث کرده اند. ماهیت این چرخش در جای دیگری با جزئیات مطرح شده است. (هرمن،(۵) ۲۰۰۷: ۴) با وجود این، بهتر است در اینجا به این نکته اشاره شود که چگونه چندین پژوهشگر کار ولادیمیر پروپ(۶) را بررسی کردند؛ فردی که با تأکید بر اهمیت «رویدادهای مخرب»(۷) (پروپ، ۱۹۲۸) در پیش برد یک روایت، به شناسایی عملکردهای معمول پی رنگ (روایات) در داستان های عامیانه روسی پرداخت.

بدون شک، شنیدن خبر کشته شدن ریزال، تعادل بسیاری از پیروان وی را بر هم زد ولی داستان او هرگز با مرگش به پایان نرسید و خیلی زود به لحظه ای محوری در روایت ملی رو به رشد بدل گشت. چنان که خواهیم دید، این رویداد مخرب به موضوع رمان ها، نمایش نامه ها و فیلم ها تبدیل شد. هنوز بحث های گسترده ای درباره این نکته مهم وجود دارد که چگونه می توان به بهترین شکل به تحلیل پی رنگ، شخصیت ها، دیالوگ، زبان، ژانر یا ساختار روایت پرداخت. (هرمن، ۲۰۰۷: ۳۹ _ ۱۲۳) برای مثال، پژوهشگرانی همچون راجر سیلور استون آنچه را وی به عنوان ساختار

ص: ۹۵

-
- ۱- Bagumbayan: شهری در استان سلطان کودارات فیلیپین با جمعیتی حدود ۵۷ هزار نفر (بر اساس آمار سال ۲۰۰۷).
 - ۲- Imagined community
 - ۳- Anderson
 - ۴- Narrative Turn
 - ۵- Herman
 - ۶- Vladimir Propp
 - ۷- Disruptive Events

اسطوره ای روایت در تلویزیون توصیف کرده بود، شرح دادند. (۱۹۸۱: ۱۸۱) هدف من در این مقاله آن است که از بررسی دنیای به ظاهر پیچیده داستان فراتر روم و شیوه های متفاوتی را بررسی کنم که در آنها، روایات از خود حیاتی مستقل می یابند و در چهار فرآیند شکل می گیرند: تکرار، (۱) گسترش دامنه، (۲) تفصیل (۳) و بازتاب. (۴)

برای آنکه بتوانیم این فرآیندها را با جزئیات بیشتری در این فصل در نظر بگیریم، انواع متفاوت روایاتی را که پیرامون زندگی و مرگ ریزال شکل گرفته اند، تحلیل می کنیم. روایات به ندرت ایستا و در بیشتر موارد، همواره در حال حرکت، گردش و تعدیل هستند. آنها همواره از خود حیاتی مستقل دارند و در جایگاه هایی پیش بینی نشده نمایان می شوند. روایات مربوط به ماجرای ریزال، قطره ای از «دریای بی کران داستان ها» (۵) هستند. (روشدهی، (۶) ۱۹۹۱) چنان که خواهیم دید، داستان ریزال به قالب های زیادی در آمده و با ابزار متنوعی مطرح شده است. به گفته رولان بارت، در تاریخ بشریت، روایات «بی شماری» وجود داشته اند که به «بی نهایت شکل» آشکار شده اند. (بارت، (۷) ۸۹: ۱۹۸۹)

تا حدودی به دلیل تجربه شخصی اخیر خودم، این روایت خاص را از میان میلیون ها داستان موجود برگزیدم. موضوع مورد بحث من تا حدودی با رگه هایی از روایت معروف ریزال تلاقی می کرد. وقتی به خودم آمدم دریافتم که در حال دنبال کردن رد پای وی از سلول کوچک زندانش در فورت سانتیاگوی مانیل (۸) هستم. در مسیر بین قلعه ای که ریزال آخرین بار در آن حبس بود و محلی که وی را به گلوله بستند، رد پایهای برنجینی نقش بسته است. گروه کوچکی از ما با گذر از شهر

ص: ۹۶

-
- ۱- Repetition
 - ۲- Amplification
 - ۳- Elaboration
 - ۴- Reverberation
 - ۵- Sea of Stories
 - ۶- Rushdie
 - ۷- Roland Barthes
 - ۸- Fort Santiago, Manila

اینتراموروس^(۱) با دیوارهای قدیمی اش، ماشین های متعدد، مینی بوس های پر از مسافر و کالسکه های اسبی که توریست ها را به محل واقعی اعدام می بردند، این مسیر را دنبال کردند. حضور در آن مکان، به صورت شگفت انگیزی به حیات بخشی به این روایت کمک کرد. این، تنها عامل نبود، بلکه همراه شدن با گزارش های متعدد از زندگی و مرگ وی و نیز مطالعه نوشته های شخصی ریزال از دیگر عوامل مؤثر بودند. غرق شدن در داستان هایی که با زندگی و مرگ وی در هم تنیده شده اند، برخی شیوه های عملکرد روایات را برایم روشن ساخت. این واقعیت که مرگ وی تقریباً به سرعت، شهادت با مشخصه فرهنگی، سیاسی و دینی انگاشته شد، این نمونه را به مثالی ارزشمند برای کسانی تبدیل کرد که تعاملات میان رسانه، دین و فرهنگ را نشانه رفته اند.

تکرار روایات

تکرار روایات

هدف من، واکاوی فرآیند خلق، تولید و پذیرش روایات با استفاده از روایاتی است که با ریزال به عنوان یک مطالعه موردی محوری ارتباط دارند. به طور دقیق تر باید گفت به تحلیل چگونگی تکرار، گسترش دامنه، تفصیل و بازتاب روایات در طیفی گسترده از زمینه ها خواهم پرداخت. این نمونه به خوبی یادآوری می کند که روایات چگونه به شیوه های بی شماری شکل می گیرند؛ روندی که به وسیله آنچه مایکل دو کرتو،^(۲) آن را «خوانش بی پایان داستان ها»^(۳) توصیف کرده است، سرعت می گیرد. (دو کرتو، ۱۹۸۴: ۱۸۶) از زمان اعدام ریزال، داستان های مربوط به وی بارها در فیلیپین و فراتر از آن بازخوانی شده اند. همان گونه که پیش از این اشاره کردم، مرگ ریزال بی درنگ شهادت قلمداد شد و همین امر به دریچه نگاهی تبدیل شد

ص: ۹۷

۱- Intramuros

۲- Michel de Certeau

۳- Interminable recitation

که فیلیپینی‌ها از طریق آن، علاوه بر مرگ ریزال به بازتفسیر زندگی و آثار وی پرداختند. در ابتدا باید دانست که ترتیب تکرار، گسترش دامنه، تفصیل و بازتاب هرگز مشخص و ثابت نیست. به عبارت دیگر، مثلاً تکرار یا تفصیل یک روایت می‌توانند قبل از گسترش دامنه یا هم‌زمان با بازتاب رخ دهند. تکرار و گسترش دامنه نیز مانند تمامی این چهار فرآیند می‌توانند با هم رخ دهند. از آنجا که فرآیند تکرار در سه فرآیند دیگر نیز مطرح می‌شود، این بخش آغازین را مختصرترین بخش در نظر گرفته ایم.

داستان اعدام ریزال بارها به صورت متنی، بصری و مادی بازگو شده است. در نشریه لندن تایمز،^(۱) داستان اعدام وی تنها در چند خط گنجانده شد، در حالی که در اسپانیا، مرگ وی، داستان اصلی صفحه نخست چندین روزنامه اسپانیایی را به خود اختصاص داد. برای مثال، هر دو روزنامه توداس لاس نوچس^(۲) و اونا اینفورماسیون^(۳) تقریباً در کل صفحه نخستشان به این خبر پرداختند که شامل روایتی به نظر واقع‌گرایانه از صحنه اعدام وی در روزنامه اول و تصویر بزرگی از ریزال در روزنامه دوم می‌شد. با در نظر گرفتن اینکه فیلیپین در آن زمان، مستعمره اسپانیا شمرده می‌شد، چنین پوشش گسترده‌ای در اسپانیا عجیب به نظر نمی‌رسد. انتقال، تکرار و گسترش سریع این داستان به واسطه گونه‌ای نسبتاً جدید از ارتباطات رخ داد: تلگراف.

تنها دو سال بعد و با رهایی فیلیپین از استعمار اسپانیا، استخوان‌های ریزال از خاک بیرون آورده و در جعبه جواهری از جنس عاج قرار داده شد. چنان‌که خواهیم دید، وی بعدها در مراسم تدفینی حکومتی، در بنای یادبودی که «به طور ویژه طراحی شده بود»،

ص: ۹۸

۱- London Times

۲- Todas Las Noches: در فارسی به معنای «هر شب».

۳- Una Informacion: در فارسی به معنای «اطلاعات».

به خاک سپرده شد. نتیجه این شد که داستان زندگی و مرگ ریزال بارها و بارها تکرار شد، به ویژه هر سال در روز ریزال (۳۰ دسامبر). داستان ریزال کاملاً با ساختار آموزشی فیلیپین پیوند خورده است و آموزگاران همواره آن را برای دانش آموزان بازگو می کنند. از طریق همین بازگویی پی درپی روایت مرگ ریزال، یاد وی از نو زنده نگه داشته، حفظ و منتشر می شود. تکرار و گسترش دامنه، هر یک به شیوه خاص خود به بازآفرینی [روایات] می پردازند. گاهی نیز به طور هم زمان با هم عمل می کنند. این تکرارها کمک کرده است که داستان زندگی و مرگ وی بارها و بارها به شیوه های گوناگون گسترش یابد. اکنون به سراغ گسترش دامنه می رویم تا آن را با جزئیات بیشتری بررسی کنیم.

گسترش دامنه روایات

یک بلندگو با گسترش دامنه صدا، آن را بلندتر و نزدیک تر می کند. تصویری وجود دارد مبنی بر اینکه گسترش دامنه، نوع خاصی از صمیمیت را میان گوینده و شنونده ایجاد می کند. یک سیستم گسترش دامنه ناکارآمد با برهم زدن صدا و فاصله انداختن میان شنوندگان و صدای اصلی، کاری کاملاً برعکس انجام می دهد. به یقین، حتی بهترین سیستم ها نیز می توانند صدا را فشرده و متمرکز کنند و سبب تغییر طنین و زیر و بمی آن شوند. تحت تأثیر کامل رسانه های نوین، روایات هم به معنای استعاره و هم به معنای واقعی کلمه دچار گسترش دامنه شده اند. وقتی یک گسترش دهنده به درستی عمل کند، داستان محوری تنها تکرار نمی شود، بلکه توسعه می یابد و تبیین و درک می شود. حتی گاهی تحت تأثیر یک گسترش مؤثر داستان را با وضوح بیشتری می توان خواند یا شنید.

دامنه خبر درگذشت ریزال چگونه گسترش یافت؟ این گسترش تا چه اندازه، روایت را به مخاطبان نزدیک کرد یا آنها را از مرگ وی دور ساخت؟ در ابتدا و

در چند دهه، انواع مختلفی از گسترش دامنه مادی وجود داشت. مجسمه ها و یادبودهای متعددی ساخته شدند. لوحی سفارش داده شد تا محلی را نشان دهد که وی روی زمین افتاد. تمبرها، اسکناس ها، سکه ها و کارت پستال های زیادی منتشر شدند که همگی، چهره یا پیکره ریزال را در مقامی والا- نشان می دادند. گسترش دامنه مادی تا امروز نیز ادامه یافته است. درست همان طور که در لبنان، یادگارهایی از افرادی که به تازگی به شهادت رسیده اند، وجود دارد، در مانیل نیز امروزه می توان لیوان ها، تی شرت ها و پوسترهایی را خریداری کرد که تصویر ریزال روی آنها نقش بسته است. این گسترش های مادی همواره ایستا باقی نمی ماند، بلکه پیوسته در حال بازآفرینی و نو شدن هستند تا برای نسل های جدید فیلپین هم کارآیی داشته باشند. یکی از اهداف چنین بازآفرینی هایی، حفظ و قدرت بخشی به خاطره زندگی و مرگ ریزال است. برای مثال، مراسم مختلف سال روز ریزال را در نظر بگیرید که شامل انتشار ویژه نامه هدیه روز ریزال می شود. این ویژه نامه که در سال ۱۹۵۱ به ریزالیانا تغییر نام داد، شامل قدردانی هایی از ریزال، داستان هایی در مورد وی و گفته های خودش می شد. در اینجا چیز ملموسی وجود داشت که می شد آن را خرید، خواند، به آن نگریست، در مورد آن سخن گفت و آن را جمع آوری کرد.

نوع دیگری از گسترش دامنه وجود دارد که به گسترش مادی بسیار نزدیک است و من آن را با عنوان گسترش دامنه بلاغی روایات بررسی می کنم. بسیاری از گسترش های مادی که شرح داده شد، به صورت بلاغی به کار برده شده اند تا مخاطبان را به یادآوری قهرمان ملی شان، ریزال و پیروی از مسیر وی تشویق کنند. به عبارت دیگر، داستان ریزال نه تنها برای تشویق مردم به تکریم درایت وی، بلکه

برای تشویق آنان به عملکردی مشخص استفاده شده است. با چند مثال می توان این ادعا را شرح داد. نشریه ریزالیانا، پر است از گفته های ریزال که همه به بزرگداشت «آزادی مطبوعات» مربوط می شوند. گفته هایی همچون: «یک حکومت بدون آزادی مطبوعات که نشانگر ضربان قلب مردم آن جامعه است، نمی تواند به بقایش ادامه دهد.» در پایان صفحه چند خط وجود دارد که میان حامی مالی نشریه و محتوای صفحه ارتباط برقرار می کند: «تولیدکنندگان کاغذ روزنامه شما، با به-کارگیری کالایی حیاتی برای روزنامه، نقش گران بهایی در حفظ یک آزادی مهم داشته اند.» در شماره ای دیگر، به یک آگهی تبلیغاتی برمی خوریم که از تصویر و نام ریزال با نثری دقیق استفاده کرده است تا به تبلیغ تنها دانشگاه منحصراً دخترانه فیلپین پردازد. گویی ریزال به نمونه ای آرمانی تبدیل شده است. این امر را به شکلی آشکارتر در ریزالیانا در شصت و یکمین سالگرد مرگ ریزال می توان مشاهده کرد که از وی نه تنها به عنوان یک میهن پرست، بلکه به عنوان شهروندی آرمانی تجلیل شده است. در این صفحه خاص، پیکر و چهره ریزال جای گزین مادری شده است که بازوان کودک خردسال متبسمی را در دست گرفته و مردی تنومند که در ظاهر، پدر کودک است، به پیش روی می نگرد. در چند سطر کوتاه، «مردم فیلپین» به یادآوری و «الهام گیری» از نمونه ریزال تشویق شده اند. در مجموع، این سه مثال نشان می دهند که گفته های ریزال و تصاویر چهره یا پیکر وی چگونه برای تشویق خوانندگان به بزرگداشت یک روزنامه آزاد، یک آموزش منسجم و تعهد به ملت به کار رفته اند؛ حال آنکه به طور هم زمان به حمایت از دانشگاهی داخلی یا یک تولیدکننده کاغذ نیز تشویق می شوند.

همان گونه که کتاب شهیدان جان فاکس (۱۵۶۳) در انگلستان برای حمایت از پدیده های مختلف از قرن ۱۶ تا قرن ۱۹ به کار می رفت، زندگی و مرگ

ریزال نیز به منبعی بلاغی برای تبلیغ هر چیزی از آداب اجتماعی گرفته تا کاغذ تولید داخل تبدیل شده است. صفحه ای از ریزالیانا را در نظر بگیرید که در آن، ریزال به عنوان نمونه ای از رفتار شایسته «با همه رفتار و سلوکش با جنس لطیف» نشان داده شده است: یک مرد متشخص و ایده آل. یک هنرمند این ادعا را با نشان دادن تصویر ریزال که در کنار «معشوقه» اش، لینور ریورا، نشسته، آن هم در حالی که دست کم چهل سانتی متر فاصله میان آنها وجود دارد، مطرح کرده است. شرح زیر تصویر تا آنجا پیش می رود که ادعا می کند: «جوانان امروز ما می توانند چیزهای زیادی در این زمینه از ریزال یاد بگیرند.» البته این حقیقت ذکر نشده که وی دست کم با سیزده زن رابطه عاشقانه داشته است.

چنان که دیدیم، مرگ ریزال به منبعی بلاغی برای تبلیغ کنندگان تبدیل شده است. بهتر است به این بخش کمی دقیق تر بنگریم. در نگاه اول، در چند شماره از ریزالیانا برای تکریم الگوی قهرمانانه ریزال، تصویر و متن ترکیب شده اند. برای نمونه، در کنار تیتیر پرمطراق «جاودانگی ریزال» چنین نوشته شده است: «جاودانگی خوزه ریزال تنها در مرگ وی به عنوان یک شهادت نهفته نیست. عظمت وی از فلسفه والای نوشته هایش برخاسته است.» زیر این ادعا، تصویری از جلد معروف ترین کتاب وی با عنوان مرا لمس نکن وجود دارد که در چند سطر بعد به آن خواهیم پرداخت. با نگاهی دقیق تر می توان دید که چگونه داستان ریزال و داستان های نوشته شده وی، دیگر بار برای حمایت از شرکت منزی استفاده شده اند. این تولیدکننده کاغذ، «کالایی حیاتی تولید می کند که اندیشه هایی والا روی آن جاودانی شده اند»، اندیشه هایی همانند اندیشه های ریزال. در اینجا مثالی می آوریم که نشان می دهد

چگونه روایات مرتبط با ریزال برای کمک و حمایت از یک کالا به کار رفته اند. کاغذ تنها کالایی نبود که به زندگی و مرگ ریزال مربوط می شد. برای مثال، در یک تصویر، عکس بنای یادبود ریزال در پیش زمینه قرار دارد و تصویر بزرگی از یک بطری جلوی آن و زیر آن چنین نوشته شده است: «برای برگزاری مراسمی بهتر و بزرگ تر در روز ریزال: پیسی بنوشید».

رد پای هدف بلاغی گسترش را حتی در نوشته های تخیلی خود ریزال و دریافت مستمر آن نیز می توان یافت. رمان های ریزال، در ابتدا مرا لمس نکن (۱۸۸۷) و سپس فرمانروایی طمع (۱۸۹۱)، به عنوان یکی از دلایل بازداشت، محکومیت و اعدام وی معرفی شده اند. در ابتدا آنها توقیف و سوزانده شدند، ولی پس از آن تقریباً به صورت مجاز و قانونی منتشر شدند. لغات «مرا لمس نکن» از یوحنا (۲۰۱۷) گرفته شده اند که در آن، مسیح دوباره زنده می شود و به مریم مجدلیه می گوید: «مرا لمس نکن.» با وجود این، در رمان، هیچ ارجاع مستقیمی به این واقعه وجود ندارد. به هر حال، ریزال در نامه ای به یک دوست به نام فلیکس هیدالگو در مورد مرا لمس نکن، احساس سنت شکنانه ای را که در ذهن داشت، آشکار می سازد:

این کتاب در بردارنده چیزهایی است که هیچ کس تا به حال در مورد آنها سخنی نگفته است؛ چیزهایی چنان ظریف که هر کسی قادر به لمس آنها

نیست. من سعی کرده ام کاری را انجام دهم که تا به حال، هیچ کس نخواست است آن را انجام دهد. (بانتونگ و ونچورا، ۱۹۹۷: ۶۹ و ۷۰)

ریزال در رمانی هجوآمیز، مسائلی همچون ریا، نبرد تن به تن و ظلم راهبان مسیحی اسپانیایی در فیلیپین را با شهامت، مطرح کرد. شخصیت های برگرفته از شخصیت های نولی و فیلی، چنان که امروزه بسیار شناخته شده اند، همواره در رمان ها، فیلم ها و نمایش نامه ها در طول قرن بیستم تکرار شده اند. کتابی که زمانی جزو کتاب های ممنوعه قلمداد می شد، اکنون به زبان های بسیاری ترجمه شده، در مقیاسی جهانی به فروش رسیده و در مرکز برنامه های درسی بسیاری از مدارس فیلیپین جای گرفته است.

بخشی از قدرت این دو کتاب به شیوه طنین انداز شدن روایات آنها در تجربه فیلیپینی ها در اواخر قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم مرتبط است. این داستان ها با شخصیت پردازی های کنایه آمیز، وضع موجود را دگرگون می سازند. ریزال بسیاری از راهبان و برخی سیاستمداران دخیل در جریان حاکم را مورد تمسخر قرار می دهد؛ اشخاصی که بعدها بخش اعظم زندگی در فیلیپین را به کنترل خود در آوردند. هدف اصلی، افراط گری های نظام اسپانیایی بود، ولی این حقیقت که فیلیپینی ها به مدت نیم قرن، استعمار ایالات متحده و مدت کوتاهی، اشغال ژاپن را در جنگ جهانی دوم تحمل خواهند کرد، این روایات ضدژیم را نزد بومیانی که به دنبال دست یابی به هویت ملی و مستقل بودند، جذاب تر می نمود.

بحث های بی شماری بر سر این موضوع در گرفت که آیا ایبارا، قهرمان داستان مرا لمس نکن را می توان خود ریزال نامید یا خیر. آشکار است که بین زندگی خانه به دوش وار شخصیت داستان و ریزال شباهت هایی می توان یافت. مشخص نیست

که در پایان رمان، چه کسی می‌میرد؛ ایبارا یا دوست جسور وی، الیاس. از این رو، کلمات آخر که «به مانند زمان نیایش، زمزمه می‌شوند» از زبان «ناشناس» جاری می‌شوند:

چیزی از من باقی نخواهد ماند... بدون اینکه طلوع خورشید را در کشورم ببینم، خواهم مرد. ای کسانی که سپیده دم را می‌بینید، بدان خوش آمد گوید و کسانی را که در شب به خواب ابدی فرو رفتند، از یاد نبرید! (ریزال، ۲۰۰۴: ۳۷۱)

این کلمات مرتباً و در بیشتر موارد، خارج از بافت روایی اصلی نقل می‌شوند؛ چنان که گویی بازتابی است از بینش حقیقتاً پیامبرانه ریزال درباره شهادت و مرگش قبل از دیدن دست یابی فیلیپین به استقلال کوتاه مدت در سال ۱۸۹۸؛ استقلالی که تا بیشتر از سال ۱۹۴۶ استمرار نیافت. بسان بسیاری از روایت‌های داستان گونه، این داستان‌ها نیز پذیرفته شده و در ساختارهای غیرخیالی به کار رفته‌اند.

رسانه‌ها و مخاطبان مختلف دامنه‌ی اثر ارتباطی یک روایت را گسترش می‌دهند. در داستان شیاطین محلی و ترس‌های اخلاقی (۱۹۷۲) نوشته استنلی کوهن، وی کاربردی مشهور از نظریه گسترش دامنه دارد. او در مطالعه خود درباره خرده فرهنگ‌های جوانان (مادها و طرفداران موسیقی راک) در اواخر دهه ۱۹۶۰ این نظر را مطرح می‌کند که انحراف اجتماعی در ماریچج نزولی شهرت رسانه‌ای شده، گسترش می‌یابد. بحث من در اینجا، مشاهدات وی را واژگون می‌سازد و معتقدم که تصور ماریچجی صعودی نیز ممکن است؛ ماریچجی صعودی نه لزوماً از انحراف، بلکه از گسترش ویژگی‌های قهرمانانه. در این مورد، چهره‌ای پاک‌تر از ریزال ترسیم می‌شود، چنان که ممکن است از نظر برخی، ارزش‌ایثار و حتی عبادت

را نیز داشته باشد.

تفصیل روایات

تفصیل روایات

روایات مربوط به زندگی و مرگ ریزال علاوه بر بازخوانی و گسترش، شرح و تفصیل نیز داده شدند. این امر به شیوه های مختلفی انجام شد. اولین آنها، شیوه ای بود که می توان آن را «شرح عبادی»^(۱) نامید. تصویری وجود دارد مبنی بر اینکه ریزال هم به عنوان یک فرد سکولار و هم به عنوان یک روحانی مذهبی، بزرگ داشته شد، آن هم با بناهای مختلفی که از سر دل بستگی به وی در فضاهای مختلفی از سراسر کشور ساخته شدند. دولت هایی که در فیلیپین روی کار آمده اند، با نشان دادن توجهی خاص به خاک سپاری ریزال در سی ام دسامبر ۱۹۱۲، برای حفظ یاد وی به عنوان «قهرمان ملی»، سرمایه گذاری هایی انجام داده اند. برای نمونه، ارابه مهمات توپ خانه ای که با شش اسب کشیده می شد، بقایای پیکر ریزال را به محل واقعی شهادت وی منتقل کرد. تنها چند قدم آن طرف تر، خاکستر وی با دقت بر محل یادبود «موتو استیلا»^(۲) _ که یک سال بعد در آنجا ساخته شد _ قرار گرفت. بیش از چهل طراح از سرتاسر دنیا برای ارائه طرح های استادانه خود به رقابت پرداختند. برنده این رقابت، ریچارد کیسلینگ^(۳) بود؛ سازنده بنای یادبود مردم سوئیس برای قهرمان ملی و آزادی خواهشان، ویلیام تل.^(۴) محافظانی افتخاری همچنان از بنای یادبود ریزال مراقبت می کنند و آرام گاهش، نقطه مرکزی پارک ریزال در مانیل، به ویژه در مراسم سال روز ریزال به شمار می آید.

این بنا، میعادگاه بسیاری از مدیحه سرایی هایی است که به شرح زندگی و مرگ ریزال پرداخته اند. برای نمونه، یکی از مقامات محلی به نام کامیلوس اسیاس^(۵) در سال

ص: ۱۰۶

۱- Devotional Elaboration.

۲- Motto Stella.

۳- Richard Kissling.

۴- William Tell.

۵- Camilos Osias.

۱۹۵۳ در یک سخنرانی با عنوان «ریزال، شهید آزادی انسان» گفت:

ریزال در واقع و بحق، یک شهید بود. وی در دوران کودکی، جوانی و بلوغ، شاهد شهادت هم وطنان خود بود و از این رو، خانواده وی عذاب تلخی را متحمل می شدند. خود او قربانی بود. به بدنامی و استهزا گرفته شد. شکنجه و تبعید شد. به او تهمت زدند و او را به زندان انداختند. شکنجه شد، به مرگ، محکوم و کشته شد. با این حال، تأثیر وی همچنان باقی است. روح او فناپذیر است. ریزال برای مرگ به دنیا نیامد... ریزال، این میهن پرست، قهرمان و شهید همچنان زنده است. او هرگز نخواهد مرد. (۲۷ آوریل ۱۹۵۳)

در این میان، اشارات به شخصیتی که در قرن اول میلادی در فلسطین می زیست، بسیار برجسته است و نشان می دهد چگونه از خود گذشتگی ریزال، گاهی با مرگ فداکارانه مسیح و در دوره های زمانی دیگر، با اولین شهیدان مسیحی مقایسه می شود. باید توجه داشت که چگونه یک روایت معاصر با پیوند خوردن به یک روایت کهن که پیشینه تکرار، گسترش دامنه و شرح و تفصیل طولانی تری دارد، اهمیت بیشتری می یابد.

در همان سال سخنرانی اسپاس، در فورت سانتیاگوی مانیل، موزه ای مدرن بنا شد تا برخی یادگارهای زندگی و مرگ ریزال را در خود جای دهد. به عنوان بخشی از مراسم صدمین سال شهادت ریزال و انقلاب فیلیپین، آرام گاه وی در سال ۱۹۹۶ بازسازی شد. در این موزه، جدای از سلول زندان مدل سازی شده، اشیای متعددی در محفظه های شیشه ای نگه داری می شوند. اشیایی همچون یک نسخه اصلی از مرالمس نکن، مجسمه هایی از ریزال و شاید اندوه بارتر از همه، یک «یادگار مادی»^(۱) یعنی استخوانی از ریزال که جای زخم گلوله بر آن است و در

ص: ۱۰۷

خاکستردانی شیشه ای قرار گرفته است. (ماریا ۱۹۹۶: ۲۶۱) هر سال، هزاران «زائر» و جهانگرد به گونه های مختلف به تکریم بصری آرام گاه و بنای یادبود وی در پارک ریزال می پردازند.

چند گروه متفاوت فیلیپینی در سرسپردگی به ریزال حتی پا را از این نیز فراتر گذاشته و درباره زندگی و مرگ وی، روایات الهی پیچیده ای در هم بافته اند. گروهی که به ریزالیست ها معروف هستند، باورهایی دارند که ریزال در نقطه مرکزی این اعتقادات قرار دارد. اعتقادات و اعمال آنها بسیار نامتجانس هستند. برخی از آنان، ریزال را به عنوان موجودی از عالم روحانی تصور می کنند یا قدرت مجسم روح القدس، مسیح دوم یا منجی جدیدی که باز خواهد گشت (چنان که در پارچه های تبلیغاتی کلیسای نژادی ذکر شده است). یکی از شناخته شده ترین گروه ها، کلیسای فیلیپین یا آدارنیست ها (۱) هستند که در واقع، به نام بنیان گذارش، مادر آدارنا (۲) نام گذاری شده اند و اعضای آن معتقدند ریزال «کشته نشده، بلکه همچون خدای راستین و بشر زنده است.» (بوکر، ۲۰۰۵: ۴۸۹) در بعضی موارد، در مراسم عبادی همان گونه که برای حاجت خواهی به قدیسین کاتولیک متوسل می شوند، برای شفا و کمک گرفتن نیز به درگاه ریزال دعا می کنند. افرادی که خارج از این جنبش های دینی فعالیت می کنند، بسیاری از این داستان های پیچیده را که در چنین بافتی درباره ریزال نقل می شوند، ساختگی می دانند. این افراد به این واقعیت اشاره دارند که بسیاری از کلیساهای ریزالیستی در سه دهه اخیر از میان رفته اند. با وجود این، گرچه ممکن است بسیاری از این گروه ها متزلزل شده باشند، پیشینه پیروی وفادارانه آنان بیانگر قدرت این روایات پیچیده برای ترویج اخلاص (۳) است.

به موازات شرح و تفصیل عبادی، شرح هنرمندان (۴) زندگی و مرگ ریزال نیز

ص: ۱۰۸

۱- Adarnistas

۲- Mother Adarna

۳- Devotion

۴- Artistic elaboration

شکل گرفت. هر دو شرح عبادی و هنرمندانه، با سیره نویسی همراه بودند؛ یعنی افزودن بن مایه روایی و ساختارهای شهادت و قداست به زندگی ریزال. برخی از شرح و بسط های هنرمندانه به جلوه های اخلاص تبدیل شدند. اعدام او مضمون چندین برداشت هنری است. مثلاً- هنرمندی ملی با نام هنری «بوتونگ» - کارلوس وی. فرانسیسکو(۱) - لحظه اعدام ریزال را این گونه طراحی کرده است که ریزال با لباسی تمیز بر تن در صحنه اصلی تصویر دیده می شود، در حالی که مجریان اعدام در پیش زمینه قرار دارند. همان طور که کلاه ریزال در حال افتادن است، نگاه وی آمیزه ای است از درد، خویشتن داری و حتی شعف. در بسیاری از تصویرهای کاتولیکی دوران باروک از قدیسین، به رنج کشیدن، کیفیتی وجدآور بخشیده شده است. در این شیوه، رنج کشیدن روحانی بیشتر مورد نظر است تا درد جسمانی. این تصویر از ریزال نیز سرشار از پارسایی بصری کاتولیک است که اسپانیایی ها به فیلیپین آوردند و همچنان جلوه های آن را در میان شمایل پردازی عبادی کلیسای سنت آگوستین(۲) در مانیل می توان مشاهده کرد. تصویر بوتونگ از تصور سنتی مرد غم ها(۳) فاصله گرفته است و بیشتر مردی را نشان می دهد که سرنوشت و رنج معنوی اش را در آغوش می کشد.

در اثر فرانسیسکو دو گویا(۴) با نام سوم ماه می ۱۸۰۸(۵) (۱۸۱۴) یا پنج نمونه ادوارد مانت(۶) از اعدام ماکسیمیلیان(۷) (۱۸۶۷ - ۱۸۶۹) نیز شخصیت محوری، چیزی بیش از یک قربانی تصویر شده است. ممکن است فرانسیسکو تحت تأثیر تصویرسازی های پیشین از صحنه اعدام قرار گرفته باشد، ولی او روایت مرگ ریزال را به شیوه ای

ص: ۱۰۹

۱- Botong (Carlos V. Francisco).

۲- Church of St. Augustine.

۳- Man of Sorrows.

۴- Francisco De Goya.

۵- The Third of May ۱۸۰۸.

۶- Edouard Manet.

۷- Execution of Maximilian.

خاص شرح می دهد. برخلاف گویا و مانت، فرانسیسکو تقریباً چهره تمام سربازان را نشان می دهد که هنگام شلیک به ریزال خیره شده اند. پیکر خود ریزال به سمت جلو و بالا به طرف بینندگان کشیده شده است، چنان که گویی بیننده را دعوت می کند تا جلو آید و قبل از به زمین خوردن، او را بگیرد. این دعوت، پیش تر می رود. بیننده به این واداشته می شود که رویداد را همچون صحنه خلق یک شهید بنگرد. بنابراین، بوتونگ، اعدام را به یک رویداد روحانی و متجلی تبدیل کرده است. ریزال، سرشار از شعف است. وی نه به عنوان مسیح، بلکه به عنوان رهبر مقدس مذهب ملی فیلیپین تصویر شده است.

شرح و تفصیل هنرمندانه فرانسیسکو از تصویری که ادعا می شود تنها سند تصویری موجود از صحنه اعدام ریزال باشد، بسیار چشم گیرتر است. عکس سیاه و سفید، پیکر ریزال را در لباسی مرتب نشان می دهد که بر اثر شلیک گلوله ها به پشت افتاده است و گروهی از سربازان و تماشاگران که در دوردست ایستاده اند، سربازانی را می نگرند که تفنگ هایشان را برای شلیک آماده می کنند. تفسیرهایی که روی عکس ارائه شده اند، بیشتر به مفسر اشاره دارند تا خود عکس. برای نمونه، یکی از مفسران ادعا کرده بود که: «آرامش قهرمان، آشکار است. همچنین عشق وی به وطن و آرزوی بزرگش که روزی شرافت انسانیت پیروز شود.» (ماریا، ۱۹۹۶: ۲۵۰) به تازگی با نظر برخی افراد که مدعی شده اند این عکس از یکی از نمونه های سینمایی گرفته شده است که در مورد زندگی ریزال بود، سندیت آن نیز زیر سؤال رفته است.

از لحظه اعدام ریزال، شرح و تفصیل های سینمایی نیز بر جای مانده است. این صحنه معمولاً درون صحنه گسترده تر زندگی و مرگ وی گنجانده می شود.

فیلم های زندگی و مرگ شهید بزرگ فیلیپین، دکتر خوزه ریزال(۱) (۱۹۱۲) ساخته آلبرت یرسلی(۲) و زندگی دکتر خوزه ریزال(۳) (۱۹۱۲) ساخته ادوارد میر گراس(۴) به فاصله دو روز از هم روی پرده رفتند و برای جلب توجه مردم به رقابت پرداختند. البته مخاطبان قابل توجهی را نیز جلب کردند. چنین تفصیل های سینمایی، منتقدانی نیز داشتند. در سال ۱۹۱۳، یک نویسنده نشریه ای محلی در برابر این فیلم های امریکایی موضع گیری شدیدی کرد و نوشت:

چند ماه پیش، شاهد پخش برخی فیلم ها بر اساس زندگی و مرگ [دکتر خوزه] ریزال بودیم. با وجود تبلیغات گسترده درباره کیفیت فیلم، باید صراحتاً اعلام کنم که معتقدم این آثار، ضعیف ترین کارهایی هستند که تا به حال دیده ام. علاوه بر این، به اعتقاد من، چنین فیلم هایی هرگز نباید پخش شوند و اصلاً نباید مجوز پخش بگیرند؛ چون فیلم های بدساختی هستند و به خاطره مقدس شهید بزرگ باگومبایان توهین می کنند. (دئوکامپو،(۵) ۲۰۰۷: ۲۴۴)

شرح و بسط قصه های کهن ملی یا روایات شبه مقدس معمولاً جنجال برانگیز هستند. افراد مختلفی که مدعی اند روایت اصلی و معتبر را در اختیار دارند، درباره داستان ها بحث می کنند. از میان تعدادی از شرح های سینمایی اخیر همچون زندگی و عشق های ریزال(۶) (۱۹۵۶، جرارد دو لئون(۷) و ریزال در داپیتان(۸) (۱۹۷۷، ساخته آمبل تیکوی آگویلاز(۹))، فیلم فوزه ریزال(۱۰) (۱۹۹۸، ساخته ماریلو دیاز آبا یا(۱۱)) با بازیگری

ص: ۱۱۱

۱- The Life and Death of the Great Filipino Martyr, Dr. Jose Rizal

۲- Albert Yearsley

۳- The Life of Dr. Jose Rizal

۴- Edward Meyer Gross

۵- Deocampo

۶- The Life and Loves of Rizal

۷- Gerardo de Leon

۸- Rizal in Dapitan

۹- Amable Tikoy Aguiluz

۱۰- Jose Rizal

۱۱- Marilou Diaz-Abaya

سزار مونتانو،^(۱) بیشترین تمجید منتقدان را به دست آورد و جایزه های متعدد بین المللی را نیز دریافت کرد. این فیلم که پرخرج ترین فیلم تاریخ سینمای فیلیپین به شمار می رود، در گیشه نیز با اقبال روبه رو شد. دو تهیه کننده این فیلم به نام های بوچ خیمینز^(۲) و جیمی دوایت^(۳) ادعا کردند که هدف آنان این بود که به روایت سنتی ریزال، جانی دوباره ببخشند. آنان گفتند: «ما می خواهیم خوزه ریزال را از بنای یادبودش پایین آوریم و در قلب مردم جای دهیم... هدف ما، انسانی کردن ریزال است؛ اینکه به نسل جدید فرصتی دهیم تا با او بیشتر آشنا شوند.» این امر را در چند صحنه این اثر قدرتمند که بیش از سه ساعت زمان دارد، می توان مشاهده کرد. برای مثال، اعدام ریزال به شکلی شگفت و در عین حال متعادل، تصویر شده است که یادآور نقاشی فرانسیسکو و عکس «اصلی» است که پیش تر به آن پرداختیم. از بسیاری جنبه ها، این اثر یک شرح سینمایی نسبتاً محتاطانه است که بدون پرداختن به روایتی کاملاً قدیس وار، این شرح های هنرمندانه را پیش می برد.

جسورانه تر از اینها، شرح و بسط هایی سینمایی هستند که امروزه به سادگی در یوتیوب در دسترس قرار گرفته اند. چندین نماهنگ چشم گیر، ولی نه عنان گسیخته وجود دارند که جنبه هایی از دغدغه های عاشقانه وی یا اعدامش را نشان می دهند. مثلاً در پاییز ۲۰۰۶، گروهی از دانشجویان فیلیپینی مأمور شدند تا فیلمی کوتاه در مورد ریزال بسازند. آنها این کار را با پخش موسیقی روی صحنه ها و اجرای مجدد ساعت های آخر زندگی وی انجام دادند. نتیجه این کار، اجرای احساساتی، ولی به یادماندنی از آخرین ساعت های زندگی ریزال بود. این فیلم، بسیاری از شناخته شده ترین لحظه های روایات عاشقانه از ریزال را گردآوری کرده است. تا کنون بیش از یازده هزار نفر این روایت معنوی را که با موسیقی عامه پسند داخلی

ص: ۱۱۲

۱- Cesar Montano

۲- Butch Jimenez

۳- Jimmy Duavit

تنظیم شده بود، مشاهده کرده اند.

دیوید بوردول(۱) در کتاب خود با عنوان روایت در فیلم داستانی(۲) به فرآیند درک روایت فیلم (۱۹۸۵) پرداخته است. آنچه وی با عنوان «طرح شناختی»(۳) توصیف کرده است، به بینندگان اجازه می دهد تا در تصور خود، یک روایت را شکل دهند. بوردول، مفاهیمی از علم شناختی را در نظر می گیرد تا نشان دهد که بینندگان چگونه می توانند داستانی را که مشاهده می کنند، جمع بندی کنند و آن را شرح دهند. اگر بسیاری از این تولیدات آماتور یا نیمه آماتور را مشاهده کنید، شگفت زده خواهید شد که فیلم سازان تا چه اندازه برای شرح و تفصیل آنچه می بینند و خلق یک روایت معنادار برای خودشان، به مخاطب اهمیت می دهند.

بازتاب روایات

بازتاب روایات

اکنون به بازتاب روایات می پردازیم. منظور من از «بازتاب»، انعکاس یا شکل گیری داستان هایی است که به روایت مرکزی بازمی گردند، تا هم از آن معنا بگیرند و هم با آن ارتباط معنایی برقرار کنند. بازتاب یک عمل فرهنگی بسیار مهم است؛ چون بر روی چیزی کهنه، چیزی نو بنا می نهد و با اینکه به کهنه، نیرویی تازه می بخشد، آن را چه به صورت جزئی و چه برجسته، تغییر می دهد. این فرآیندها چنان در هم تنیده شده اند که بهتر است انواع مختلفی از بازتاب را به موازات هم در نظر بگیریم. عکس بحث برانگیزی که در حافظه جمعی مردم فیلیپین از داستان ریزال ریشه کرده، در بافت های برجسته متفاوتی بازتاب یافته است. برای مثال، در یکی از بیش از شصت دایوراما(۴) که صحنه هایی کوتاه و روشن با شخصیت هایی نمونه و

ص: ۱۱۳

۱- David Bordwell.

۲- Narration in the Fiction Film.

۳- Cognitive Schemata.

۴- Dioramas: ماکت هایی سه بعدی که در اندازه های واقعی یا به صورت نمونه های مینیاتوری ساخته می شوند و گاه در محفظه های شیشه ای در موزه ها به نمایش درمی آیند. در مفهوم امروزی، دایوراما با هدف آموزش و تفریح، چشم اندازهایی را از رویدادهای تاریخی، منظره های طبیعی و نماهای شهری به نمایش می گذارد.

صحنه پردازی و پیشینه چشم گیر هستند، به این عکس، زندگی بخشیده شده است. مجموعه ای از دایوراماها در موزه آیالا(۱) در مانیل موجود هستند و تاریخ فیلیپین را شکل می دهند. دو صحنه جداگانه به ریزال اختصاص یافته است که یکی، او را در حال نوشتن مرالمس نکن و دیگری، اعدام وی را نشان می دهند. همین امر نشانه اهمیت ریزال در فرآیند شکل گیری فیلیپین نوین است. از آنجا که این دایوراما هم مورد علاقه دانش آموزان و هم مسئولان مدارس است، سالانه، هزاران دانش آموز فیلیپینی از آن دیدن می کنند.

روایت ریزال در موقعیت های چشم گیر دیگری نیز بازتاب می یابد. هر شب رأس ساعت هشت در پارک ریزال، نمایشی از صدا و نور، زندگی و مرگ وی را به تصویر می کشد. موسیقی، نورها و یک شرح ماجرا، به مجسمه های فلزی هشت فوتی، زندگی می بخشند. بسیاری از این پیکره ها که زنده به نظر می رسند، در لحظه اعدام ریزال تصویر شده اند. پیکره ریزال، جلوه ای قهرمانانه دارد که یادآور تصویر فرانسیسکو است. این پیکره به نوعی کنایه آمیز نیز هست. مردی که در زمان زندگی اش تنها پنج فوت قد داشت، اکنون به یک انسان غول پیکر هشت فوتی تبدیل شده و بر سر هر بازدیدکننده ای که در طول روز از اطراف آن می گذرد و هر کسی که نمایش او را نظاره می کند، سایه افکنده است. یادآوری هر روزه زندگی و مرگ ریزال، کیفیتی آیینی گرفته است که آن را به روشنی در مراسم سالروز ریزال در سرتاسر کشور می توان مشاهده کرد که برای بزرگداشت شهادت وی هر ساله در سی ام دسامبر برگزار می شود. پرچم ها به صورت نیمه افراشته درمی آیند؛ مراسم عشای ربانی با خدمات ویژه آن و مراسم اهدای گل برگزار می شود؛ ناقوس ها به صدا در

ص: ۱۱۴

می آیند؛ آخرین و معروف ترین شعرش، «آخرین وداع من»^(۱) بازخوانی می شود؛ آن هم به همراه دسته ها، سخنرانی ها و غذاهایی که این روز را بااهمیت جلوه می دهند. در این مراسم آیینی، کیفیتی مشارکتی نیز وجود دارد که طنین داستان ریزال در دیگر سطوح جامعه فیلیپین را تضمین می کند. باید توجه داشت که چگونه هنگامی که کشوری کاتولیک _ که پیش تر زیر سلطه بود _ می خواهد روایات عاشقانه و داستان تولد خود را مطرح کند، آیین های ملی در کنار خدمات دینی قرار می گیرند.

داستان اعدام ریزال به طور خاص بعد از ترور بنیگنو آکوئینو^(۲) در ۲۱ آگوست ۱۹۸۳، با قدرتی مضاعف تکرار شد. بنیگنو آکوئینو تنها چند دقیقه پس از بازگشت از سفر در فرودگاهی که بعدها مانیل ملی _ بین المللی نام گرفت، ترور شد. پس از ترور وی همچون زمان اعدام ریزال، مرگ وی به کانون توجه ها در فضای عمومی تبدیل شد. فرودگاهی که وی در آن کشته شد، پس از مرگش به افتخار او، فرودگاه بین المللی نینونی آکوئینو^(۳) نامیده شد. آکوئینو هنگام بازگشت از تبعید سه ساله اش در امریکا، در گفت و گویش با یک روزنامه نگار در هواپیما گفت: «احساس می کنم همه ما باید روزی بمیریم و حال اگر سرنوشت من این است که با گلوله یک تروریست کشته شوم، بگذار چنین شود.» آکوئینو به طور شخصی، داستان خود را با داستان ریزال پیوند می زند. او نیز از تبعید به وطن بازگشته بود تا با مرگ روبه رو شود. پس از ترور آکوئینو، مفسران بسیاری چنین برداشتی ارائه دادند. بعدها گفته شد همان گونه که مرگ ریزال، نشانه آغاز زوال سلطه اسپانیا بود، مرگ آکوئینو نیز نشانه آغاز زوال سلطه مستبدانه و بیست ساله فردیناد مارکوس^(۴) بر

ص: ۱۱۵

۱- My Final Farewell.

۲- Benigno Aquino.

۳- Ninony Aquino International.

۴- Ferdinand Marcos.

این روایات به طور موازی در بسیاری از نقاط در هم تنیده شده اند. اینترنت به طور فزاینده ای سبب بازتاب یافتن داستان ریزال در سرتاسر جهان شده است. سایت رسمی وی که توسط دانشگاه خوزه ریزال مدیریت می شود، جزئیاتی از زندگی و مرگ وی به بازدیدکنندگان ارائه می دهد. در این سایت، نشانه هایی از موارد بحث برانگیز درباره روایات ریزال وجود دارد. برای مثال، اطلاعات موجود در مورد «دست شستن» او از دیدگاه هایش درباره کلیسای ضد کاتولیک، در آخرین ساعت های زندگی اش از اهمیت ویژه ای برخوردار است. با وجود این، خوانندگان می توانند با مطالعه مکتوبات زندگی نامه نویسان مختلف با گزارش های متضادی مبنی بر اینکه آیا ریزال هرگز چنین کاری کرده است یا خیر، اطلاعاتی کسب کنند. اینکه بر سر این پرسش، چه قلم فرسایی هایی صورت گرفته، نشانه اهمیت حفظ، اصلاح و مالکیت روایت اوست. این وب سایت، ترویج دیدگاه های متفاوت درباره وی را در میان عموم مردم ممکن ساخته و بستری برای بازتاب بحث های افراد گوناگون فراهم آورده است تا بر دامنه این بحث ها افزوده شود.

نتیجه

نتیجه

در بخش های قبل به تحلیل چهار فرآیند دخیل در شکل گیری، گردش و دریافت مجموعه ای از روایات مرتبط با زندگی و مرگ خوزه ریزال پرداختیم. آهنگ ساز کانادایی، جان کیج (۱) به دلیل ساخت «پیانوی آماده»، (۲) بسیار شناخته شده است. در این پیانو، روی طرح اصلی، تغییراتی ایجاد شده و میان سیم های پیانو، لاستیک، سنگ، پیچ و چوب قرار داده شده است. در نتیجه با تغییر تکرارها و پژواک های

ص: ۱۱۶

۱- John Cage

۲- Prepared Piano

موسیقی که از بدنه دستگاه خارج می شد، صدای تولید شده از پیانو تغییر کرد. این شیوه، اثری به یاد ماندنی بر جای گذاشت و صداهای آسیایی و به طور خاص، منطقه بالی (۱) را زنده کرد. منظورم این است که مخاطبان و تولیدکنندگان رسانه نیز اکنون در حال انجام کاری مشابه در مورد داستان ریزال هستند و عناصری جدید به درون یا میان داستان های اصلی می افزایند.

مطالعه موردی ریزال، نگرش ارزشمندی درباره شیوه های عملکرد روایت ارائه می دهد. روایات هرگز ایستا نیستند و هرگز به کنترل یک فرد یا مؤسسه در نمی آیند. آنها برای رسیدن به اهداف متعدد به صورت های متفاوت، بازخوانی می شوند و گسترش می یابند. در جایی مطرح کردم که گسترش دامنه می تواند در آن واحد، یک روایت را به مخاطبان نزدیک کند یا آنها را از داستان اصلی دور سازد. روایات نیز به صورت خلاقانه، شرح و تفصیل داده شده و به دلیلی برای سرسپردگی، تکریم، بزرگداشت، اقتناع و نزاع تبدیل گشته اند. رسانه های جدید با ترجمه یا اقتباس روایات، آنها را تغییر شکل می دهند. نمونه سینمایی مرالمس نکن که در سال ۱۹۶۱ ساخته شد، روایتی ارائه کرد که با متن اصلی کتاب که خود ریزال در سال ۱۸۸۷ نگاشته بود، بسیار فاصله داشت. البته اجرای مجدد و چشم گیر روایات به شیوه هایی که از طریق آنها، داستان ها در بسترهای مذهبی، فرهنگی و تاریخی بازتاب می یابند، کمک می کند. با وجود این، در میان دریای بی کران داستان ها، گفته های موجود پیرامون داستان ریزال قابلیت بازآفرینی دارند. هر قدر هم که گفته ها و داستان های پیرامون وی، غنی و تفکربرانگیز باشند، وقتی کنار هم قرار می گیرند، ناکامل به نظر می رسند؛ مجموعه ای تکه تکه و خطوط روایتی که حتی مدت ها پس از اعدام او همچنان در حال ساخته شدن و شکل گیری اند. آشنایی با برخی شیوه های تکرار، گسترش دامنه و شرح و تفصیل داستان ریزال، نه

ص: ۱۱۷

تنها به شفاف سازی شیوه عملکرد روایات می انجامد، بلکه بازتاب گفته های خود ریزال را نیز در بین نسل ها و فرهنگ ها آسان تر می سازد. گفته هایی همچون اینکه: «هیچ کس نمی داند چگونه خواهد مرد، ولی هر کسی موظف است تصمیم بگیرد که چگونه و برای چه باید زندگی کند».

زیبایی شناسی

اشاره

ص: ۱۱۸

هر از گاهی، هنرمندانی آثارشان را به جهان عرضه کرده اند که برای دین باوران تکان دهنده، توهین آمیز و رنجش زا بوده است. مثالی مناسب و مشهور برای این مورد، اثر (۳) اندرس سرانو (۴) است که نخست در سال ۱۹۸۹ به نمایش گذاشته شد و شماری از کاتولیک های کلیسای رم را به اندازه ای برآشفته که سرانجام برای حذف (۵) این قطعه

ص: ۱۲۰

۱- Birgit Meyer

۲- Jojada Verrips

۳- اثری با نام Piss Christ

۴- Andres Serrano

۵- اینکه مشاهده هنر تابوشکن می تواند واکنش های غریزی را در تماشاگران برانگیزد، به دقت در هشدارنامه موزه برکلین هنر مدرن در نیویورک به مناسبت گشایش نمایشگاه «احساس» در سال ۱۹۹۹ تشریح شده است. اینکه چگونه آثار عرضه شده سبب تکان، غثیان، آشفتگی، وحشت زدگی، هیجان و دل شوره می شوند. (نک: وریپس، ۲۰۰۸)

«زننده»^(۱) هنری از فهرست نمایشگاه‌ها اقامه دعوا کردند. برخی حتی به نابودی آن کمر بستند، چنان که نوجوانی به نام ملبورن با چکش به آن حمله ور شد؛ چون حکم قاضی مبنی بر «موهن نبودن ذاتی این اثر»، اشک مادرش را درآورده بود. به نظر آلیسون یانگ^(۲) _ که به تفصیل وارد این ماجرا شد _ مشکل قاضی از آنجا شکل گرفته بود که «این اثر با اصطلاحات خوشایند زیباشناختی قابل توصیف بوده است، مانند توصیف آن به شفق گونه بودن»، ولی فهم یک آدم معمولی از عنوان و آگاهی او از شیوه ساخت اثر بر توهین آمیز و زننده بودن احتمالی آن گواهی می‌دهد. چه بسا قاضی در آرزوی یافتن زندگی یا وقاحت حقوقی در اثری هنری بوده است که در فرجام بدان دست نمی‌یابد؛ زیرا وی میان زیبایی شناسی اثر هنری (زیبایی ظاهری) و جایگاه نسبت گزارانه آن (سرشت نفرت آور پیدایی اثر که عنوان، گواه آن است)، تضادی می‌بیند، ولی سرانجام، این روی زیبای اثر است که آن را از حکم به زننده بودن در امان می‌دارد. (۲۰۰۵: ۳۲)

برای برخی خوانندگان، شاید دور از انتظار باشد که «زیبایی شناسی»^(۳) به عنوان واژه‌ای کلیدی در بررسی دین و رسانه به کار آید. منشأ این ناباوری، معنای محدود این واژه در دوران مدرن است. زیبایی شناسی یادشده به همان مفهومی است که در پایان قرن هیجدهم فراجنگ آورده و هنوز هم در دو حوزه تخصصی و عمومی کاربرد دارد؛ یعنی «زیبایی بی طرف» یک اثر هنری. نشان خواهیم داد که زیبایی شناسی پیش از رسیدن به این معنای خاص کانتی، معنای بسیار وسیعی داشته است. در حال حاضر، گرایش با پس زمینه‌های متنوع رشته‌ای (مانند پژوهش‌های فرهنگی و بصری، انسان شناسی، جرم شناسی فرهنگی، مطالعات رسانه‌ای، تاریخ هنر و دین تطبیقی) میان دانش پژوهان علاقه‌مند به مطالعه شبکه دین و رسانه وجود دارد تا به بازنگری مفهوم وسیع‌تر زیبایی شناسی روی آورند. ابتدا شرح فشرده‌ای از

ص: ۱۲۱

۱- Obscene.

۲- Alison Young.

۳- Aesthetics.

تبارشناسی کهن این اصطلاح و دگرگونی های معنایی آن را در طول تاریخ می آوریم. سپس این موضوع را بسط می دهیم که چگونه زیبایی شناسی به شیوه ای حس برانگیز می تواند تصور شود، به کار رود و بینش های عمیق تری در جهت شناخت فراگیر رسانه های دینی _ شامل نقش ها، شمایل ها، متن ها، فیلم ها، نوارها، رادیو و غیره _ به بار بنشانند تا بر دین مداران اثر بگذارند و حامل جلوه ای از حضور الهی باشند.

از امر حسی ۱ تا حس زیباشناختی ۲

از امر حسی (۱) تا حس زیباشناختی (۲)

در کتاب درباره نفس، ارسطو استدلال می کند که «نفس» (۳) به عنوان هستی غیر مادی با قدرت های ویژه یا نوعی نیروی حیات با توانایی های خاص آن گونه که او مفهوم سازی کرده است، کالبد موجودات انسانی و دیگر حیوانات را به خدمت می گیرد تا این قوه ها و قدرت ها را در بدن فعلیت ببخشد. از نظر ارسطو، نفس سرچشمه ای است برای:

۱. توان ما در تغذیه خود؛

۲. توان ما در درک جهان به وسیله حواس پنج گانه؛ (۴)

۳. قدرت بازنمایی (۵) جهان؛

۴. قدرت تفکر درباره (۶) جهان؛

۵. قدرت پر و بال دادن به امیال (۷) در جهان.

همه اینها در احساسات ما ریشه دارد. ارسطو، لامسه را اساسی ترین حس نفس

ص: ۱۲۲

۱- Aesthesis: برخی از امور حسی در نظر افلاطون عبارتند از: سرما، گرما، دیدن، شنیدن، لذت برد و...

۲- Aesthetica

۳- Psyche

۴- Aisthetikon

۵- Phantastikon

۶- Nous

۷- Orektikon

برمی شمارد؛ زیرا لامسه، از خلال تولید مثل (۱) و صیانت، (۲) مقوم شرط بقای ماست. با اینکه ارسطو، دیگر حواس را به گونه بساوی و در عرض آن نمی پنداشت، آن گونه که برخی دانش پژوهان عصر ما می اندیشند، او دریافته بود که ادراک ما از جهان از دریچه حواس پنج گانه، یک کل تجزیه ناپذیر است. این همان معنایی است که ارسطو از امر حسی (در ارتباط مستقیم با حواس پنج گانه) در نظر داشت. قابلیت های جسمانی ما بر پایه قدرتی است که به نفس ما داده شده است تا اشیای این جهان را با واسطه پنج شیوه متفاوت حسی خود ادراک کنیم؛ به گونه ای تحلیلی و هم زمان به عنوان یک کل در هیئت مجموعه ای خاص از حس یافت ها. برای مثال، سیبی را با ریخت، مزه، بو، صدا، رنگ و شکل قابل دیدن در نظر بگیرید. اثرگذاری سیب به عنوان یک کل بر ما دقیقاً هم زمان است با حس یافت های متفاوت از آن. از این رو، مفهوم امر حسی به سرجمع تجربه حسی و به دانش حسانی ما از جهان بازمی گردد. (۳)

این دانش در جریان تاریخ به تدریج به پس زمینه جهان غرب رانده شد و بیش از پیش بر احساس هایی تکیه شد که با چشم دریافت می شوند. بازنمایی ها تنها بر عنصر چشم بنا شدند و سرانجام، تفکر انتزاعی و خردورزی در چرخشی بر این بازنمایی ها استوار شدند. به طور مشخص، اصل «من می اندیشم پس هستم» (۴) دکارت، تفکیک قاطع او میان ذهن و بدن را در پی داشت. مفهوم حسی ارسطو یا شیوه زیباشناختی دریافت جهان یعنی آگاهی از طریق بدن، موقعیت خود را در محافل روشن فکری به سرعت از دست داد. در این میان، مقدمه الکساندر گوتلیب بومگارتن (۵) بر اصطلاح حس

ص: ۱۲۳

۱- Sex.

۲- Violence.

۳- برای شرح مفصل تر درباره امر حسی نک: وریپس، ۲۰۰۶.

۴- Cogito ergo sum.

۵- Alexander Gottlieb Baumgartner.

زیباشناختی در میانه قرن هیجدهم برای معرفی دانش شناخت حسانی در مفهوم کلاسیک آن، گام مهمی به شمار می رفت، ولی نشان دهنده بازگشت یا بازآفرینی پایدار روابط متوازن تری میان زیباشناسی و شناخت عقلی جهان نبود. چه بسا کیفیت حس زیباشناختی به عنوان یک علم به این رشد نامتوازن کمک کرده باشد؛ زیرا این علم به جای تکیه بر توانایی های فرادست یا کلی تر آگاهی یعنی شناخت عقلی و منطقی بر توانایی های فرودست یا زیرین آگاهی یعنی شناخت حسی آدمی انگشت می گذارد. هرچه باشد، مایه تأسف است که تقاضای رقت انگیز بومگارتن از فیلسوفان برای توجه جدی به اهمیت دریافت زیباشناختی یا اثرپذیری حسی از جهان، پاسخ مورد انتظار را در پی نداشت؛ زیرا پس از او خم افکندی، میراث ارسطو را به پس زمینه مطالعات تخصصی راند و این جریان در بستر بسیار ویژه ای به راه افتاد. به این ترتیب، استتیکا به تدریج، به دانش عقلی زیبایی و فلسفه هنر بدل شد.

میراث کانت ۱

میراث کانت (۱)

نقش اصلی در این رویداد یک سویه و کم و بیش کوتاه بینانه از آن ایمانوئل کانت بود. او با رساله های متقن بومگارتن درباره شایستگی تأمل در شیوه های شناخت حسی یا بدنی در کنار شیوه های شناخت عقلی یا ذهنی، آشنا بود. وی داوری زیباشناختی درباره یک چیز را بر احساس خوشایندی (میل) (۲) یا اکراه (بی میلی) (۳) مبتنی می دانست که برآیندی است از هم آمیزی ناخواسته قوه خیال و عقل. از آنجایی که دیدگاه کانت یعنی احساس خوشایندی و اکراه بر یک داوری ناب ذوقی یا بر بازتاب یافتن به وسیله شیء استوار است که از مجموع حسانیت و عقل فرا می آید. او در رهیافتی کم و بیش عقلی به این تجربه دست می یازد. احساس

ص: ۱۲۴

۱- Kant.

۲- Lust.

۳- Unlust.

لذت بردن یا نبردن زیباشناختی (و تجربه زیبایی یا زشتی) دارای چهار ویژگی است:

۱. به سلیقه ای خاص وابسته نیست و خواسته مشخصی را به بار نمی آورد؛

۲. به یک شیء واحد و نه رده ای از اشیا تعلق دارد؛

۳. با برخورداری از مناسبت بدون غایت داوری می شود؛

۴. (بی دلیل) با تأیید دیگران روبه رو می شود.

کانت همچنین در پیوند با زیبایی، مقوله زیباشناختی امر والا (۱) را به میان می آورد؛ چیزی قابل مشاهده که حیرت، اضطراب و هیبت می آفریند و از امر زیبا فراتر می رود. این دو مقوله، ستون های فلسفه زیبایی شناسی کانت را می سازند.

با آنکه شمار زیادی از دیگر اندیشمندان بزرگ از جمله شیلر، (۲) شیلینگ، (۳) هگل، (۴) شوپنهاور (۵) و تا حدوی، مارکس (۶) به زیبایی شناسی پرداخته اند، ولی دیدگاه کانت بیشترین تأثیر را در دهه های بعد به ویژه در میان تاریخ پژوهان و فیلسوفان هنر بر جا گذاشت. اندیشه زیباشناختی کانت هنوز هم به طور مستقیم و غیر مستقیم بر کار بسیاری از پژوهشگران امور زیبا و پدیده های والا سایه انداخته است. با این حال، پذیرش دیدگاه عقلی و خردبنیاد کانت درباره چگونگی فهم تجربه های زیبا و والا، دویبارگی های مشکل زای چندی دارد که زیبایی شناسی را در حصار کم و بیش تنگ پژوهشی به بند می کشد.

آشکارترین پی آمد فوری، مرزنگاری دویبارگی یاد شده است میان قلمرو حواس یا بدن و حیطة عقل یا ذهن که بومگارتن، آرزوی پرشور پیوند آن دو را در سر داشت. این بدین معنای ضمنی است که حواس و بدن برای فهم اثرگذاری حسی و

ص: ۱۲۵

۱- Sublime

۲- Schiller

۳- Schelling

۴- Hegel

۵- Schopenhauer

۶- Marx

عاطفی همه انواع صور خیال و ابژه‌ها بر مخاطبان در سپهر دین (برای مثال)، شایستگی چندانی ندارند. ممکن است این روند را حس کاهیدگی یا جسم زدایی زیبایی شناسی بنامیم. چشم یک چشم ذهنی و گوش یک گوش ذهنی شده و دیگر حواس فلج یا بی‌حس گشته‌اند. تنها با ظهور پدیدارشناسی به ویژه با دیدگاه بسط یافته مرلو – پونتی (۱) درباره ادراک، دیگر بار تجربه‌ها و آگاهی‌های زیباشناختی در مرکز عرصه نمایان شدند. (۲) اثر مرلو – پونتی (۳) در سال ۱۹۴۸ آشکارا با چنین تجربه‌هایی در پیوند با ظهور هنر مدرن سروکار داشت. بازنمایی‌های واقعیت به وسیله هنرمندان در توافق با این حقیقت بود که جهان تنها از راه چشم دیده نمی‌شود، بلکه با تمام حواس دریافت می‌شود؛ یعنی با سرتاسر بدن. اثر منحصر به فرد مرلو – پونتی، بسیاری از دانش پژوهان رشته‌های مختلف در نیمه دوم قرن بیستم را واداشت تا به نگرش‌هایی فراتر از نظریه زیباشناختی غیرمجموعه و غیرمادی در فلسفه هنر روی آورند.

دومین دوپارگی، انحصار نظریه زیباشناختی نئوکانتی در هنر موسوم به هنر فرادست (۴) یا مدرن است. (هنر در مکان‌ها و فضاهای ویژه حفظ و عرضه می‌شود.) این نظریه به صورت تحقیر آمیزی، هنر برجسب خورده فرودست (۵) یا پرزرق و برق را به دور می‌افکند (تولید صور خیال و ابژه‌های انبوه برای مصرف خیل عظیم توده‌ها). در این زمینه، مهم است بدانیم که جدایی میان هنر فرادست و هنر فرودست، تا حدودی هم زمان است با دوپارگی سومی که در عصر روشنگری پدید

ص: ۱۲۶

۱- Merleau- Ponty.

۲- نقدهای بنیامین (۱۹۷۷) و بورک – مورس (۱۹۹۲) بر نظام‌های دریافتی مدرن بر پایه درست بنا شده‌اند؛ زیرا دگرذیسی دریافت حسی را در بافتی می‌نگرند که به برجسته شدن حس بینایی انجامیده و در پی فلج کردن دیگر دریافت‌های حسی است. با این حال، دیدمداری نباید ساده‌انگاشته شود و گرنه به ناتوانی ما در فهم دستگاه حسی مدرن خواهد انجامید. کاوش هماهنگی حواس و دست‌یازی‌های هم‌زمان زیباشناختی آنها در فضاهای خاص تاریخی مانند فضای مدرن اهمیت دارد.

۳- Causeries.

۴- High art.

۵- Low art.

آمد؛ یعنی فاصله گرفتن هنرمند از قلمرو دینی. بر پایه این بینش، دین در دوران مدرن و عقل‌گرایی به تدریج، اهمیتش را از دست می‌دهد، حال آنکه هنر فرادست به جایگاه برینی برای خلق تجربه والا-تبدیل می‌شود. به دنبال آن، آثار اشخاص مذهبی که خود را هنرمندانی جدی می‌پنداشتند، به قلمرو هنر فرودست یا پر زرق و برق تنزل یافت و شایسته بررسی و توجه دانسته نشد.

در پی این دویارگی‌ها [ی سه گانه]، گفتمان زیباشناختی نوکانتی به حوزه انحصاری پژوهش محدود شد که دست کم از منظر زیباشناسی به مفهوم ارسطویی آن، تنگ‌نظرانه است. نه تنها کالبد نادیده گرفته شد، بلکه طیف وسیعی از صور خیال و ابژه‌ها، خودسرانه به عنوان هنر بی‌مقدار، دینی یا هر دو، ملال آور خوانده و از درجه اعتبار ساقط شدند. افزون بر آن، نسبت به بافت اجتماعی و فرهنگی سازنده و پردازنده تجربه‌های زیباشناختی نیز بی‌توجهی شد. همه اینها محصول رویکردهای ایستا و غیرمجسم زیباشناختی است. حتی اگر نگاه تماشاگران نقش‌ها را به عنوان یک حس کانونی بدیهی و مسلم فرض کنیم، رویکردهای یادشده از درک مواردی درمی‌مانند که در آنها، آهنگ دستگاه حسی تحت تأثیر اختراع فن‌آوری‌های جدید دست‌خوش دگردیسی‌های جدی شده است به ویژه در عرصه تولید و مصرف صور خیال و متن‌های مثلاً مدرن. به دیگر سخن، این رویکردها به دلیل بی‌اعتنایی در برابر دلالت بافت‌های اجتماعی و فرهنگی و کلیت دستگاه حسی، آهنگ خاص حواس در هماهنگی با ظهور ذهنیت‌های مدرن را نادیده می‌انگارند.

دین در مقام میانجی و «چرخش زیباشناختی»

دین در مقام میانجی و «چرخش زیباشناختی»

این سنخ دویارگی‌های مدرن میان ذهن و بدن، هنر فرادست و فرودست و هنر و دین، نگرش‌های زیباشناختی را به مدتی طولانی شکل بخشیدند، ولی هم‌اینک

تمایلی به فهم فراگیر این اصطلاح پدید آمده است. دانش پژوهان با بازشناخت نیازمندی به درک قدرت عاطفی پیکره ها، صداها، متن ها و دیگر صورت های فرهنگی که در مخاطبان نفوذ می کند به جست و جوی فهم های یک دست تری از حس کردن و آگاهی یافتن برآمدند. به یقین، این بازشناسی نه تنها زیبایی شناسی را در حصار هنرهای فرادست (در برابر هنرهای توده ای و دین) به بند نمی کشد بلکه آن را در زندگی روزمره جاری می سازد و در ورای دوانگاری گفتمان های زیباشناختی نوکانتی، نوید بخش جنبشی است به سوی بازشناسی مفهوم جامع ارسطویی امر حسی. عرصه نوظهور دین و رسانه یکی از بسترهایی است که در آن، شاهد چرخشی به سوی فهم گسترده تر زیبایی شناسی هستیم. این دگرگونی با خیزشی خیره کننده و رواج قالب های سمعی - بصری فرهنگ دینی آغاز شده است. از نوارهای سخنرانی واعظان مسلمان تا برنامه های رادیویی تبلیغی تجدید بنای کاتولیک، از سریال های کمیک دینی تا وعظ تلویزیونی کریسمس و از فرآوری انبوه لیتوگراف ها و عکس هایی که به دل آگاهی معنوی دعوت می کنند تا راه اندازی تارنماهای روحانی در فضای رایانه ای، همگی در خدمت این چرخش قرار دارند.

در نگاه ابتدایی، رسانه و دین گویا به دو قلمرو متضاد هستی شناختی تعلق دارند: یکی، به مادیت و تکنولوژی زمخت و دیگری، به مرتبه والای الهی یا فرامادی. با توجه به بهره گیری سنت های دینی از رسانه های نو، این نگاه ابتدایی کاستی های زیادی از دید دانشوران دارد. پیش فرض جدایی دین از رسانه نیز از درک غیرمادی و غیرمجسم از دین مایه می گیرد. در واقع، پس از اصلاحگری پروتستانی و هم سو با دوپارگی های یادشده، دین مدرن بر شالوده تضاد میان روح و ماده و اعتقاد درونی و رفتار بیرونی پی ریزی شد. برای مدتی مدید، مسائل بازنمایی و تأویل که با درک اعتقادات درونی و معانی باطنی، دم ساز بودند، مقامی ممتاز یافتند. تأمل در

شبهه به هم پیوسته دین و رسانه به فهم دین در نقش «عامل میانجی» می انجامد که بر اساس آن، رسانه ها اهمیتی بنیادی می یابند. در این فهم دینی، رسانه، شرط لازمی است برای ایجاد پیوستگی میان مردم و عالم غیب که همان گستره عمل الهی یا فرامادیت است. مفهوم وساطت در آغاز کار از صورت های مادی رسانه ها به صورت انکارناپذیری حکایت دارد؛ صورت هایی که حواس و بدن های دین مداران را هماهنگ می کنند و آنها را مخاطب قرار می دهند. در این مسیر، نگرش های بدیل در حوزه دین و رسانه از دین غیرمجموعه و غیرمادی مدرن فراز آمدند، به زیبایی شناسی توجهی فراخور آن کردند و مفهوم جامع ارسطویی را بازآفریدند.

برای مثال، دیوید مورگان^(۱) در تحلیل خود درباره رابطه میان آثار دیداری حضرت مسیح علیه السلام و تماشاگران آنها در بافت پروتستانیتسم توده ای امریکا، از فهم بافتارمند و تن یافته زیبایی شناسی دینی جانب داری می کند. مورگان با برجسته شمردن قدرت عاطفی ایماژها، بر فرادستی تنانی تأکید می کند؛ چون از طریق آن، تصویرهای عیسی علیه السلام به جای تصویرگری صرف، حضوری پرجذبه را تداعی می کنند. پویش کریستوفر پینی^(۲) در شیوه های ارتباط روستاییان مرکزی هند با انبوه لیتوگراف های الهگان، به این نگرش بدیل زیبایی شناسی اهمیت بیشتری می هد. وی عکس های خدایان را در یک آیین پرستش جسمانی _ شعری از آن بدن _ جای می دهد که در آن، تصویرها، آنچه را می خواهند، دریافت می کنند. به نظر پینی در آیین های تصویری هندو، نیایشگر تجربه کارآیی و اثرگذاری تصویر را به پای قدرت آن می گذارد. پینی ضمن تأکید بر اینکه نظریه زیباشناختی نوکانتی تا اندازه زیادی با تماشاگر نادل بسته بی بدن^(۳) پیوند می خورد، برای به چنگ آوردن جذبه و اثربخشی دریافته ایماژها،

ص: ۱۲۹

۱- David Morgan.

۲- Christopher Pinney .

۳- Disinterested bodiless beholders.

اصطلاح جای‌گزین زیباشناسی جسمانی^(۱) را وضع می‌کند. او با وضع این اصطلاح در پی بازیابی معنای یونانی و کهن زیبایی‌شناسی به مفهوم «دریافت حسی» است که ریشه جسمانی و مادی دارد و هم‌زمان به مفهوم تجهیز حواس نیز اشاره می‌کند. از نظر او زیباشناسی جسمانی به معنای «پذیرش حسی ایماژها» است یا تعهد تنانی با آثار هنری که بیشتر مردم (به جز کانتی‌ها و مدرنیست‌ها) از آن بهره‌مندند. کتاب او به زیبایی بیان می‌کند که چگونه این فهم جامع زیبایی‌شناختی، دروازه‌های جدیدی از پژوهش را به روی انبوه ایماژهای دینی باز می‌کند تا بسی‌بیش از چگونه بودن ایماژها، قدرت عمل آنها آشکار شود.

بخش عظیمی از پژوهش‌های دین و رسانه بر فرهنگ بصری تکیه می‌کند و پژوهشگران از ناتوانی رویکردهای سنتی زیباشناختی در فهم قدرت عاطفی ایماژها در برابر توانایی ایماژها در به‌کار انداختن تجربه دینی ناخرسندند. پس ظهور نقدهایی بر این رویکردها جای‌شگفتی ندارد. به هر حال، پژوهشی در معنای جامع زیباشناختی، حوزه رسانه‌های غیربصری مانند رادیو و نوار کاست را نیز می‌تواند دربرگیرد. در این عرصه، اثر چارلز هیرشکیند^(۲) منزلت ویژه‌ای دارد. این اثر درباره شیوه‌هایی است که انبوه نوارهای موعظه با مجموعه‌های مجسم از میان شنوندگان جوان مسلمان سخن می‌گویند و شنوندگان این حکایت‌ها را نظر به «اخلاق استماع»^(۳) می‌پذیرند. هیرشکیند با تأکید بر اینکه یک بافتار تربیتی فراگیر، به قابلیت‌های تکلمی و سمعی مردم شکل می‌دهد تا منش عاطفی ویژه‌ای به بار آورد، می‌گوید که واقعیت‌یابی تشخیص اخلاقیات اسلامی با کالبدی‌پرطنین گره‌خورده است. وی با گزینش یک فهم زیباشناختی جامع و جسمانی که الهام گرفته از برداشت شوسترمن از اصطلاح «تنازیبایی‌شناسی»^(۴) است، به‌طور ویژه اعلام

ص: ۱۳۰

۱- Corpoethetics.

۲- Charles Hirsch kind.

۳- Ethic of listening.

۴- Somaesthetics: مطالعه انتقادی جسم و نقش جسم در دریافت درونی _ فلسفی.

که بدن، پیوندگاه زیبایی و اصول اخلاقی است. از این رو، تحلیل او از «تن _ اخلاقی»^(۱) از تجربه دینی مایه می گیرد.

گفتنی است این رهیافت های جدید بر حسگری های تنانی تکیه می کنند، ولی از نظریه های روز آمد تجربه دینی در حالت های شخصی که پیروان ویلیام جیمز^(۲) بسط داده اند، پیشی می گیرند. این واقعیت که او و هم فکرائش، ساده انگارانه به وجود یک تجربه دینی ابتدایی، بی پیرایه و با سیاقی به ظاهر بی واسطه می اندیشند، خالی از کاستی نیست. این نگرش مفاهیمی همچون اراده، عاطفه و داوری زیباشناختی را در فردیت انسان معتقد منحصر می کند و صورت های اجتماعی ساری، جاری و عام مانند زبان را که در شکل گیری تجربه فردی سهیم هستند، نادیده می گیرد. افزون بر آن، دیدگاه جیمز از درک گسترده ای در می ماند که در آن، ساختارهای بازگفت همان گونه که به وسیله سازمان های دینی پاسداری می شوند، در تأیید ذهنیت های خاص مذهبی، نقشی کانونی ایفا می کنند. فهم دین در مقام وساطت نقش این گونه شیوه ها و ساختارها به شکوفایی تجربه دینی و معنویت به شدت فردی شده اشاره دارد. از این رو، به جای اولویت دادن به یکی از حالت های فردی یا اجتماعی باید به فرآیندهای تکوین تجربه ها و ذهنیت های دینی اندیشید که در آنها امور شخصی و اجتماعی به صورت جدایی ناپذیری به یکدیگر گره خورده اند.

زیبایی شناسی دینی

زیبایی شناسی دینی

زیبایی شناسی دینی در معنای جاری به مفهوم عملی^(۳) مجسم و مستحکم است که سوژه هایی را به سوژه ها و ابژه های دیگر ربط می دهد و در تجربه دینی ریشه دارد و زمینه ساز آن است. برای درک پیوند میان زیبایی شناسی و تجربه دینی برآنیم تا

ص: ۱۳۱

۱- Soma-ethical.

۲- William James.

۳- Praxis.

در آغازین گام، از صورت‌هایی دینی سخن به میان آوریم که مواجهه میان انسان و ذات الهی، بلکه میان انسان‌ها را سازمان می‌دهند و تجربه فردی دینی را با صورت‌های ساری، جاری و عام خود تلاقی می‌دهند. نخست با طرح مفهوم «صورت حس یافتی» (۱) به تبیین این فرآیندهای تلاقی می‌پردازیم که در آنها تجربه‌های فردی و اجتماعی هم‌داستان می‌شوند. ما این صورت‌ها را به گونه‌ای به نسبت، پایدار و موثقی می‌شناسیم که راه رسیدن به تعالی را هموار می‌کنند تا پیوستگی میان مؤمنان در بافتار نظام‌های دینی مسجل شود و تداوم یابد. (۲) صورت‌های حس یافتی، ساری، جاری و عام هستند. آنها دین‌مداران را با آیین‌های ویژه عبادی گره می‌زنند و در شکل‌دهی به سوژه‌های دینی، نقش مرکزی دارند. در اینجا به شماری از ابعاد کلیدی صورت‌های حس یافتی می‌پردازیم تا شناخت ما از زیبایی‌شناسی به مفهوم کردمانی مجسم و مستحکم برجسته شود.

نخست اینکه صورت‌های حس یافتی، مواجهه با فراسوی ناپیدا، قلمرو روح یا تعالی را سازمان می‌دهند. سنت‌های دینی با رواداشتن شیوه‌های موجه و معتبر میانجی‌گری بر حالت‌مندی‌هایی صحنه می‌گذارند که این قلمرو از لابه‌لای آنها و از چشم انداز دورتری قابل دسترس است و تولید می‌شود. بی‌گمان، این حالت‌مندی‌ها مرزهایی دارند و بیانگر حالت‌هایی ملموسند تا حواس را به سویه‌های گونه‌گونی بکشانند. در مثال یاد شده آیین‌های تصویری هندو، نیایشگران، قدرت معنوی ویژه‌ای را به عکس‌های خدایان نسبت می‌دهند. خدایان تنها از طریق انبوه

ص: ۱۳۲

۱- Sensational form

۲- برای طرح مفصل‌تر مفهوم صورت حس یافتی نک: میر (۲۰۰۶).

بازنمایی‌ها احضار نمی‌شوند، بلکه از راه فرآیندهای دوسویه دیدن و دیده شدن،^(۱) با تماشاگران در هم می‌آمیزند. نقش‌ها و شمایل‌ها به عنوان صورت‌های خاص حس‌یافتی که نیرویی ماورایی را احضار می‌کنند، محور کارهای بسیاری قرار می‌گیرند، ولی در این میان، تمرکز و رای پیوند تصاویر و شهود اهمیت دارد، چنان‌که در آثار فعلی درباره موضوع‌هایی همچون تسخیر و احضار ارواح یا رابطه صدا و قدرت فره‌مند در فضاهای مسیحی و اسلامی با دقت نشان داده شده است. گام مهم، احراز این نکته است که با چه برهانی، توانایی احضار قدرت ماورایی به صورت‌های روشن مادی نسبت داده می‌شود. جاذبه زیباشناختی این صورت‌ها در جنبه‌هایی نهفته است که به وسیله آنها و حواس و بدن بر تماشاگران اثر می‌گذارند.

دوم اینکه صورت‌های حس‌یافتی، همان‌گونه که پیش‌تر اشاره رفت، به شیوه‌های مشخص، بدن‌ها و حواس مردم را شکل می‌دهند و آنها را مورد خطاب قرار می‌دهند. مورگان تصریح می‌کند که یک‌تعلیم بی‌همتای شهودی، چارچوب ایماژهای دینی را می‌سازد و «کنش‌های دیداری» ویژه‌ای را در پی دارد. در همین حال، هیرشکیند تأکید می‌کند که استماع با «شنیدن» محض تفاوت فاحشی دارد و به پیدایش خصلت‌ها و احساسات بستگی دارد. ظهور دین‌داری در هر دو مورد، ثمره تلاشی مستمر روی بدن و حواس است که چشم و گوش را آماده می‌کند.

لیز جیمز،^(۲) کلیسای بیزانسی را چنین وامی‌کاود: «فضایی جذاب برای همه حواس»، «فضایی که بدن و رابطه بدن با امر معنوی را در قلب خود نمایان می‌کند.» او با بیان نقش تلاقی ماده و حس در ظهور امر معنوی، بر مرکزمداری حواس فرودست مانند بویایی، بساوی و چشایی در دین بیزانسی تأکید می‌کند.

ص: ۱۳۳

۱- Darshan.

۲- Liz James.

جرمی استالو(۱) با تحلیل سبک کتاب های درسی یهودی (در اینترنت) نتیجه می گیرد که تهی ساختن متون چاپی از گیرایی حسی، نابخشودنی است. در این کتاب ها به جای خشک نظری صرف، حسی از جاذبه دمیده شده است تا خوانندگان را لمس کند و بر جان آنها لنگر اندازد. در همه این نمونه ها، بدن و دستگاه حسی همچون بسترهای اصلی پرورش ذهنیت های دینی نمایان می شوند که در پرتو آن، همه گرایش های شخصی و صورت های حس یافتی عام در سیمای ملکه ای یگانه در هم می آمیزند.

سوم اینکه حالت های جسمانی و حسی که برای شکل دادن به سوژه های دینی به کار گرفته می شوند، در تثبیت و تداوم پیوستگی های آنها نیز نقشی کلیدی دارند. از این رو، مرکزمداری زیبایی شناسی در توسعه جوامع دینی بر پایه یک سبک عام زیباشناختی قابل انکار نیست. یک شیوه دینی مشترک که برای مثال، در نیایش جمعی، مجموعه آوازهای همگانی، تصویرها، شیوه های نگاه، نمادها، مناسک و حتی شیوه مشابه لباس پوشیدن و فرهنگ مادی نمایان می شود، علاوه بر بیان کردن حالت های فراگیر، به مردم احساسی از آرامش می بخشد. فراگیر شدن یک سبک مشترک زیباشناختی به وسیله یک وابستگی مشترک دینی، نه تنها احساسی از با هم بودن را می آفریند، بلکه با احساسات و حالت های جمعی سخن می سراید و آنها را باز می تاباند. چنین تجربه های مشترک مفاهمه و تساهمی، سیمایی گروهی و اشتراکی به مردم می دهد و زیربنای یک هویت دینی جمع بنیاد و گشتالت(۲) را می سازد. زیبایی شناسی فراگیر دینی در پر کردن فضاهاى سکولار با قدرت دینی، نقش مهمی ایفا می کند. تحلیل آلن و ماری رابرتس(۳) از قدسیت بخشی شهرهای

ص: ۱۳۴

۱- Jeremy Stolow.

۲- Gestalt.

۳- Allen Mary Roberts.

سنگال با نصب تصاویر صوفی زاهد، شیخ احمدو بامبا(۱) در اماکن عمومی، گواهی بر این حقیقت است. به یقین، نقش زیبایی شناسی در شکل گیری هویت های جمع بنیاد دینی و سیمای عمومی آنها، نیازمند توجه بیشتری در آینده خواهد بود.

برآیند

برآیند

نظریه زیباشناختی به دلیل عنصر جاذبه _ و انزجار _ تصویرها در جهان پساسکولار و اشباع شده از رسانه ها باید از دوبارگی های میان ذهن و بدن، هنر فرادست و هنر فرودست و هنر و دین فراتر برود. فهم جامع زیبایی شناسی آن گونه که یاد کردیم، امکان تمرکز بر رابطه میان مردم، ایماژها و دیگر صور دینی و امکان بررسی شیوه شکل گیری آن را فراهم می آورد. این نسبت به وسیله حالت های مجاز فراخواندن حضور و قدرت الهی و از طریق شیوه های حسانی برقرار می شود. واکنش های پریشان مؤمنان در برابر اثر اندرس سرانو در پرتو درخشان این فهم جامع، رنگ دیگری به خود می گیرد که متفاوت از تصور قاضی است. قاضی بر پایه نظرگاه سنتی نئوکانتی، این اثر را نمونه ای از هنر فرادست با «زیبایی ظاهری» خود ارزیابی کرده بود. نظر ما درباره انگیزه اتهام های کفرگویی، هر چه باشد، چه سرگیجه زیباشناختی و چه بحث و جدل های سیاسی پیرامون آن، رویکرد زیباشناختی حمایت شده در اینجا، ما را به تصدیق این حقیقت وامی دارد که شاید مردمانی _ به معنای واقعی کلمه _ رنجیده باشند؛ دقیقاً به وسیله همان ایماژهایی که احساسات مجسم دینی و حالت های تمثیلی پذیرفته شده آنها را جریحه دار کرده است. از این رو، تصویرهای جنجالی همان نقطه ای را برجسته می کنند که در این جستار به دنبال آن بوده ایم. به دیگر سخن، دین در تنگنای سپهر روحانیت ناپایدار و ایمان های انتزاعی محض نمی گنجد، بلکه مواد و ابزار ناب و سخت را شامل می شود که برای تجسم بخشیدن به سوژه های دینی به کار گرفته

ص: ۱۳۵

در پایان این جستار یادآور می شویم که در بازگشت به سوی زیبایی شناسی مجسم و استوار، بدن و حواس نباید رهین منت «ذهن» شوند و تابعی از آن به شمار آیند. به دلیل تن و ماده زدودگی دین و زیبایی شناسی، احیای بدن و حواس از اهمیت ویژه ای برخوردار است. از این رو، رجعت به دوپارگی ذهن _ بدن شایسته نیست. در فهم ما، همان گونه که مرلو _ پونتی یادآور شده، فرآوری معنا و آگاهی (که معمولاً با قلمرو ذهن پیوند دارد) همواره با تجربه ها و عواطف جسمانی در هم آمیخته و بازتابی از آنهاست؛ روندی که هم فکran بومگارتن آن را با اصطلاح مناسب «زیبایی شناسی منطقی»^(۱) مشخص کرده اند. به دیگر سخن، برای درک فرادستی و قدرت اثرگذاری صورت های حس یافتی دینی بر تماشاگران، شما را به فهمی از زیبایی شناسی فرا می خوانیم که بدن و ذهن را در یک کل تجزیه ناپذیر در هم می آمیزد.

تصویر

اشاره

ص: ۱۳۶

در تاریخ بسیاری از ادیان و در رسانه های مدرن، تصاویر جایگاهی محصور دارند و این جایگاه تنها یک دلیل دارد: چنین تصور می شود که تصاویر اعتمادناپذیرند؛ دروغ می گویند؛ می فریبند و دزدی می کنند. هم در آثار سقراط و هم در انتقادهای فراوانی که نویسندگان یهودی، مسلمان یا مسیحی، اصلاح طلبان هندو و انقلابیون مارکسیست مطرح کرده اند، شاهدیم که شک و تردید موجب بی اعتمادی مطلق نسبت به تصاویر شده است. (لاتور (۳) و وی بل، (۴) ۲۰۰۲) تصاویر دروغ می گویند؛ چون در بازگوئی حقیقت، گزینشی عمل می کنند، در جنبه هایی از آن اغراق می کنند و معمولاً آن چیزی را تعریف می کنند که روحانیان، حاکمان ستمگر یا فروشندگان انتظار دارند تا بینندگان انعطاف پذیر بپذیرند. تصاویر، افراد ناآگاه را با القای نظرها و عقاید غیرحقیقی، گمراه ساخته و بینندگان جوایح حقیقت یا قدرت را می فریبند. تصاویر، ایمان را از کلمات به عنوان ابزار وحیانی مکاشفه درونی و الهی در ادیان صاحب کتاب، می دزدند. همان طور که احتمالاً سقراط بدان اشاره کرده است، تصاویر، ایمان را در فرآیند منطقی گفتمان

می ربایند؛ در حرکت پیش رونده جست و جویی روشن فکرانه از عقیده به سمت حقیقت و با طرح ادعایی کذب درباره جایگاه خود (تصویر) در فرآیند آشکارسازی حقیقت یک امر.

با وجود این، بی اعتمادی به تصاویر، موضوعی عمیق تر را درباره آنها مفروض می دارد. تصاویر، جادوی خود را با اثری نامحسوس و در بیشتر موارد، مقاومت ناپذیر، بر جسم اعمال می کنند. تصاویر با تحریک ترس، حسادت، غرور، وسواس، خشم، شهوت و به نوعی تمام احساسات و تمایلات شدیدی که در خون انسان قلیان کرده و یا قفسه سینه را سخت می فشارند، مو را بر تن فرد راست کرده و به شکل اشک از چشمان وی سرازیر می شوند. تصاویر، جسم را مجذوب خود می سازند و بر آن تکیه دارند. این موضوع دقیقاً همان چیزی است که والدین، روحانیان، اخلاق گرایان، معلمان و فلاسفه تحت عنوان قدرت تصاویر، از آن اعلام انزجار کرده اند. تصور می شود که تصاویر در نیروهای جسم جریان داشته و محدودیت های اندیشه و آگاهی را نابود می سازند؛ محدودیت هایی که قدرت های اخلاقی سخت در تلاشند آنها را پرورش دهند و از آنها محافظت کنند.

در واقع، تصاویر، بخشی آشکار از دستگامی یک پارچه هستند که از عملیاتی بیولوژیک و در هم تنیده با الگوهای معرفت شناختی و فعالیت های نهادهای اجتماعی تشکیل شده اند. تصاویر تنها بر جنبه های ناپیدای هویت شخصی و جمعی دلالت ندارند، بلکه موادی هستند که با واسطه به سطوحی متصلند؛ سطوحی که مشاهده را به احساس و احساس را به مشاهده بدل می سازند. تصاویر بر اساس الگویی از مهم ترین سطح تجربه انسانی، یعنی چهره، چنین کاری را انجام می دهند. بهتر است چهره انسانی را به جای ارتباط اختیاری میان نماد با مرجع، سطحی ضخیم از درون ناپیدا تعریف کنیم؛ سیمایی که قلب پنهان امور را آشکار می سازد. به

معنای دقیق کلمه، تصاویر به عنوان چهره جسمی اجتماعی یا فرهنگی قلمداد می شوند. «سران مملکت» چیزی بیش از دال های اختیاری هستند. آنها سیمای زنده ملت ها یا کشورهای تحت رهبری خود هستند. می خواهیم چهره ها را باور کنیم؛ چون تصور داریم به طور ارگانیک به قلب و اراده مرتبط هستند. نوع بشر بسان دیگر پستانداران، برای به دست آوردن اطلاعات اساسی به چشم و دهان و دیگر ویژگی های صورت و حالت سر می نگرند. بدین ترتیب، بیشتر انسان ها می توانند نیت و خواسته دوست و دشمن بالقوه را تشخیص دهند. چهره ها، متن نیستند که بتوان خوانشی از آنها به دست آورد؛ ولی محلی هستند برای شهود و مشاهده حقیقت، به هنگام وقوع یا حتی قبل از وقوع آن. چهره ها، مکانی هستند که تجرید و احساس در آن آشکار می شوند. به معنای دقیق تر، چهره، عضو فیزیولوژیک تصویر است. چهره ها، سطحی ضخیم هستند که تصاویر را به نمودهای شعورمند تبدیل می کنند؛ و این احتمالاً گرایشی بیولوژیک در میان نوع بشر است تا به تصاویر به گونه ای بنگرد که گویی صورت ها و اجسامی با جذبه ای بساوی به جای صورت ها و اجسام خودمان هستند، بسان موجوداتی زنده که ما را به نظاره نشسته اند. (الکینز، (۱) ۱۹۹۶؛ گوتریه، (۲) ۱۹۹۳)

حس بینایی، مسیر مادی رسیدن به شناخت و تنها چیزی است که عیب جویان تصاویر و نگاره ها را می آزارد. احساس، حافظه و امر انتزاعی کاملاً در هم تنیده شده اند. عواطف، فرآیند شکل گیری حافظه و فراگیری را ارتقا می بخشند. مطالعات تصویری بشر نشان داده است که بینایی از طریق دو نظام عصب شناختی جداگانه ارسال می شود: یک مسیر بر نئوکورتکس (۳) بصری متکی است که آگاهی را ممکن می سازد و دیگری، نظامی میان مغزی و قدیمی تر است که با آگاهی ارتباطی نداشته و

ص: ۱۳۹

۱- Elkins

۲- Guthrie

۳- Neocortex

تنها با بادامه مغز (۱) مرتبط است. بادامه مغز واکنش های عاطفی به ویژه ترس را کنترل می کند؛ واکنش هایی که آشکارا و به سرعت، راه خود را به ضمیر خود آگاه می یابند، هرچند در بیشتر موارد به عنوان احساسی نامشخص هنگام جست و جوی یک موضوع. این سیستم بصری، منطق یا واکنش آگاهانه را شامل نمی شود، ولی بر واکنش غیرارادی نسبت به تهدیدهای دریافتی اثر می گذارد. (تامپسون (۲) و مدیگان (۳) ۲۰۰۵: ۱۷۵) ممکن است در تماشای فیلمی ترسناک، این دو سیستم با هم تعامل داشته باشند: یکی به طور غریزی، ترس را هدایت می کند و دیگری در برابر میل به فرار مقاومت می کند. فرد با خود می گوید: «این فقط یک فیلم است»، ولی واکنشی ابتدایی تر، فرد را مجبور می کند تا به گونه ای دیگر فکر کند: تصویری که می بینم، واقعی است. به واسطه عرق ریختن، جویدن ناخن و میخ کوب شدن سر جای خود، فرد به نوعی با شرایط موجود مصالحه می کند.

اندیشه غربی درباره بازنمایی، به طور کلی از ریشه های خود پیروی کرده است: از سقراط و تا زمانی که افلاطون در کتاب جمهوری، روایتی متمایز یا به عبارتی بهتر، استنطاق (۴) در بازنمایی را بسط می دهد. آنجا چیزی را می یابیم که به عنوان تردیدی ماندگار باقی مانده است. از آنجا که تصاویر امیال شدید را برآورده می سازند، برای منطق تهدید به حساب می آیند. به منظور کنترل جذبه اغواکننده هنرهای بازنمایی، سقراط خواستار قانون مهندسازی سرسختانه لذت موسیقایی و شعری می شود. هماهنگی میان روح متعالی با جسم زیبا، شرایط ایده آل محسوب

ص: ۱۴۰

۱- Amygdala: بادامه مغز یا آمیگدالا، سازه کوچک و بادام شکلی در سیستم لیمبیک است که در اعماق قسمت پسین و پایین لوب گیج گاهی مغز قرار گرفته است.

۲- Thompson.

۳- Madigan.

۴- Interrogation.

می شد. (افلاطون، ۱۹۹۲: ۷۹) وی تأسف می خورد از اینکه عمده قسمت های موسیقی و شعر و تقریباً تمام هنرهای بصری با منحرف کردن توجه به سمت تمایلات کنترل ناپذیر جسمی، در اثرگذاری بر توازن بسیار مهم میان سوما(۱) و روان، ناکام مانده اند.

نقد سقراط در طول دو هزاره، رونقی متناوب داشته و همان طور که خواهیم دید، بر منتقدان مهم و متعدد فرهنگ عامه در قرن بیستم میلادی اثر گذاشته است. با وجود این، در سال های اخیر، کارشناسان و منتقدان به ماهیت مجسم مشاهده پی برده اند؛ چیزی که لازمه نقش بدن در فرآیند معنا سازی از فیلم یا دیگر رسانه های تصویری است. (ساب چاک، (۲) ۲۰۰۴) حتی دبلیو. جی. تی. میچل (۳) معتقد است اصطلاح «رسانه های بصری»، (۴) اغفال کننده است؛ چون روش مهمی را نادیده می گیرد که به واسطه آن، فیلم، نقاشی یا تلویزیون بر تمام حواس تکیه می کند. (میچل، ۲۰۰۵) فیلم سازی به نام دیوید مک دوگال (۵) می نویسد: «ما با اندام خود می بینیم و هر تصویری که می سازیم، اثری از اندام ما را به همراه دارد.» (مک دوگال، ۲۰۰۶: ۳) روشی مکمل برای اندیشیدن در این مورد آن است که بگوئیم تصاویر، ما را می بینند و خود را بر صفحات اندام ما ترسیم می کنند؛ صفحاتی متراکم و گوشتی که طبق نظر تحریک آمیز رولان بارت (۶)، هنگامی که تصویر به وسیله پانکتوم (۷) ما را

ص: ۱۴۱

۱- Soma: پریکاریون یا سوما به جسم سلولی نوروها گفته می شود.

۲- Sobchack.

۳- W.J.T. Mitchell.

۴- Visual Media.

۵- David MacDougall.

۶- Roland Barthes.

۷- Punctum: استودیوم، میدان عکس است. مشاهده گر بنا بر پیشینه تاریخی و با واسطه ای عقلانی و فرهنگی با استودیوم عکس کنش برقرار می کند. استودیوم را شاید بتوان جاذبیت کلی عکس تعریف کرد. پانکتوم _ که از مصدر punctuation به معنی نقطه گذاری آمده _ استودیوم عکس را نقطه گذاری می کند و آنرا به هم می ریزد یا بر اساس کلام بارت، «پانکتوم یک عکس، آن حادثه ای است که مرا سوراخ می کند (و همچنین کبود می کند و برایم دردناک است)».

میخ کوب کرده و یا می آزارد، فعالانه واکنش نشان می دهند. (بارت، ۱۹۸۱:۲۷) این مطالعات آموزنده موضوع خطرناکی را که سقراط و بسیاری از اندیشمندان دیگر به هنگام بحث پیرامون تصاویر مطرح ساخته اند، یک روش معرفی می کنند؛ در واقع، تصاویر با استفاده از این روش، بدن و روش های حسی رسیدن به شناخت یا به عبارتی، قالب های حسی شناخت را در فضاهای زبان شناختی و منطقی گفتمانی کنترل شده _ الهیات، پرسش و پاسخ، موعظه، تبلیغ مسیحیت، تدریس، تفکر فلسفی و دانش پژوهی _ جای می دهند.

درک اهمیت تصاویر در فرهنگ رسانه ای مدرن (و در هر دوره تاریخی) به معنای بررسی میزان ترس از تصاویر، شیوه استفاده از آنها و تصورات موجود پیرامون قدرت آنهاست. این کار به ما اجازه می دهد تا روش های متنوعی را شناسایی کنیم که به واسطه آنها، تصاویر در روایات موجود از شناخت انسانی جای داده شده اند، همانند ساخت ارزش های انسانی. در این راستا، باید از ماهیت پنهان دیدن در تاریخ اندیشه و عمل مرتبط با وساطت پرده برداریم. در ادامه سعی کرده ام طرحی کلی از موضوع ها و چیزهایی از تاریخ نگاری ارائه دهم که ممکن است به چنین پروژه ای تعلق داشته باشد.

سیاست گذاری اخلاقی و قدرت تصاویر

سیاست گذاری اخلاقی و قدرت تصاویر

واکنش های الهیاتی و فلسفی در غرب نسبت به تصاویر به حقیقت یا کذب بودن آنها نظر داشتند و بر اساس دسته بندی منفی و منفرد از بُت در یهودیت، مسیحیت و اسلام مطرح شده اند. ذکر این نکته ضروری است که در عمل،

هریک از این ادیان، آشکارا از معیارهای اعتقادی انعطاف ناپذیر فاصله گرفته اند؛ معیارهایی که بسیاری از مراجع و اندیشمندان آن ادیان با عنوان نشانه بارز و «واقعی» پیروان هر آیین، از آنها حمایت کرده اند. حجم عظیم تحقیقات صورت گرفته در زمینه فرهنگ بصری دینی در این سه دین، به ویژه مسیحیت پروتستان و اسلامی شیعی، استفاده گسترده و متنوع از تصاویر و تجربه های بصری را نشان می دهند. استفاده از تصاویر در ادیان بسیار فراگیر بوده و البته انکار آنها به دست افراد متشّرع نیز بسیار رایج است؛ تاریخ نگار هنر، دیوید فریدبرگ^(۱)، از این پدیده با عنوان «اسطوره ضد شمایل گرایی»^(۲) یاد کرده است. (فریدبرگ، ۱۹۸۹: ۵۴) بسیاری از مذهبی ها بر این امر پافشاری دارند که دین آنها از هر گونه تصویر تهی است، ولی این نکته وقتی صحت دارد که چشم خود را بر کثرت تصاویر موجود در خانه ها و محراب های ایشان ببندیم. (مورگان: ۱۹۹۸)

چرا انکار؟ برای شروع بحث، سقراط معتقد بود مشکل تصاویر و هر گونه بازنمایی هنرمندانه _ شعر، نمایش نامه، موسیقی یا هنرهای تجسمی _ در این است که عمیقاً تصویر خوبی از خود برای روح ترسیم می کنند؛ و این اشکال دارد، چراکه بازنمایی اشتباه، بی درنگ، جای خود را باز می کند و تأثیری عمیق بر شخص باقی می گذارد. به اعتقاد سقراط «تقلید های تجربه شده در دوران جوانی به بخشی از ذات انسان بدل می شوند و در عادت های رفتاری، صدایی و اندیشیدن وی جای می گیرند.» به نظر وی، پرورش نخبگان یونانی در زمینه تقلید نقش های حساس، باید به شدت کنترل شود. وی مدعی بود کسانی که «خودمختار، آزاد و پرهیزگار بوده اند» _ به عبارتی طبقه بالای آتنی _ در

ص: ۱۴۳

۱- David Freedberg.

۲- Aniconism: در دین به معنای مخالفت با به کارگیری شمایل و تصویر برای بازنمایی مخلوقات زنده و رهبران مذهبی و حرمت تصویر روح دار است.

انجام یا تقلید حرکات شرم آور یا کورکورانه نباید زیرکی به خرج دهند. در این صورت، از بیم لذتِ ناشی از تقلید، از واقعیت لذت خواهند برد». (افلاطون، ۱۹۹۲: ۷۱ و ۷۲)

شاید چنین دیدگاهی در نگاه اول، متشرعانه به نظر برسد، ولی والدین، نهادهای مذهبی و اعضای کنگره امریکا نیز دربارهٔ اثرگذاری نمایش خشونت و روابط جنسی در برنامه های تلویزیونی، فیلم های سینمایی و بازی هایی رایانه ای، چنین دیدگاهی را مطرح می کنند. برای مثال، شورای ملی کلیساها(۱) در یکی از بیانیه های سیاست گذاری خود با صراحت اعلام می کند که فیلم و تلویزیون، اشتیاق و تحمل برنامه های تفریحی با محتوای خشونت آمیز را افزایش می دهند؛ به گونه ای که هرچه مخاطب، خشونت بیشتری ببیند، باز هم انتظار خشونت بیشتری از آن برنامه ها دارد. این اشتیاق به خشونت، بی عاطفگی فرد در برابر افراد آسیب دیده یا نیازمند کمک را در پی دارد. (شورای ملی کلیساها، ۱۹۹۳: ۱۵)

در سال ۱۹۹۹، گزارش کمیته مجلس سنا _ در ایالات متحده _ درباره «کودکان، خشونت و رسانه ها» که برای والدین و سیاست گذاران تنظیم شده بود، با اعلام نظر خود مدعی شد «یکی از دلایل اصلی خشونت جوانان را شناسایی و چاره جویی برای آن را آغاز کرده است. این علت اصلی، خشونت رسانه ای بود.» (مجلس سنا، ۱۹۹۹: ۱) این گزارش با معرفی خشونت در تلویزیون به عنوان یکی از «دلایل اصلی» خشونت جوانان، به مطالعاتی استناد می کند که نشان می دهند ۸۷ درصد از خانواده های امریکایی بیش از یک دستگاه تلویزیون در منزل دارند؛ تقریباً نیمی از کودکان امریکایی در اتاق خواب خود تلویزیون دارند و بیش از ۸۸ درصد از خانواده های دارای فرزند، دستگاه بازی ویدیویی، رایانه شخصی یا

ص: ۱۴۴

هر دوی آنها را دارند. (همان: ۲) بی شک، سقراط با ابراز تأسف به این گزارش واکنش می داد؛ چراکه رسانه ها، کودکان را با صحنه هایی خیالی روبه رو می کنند که تأثیری منفی در رفتار آنها بر جای می گذارد. «در ۱۸ سالگی، یک امریکایی ۱۶ هزار جنایت ساختگی و ۲۰۰ هزار عمل خشونت آمیز را تماشا کرده است.» همان طور که سقراط تأیید کرده است، اگر خطر بازنمایی این باشد که ما شبیه آنها می شویم، نتیجه این گزارش، تأییدی خواهد بود بر ترس از اینکه «تلویزیون به تنهایی مسئول ۱۰ درصد از خشونت جوانان است». (همان: ۲ و ۵)

با وجود این، تفاوت فاحش میان میزان بالای رویارویی با خشونت ساختگی و میزان پایین اعمال خشونت آمیز جوانان، در بهترین حالت بیانگر یک رابطه علت و معلولی پیچیده و غیرمستقیم است. با این حال، یکی از مطالعات طولی روان شناسان که نشان می داد مواجهه کودکان با خشونت تلویزیونی، خطر رفتار خشونت آمیز و تهاجمی آنها را در جوانی افزایش می دهد، متقاعدکننده تر به نظر می رسید. (هیوزمن(۱) و همکاران، ۲۰۰۳) حتی اگر این ارتباط دقیقاً تعیین کننده نباشد، خصومت سقراط با تصاویر، با ترس مدرن از رسانه ها به ویژه رسانه های نوین، هم خوانی دارد؛ (همان) ترسی که می گوید رسانه ها تا اندازه ای خطرناک هستند؛ چون یک سنت قدیمی به خطرناک بودن آنها باور دارد. در هر دو مورد، قدیمی و مدرن، اضطراب بر جاذبه مستقیم بازنمایی در حوزه های ذهن و جسم مبتنی است؛ جاذبه ای که تردید اخلاقی یا منطقی را مرتفع ساخته و روشی دیگر برای بیان تأثیر مرجعیت اخلاقی یا اجتماعی به حساب می آید.

تصاویر و کودکان

ص: ۱۴۵

با توجه به انجام بازی های خشن توسط کودکان در عصر جدید، والدین و اخلاق گرایان از این مسئله می هراسند که شاید کودکان به طور غیرمنطقی، به تقلید از این هنر در زندگی واقعی گرایش پیدا کنند؛ یعنی در مدرسه یا زمین بازی به اعمال خشونت آمیز دست بزنند. بنا به گفته مراجع اخلاقی در عصر حاضر و گذشته، هنر این تهدید را به همراه دارد که می تواند رابطه اش را با واقعیت برعکس کند. می دانید که تصاویر برای ورود به زندگی، مسیری در اختیار دارند. خطر تصاویر این است که به جای آنکه آنها تقلیدی باشند از ما، ما شبیه آنها می شویم و ما تنها از آنها تقلید می کنیم. معلمان علوم دینی، والدین و بازرسان اصلاح طلب کنگره نیز زنگ خطر مشابهی را به صدا در آورده اند. در طول قرن نوزدهم میلادی، سازمان دهندگان آموزه های دینی از قدرت تصاویر به عنوان نوعی از فن آوری اخلاقی به هیجان در آمده بودند و قدرت تصاویر به کار رفته در روزنامه ها، کتاب ها و رساله های منتشر شده برای جلب توجه کودکان را می ستودند. لیتوگراف ها و کلیشه ها به داستان ها، توضیح المسائل ها و کتاب های درس های مقدماتی پیوستند تا با ایجاد جذبه ای تقریباً گیرا در خوانندگان جوان، به حفظ متون کمک کنند و در بیشتر موارد، درونی سازی دروس را چنان آسان سازند که فراموش نشوند. بیشتر تصاویر در یکی از شرایط عاطفی و مجسم زیر به کار گرفته شده اند: تقویت شوخ طبعی، ترس، کنجکاوی، دل سوزی یا انزجار بینندگان به ویژه کودکان. قدرت پیوند عاطفی میان تصویر و بیننده بر متن اثر می گذارد و آن را به یادماندنی می سازد. (مورگان: ۱۹۹۹: ۲۲۳ و ۲۲۴) در میانه قرن، موفقیت و گیرایی تصاویر به سرعت برای ناشران کتاب های دینی آشکار شد و فرآیند نشر مصور خیلی زود تحت تأثیر تصویر قرار گرفت. برای نویسندگان، کلیشه هایی ارسال می شد تا برای خلق داستان هایی مشابه، از آنها کمک بگیرند. (مورگان، ۲۰۰۷: ۲۱)

در چرخش تصویری انتشار ادبیات دینی مخصوص کودکان، ویراستاران سخنان پاپ گریگوری را به گونه ای روزآمد کردند که تصاویر به کتاب هایی برای بی سوادان بدل شدند. از کودکان خواسته می شد پیش از کسب توانایی خواندن واژگان، زبان تصاویر را بخوانند. آسا بولارد، یکی از پیش گامان کلاس تعلیمات دینی، کتابی با عنوان آلبوم تصاویر و داستان های کودکانه منتشر ساخت با این فرض که «حتی بچه های کوچک قبل از فراگیری حروف می توانند تصاویر را بخوانند و با چنین کتاب هایی، ساعت ها، خود را سرگرم کنند یا سرگرم شوند. داستان و تصاویر هیچ گاه خسته کننده نیستند. چنین کتابی به همراه همیشگی کودکان بدل می شود، تا زمانی که واقعاً بر اثر استفاده کهنه شود». (بولارد، ۱۸۶۶: ۱۹۶)

در سال ۱۸۶۱، هفته نامه ای ویژه کودکان با نام *ول اسپرینگ* که انجمن مدارس ماساچوست منتشر کرده و بولارد، ویراستار آن بود، تصویری کوچک از یک پسر بچه منتشر کرد که در حال واریسی جسد یک اسب بود. (تصویر ۱)

تصویر با دو پاراگراف توضیح کوتاه و اظهار نظر اخلاقی همراه شده بود که به طور عاطفی، پیامی درباره مرگ و جهان بعد از مرگ را کاملاً تفهیم می کرد. پیامی

که با استفاده از گیرایی جسمانیِ تصویر برای القای حسی معنوی، روح را در برابر جسم به چالش می کشید. آن توضیح چنین بود:

تماشای اسب وفادار و بیچاره ای که سالیان دراز در خدمت خانواده پسر بچه بوده در حالی که زبانش بیرون آمده و مرده، غم انگیز است. حس ما در قبال مرگ یک اسب با مرگ یک انسان چه تفاوتی می کند! این آخر راه اسب بیچاره است. دیگر روحی برای ادامه حیات وجود ندارد... با این حال، وقتی انسانی می میرد، تنها جسم به مانند جسم حیوان دوباره به خاک بازمی گردد. (آنون، ۱۸۶۱: ۲۷)

اسب مرده، حس وحشت خاصی را برمی انگیزد، حال آنکه کره اسبی که با چشمان درشت در پس-زمینه ایستاده است، سبب ترحم و ناراحتی بیننده می شود. مرگ دل-خراش حیوانی اهلی، دست مایه ای شده است تا واکنش جدی مخاطب جوان را برانگیزد: «فراسوی قبر، نوعی زندگی وجود دارد که هیچ گاه نمی میرد.» قطعه کوتاه چنین پایان می یابد: «باشد که ابدیت، موهبتی باشد برای تمام خوانندگان عزیز ما!»

در قرن نوزدهم میلادی، ادبیات کاتولیک و پروتستان که هم کودکان و هم بزرگ سالان را هدف قرار می داد، برای هدایت خوانندگان و بینندگان به سمت موضوع حساس «آسایش ابدی» مورد نظر خویش، به موضوع های هراس انگیز و ناخوشایند متوسل می شدند. با این حال، برخی از خوانندگان هفته نامه ول اسپرینگ از تصویر اسب مرده رنجیده خاطر شده بودند. یکی از خوانندگان در نامه ای به سردبیر مدعی شده بود که «از گروهی از کودکان نقل می کند که در اطراف این صفحه کوچک گرد آمده بودند و آن را مطالعه می کردند و به آن می نگریستند.» پاسخ آنها، هشدار بود به مخاطب نامه: «این منظره ای ناخوشایند و رقت انگیز است... قرار دادن

چنین صحنه ای در مجله محبوب ول اسپرینگ چه فایده ای دارد؟» نویسنده با بچه ها موافق بود و نوشته بود:

انتخاب این تصویر، بی سلیقتگی بود. هیچ کیفیتی از آن به دست نمی آید. نکته ای اخلاقی که سعی شده بود به مخاطب القا شود، کاملاً گم شده است. تصویر، دل انسان را آشوب می کند و در القای نظرهای اخلاقی مفید چاپ شده در پایان آن، ناکام می ماند. (آنون، ۶۰: ۱۸۶۱a)

بولارد با ردّ این انتقاد، در پاسخ به نامه مدعی شد به اعتقاد وی، ترسیم این صحنه «روی هم رفته، بازنمایی دقیق و بسیار منطبق با زندگی بود؛ صحنه اسب مرده و دیگر موارد تصویر.» وی از خوانندگان می خواهد تصویر را دوباره ببینند تا «دوباره صحت نقد بالا قضاوت کنند؟» (همان: ۶۰: ۱۸۶۱a)

درخواست بولارد، سیل نامه هایی را در پی داشت. یکی به دلیل «استفاده از چنین القاب زشتی» برای تصویر با کودکان مخالفت کرد و تأکید داشت که تصویر به خوبی به کار گرفته شده است. با وجود این، نویسنده نامه به دلیل انتشار دو تصویر توهین آمیز از هفته نامه انتقاد کرد؛ تصاویری که یکی از آنها، «تمساحی را به تصویر می کشید با کودکی سیاه پوست میان آرواره هایش که آماده بلعیده شدن به دست این خزنده سیری ناپذیر بود.» (همان، ۸۶: ۱۸۶۱b)

نویسنده نسبت به این موضوع اعتراض داشت که تصاویر با القای ترس «از شکار شدن در خواب شبانه» تأثیری منفی بر کودکان برجای می گذارند. مشکل تصاویر این بود که ذهن را به مغز، جسم یا بافتی زنده بدل می ساخت که سطح آن، تأثیر مادی

تصویر را دریافت می کرد، ولی از روح غیرمادی در این جریان غافل می ماند.

«در ذهن تأثیرپذیر کودکان، نوعی شیفتگی درباره چنین موضوعاتی وجود دارد. آنها شنیدن داستان هایی درباره خرس و مشاهده تصاویر تمساح را دوست دارند و البته بعد از آن، از این که بخواهند تنهایی به انباری رفته و یا در تاریکی بخوابند، می ترسند. بنابراین، هر آنچه که موجب هراس کودکان شود یا به طبیعت حساس آنها ضربه ای وارد کند، باید از حیطة تصورات روشن آنها دور نگه داشته شود.» (همان: ۸۶: ۱۸۶۱b)

با وجود این، برخی دیگر درباره سودمندی این گونه تصاویر بحث می کنند. دکتر جان اسکادر به عنوان میسیونر پزشکی در کتاب خود با عنوان داستان هایی درباره کافران برای خوانندگان کوچک، می نویسد که مشاهده «تصویر مادری کافر که کودک خود را به دهان تمساح می اندازد»، دختری را تحریک کرد تا به عنوان مبلغ مذهبی به افریقا برود. (اسکادر، ۱۸۵۳: ۲۰۱) این تصویر، وحشت شدید کودک را در برابر قساوت شیطنی مادرش به تصویر می کشد. تصویر شماره ۲، کودکی با پوستی روشن (که بهتر می توانست موجب هم زادپنداری کودکان مخاطبش شود) را نشان می دهد که مادری تیره پوست، او را رها کرده است. اسکادر و بولارد برخلاف نویسندگان انتقادآمیز، معتقدند که ترس ناشی از تماشای چنین تصاویری می تواند کاربردهای مفیدی نیز داشته باشد.

نمایش اسب مرده چه ارزشی می توانست داشته باشد؟ حیوان بی جان، اعتقاد پروتستان را در قالب روح می ریزد؛ جوهری متافیزیک که صرفاً در جسم مادی ساکن است و بعد از مرگ از بدن جدا می شود. هفته نامه ول اسپرینگ، واسطه ای بود برای پیوند میان وضعیت تأثرآور جسد ترسناک اسب با مرگ آن. از خوانندگان

کودک به صورت مشخص خواسته شده بود تا روح را در برابر جسم ناسوتی و فاسدشدنی باور کنند. اگر این ارتباط عاطفی برای مخاطبان نوجوان ناکافی بوده باشد، کره اسب کوچولو و چشم درشتی که بعد از مرگ مادرش، زنده مانده و مستقیم به مخاطب نگاه می‌کند، به طور غریزی، ارتباطی دل سوزانه با مخاطبان برقرار می‌کند. هیچ‌یک از نامه‌ها به کره اسب اشاره نکرده بودند؛ ولی تصور این نکته مشکل است که کودکی تصویر کره اسب را ندیده یا آن را تشخیص نداده باشد. کره اسب و مادرش در کنار یکدیگر، دل سوزی برای کره اسب و ناراحتی برای حقارت مادیان را برمی‌انگیزند. یکی از آنها بر بیزاری و انزجار از جسد در حال پوسیدن اشاره دارد، در حالی که دیگری امید به نجات روح _ روح کودک _ را موجب می‌شود. باید به کودکان آموخت که دارای روح هستند و این روح را نباید با جسم خویش اشتباه بگیرند. این مثال با صراحت، مفهوم مورد نظر را القا می‌کند. تصاویری نظیر این دو، از جسم به عنوان ظرفی ناقص و محدود برای چیزی که اصالتاً برتر است، استفاده ابزاری می‌کنند و با ضربه‌ای ناگهانی، تقویت این تمایز را بر عهده تخیل کودک می‌گذارند. ترس، انزجار و ترحم، جسم و روح را در رابطه‌ای خاص با یکدیگر قرار می‌دهند.

معرفت شناسی های بصری

معرفت شناسی های بصری

تبادل نامه در صفحات نشریه ول اسپرینگ با سادگی و بی‌پیرایگی خاص خود، خطوط اصلی تغییرات ساختاری در درک جامعه امریکایی درباره کودکان، آموزش، جسم و عملکرد ذهن را آشکار می‌سازد؛ موضوع‌هایی که برای رسانه‌های جمعی جدید در عرصه دین و آموزش، کاربردهای گسترده‌ای دارند. تصاویر با استفاده از احساسات و حواس در جهت تربیت جسم، برای تخیلات کودکان خوشایندند و به طور مستقیم در شکل‌گیری علاقه و احساسات اخلاقی آنها نقش

دارند. معیار علاقه، خود، نوعی توانایی در تمیز امور بود که از قرن ۱۸ میلادی، پروتستان‌ها آن را به عنوان نشانه‌ای از تمایز و حساسیت اخلاقی می‌شناسند. تخیل از ماهیت سطحی و غیرقابل اعتماد و توهم صرف جدا شده و جایگاه مهارت معرفت‌شناسانه‌ای را به دست آورده است که هدفی بزرگ‌تر بر عهده تصاویر می‌نهد و خطری هم‌زمان را نیز در آنها شناسایی می‌کند. در فلسفه‌های آرمان‌گونه امانوئل کانت (۱) و دیگران و در مکتب رمانتیسیسم، تصاویر به رسانه‌ای برای شناخت تبدیل شده‌اند. از این رو، به دلیل تأثیری که در پی دارند، باید جدی گرفته می‌شدند. بنا به گفته کانت، ذهن با استفاده از جزئیات، ضابطه‌ای بصری را شکل می‌دهد. وی در نقد قوه حکم (۲) می‌نویسد که تخیل می‌تواند «اجازه دهد تا تصویری به آرامی وارد تصویری دیگر شود. از این رو، با تلاقی تصاویری از این دست، به طور معمول، تخیل مقیاسی می‌شود برای قضاوت درباره تمام آنها...». (کانت، ۱۹۵۱: ۷۰) وی می‌افزاید ایده‌اندام زیبا از روی اصول و قواعد استنباط نمی‌شود، بلکه به وسیله قدرت بلافصل تخیل و از بررسی هزاران اندام به دست می‌آید.

هرچند در بیشتر موارد گفته می‌شود که مذهب پروتستان هیچ تصویری را بر نمی‌تابد و در حوزه دین، تمام آنها (تصاویر)، بت پرستانه قلمداد می‌شوند، اما این موضوع به طور قابل ملاحظه‌ای در بین گروه‌های مختلف پروتستان متفاوت است. مارتین لوتر و جان کالوین (۳) چنین اظهار داشته‌اند که تصاویر به عنوان رسانه‌ای برای معرفت بشری عمل می‌کنند. در پاسخ به کسانی که تأکید دارند تصاویر باید از کلیساها حذف و از بین برده شوند، لوتر معتقد بود نمی‌تواند از مصیبت مسیح

ص: ۱۵۲

۱- Immanuel Kant.

۲- Critique of Judgment.

۳- John Calvin: (زاده ۱۵۰۹ _ در گذشته ۱۵۶۴)، مصلح، متکلم شهیر فرانسوی که از بزرگ‌ترین علمای فرقه پروتستان به حساب می‌آمد. وی را بنیان‌گذار کالوینیسم می‌دانند.

چیزی بشنود و تصاویری از آن را در ذهن خود شکل ندهد. (لوتر، ۱۹۵۸: ۹۹) جان کالوین، تصاویر را محصول فعالیت ذهن می‌داند، ولی نتیجه‌گیری‌های کاملاً متفاوتی ارائه می‌داد. در حالی که لوتر از معاصران خود می‌خواست تا ارزش تصاویر را در تدریس داستان‌ها و مفاهیم مذهبی درک کنند، کالوین مدعی بود تصاویر در بیان هرگونه حقیقتی درباره انجیل، ناتوان هستند. (کالوین، ۱۹۸۹: ۹۰-۱۰۳)

بنا بر گفته‌های کالوین، تصاویر کمترین علاقه‌ای به بازگویی حقیقت ندارند؛ چون محصول تخیل بشری هستند؛ استعدادی که وقف تظاهر شده است. وی می‌نویسد که ذهن انسان، «کوره‌ای دایمی برای بت‌سازی» است. (همان: ۹۷) با تصوّر امر الهی، ذهن در مقام یک تصویر بدان تصوّر، تجسّم می‌بخشد. گرایش انسان به دروغ‌گویی، موضوعی معرفت‌شناختی بود که در ارتباط نامقدس اراده سرکش و معرفت بشری ریشه داشته و به حوزه ناپاک اندام‌ها کشیده شده است. تفکر به معنای سازگارسازی جهان با علایق خودخواهانه، نفسانی و شخصی و همچنین محدودسازی منزلت همواره والای امر قدسی، به گونه‌ای اجتناب‌ناپذیر بود؛ امری که ذاتاً متعالی است. کالوین مدعی است اگر کسی خواستار شناخت خداوند است، جز اعتماد مؤمنانه به رسانه‌ای که پروردگار به وسیله آن، خود را آشکار می‌سازد، چاره‌ای ندارد؛ یعنی همان کتاب مقدس. تصاویر از کلمات متمایزند؛ چون تصاویر در خدمت اراده انسانی هستند. کلمات کتاب مقدس با گفته‌های خداوند مطابقت دارند و از این رو، برای انتقال حقیقت آسمانی در اولویت قرار می‌گیرند.

رمانتیسیسم و فلسفه ایده‌آلیستی مورد علاقه آن، از چنگ کالوینیسم گریختند. جامعه‌شناسی به نام کالین کمپل (۱) در مطالعه‌ای خردمندانه درباره تأثیر گسترده

ص: ۱۵۳

رمانتیسیسم اظهار می‌دارد که مصرف‌گرایی مدرن بر پایه لذت‌گرایی (۱) شکل گرفت؛ رویکردی که اروپاییان را به سمت جست‌وجوی خیالی لذت‌هدایت می‌کرد. (کمپل، ۱۹۸۷) پیوریتانیسم (۲) نیز جایگاه مهمی برای احساسات یا عواطف قائل بود، چنان‌که متکلمانی (۳) چون جان‌اتان ادواردز (۴) به آنها اشاره کرده‌اند. عواطف _ آن دسته از عواطفی که به معنای واقعی کلمه ارزیابی شده‌اند _ می‌توانستند گواهی باشند برای جریان روح القدس _ یا گواهی برای تظاهر ناشی از نیرنگ‌های شیطان یا فردی مکار. (ادواردز، ۱۹۵۹) رمانتیسیسم با پرورش احساساتی تحت تأثیر نیروی سلیقه، به ارزیابی کالوینیستی از احساسات واکنش نشان داد. میراث دکتترین پیوریتن درباره عواطف در تجسم هیجان‌ها در آثار مصوّر کودکان، در قرن نوزدهم میلادی آشکار است. اگر ادواردز با اهالی کشیش‌نشین بر سر این موضوع بحث می‌کرد که آیا نفس نفس‌زدن یا از حال رفتن فرد، معیاری برای بیداری معنوی هست یا خیر، پروتستان‌های عصر ویکتوریا با اثرگذاری تصاویر به عنوان چیزی رقت‌انگیز یا تنفرآمیز که روحی عبوس یا کابوس‌های شبانه را برمی‌انگیزند، مخالفت می‌کردند. تغییر مورد اشاره کالین کمپل در راستای نقش اساسی تخیل و احساس لذت‌ناشی از مصرف کالاهای تولید انبوه بود. در نتیجه، دین، قربانی سرخوردگی و نومیدی مدرن نبود. با این حال، گذار به سرمایه‌داری و مصرف‌گرایی را به صورت بسیار شایسته‌ای پذیرفت. در طول قرن ۱۹ میلادی، با انفجار تصاویر چاپی گسترده در میان پروتستان‌ها و کاتولیک‌های امریکایی و اروپایی و نیز میان مبلغان مسیحی و حاکمان استعماری در سرتاسر آسیا و آفریقا و

ص: ۱۵۴

-
- ۱- Hedonism.
 - ۲- Puritanism.
 - ۳- Theologian.
 - ۴- Jonathan Edwards.

نیز کاربرد تجاوزکارانه انواع و اقسام تصاویر و نگاره‌ها _ از تراکت‌های مصور گرفته تا تصاویر پانوراما، لیتوگرافی‌ها، فانوس خیال و در سال‌های اخیر، فیلم _ مسیحیتی به شدت رسانه‌ای شده و همراه با سیاست‌های بازار را به تصویر می‌کشد؛ مسیحیتی که دیگر دلیل چندانی نمی‌بیند تا به ریاضت (۱) آن جهانی میدان بدهد.

افکار عمومی و اقناع بصری

افکار عمومی و اقناع بصری

حضور فراگیر و جاذبه همگانی رسانه‌های بصری مدرن (نظیر فیلم) و همراه با این تصور مشترک و بسیط که تصاویر، رسانه‌ای برای ابراز اندیشه بوده‌اند، اثر مهم والتر لیپمن (۲) با عنوان افکار عمومی (۳) (۱۹۲۲) را تحت تأثیر قرار داد؛ اثری که جیمز کری (۴) آن را به حق، «کتابی جریان‌ساز در زمینه مطالعات رسانه‌ای در امریکا» نامید. (کری، ۱۹۸۹: ۷۵) لیپمن با مشاهده کاربرد و تأثیر تبلیغات در جریان جنگ جهانی اول، عمیقاً برای آینده دموکراسی نگران شد. وی معتقد بود جایگاه دموکراسی در جامعه متأثر از رسانه‌های جمعی، متزلزل می‌شود. (استیل، ۱۹۸۰: ۱۷۱) وی در این موضوع با سقراط هم‌داستان شده بود که ذهن انسان با مسئولیت خویش برای اندیشیدن به تصاویر اتکا می‌کند. با این همه، مدرنیته، جامعه انسانی را هرچه بیشتر در شرایط معرفت‌شناختی مخاطره‌آمیز فرو می‌برد.

به نظر لیپمن، «زندگی مدرن همواره شتاب زده و رنگارنگ است... دیگر زمان و فرصتی برای آشنایی صمیمانه باقی نمانده است. در عوض، به خصلتی توجه می‌کنیم که مبین گونه‌ای مشهود و شناخته شده باشد و دیگر قسمت‌های عکس را به کمک

ص: ۱۵۵

۱- Asceticism

۲- Walter Lippmann

۳- (Public Opinion) (۱۹۲۲)

۴- James Carey

۵- Steel

کلیشه‌هایی که در سر داریم، تکمیل می‌کنیم». (لیپمن، ۱۹۲۲: ۸۹)

کلیشه‌هایی همچون عقاید رایجی که سقراط در جست‌وجوی بحث برانگیز خود برای رسیدن به دانش حقیقی، آنها را همواره زیر و رو می‌کرد، جریان تفکر روزانه و اساس افکار عمومی را شکل می‌دهند. کلیشه‌ها، تصاویری ذهنی هستند که به واسطه مشاهدات آیینی در مدارس، کلیساهای، فیلم‌ها و روزنامه‌ها پخش می‌شوند و بدنه اصلی نمادها، تصاویر و عبادات مقدس شکل دهنده ملت را می‌سازند؛ ملتی که بنا بر اعتقاد لیپمن، فرد «بدون آن، هیچ تصویری از خودش نخواهد داشت». (همان: ۲۳۵)

افکار عمومی مدرن از گردش رسانه‌ای کلیشه‌هایی تشکیل می‌شود که جهان واقعی را ساده می‌سازند. کلیشه‌ها برای دست‌یابی به این هدف، جهان را به قواعدی تقلیل می‌دهند که به آسانی انتقال می‌یابند و پذیرفته می‌شوند؛ قواعدی که با آماده‌سازی ذهن افراد به وسیله موضوع‌هایی آشنا همچون امر خوب در برابر امر شیطانی، برایشان دل‌پذیر جلوه می‌کنند. شهروندان دنیای مدرن مجبور بودند با هم‌زادپنداری پدیدآمده با شخصیت‌های فیلم‌ها، فیلم‌های سینمایی را تماشا کنند. (همان: ۹۵ و ۱۶۳) لیپمن معتقد بود مخاطبان گسترده جامعه مدرن «بیش از هر چیز در این جهان به خودشان علاقه مند هستند. خویش‌نمون مورد علاقه آنها، خویش‌نمونی است که مدارس و سنت در اختیار همگان قرار می‌دهند.» (لیپمن: ۱۶۸) این نهادها و صورت‌بندی‌های ایدئولوژیک، فرهنگی بودند که زبان رسانه‌ای شده را تغذیه می‌کردند. زبانی که آنچه را مردم می‌دیدند، از پیش تعیین می‌کرد. آنچه ایشان می‌دیدند، مستقیم با رفتار آنها به عنوان مصرف‌کننده، رأی دهنده و شهروند ارتباط داشت. واسطه این ارتباط، تخیل بود؛ چون «شیوه تصور دنیا در هر لحظه خاص، رفتار انسان‌ها را تعیین می‌کند.» (همان: ۲۵) در همین جا خطر تبلیغات آشکار

می شود. تبلیغات به عنوان تلاشی برای تحریف تصویری که افراد بدان واکنش نشان می دهند [تا] از این طریق، یک الگوی اجتماعی با الگویی دیگر جایگزین شود.» (همان، ۲۶) رسانه های بصری همچون پوستر و فیلم، تصاویری ترسیم می کردند که به عنوان رسانه ای ذهنی برای تفکری مشترک، درونی می شدند؛ تصاویری که برای اقناع گروهی مردم درباره این موضوع که مسائل به گونه ای دیگر هستند، شرایط اجتماعی را به محاصره خود درآورده بودند.

لیپمن نیز همانند سقراط استدلال می کرد که قدرت تصاویر در گرایش راسخ آنها نهفته است؛ گرایش به اینکه به آن چیزی تبدیل شوند که صرفاً به آن اشاره دارند؛ یعنی نمایاندن دنیایی که «ما با آن سازگاری داده شده ایم ...» به گونه ای که احساس می کنیم در خانه خود هستیم ... این دنیا همانند کفشی کارکرده که کاملاً به قالب پای ما درآمده، برای ما مکان راحتی است.» (همان: ۹۵) لیپمن به عنوان یک تحلیل گر اجتماعی، همانند سقراط به عنوان فیلسوفی زیرک، قصد نداشت که توده مردم را با راحتی پای افزار راحت و رایج، مشغول نگاه دارد (سر آنها را به خوشی و راحتی دنیوی گرم کند). سقراط سعی داشت با اتکا به دیالکتیک استدلال فلسفی، مشتاقان دانش را تشویق کند تا زنجیرهای وهم را در غار تمثیل وار جهل و نادانی از پای خود بگسلند و آنها را از عقیده صّرف به دانش حقیقی رهنمون سازد. لیپمن نیز دقیقاً با همان رویکرد، معتقد بود تفکر علمی به جای کلیشه ها از فرضیات بهره می جوید؛ همان تصاویر موقتی ای که بی درنگ و به واسطه داده های واقعی و تحلیل انتقادی، ابطال را تصدیق می کنند. کلیشه های شکل دهنده افکار عمومی، پندارهایی بودند که «بدون هیچ پرسشی پذیرفته شده اند.» زیر فشار مرجعیت سنت و نهادهای اجتماعی قدرت، نظیر کلیسا و مدرسه، باید به این اسطوره ها ایمان آورده می شد. (همان: ۱۲۳)

نقد لیمن به افکار عمومی را دنیل بورستین (۱) با حرارت دنبال کرد و به رهایی امریکاییان از قید و بندهای شخصی پیوریتن و آرمان های موجود، در راستای ارضای نیازهای شخصی در فرهنگی تصویری، به شدت حمله برد. کتاب پرمخاطب بورستین با عنوان تصویر: راهنمایی برای وقایع ساختگی در امریکا (۲) به عنوان نقد پست مدرنیسم، سوگ نامه ای سکولار بود که در آن، وی بر از دست رفتن آرمان های امریکایی مویه کرده است. وی در اصطلاح افلاطونی، این آرمان ها را عقاید یا قالب هایی معرفی می کند که مردم در طلب رسیدن به آنها هستند، ولی هیچ گاه به دست نمی آورند. یک اثر کپی هیچ گاه با نمونه اصلی برابری نمی کند. امریکایی ها بدون توقع رسیدن به کمال، باید در طلب آن باشند.

فراواقعیت: تهدید مستمر تصاویر

فراواقعیت: تهدید مستمر تصاویر

لیمن امیدوار بود که ویژگی های کلیشه ای شخصیت های رسانه های تفریحی کنار گذاشته شود و از رسانه فیلم «به منظور تعالی و وسعت بخشیدن و نیز تصدیق و انتقاد از گنجینه تصاویری استفاده شود که تخیل ما بر اساس آن در جریان است.» (همان: ۱۶۶) حتی با صرف نظر کردن از رسانه های تصویری دیگر و خروجی های رسانه ای جایگزین نظیر اینترنت و ویدیو، می توان تصور کرد که با ظهور فیلم تجربی و مستند در نیمه دوم قرن بیستم میلادی، لیمن تا چه اندازه دل گرم شده بود. تصور لیمن درباره این رسانه های جدید و کاربردهای ضدفرهنگی آنها هرچه باشد، مطمئناً بر اثر لذت مندی پست مدرن موجود در سطح، صحنه و تصویر اثری، (۳) خشم افلاطونی وی

ص: ۱۵۸

۱- Daniel Boorstin

۲- "The Image: A Guide to Pseudo-Events in America"

۳- Simulacrum: مفهوم مورد اشاره، بنا بر نامی که افلاطون در کتاب جمهور خویش بر آن نهاده است، سیمولاکروم [simulacrum] از واژه لاتین *simulare* می آید] یا بازنمون یک تصویر است. علاوه بر مسئله بازنمایی، سیمولاکروم بر شباهت نیز دلالت دارد. در دایره گفتمان پست مدرن، سیمولاکروم به عنوان مقوله ای در نظر گرفته می شود که در واقع، باز نماینده هیچ امر واقعی نیست و صرفاً شبیه سازی خود محسوب می شود. روشن است که با این تأویل از سیمولاکروم، مفهوم حقیقت و تمایز ارزش داورانه آن با تصویر حقیقت به کلی اعتبار می بازد و امری که پیش تر به عنوان باز نمودن حقیقت نگریسته می شد، اینک خود وجودی مستقل دارد. از همین رو، در نظام اندیشگی پسامدرن، نقل نظر از مؤلفه «تشابه» فاصله می گیرد و به اولویت «تفاوت» متمایل می شود. به طور خلاصه، تاریخ به دست آمدن چنین تأویلی از سیمولاکروم را می توان این گونه شرح داد: «به هر حال، واقعیت آن است که سیمولاکروم از دوران کهن تا امروز راهی دراز پیموده است. بودریار بر آن است که در دوران و نظام فتودالی، نشانه ها کاملاً روشن و شفاف بودند، بر موقعیت و سلسله مراتبی خاص اشاره داشتند و ایماژ، بازتاب یک واقعیت بنیادین شمرده می شد. در دوران باروک، نشانه های تصنعی و تقلبی بر نشانه های اصلی ارجحیت یافتند و از آنها برای سرکوب و سرپوش نهادن بر واقعیت استفاده شد. در این دوران، نشانه های دلخواه و تقلبی رواج یافتند و

این، سرآغاز وانمودگری بود. بعد از انقلاب صنعتی، انسان در هیئت نوین و عقل مندانه خود به تولید انبوه پرداخت و سیمولاکروم درجه دوم رواج پیدا کرد. اندیشه اصالت قداست خود را از دست داد و سیمولاکروم نشانه غیبت واقعیت های بنیادین شد. آنچه در دوران پسامدرن اتفاق افتاد، نوعی سیمولاکروم درجه سوم است و در واقع، تقلید چیزی نیست مگر تقلید خودش».

ژان بودریار(۱) معتقد بود که رابطه میان دال و مدلول، جریانی ذاتی از نظام بازنمایی تا نظام شبیه سازی را دربرمی گیرد که با عنوان «مراحل متوالی تصویر»(۲) متمایز شده است. (بودریار، ۲۰۰۱: ۱۷۳) در اولین مرحله، تصویر، انعکاسی وفادارانه و قابل اعتماد از واقعیتی بنیادین است. مخاطبان باور دارند که تصویر، واقعیتی بدون تحریف و مؤثق را به ایشان عرضه می کند. وقتی تمایز میان آن دو آشکار شود، به مانند نزاع میان تصاویر رقیب، به یکی با عنوان فاسد و تحریف شده اهانت می کنند و این گونه ادعا می شود که حقیقت را پنهان کرده است. دومین مرحله وقتی است که مشخص شود بازنمایی ادعایی اعتبار ندارد؛ چون حتی خود تصوّر بازنمایی واقعیت هم امری ناممکن است. پس حقیقت در تمام بازنمایی ها، غایب است؛ بازنمایی هایی که هدف واقعی آنها، پوشاندن این عینیت و تلقین این موضوع به مردم است که به چیزی دسترسی دارند که در جهان واقعی آن را در اختیار ندارند. این همان نقطه ای است که شبیه سازی در آن امکان پذیر می شود؛ چون نشانه، نقشی

سطحی را ایفا می کند که تنها غیبت آن، چیزی را می پوشاند که زمانی تصور می شد در نشانه قابل دسترسی است. آخرین مرحله در این موج ساختارشکنی، جدایی کامل نشانه یا تصویر _ به عنوان سطح _ از درکی شناخته شده است. در پس آن، هیچ چیز وجود ندارد و لزومی ندارد آن را چنان قلمداد کنیم که به چیزی جز خودش اشاره دارد. نتیجه چنین رویکردی، تصویر اثری است؛ لحظه نهایی تکامل نشانه از نظر بودریار. تصویر اثری، بازنمایی نیست. به عبارت دیگر، به چیزی در بالا، پشت یا اصالتاً برتر (واقعی تر) از خودش اشاره ندارد. در واقع، وی معتقد است تصویر اثری بر آن چیزی که پیش تر دنبال می کرده، مقدم است. نقشه ای که دیگر محدوده ای واقعی را نشان نمی دهد، بلکه نقشه های بی شمار دیگری را موجب می شود. تصویر، معادل چیزی است که بورستین آن را واقعه ساختگی می نامید. نشانه ای که مرجع خودش است و از این رو، در جوهر متافیزیک خداوند هیچ بنیانی ندارد. تشخیص شرایط پست مدرن، غیاب واقعیت بنیادین را برای هر دو نویسنده، یعنی بودریار و بورستین آشکار ساخت. در آنچه بودریار، «فراواقعیت»^(۱) می نامد، تصاویر تا بی نهایت تصاویر دیگر را شکل می دهند.

برخی نویسندگان مایلند فرآیند شبیه سازی را با فیلم ماتریکس (محصول ۱۹۹۹) مقایسه کنند؛ فیلمی که تصویری رایانه ای را در واقعیت ترسیم می کرد. با وجود این، فیلم آن گاه که نئو و شورشیان همراه وی در تلاش برای رهایی زندانیان جهان دیجیتال از بند توهم و نابودی فراواقعیت، به جهان دیجیتال نفوذ پیدا می کنند، در یک چرخش از نظام بازنمایی حمایت می کند. شاید فیلم بلید رانر^(۲) (محصول ۱۹۸۲) نمونه بهتری برای آن چیزی باشد که بودریار در سر می پروراند؛ فیلمی که

ص: ۱۶۰

۱- Hyperreality.

۲- Blade runner: محصول ۱۹۸۲ ساخته ری دلی اسکات.

در آن، یک انسان با ژنی مصنوعی،^(۱) سازنده خود را از بین می برد و انسان ها با نیرویی مرگ بار، انسان های شبیه سازی شده را شکار می کنند تا تمایز سازش کارانه میان انسان و انسان مصنوعی را حفظ کنند. قهرمانی که انسان های شبیه سازی شده را مجازات می کند، وقتی عاشق یکی از آنها می شود، دیدگاهش را درباره آنها تغییر می دهد و هستی شناسی جهان واقعی را کنار می گذارد، همان گونه که در متافیزیک افلاطونی تأیید شده است.

بودریار، تصویر اثری را با قواعد و چارچوب های خاص آن نمی پذیرد، ولی آن را توصیف می کند تا در نقد اغواگری های اخلاقی نظام سرمایه داری^(۲) به کار گیرد. «سرمایه»^(۳) به عنوان دیوی عنان گسیخته و سرکش ظاهر می شود: «امری بی شرمانه و غیرشرافتمندانه و نه چیزی بیشتر.» (همان: ۱۷۶) شاید فرد آرزو کند که برداشت وی از تطور یا بهتر بگوییم فرآیند انتقال تصویر به این شدت با منطقی درونی سروکار نداشت؛ چون چنین منطقی در برقراری عدالت میان حافظه تاریخی به مراتب غنی تر و کم اهمیت تر تصاویر و کنش های بصری، ناکام می ماند. با این همه، شم انتقادی بودریار، آسیب دیدن شدید تصویر به عنوان چهره در نظام مصرف گرایی را تشخیص می دهد. جسمی که تصاویر تبلیغاتی بدان اشاره دارند، جسم مخاطب _ مصرف کننده یا هیچ کس دیگری نیست، بلکه این تصاویر معجونی دیجیتال هستند که جسمی خیالی را شکل می دهند؛ جسمی که در نگاه سرمایه دارانه میلی حسادت بار، وجود دارد.

والدین، سیاستمداران و اخلاق گرایان همچنان درباره افسون بصری روابط

ص: ۱۶۱

۱-Replicant.

۲-Capitalism.

۳-Capital.

جنسی و خشونت، اظهار تأسف می کنند. با این حال، شناخت قدرت سینما و تلویزیون در تبدیل جسم به تصویر و تبدیل صحنه نمایش به یک واسط و میانجی از اهمیت برخوردار است؛ سیما یا سطحی ضخیم که در آن، احساسات برای ساخت جهان دریافتی، نقشی بنیادین بر عهده دارند. تصورات موجود پیرامون قدرت تصاویر، تصورات درباره رابطه تصاویر با ساختار اندیشه و احساس و ارتباط نامحسوس و در عین حال، گریزناپذیر اندام انسان ها با یکدیگر و با گونه های متنوع اندام اجتماعی، تلویحاً در ترس از آنها نهفته است. یکی از کارهایی که در مطالعه تصاویر در بستر دین و رسانه باید بدان پرداخت، ظاهر ساختن شبکه فرضیات غوطه وری است که به شناخت هرچه بهتر و بیشتر امور کمک می کنند.

مخاطبان

اشاره

ص: ۱۶۲

استوارت ام. هوور(۱)

برگردان: امیر یزدیان

مخاطبان برای رسانه، ارزشمند هستند. مفهوم کلی ارتباط جمعی به وجود یا پرورش تعداد زیادی از مردم علاقه‌مند به رسانه‌های خاص وابسته است. به علاوه، بین مفاهیم عموماً پذیرفته شده رسانه‌های مختلف و مخاطبان علاقه‌مند به آنها رابطه وجود دارد. برای مثال، روزنامه‌های نیویورک تایمز و واشینگتن پست دارای مخاطبانی از طبقه روشن فکر و نخبگان مدیریتی هستند، در حالی که جوانان بیشتر به وبلاگ‌ها توجه نشان می‌دهند. بنابراین، بسته به نوع مخاطب، تأثیر رسانه، متفاوت است.

دریافت‌های ما از ارتباط جمعی و مخاطبان رسانه ره آورد زمان و ساختارهای رسانه‌های خاص است. اصطلاح «ارتباط جمعی»(۲) به تعدادی رسانه خاص و شرایط

ص: ۱۶۳

۱- Stewart M. Hoover.

۲- Mass Communication.

ویژه برای عملکرد مخاطب اشاره دارد. این اصطلاح به پخش تلویزیونی در شبکه‌های گسترده و همچنین جراید پرتیراژ، فیلم و صنعت موسیقی عامه پسند، مربوط می‌شود. اصطلاح «ارتباط جمعی» در مورد مخاطبان یک کنسرت موسیقی، ویدیوهای تخصصی یا دی وی دی، روزنامه‌های کم تیراژ و مجلات و ادبیات مکتوب _ با وجود جنبه های مشترکی که این رسانه ها با نمونه های یاد شده در سطور قبلی دارند _ کارآیی چندانی ندارد.

دست کم سه دهه از روند بازانديشی در حوزه ارتباط جمعی و مخاطبان رسانه می گذرد. این بازانديشی با مفهوم سازی نوع خاصی از عملکرد مخاطب هم زمان شد _ و به نوعی از حمایت برخوردار گشت _ که از آن با عنوان «بهره گیری از ارتباطات رسانهای شده در زمینه دین و معنویت» یاد می شود. تغییر نگرش نسبت به مخاطب به معنای تغییر در روند تعریف مخاطب از سوی اندیشمندان و منتقدان رسانه است. به جای پرداختن به «مخاطبان دینی»^(۱) که هویت و انگیزه های ایشان نسبت به جوهره امور دینی و معنوی در بستری از زهد و تقوای قطعی و ذاتی مفروض است، اندیشیدن درباره مخاطب دین^(۲) (یا معنویت) اهمیت پیدا کرد. این نوع نگرش، کانون توجه را از ماهیت مفروض مخاطب به ماهیت عینی کنش تغییر می دهد و در نتیجه، به پدیده‌ها، رسانه‌ها و مخاطبان گسترده‌تری توجه می کند.

تحوّل رسانهای و تحوّل دینی

تحوّل رسانهای و تحوّل دینی

رسانه‌ها از نظر ساختاری، اقتصادی و مفهومی، روز به روز متنوع تر و مرتبط تر می شوند. تفاوت‌های آشکار و شباهتهای کمتری بین آنها وجود دارد، به ویژه

ص: ۱۶۴

۱- Religious Audience

۲- Audience for Religion

وقتی که نوع مخاطب مورد توجه باشد. در این میان، رسانه‌های مکتوب مانند روزنامه، مجله، کتاب و جزوه و همچنین رسانه‌های تصویری مانند تلویزیون و فیلم برجسته اند و در گفتمان مردم، اولین رسانه‌هایی هستند که به ذهن می‌رسند. با این حال، رادیو در پخش برنامه‌های دینی، به ویژه در کشور آمریکا، سابقه‌های طولانی دارد. در حال حاضر، رسانه‌های سنتی در کنار خود، تریبون‌ها و دستگاه‌های جدیدی را می‌بینند که از نظر ملی، بافتی، سلیقه‌های و مصرفی با یکدیگر شباهت دارند. موسیقی عامه پسند همواره در القای مفاهیم دینی نقش مهمی داشته است؛ ولی اکنون به واسطه قدرت مادی و اقتصادی در بازار رسانه‌ای و تعامل با دیگر بافت‌ها و تریبون‌های رسانه‌ای از جمله رادیو و اهمیت فزاینده پخش‌های مستقیم رادیویی، به رسانه‌ای مستقل بدل گشته است. همچنین این رسانه‌ها بیش از پیش، با مجموعه‌ای وسیع‌تر از محصولات فرهنگی مادی و بصری در ارتباط هستند؛ بسیاری از این محصولات، فهرست نمادین و تمثالی رو به رشد و انعطاف‌پذیر حوزه دین و معنویت معاصر را شکل می‌دهند. جالب است بدانیم که رسانه‌های نوظهور در حوزه دیجیتال مانند اینترنت، وب، دانلودهای دیجیتال مانند پادکست، (۱) رسانه‌های تعاملی (۲) و مطالب کاربرمحور و دیگر انواع تریبون، بسترهایی مهم و حتی تعیین‌کننده برای پیشرفت فرهنگ‌های رسانه‌ای معاصر تلقی شوند. (براشر، ۲۰۰۴؛ کمپل، ۲۰۰۵)

این رسانه‌ها سیری تاریخی دارند و نگرشی تلویحی به این نوع مخاطبان وجود دارد، که هر دو قابل بحث هستند. در مقایسه با رسانه‌های متأخر، به ویژه رسانه‌های دیجیتال، مخاطبان رسانه‌های اولیه، منفعلتر و واکنش‌پذیرتر در نظر گرفته می‌شدند.

ص: ۱۶۵

۱- Podcasts.

۲- Interactive Media.

برای مثال، آگهی‌دهندگان بین رسانه‌های به اصطلاح «تحمیل کننده» (۱) مانند تلویزیون و رادیو و رسانه‌های «تحت کنترل» (۲) در عصر دیجیتال، تفاوت قائلند. برخی رسانه‌ها، توانایی انتقال اطلاعات و پیغام‌هایی را دارند که به طور مستقیم، رفتاری را تشویق میکنند (در مخاطبان انگیزه ایجاد می‌کند)، در حالی که سایر رسانه‌ها در انتخاب، به مخاطبان خود اختیار بیشتری می‌دهند (مخاطبان هر آنچه بخواهند، از رسانه دریافت می‌کنند). رسانه‌های دیجیتال، نمونه برجسته نوع دوم هستند؛ چون بستری از منابع نامحدود را در اختیار مخاطب قرار می‌دهند و مخاطب، کم و بیش آزادانه، حق انتخاب دارد.

بحث‌های نوظهور اصلی درباره ماهیت مخاطبان دین و معنویت در کانون توجه قرار گرفته‌اند. این پدیده در تغییراتی ریشه دارد که جزو شرایط بنیادین «دین» و «رسانه» تلقی میشوند.

نزدیک به دو دهه است که اندیشمندان عرصه دین، شاهد کاهش اهمیت و مرجعیت نهادهای دینی و هم‌زمان، رشد مرجعیت و خودمحموری افراد در برنامه ریزی دینی و معنوی در زندگی شخصی بوده‌اند. (وارنر، ۱۹۹۳) حالت نهایی کنش دینی و معنوی با عنوان دینداری «جست و جوگر» (۳) یا «کاوشگر» (۴) خوانده میشود. (روف، ۱۹۹۹) این شیوه عمل در منطق فرهنگی معاصر ریشه دارد که کاوش برای دست‌یابی به «خویشتن» (۵) ایده آل را تشویق می‌کند. نظریه‌پردازان مهم اجتماعی از جمله آنتونی گیدنز (۶) (۱۹۹۱) معتقدند که شرایط زندگی اجتماعی امروز برخلاف

ص: ۱۶۶

۱- Push Media: رسانه‌های سنتی که مخاطبان خود را به سمت مطالب ارائه داده شده هل می‌دهند.

۲- Pull Media: رسانه‌های دیجیتال که اختیار مخاطب در آنها بسیار بیشتر است و حتی گاهی با عنوان فرد _ رسانه شناخته می‌شوند.

۳- Seeker.

۴- Quester.

۵- Self.

۶- Anthony Giddens.

گذشته که افراد را برای رشد و حفظ هویت و خویشتن به یافتن منابع لازم از محیط اجتماعی خارج تشویق می کردند، آنها را به یافتن منابع لازم در درون خود تشویق می کنند.

این دیدگاه، با ارجاع به دین و معنویت، فرد را در موقعیتی خاص قرار می دهد. در حالی که منابع سنتی مرجعیت، در راستای ارائه تعریفی از خود و شناساندن خود به مردم، قدرتشان را از دست می دهند، افراد الزاماً به دنبال منابعی معنی دار و منسجم برای کاوش های خود هستند. (کلارک، ۲۰۰۳) انواع مختلف سنتهای دینی منابعی آماده برای این منظور قلمداد می شوند، ولی در عصر حاضر، فرد بر حسب معیندار بودن و مشروعیت، به آنها قدرت میبخشد. بین کنش گر خودمختار و منابع نمادین تاریخی و دیگر منابع، نوعی رابطه دیالکتیکی وجود دارد. استقلال فردی، مطلق نیست؛ چون برای چیزهایی که باید دینی یا معنوی خوانده شوند، محدودیتهایی وجود دارد. گستره این محدودیت ها نیز به وسیله تعاریف موجود از مقولات «دینی» مشخص می شود. در بررسی حاکمیت دینی، ماهیت یا محتوای نمادها مورد سوال قرار نمی گیرد، بلکه قدرت و مرجعیت نهادها و رهبران دینی برای تعریف و تشخیص معانی این نمادها به چالش کشیده می شود.

مرجعیت دینی و مرجعیت رسانهای

مرجعیت دینی و مرجعیت رسانهای

افول مرجعیت دینی دو معنی دارد. اول، مسئله مشروعیت نمادها یا به عبارتی، ثبات و قطعیت سازمانی معانی و روابط آنها (نمادها) مطرح است. دوم، پرسش از بافت های قانونی برای عرضه و مصرف آنهاست. از این رو، مخاطبان نوظهور دین و معنویت، افرادی هستند که بافت رسانهای _ به صورت سابقه ای _ برای آنها منبعی بالقوه مشروع از منابع دینی و معنوی است که در عین حال، منابع

نمادین جدید و بکری را نیز فراهم می‌آورد. این شرایط تأثیری همگن ساز (۱) یا «هم تراز ساز» (۲) دارد. ترجیحات و عملکرد مخاطبان، نمادهای مشروع تاریخی را وارد بافتی میکند که معانی ویژه آنها با قرار گرفتن در کنار دیگر تفسیرها و نمادها درک می‌شوند. اجتماع این افراد جست و جوگر در قالب مخاطبان به شکل گیری بازار نمادین نیز کمک می‌کند. (هوور، (۳) ۲۰۰۶)

تغییرات رسانهای با توجه به پیشینه بافتی رسانهای رخ می‌دهند؛ بافتی که در گذشته مرکزیت و ثبات بیشتری داشت. ساختار تلویزیونی در امریکا، اروپا و سیستم های تلویزیونی کشورهای متأثر از الگوی امریکا و اروپا، رابطه ویژه ای را میان دین و پخش رسانهای مفروض می‌دارند. قدرتهای دینی و فرهنگی بر این باور بودند که دین باید در فضای تلویزیونی جایگاهی را در اختیار داشته باشد و قدرتهای تلویزیونی نیز برای ماندگاری در عرصه فرهنگی و اجتماعی، این جایگاه را فراهم کرده اند. هم زمان، ظرفیت جدل و مناقشه دینی، برنامههایی را به نفع نهادهای دینی _ شکل گرفته به عنوان شریکان عرصه پخش رسانهای _ رقم زد.

این موقعیت، رویکردهای خاص برنامه ریزی و مفاهیم ویژه پیرامون مخاطبان را شامل می‌شود. رسانه و دانش رسانهای قرن بیستم، مخاطبان را دریافت کنندگان منفعل مضامین تلویزیونی تلقی می‌کرد؛ به نحوی که خط مشیها و عملکرد نهادهای برنامه ریز در رأس قدرت رسانهای و فرهنگی، فضای دینی _ رسانه ای مخاطبان را تعریف می‌کردند. به علاوه، مفاهیم مرتبط با مخاطبان در این معنا ریشه دارد که دین باید موضوعی «شخصی» فرض شود. مسئولان با چنین پیش فرضی مطالب دینی را ارائه می‌کردند که مخاطبان این مطالب را به طور شخصی مصرف

ص: ۱۶۸

۱- Homogenizing

۲- Horizontalizing

۳- Hoover

می کنند.

با این حال، هر دو قدرت در چارچوبی از انتخاب فعالیت داشته و گزینه های پیشنهادی را به دو روش محدود میکردند. نخست، همان طور که در نیمه های قرن بیستم رایج بود، برنامه ریزی تهیه کنندگان رسانهای برای توده ای از مردم یعنی مخاطبانی ناهمگن، حسی مشترک و فراگیر بود. از این رو، تولیدات آنها از نظر ماهوی الزاماً عمومی بود. دوم اینکه نوعی رفتار پدرمآبانه بر بافت پخش رسانهای حاکم بود که بیشتر هدف روشنگری و پرورش دینی مخاطبان را دنبال می کرد تا برنامه سازی برای کسب تجربه های دینی و تزهده. با اینکه ارائه خدمات دینی استیلا یافت، این فعالیتها بیشتر ظاهری و عمومی بودند تا تجربی و تخصصی و مخاطبان مورد نظر، افرادی بومی با گستره بسیار وسیع در نظر گرفته شدند. قدرتهای دینی از این چارچوب فراگیر حمایت می کردند چرا که مرکزیت آنها را در فرهنگ نشان می داد. این چارچوب، قدرتهای رسانهای را از ضرورت حق انتخاب، بین ادعاهای دینی و ادیان غالباً در حال مجادله، دور نگه می داشت. از این رو، سیاستهای رسانهای در حوزه دین، آنچه را پیش تر در فرهنگ رسانهای، موضوعی غیررسمی شناخته می شد، رسمیت بخشیدند (به ویژه صنعت چاپ آثار دینی)؛ یعنی تخصیص جایگاهی والا- برای نهادهای دینی تازه تأسیس در مرکز فرهنگ رسانهای و فرهنگ. (روزنتال، (۱) ۲۰۰۷) در این میان، نقش مخاطبان در عرصه عمومی، کم و بیش حاشیه ای بود.

«بازار» دینی

«بازار» دینی

البته انتشار آثار دینی و بعدها پخش برنامه های دینی و تولید فیلم های دینی هم راستا

ص: ۱۶۹

و بیرون از این ساختار ادامه پیدا کرد. نظام موازی عرضه محصولات دینی، پرورش مخاطب برای مطالب جایگزین و غیررسمی را آغاز کرد. شروع این کار را می توان انتشار جزوه های مستقل و غیرفرقه‌های، تراکتها و دیگر مطالب آموزشی و الهام بخش در قرن نوزده و بعدها، ایجاد انگیزه انجیلی در پروتستان‌تیسیم امریکایی و تشویق فراینده به انتشار آثار مستقل و فرافرقه‌های و همچنین تولیدات سینمایی و رادیویی در قرن بیستم دانست. سپس این مخاطبان حول برنامه های رسانه‌ای (و فرهنگ مادی) مورد تأیید نهادهای رسمی، گرد آمدند؛ این برنامه ها و رای محصولات پدرمآبانه عمل می کردند.

در دهه ۷۰ و با ظهور تولیدات جدید تلویزیونی و فناوری های انتقال اطلاعات، این نظام و فرضیات دستخوش تغییراتی شد. فن آوری با هدف افزایش حق انتخاب مخاطبان رسانه های تصویری و همچنین حمایت از توسعه اقتصادی صنایع رسانه ای، بر سیاست های بخش در ایالات متحده و اروپا و دیگر کشورها تأثیری متقابل گذاشت. افزایش نارضایتی از تعداد نسبتاً محدود گزینه‌های تلویزیونی (که به تعدادی شبکه بخش آگهی بازرگانی در امریکای شمالی و تعداد کمی شبکه‌های خدمات عمومی در دیگر مناطق، محدود بود)، این امکان را به طرفداران حذف نظارت دولتی (۱) بخش رسانه‌های داد تا به مخاطبان و بازارهای بالقوه ای اشاره کنند که در ساختار و نظام جدید شکوفا خواهد شد.

توسعه شبکه‌ها و خدمات، نتایج برجسته‌های به همراه داشت و مرکزیت نظام پیشین را کمرنگ کرد؛ نظامی که در آن، تولیدکنندگان آگهی بازرگانی و خدمات عمومی به طور کلی، کنش را از نظر فلسفه وجودی و اجرای آن، تعیین میکردند. فضا‌های رسانه ای _ دینی جایگزین نیز در این عصر وارد عمل شد. برای

ص: ۱۷۰

نمونه، میتوان از پخش برنامه‌های انجیلی پروتستانها یاد کرد که جایگاه و مراکز جدید در امریکای شمالی و به طور فزاینده در اروپا پیدا کردند؛ مخاطبان نوظهور این محصولات نیز به کالاهای مذهبی قابل دسترس در مراکز رسانه‌های تصویری عادت کردند.

ماهیت «مرکزیت زداشده»^(۱) محصولات دینی دارای اهمیت است؛ چون از نخستین روزهای عصر به اصطلاح رسانهای، بنیان اقتصادی آنها به صنایع رسانه‌ای، استقلالی بخشید که حاکمیت‌های نهادی و فرهنگی دیگر، از جمله دین را تهدید می‌کردند. این اقتصاد رو به توسعه با دگرگون‌سازی اساس برنامه‌های قبلی، مخاطبانی را به کمک محصولات جدید پرورش داد و گرد هم آورد. مراکز نوظهور مخاطب به رشد و پیشرفت خود ادامه دادند و علایق وابسته به قدرتی واحد را که تنها از یک «مرکز» برمی‌خاستند (نظیر مرجعیت دینی)، به چالش کشیدند.

این تغییرات با ظهور تعصب دینی «جست و جوگر» هم‌زمان گشت. با اینکه بنا بر ادعای مذهب‌یون، رقابت مضامین دینی (پخش برنامه‌های انجیلی و صنعت رو به رشد چاپ آثار مسیحی) با جریان‌های غالب سکولار، مسئله اصلی آنها نیست، ام این روند، تنوع محصولات را افزایش داده و بیانگر آن است که برای دین یک «بازار» وجود دارد.

رسانه‌های «دینی» و «سکولار»

رسانه‌های «دینی» و «سکولار»

یکی از نتایج این پیشرفت، پیدایش مضامین معنوی و دینی در رسانههای «سکولار» بود. با اینکه رفع نظارت‌های دولتی، رابطه گذشته میان نهادهای دینی و رسانهای مسلط را کم‌رنگ کرده است، اما این دو نهاد هنوز در صحنه حضور

ص: ۱۷۱

دارند. آنها بازیگران اصلی عرصه تولید و توزیع در بازار تصویری جهان هستند. تنها چیزی که تغییر یافته، درکی است که هر یک از این نهادها از خود دارند. نهادهای دینی عمده، آژانسهای دولتی و صنایع رسانه ای به تدریج از مرکزیت مفروض در گفتمان فرهنگی عقب نشینی کرده و به بازار اقتصادی وسیعی تبدیل شدند که منطبق همان بازار، سیاستها و فعالیتهای آن را تعیین می کند. برنامهسازان اکنون بیش از پیش، از سدّ پرزحمت و پرهزینه صرف وقت برای دین راحت شدهاند؛ آنها دیگر با این توقع روبه رو نیستند که سیاستهای آنها باید بیانگر تعیین ارزش های نمادین و نسبی ادعاهای دینی رقیب نیز باشد. با پیدایش بازار رسانهای آزادتر، مخاطبان و برنامهسازان دیگر دغدغه تعیین ماهیت و گستره فضای رسانه ای دینی را ندارند؛ چون این کار را بازار انجام می دهد.

مخاطبان امریکایی در عرصه دینی، بسیار زودتر از عرصه رسانه ای قدرت یافتند. در دهه ۷۰ میلادی و در زمان انقلاب ویدیویی، مفهوم کالاسازی دین و همچنین بازار نمادین انتخاب در حوزه دین و معنویت، دیگر جدید نبودند. پیشرفت در آنچه «عصر چند شبکه ای»^(۱) خوانده می شد، سبب نهادینگی و گسترش این گرایش ها شده بود. هم گرایی و تمرکزگرایی رسانه ها به تعامل بیشتر بین شبکهها و اقدامات جمعی در بازارها انجامید. هم گام با افزایش تعداد منابع، خدمات و شبکهها، نوعی «تنوع» نیز در این بازارها ایجاد شد. در حقیقت، تنوع با پیدایش بازار رسانه های دیجیتال به واقعیت تبدیل شد تا هرچه بیشتر، شاهد عمیق تر شدن و گسترش ادغام رسانه ها با کاوشهای دینی _ معنوی و برعکس باشیم.

چرخش فرهنگی ۱ در مطالعات رسانه ای

چرخش فرهنگی^(۲)

ص: ۱۷۲

۱- Multi-Channel Era

۲- Culturalist Turn

این تغییرات در مسیر مفهوم جدید رسانه، مخاطب و رابطه مخاطب با رسانهها قرار می گیرند. با تغییر رسانه ها، حوزه مطالعات فرهنگی و رسانه ای در کانون توجه قرار گرفته است. مطالعات رسانه ای _ فرهنگی در مفاهیم مربوط به مخاطب ریشه دارد؛ در این رویکرد، گرایش تحقیقات علمی از مفهوم مصرف «منفعلا نه» (۱) به سمت مصرف «فعلا نه» (۲) معطوف شده است. آثار اولیه بر دیدگاه های متداول درباره طبقه بندی فرهنگ در رسانه تمرکز داشتند و با توجه به رابطه این دیدگاه ها با طبقه اجتماعی، سلیقه های طبقات مختلف و ظرفیتهای فرهنگی مفروض برای شکل دهی به «مخاطب توده ای» (۳)، آنها را مورد انتقاد قرار می دادند. گشوده شدن افق به مفاهیمی همچون مخاطب فعال و پرسش درباره سلیقه ها، انگیزهها و معانی مخاطب به طور هم زمان، راه را برای در نظر گرفتن برخی تنشها و تناقضها در فرهنگ رسانهها باز می کند. یکی از تنشهای مهم، به «عصر سازندگی» در حوزه دین و رسانه مربوط می شود. همان گونه که اندیشمندان حوزه فرهنگ اشاره کرده اند، الگوهای شبکه ای و سلیقه عمومی پخش برنامه ها، ذهنیت مخاطبان را بر اساس سیاست های برنامه سازی و ژانرهای متفاوت، تعریف و تحدید کرده است؛ ما نیز شاهدیم که این فرآیند چگونه در حوزه دین و معنویت عمل می کند. با این حال، تناقضهای مهم و جالب توجهی وجود دارند.

پیش تر اشاره شد که مسئله اصلی، تغییر کانون توجه از رسانه به مخاطب است. این تغییر از الگوی «ابزاری» (۴) یا «تأثیر» به سمت الگویی است که بر رفتارهای مصرفی مخاطب تأکید دارد. این مسئله، سبب شکل گیری تحقیقات گستردهای در زمینه طبقات مختلف، ابزارها و اشکال رفتار مخاطب شد. مطالعات تشویق کننده ای در زمینه های

ص: ۱۷۳

۱- Passive.

۲- Active.

۳- Mass Audience.

۴- Instrumental.

جنسیت، خانواده، فرهنگ های جوانان، سیاست و مشارکت مدنی، شیء و ارگی کالا و اقتصاد سیاسی در انواع مختلف فرهنگ رسانهای انجام شده است.

با درخواست جیمز کری (۱) (۱۹۷۵) برای تغییر سمت و سوی تحقیق رسانهای از الگوی «انتقال» به «آیینی»، (۲) اهمیت فعالیت در حوزه دین و معنویت برای برخی آشکار شد. بحثهای بسیار خوبی درباره این پرسش در گرفت که آیا منظور کری از «آیینی»، چیزی جز مفهوم استعاری آن است یا خیر. (روتن بوهرلر، ۱۹۹۸) با این حال، در راستای هدف کنونی یعنی بررسی ساختار، رفتارها و معانی در میان مخاطبان، چنین تمایزی اهمیت زیادی ندارد. پرسش درباره اینکه آیا رسانه ها، فضای اصلی برای عمل دینی را تشکیل میدهند یا خیر (برای مثال، اینکه آیا خود به نوعی دین تبدیل شده اند، به عنوان یک دین مدنی عمل کرده اند یا جای گزین دین می شوند)، پرسشی تجربی است که ممکن است تحقیقات را به سمت این زمینهای فعالیت بکشاند.

کری و پیروانش از طرفداران گفتمان مخاطب «فعال» هستند. مدل او همان گونه که به شیوه مصرف، تجربه و وجود رسانه ها در فرهنگ های مربوط توجه دارد، مستلزم تمرکز بر رفتار مخاطب نیز هست. گفتنی است مفاهیم ایده آل درباره نقش رسانه در زندگی فرهنگی مدرن به رفتارها و مصرفی اشاره دارد که از جایگاهی هنجاری برخوردارند، ولی حوزه وسیع تری از مفهوم سازی را نیز شامل می شوند. این /موضوع مهم است که بین نیت و کارکرد در این زمینه تمایز قائل شویم. صرف نظر از آنچه مورد نظر متون و ژانرهای رسانه ای شده ویژه است، مسئله مهم، نتایجی

ص: ۱۷۴

۱- James Carey

۲- Ritual Paradigm

است که از این عبارت ها و مصرف آنها به دست می آید. بنابراین، پرسش درباره کیستی مخاطبان و ماهیت فعالیت های آنها به پرسش اصلی تبدیل می شود.

ارائه تعریفی چنین فراگیر ایجاب میکند که موضوع تجربی _ روش شناختی چیستی تحقیق و چگونگی انجام آن و نیز این پرسش بیشتر نظری را در نظر بگیریم که چطور گونه های نوظهور کنش معنوی و دینی در فضای رسانه ای، نمودی خاص و ارتقایافته می یابند؛ فضایی که برای هم ساز و حتی تقویت کردن آنها، در حال رشد و توسعه است.

مخاطبان در بافت

مخاطبان در بافت

یکی از پرسش های مطرح این است که آیا میتوان مخاطب دین یا معنویت را از کل فضای رسانهای متمایز کرد یا خیر؟ این مسئله به دلیل فعالیتها و الگوهای کهنی که مخاطبان رسانه به وسیله آنها شکل می گیرند، اهمیت دارد. این موضوع هم زمان دارای دو جنبه تاریخی و معاصر است. از نظر تاریخی، پیدایش رسانههای الکترونیک، مسئلهای کاملاً غیرتلویحی و پیچیده بود. باید تلاشهای مهمی صورت می گرفت تا رسانه با تار و پود زندگی روزانه مردم گره بخورد. در دوران معاصر، مخاطبان رسانه در رفتارهای خود، نقاطی برجسته از هویت و معنا می یابند که آنها را قادر می سازد تا «منابعی باثبات برای خویشتن» ارائه دهند. از این رو، مخاطبان صرفاً از طریق فرآیندهای طبیعی شکل نمی گیرند، بلکه در جریان رفتاری خاص «ساخته» می شوند.

ورود وسایل و ابزار رسانه ای جدید به فضای خانه در قرن بیستم، لزوماً به معنای پذیرش آسان و سربسته آنها نبود. ظهور هر رسانه جدید به پشتوانه رسانه های قبلی و در فرآیند هم پوشانی رخ می دهد. (مورگان، ۲۰۰۷) با این حال، برخی فنآورها بیش از بقیه، مشکلسازند و برخی مباحث را در پی دارند. برای مثال، گرامافونهای اولیه

که برای خانه‌ها طراحی شده بود، همانند رادیو (اسمولیان، ۱۹۹۴) و تلویزیون (اشپیگل، ۱۹۹۲)(۱)، صرفاً به اسباب‌خانه تبدیل شدند و محتوای هر کدام از آنها تحت تأثیر سلیقه‌های طبقات جدید جامعه شکل گرفت. صفحه‌های گرامافون‌های اولیه، بیشتر، شامل آثار کلاسیک می‌شدند و بسیاری از گونه‌های اولیه رادیو برای استفاده‌های طبقه بورژوا در فضاهاى اخلاقى و فرهنگى طراحی شد. مخاطبان تحت تأثیر قالبها و ژانرهایی بودند که هدفشان، قرار دادن رسانه در بطن فرهنگ بود. در زمان بحران بزرگ اقتصادی و دو جنگ جهانی، سالنهای سینما، فیلم‌هایی خبری نشان می‌دادند. مخاطبان آمریکایی و اروپایی از طریق آنها، جنگ را تجربه می‌کردند. رادیو زمانی به شکوفایی رسید که ابزار سرگرمی گران قیمت، کمتر در دسترس بود.

با شروع دهه ۵۰، مخاطبان رسانه‌های ملی ثبات خوبی یافته بودند. آداب و قوانین این مخاطبان، آنها را به خوبی با بافت زندگی روزانه منطبق می‌ساخت. بنابراین، موضوع اصلی این شد که رسانه‌ها خانگی و فضاهای خانگی نیز رسانه‌ای شده‌اند. (اشپیگل، ۱۹۹۲) از این رو، مخاطبان قرن بیستم، نوعی پذیرش و در عین حال، مقاومت از خود نشان دادند. این تناقض، شالوده‌نگرش‌های عمومی به رسانه‌های امروزی را شکل می‌دهد. (هوور، ۲۰۰۶؛ هوور و دیگران، ۲۰۰۴)

دین، معنویت و «فرهنگ عامه»

مخاطبان نسبت به عملکردشان، خودآگاه هستند و این خودآگاهی در شکل‌گیری هویت مدرن نقش مهمی ایفا می‌کند. به زبان ساده‌تر، امروزه فرد قادر است تا با توجه به رژیم مصرف رسانه‌ای و همچنین رد یا پذیرش رسانه‌ها با

ص: ۱۷۶

عنوان «لذت گناه آلود»، خود را توصیف کند. این توصیف‌های شخصی انعکاسی، کارکرد یا نتیجه فرآیندهای خانگی شدن رسانه‌ها و رسانه‌ای شدن فضای خانه‌هاست. به نظر می‌رسد این پروژه، ناقص باشد. روایت‌های مربوط به کاربرد رسانه در زندگی خصوصی، کامل نیستند. با این حال، این روایات دربردارنده نقدهایی خاص و متمرکز درباره رسانه هستند؛ نقدهایی که بیشتر رنگ و بویی مذهبی دارند. این نقدها به گونه‌ای پیچیده و ناکامل به رفتار مربوط هستند و این تضاد، از معیاری که نشان می‌دهد رسانه‌ها کاملاً خانگی نشده و فضاهای خانگی نیز به طور دلخواه، رسانه‌ای نشده‌اند، متمایز است.

این تصور که بیشتر افراد مذهبی، زاهد‌آبانه یا اخلاق‌مدارانه درباره فرهنگ رسانه‌ای موضع می‌گیرند، به طور گسترده‌ای پذیرفته شده است. تجربه، گفتمان عمومی را به این سمت کشانده است که مخاطب، هرچه مذهبیتر باشد، بیشتر از سرگرمیهایی مانند تلویزیون، فیلم‌های عامه‌پسند، موسیقی پاپ و دیگر هنرهای مردمی ایراد می‌گیرد. این نقدها به موضوع هویت هم می‌پردازند؛ به گونه‌ای که این دسته از بینندگان به رسانه به منزله پایگاه مهمی برای توصیف خود مینگرند و برای مثال می‌گویند: «من از آن دسته آدم‌هایی هستم که برنامه کذا و کذا را زننده میدانم.» گفتمان عمومی درباره فیلم مصایب مسیح در سال ۲۰۰۴، رابطه بین ترجیح رسانه‌های و هویت را به خوبی نشان داد. بسیاری از مسیحیان محافظه‌کار با گرد آمدن حول نقد این فیلم آن را یک بیانیه مهم اعتقادی و فرصتی برای ابراز هویت از طریق تجمع حول محور این رسانه جای‌گزین یافتند. مطالبات هویتی مخاطبان، هم ابزارهای مهم شکل‌دهنده عملکرد مخاطب (والدین مذهبی محافظه‌کار، قوانین و رفتارهای

ویژه ای را برای کاربرد رسانه در خانه‌ها تعریف کرده‌اند) و هم هویت (گرایش‌های ذکر شده) را شکل می‌دهند. در آن سوی طیف دین و معنویت نیز مخاطبان کوشیده‌اند تا با روایت مصرف رسانه‌ای، هویت خویش را اثبات کنند، هرچند با ابزاری متفاوت. برای مثال، در سال ۲۰۰۴، آنها بیشتر با فیلم ما چه می‌دانیم؟ یا فارنهایت ۱۱/۹ احساس نزدیکی میکردند تا مصایب مسیح. از دیگر سو، تمایل داشتند با کم‌اهمیت جلوه دادن رسانه، خود را از فیلمی مثل مصایب مسیح و موارد مشابه آن متمایز نشان دهند.

لیبرال‌ها و محافظه‌کاران دینی با توجه به نگرش و رویکردی که به رسانه‌ها دارند، با دیگر افراد در طبقه اجتماعی خود شباهت دارند. کاوشگران معنوی که سواد و درآمد بیشتری نسبت به «مذهبیون» محافظه‌کار دارند، بیشتر جذب رسانه‌های خاص و نخبه‌گرا میشوند تا عامه‌پسند. بنابراین، استفاده‌ایشان از رسانه‌ها برای بیان هویت خویش، تمایز میان رادیو و تلویزیون عمومی، فیلمهای هنری و دیگر برنامه‌ها را مشخص می‌سازد. آنها همچنین نگاه خاصی به دسته‌بندی اصلی رسانه‌های عمومی دارند: به چالش کشیدن روابط جنسی و خشونت در تلویزیون و سینما. آشکار است که محافظه‌کاران مذهبی، بیشتر دغدغه روابط جنسی را دارند و آزادی خواهان مذهبی، بیشتر نگران خشونت هستند.

این مسئله در بحث ما نیز اهمیت ویژه‌ای دارد. چپ‌گرایان به خوبی کلیشه‌ها را درک می‌کنند و در مقام حامیان آزادی مسائل جنسی در رسانه‌ها، به عنوان یک نقطه هویتی مهم، شناخته شده‌اند.

هنگام ابراز هویت رسانه‌ای، گرایش نسبتاً منسجمی را در بین مخاطبان مختلف

شاهدیم. اما آنچه در عمل رخ می دهد، متفاوت است. گفتار مردم هنگام استفاده از رسانه، با عملکردشان متفاوت است. یکی از مثالهای برجسته در این زمینه، موفقیت نمایش پریننده و در عین حال زنده کدبانوهای وامانده در امریکا و در اوایل پخش آن بود. میزان استقبال از این فیلم در منطقه موسوم به «کمر بند انجیل» در مقایسه با دیگر مناطق، کمتر بود. با این حال، اگر نقدهای فراگیر محافظه کارانه مذهبی نسبت به فرهنگ عامه را نیز معیار تبیین رفتار بینندگان در نظر بگیریم، آن گاه می توان گفت تعداد بینندگان فیلم در این منطقه محافظه کار، بیشتر از حد انتظار بوده است.

بسیاری از تحقیقات بر این نکته تأکید داشته اند که این مسئله در سطح خانواده ها نیز صدق می کند؛ اینکه حتی در منازلی که رسانه ها آشکارا مورد انتقاد قرار می گیرند، از رسانه های مورد انتقاد استفاده میشود. بنابراین، میتوان گفت رویکرد مخاطبان در قبال ژانر و گونه های ویژه رسانه های، اهمیت دارد و به طور تاریخی، نظریه های درباره هویت و معنا را دربرمی گیرد. با این حال باید توجه داشت که لذتها و جذابیت های استفاده از رسانه، موضوعی متفاوت قلمداد می شود. چون دین و معنویت غالباً تعهد به ارزشها و ایده های هنجاری خاصی را دربردارند، افرادی که دین و معنویت، بُعد مهمی از زندگی آنها را تشکیل می دهد، در این فضا، مخاطبانی ویژه قلمداد می شوند. به نظر می رسد معنویت و دین داری بیش از آنکه با رفتار واقعی مخاطبان مرتبط باشند، به پرسش های تأملی درباره هویت مربوط می شوند. (هوور، ۲۰۰۶)

تمایز میان رفتار و اعتقاد مخاطبان، به طور ویژه، مطالعه درباره مخاطبان رسانه ای و مخاطبان رسانه ای در عرصه دین و معنویت را پیچیده کرده است. اکثر آثار تجربی به انواع مختلف روایت های شخصی از رفتار رسانه های متکی هستند؛ به این روایات به عنوان معیار دقیق سنجش رفتار واقعی نمی توان اطمینان کرد. برخلاف تصور عمومی، مسئله این نیست که افراد، غیرمنسجم هستند، بلکه پرسش مهم اینجاست که هویت مخاطبان چرا و چگونه شکل گرفته، چرا و چگونه حفظ می شود و اصولاً این هویت به چه اهدافی پاسخ می دهد؟ همچنان در این حوزه، جای کار بسیاری وجود دارد، ولی رئوس کلی آن همان طور که دیدیم، مشخص شده است و با تحقیق بیشتر، افقهای تازهتری پیش روی ما باز میشود.

همان گونه که پیش تر اشاره شد، می توان گفت رسانه ها به نوعی «مرکز فرهنگی» در جامعه هستند؛ مکانی برای نمود گفت و گوی عمومی که سراسر موقعیت ها و بسترها را فرا می گیرد. این کارکرد به شرایط تاریخی میانه قرن بیستم بازمی گردد؛ و به عبارتی، فرهنگ عامه و «رسانه» به گونه ای به هم گره خورده اند که در بطن رسانه ها و مخاطبان رسانه ای، انتظاری باثبات و محکم شکل گرفته است؛ انتظاری مبنی بر اینکه در میان ژانرها، ساختارها و کارکردهای انواع مختلف رسانه ها، رسانه ها و لحظاتی یافت میشوند که مفهوم مرکزیت در آنها اهمیت ویژه ای دارد. البته این موقعیت در زمان هایی مانند حادثه ۱۱ سپتامبر و بمب گذاری ۷ جولای ۲۰۰۵ در لندن، بیشتر نمود پیدا میکند. همچنین این مفهوم را در رویدادهای مهم فرهنگی مانند رویدادهای ورزشی مهم و رقابتهای سیاسی می توان یافت. با این حال، این مقوله حول افراد معروف و شخصیتهای کاریزماتیک رسانه ای نیز وجود دارد. برای مخاطبان مهم است که بخشی از گفتمان عمومی مطرح پیرامون این مسائل باشند. برخی از جریان های فرهنگی مهم نیز به

فرد کمک می کنند تا در فرهنگ عامه سهیم شوند. این مسئله به ویژه برای جوانان از اهمیت برخوردار است؛ اما این اشتراکی فرهنگی است که سایر نسلها نیز در آن سهیم هستند. همچنین برای خرده فرهنگ ها نیز منابعی از «فرهنگ عامه» وجود دارد. برای مثال، جوانان میخواهند بخشی از گفتمان عمومی درباره موسیقی پاپ باشند. زنان به گفتمان عمومی درباره مسائل زنان، آگاه و علاقهمند هستند. در این میان، رسانههایی وجود دارند که به این علاقه مندی ها و سلیقه ها اختصاص یافته اند (اصول اقتصادی و درآمدزایی و بخشی از این انگیزه آنها را ارضا میکند).

تاریخچه مخاطبان دین، بعد ساختاری ویژه و مهمی به این تصویر اضافه میکنند. همان طور که پیش تر مشاهده شد، در قرن اخیر، تلاشهای پیوسته ای در راستای خاص گرایی دینی و توسعه رسانه های مربوط به آن صورت گرفته است. «مبلغان رادیویی» در مناطق روستایی امریکا و پروژه های فیلم سازی کمپانی بیلی گراهام، نمونه های از این مورد هستند. (هندرشات، ۲۰۰۴) اخیراً، به طور ویژه، محصولات دینی و اهداف تولید محصولات دینی به روش هایی دیگر عرضه و ابراز شده اند. برای نمونه می توان از گسترش عرضه تولیدات دینی از طریق انجمن کتاب فروشان مسیحی و کتابهای پرفروش در بازار مسیحی مانند سری داستان های رها شده: داستان آخرین روزهای عمر زمین یاد کرد. این داستان برای پخش سینمایی نیز آماده شد. هدف بسیاری از تلاش های صورت گرفته، ایجاد ارتباط بین بازارهای دینی و سکولار است تا ارزشهای دینی وارد بازارهای سکولار شوند.

در حقیقت، برقراری چنین رابطه ای به ندرت موفق بوده است. در عوض، آنچه اتفاق می افتد، اجتماع مستمر مخاطبان در اطراف رسانه های متمایز «عمومی» و

«دینی» است. چنین ارتباطی را تنها در میان مخاطبان دین می توان مشاهده کرد. بدین معنا که آن دسته از مخاطبانی که بیشتر پای بند ارزشهای بازار رسانه‌های دینی هستند، در شمار مخاطبان بازار رسانه‌های «عمومی» نیز قرار می گیرند. به نظر میرسد دلیل اصلی این مسئله، کشش «فرهنگ عامه» است. مخاطبان دینی خواستار حفظ هویت خاص‌گرایی خود هستند؛ با این حال، این عده به سمت گفتمان و گفت‌وگویی بزرگتر و عمومیت‌تر نیز کشیده می شوند.

فشارهای این مسیر، زیاد هستند. کودکان و نوجوانان به سمت رسانه‌های مرتبط با فرهنگ جوانان گرایش پیدا میکنند. دوستان و همسایه‌ها از آخرین فیلمها و برنامه‌های تلویزیونی خبر دارند و درباره آن صحبت میکنند. در این مرحله، هویت و احساس تعلق طبقاتی نیز وارد صحنه می شود؛ درست همانند مذهب پروتستان امریکایی که به طور فرهنگی عمیقاً با جغرافیا و طبقات اصیل گره خورده است. رسانه‌ها، متخصص بازاریابی برای چنین هویت‌هایی هستند؛ هویت‌هایی که برای بیشتر طرفدارانشان نیز از هویت‌های مذهبی متمایز داده نمی شوند. چرخش رسانه‌های حتی نمادها و ارزشها را به لذت‌های «گناه آلود» تنزل داده است و مخاطبانی با انگیزه‌های دینی نیز تحت تأثیر چنین مواردی قرار می گیرند. این وضعیت از این واقعیت ناشی می شود که بسیاری از بینندگان دینی به رسانه «دینی» علاقه خاصی ندارند و فقط وجودش را «برای دیگر افرادی که واقعاً به آنها نیاز دارند» مفید میدانند. (هوور و دیگران، ۲۰۰۴؛ هوور، ۱۹۹۸)

با مطالعات بیشتر و مستقیم درباره این موضوع که از دیدگاه مخاطبان دینی چه رسانه‌هایی (آن دسته که خارج از محدوده رسانه‌های دینی قرار می گیرند) مثبت است، ماهیت این پدیده «فرهنگی و عمومی»، بیشتر مشخص می شود. در بررسی رسانه‌ها چه به نظرهای فردی در بین مخاطبان پردازیم و چه به اظهار نظرهای

عمومی درباره تلویزیون، فیلم یا فرهنگ عامه «خوب» توجه کنیم، صرفاً «زننده» نبودن رسانه‌ها عاملی است که سبب ارتباط بین آنها میشود. به عبارتی دیگر، باید خود را با بازاری عمومی و ناهمگن منطبق ساخته و ارزش‌هایی عمومی، مشترک و حداقلی داشته باشند. مخاطبان تمایلی برای اشاره به این موضوع ندارند که به طور خاص و آگاهانه، مطالب دینی باید بخشی از این بازار باشند. همین که افراد مذهبی چنین برنامه‌هایی را بسازند یا اینکه افراد مذهبی، بخشی از صنایع رسانه‌ای تفریحی باشند، برای آنها مهم است. با این حال، این عده فرهنگ رسانه‌های را در مقام فرهنگ عامه و مناسب برای مخاطبانی ناهمگن می‌پذیرند.

همان‌طور که پیش‌تر مشاهده شد، این «فرهنگ رسانه‌های عمومی»، بستری برای ابراز احساسات معنوی و دینی معاصر فراهم می‌آورد. مخاطبان در این بستر می‌توانند منابع لازم برای تأمین نیازهایشان را بیابند. چنین فرآیندی، صریح و آشکار نیست، به نحوی که بتوان میان علاقه‌مندی‌های فرهنگی نظیر دین، معنویت، جنسیت یا سیاست، مرزبندی دقیقی را ترسیم کرد. دیدگاه‌های متضاد درباره فیلم‌های رها شده، داستان آخرین روزهای عمر زمین و مصایب مسیح، نمونه‌هایی از این پیچیدگی است. همان‌گونه که اشاره کردیم، فیلم رها شده به سرعت برجسب «دینی» خورد و با وجود برخورداری از ارزشهای تولیدی، فیلم به اثرات ارتباطی مدنظر دست نیافت. از سوی دیگر، مصایب مسیح با جلب مخاطبان پرشمار کاتولیک و غیرپروتستان، موفقیت بیشتری در زمینه برقراری ارتباط کسب کرد.

یکی از تأثیرات مهم مصایب مسیح، ایجاد علاقه مجدد به مقوله دین در میان فیلمسازان هالیوود بود. پیش‌بینی شد جریان اصلی تولید فیلم به سمت تولیدات مذهبی

بیشتر روی آورد. با این حال، فرهنگ رسانه ای بر اساس اصول منطقی خود و با انعطافی خاص عمل می کند. تأثیر مصایب مسیح در سال های پس از نمایش آن کم رنگ گشت و وارد بازاری رسانه های شد که در آنجا برخی جریان های شکل گرفته، پیچیدگی پیش روی مخاطبان را به تصویر می کشند. مسیری که مل گیسون برگزیده بود، به فیلم آخرالزمان و چه میدانیم و سپس به باستان شناسی مردمی جیمز کامرون منتهی شد. دسته بندی های سیاسی در فیلم فارنهایت ۱۱/۹، ساخته مایکل مور نیز وارد شد.

بنابراین، میتوان گفت یکی از تأثیرات حوزه عمومی رسانه ای شده، بی ثباتی مفهوم امر «دینی» از نظر مخاطبان است. مردم به انواع مختلف رسانه های فرهنگ عامه علاقه مندند. با این حال، محصولات ارائه شده در بازار رسانه ای، برحسب اینکه «آیا مخاطبان دین یا معنویت، مخاطبانی خاص هستند یا خیر»، علاقه مندی ها را هدایت کرده و علاقه مندی ها و ارزش ها را در هم می آمیزند. همان طور که مشاهده شد، برای پذیرش این که به طور کلی، مخاطبان دین و معنویت با دیگر مخاطبان چندان تفاوتی ندارند، دلایل کافی وجود دارد. در واقع، تفاوت موجود میان این دو گروه، از نوع علاقه و کنش آنها ناشی می شود. با اینکه در میان مخاطبان، افرادی یافت میشوند که بر اساس میزان دین داری، معنویت یا علاقه مندی مذهبی دسته بندی شده اند، ولی باز هم این موارد، مشخص کننده کنش مخاطب نیستند. این مسئله تا حدودی نتیجه شناخت ناقص ما از چگونگی ارتباط بین هویت و کنش در این موارد، است. همچنین، ماهیت در حال تغییر دین و معنویت و بازار رسانه ای، می تواند یکی دیگر از دلایل این امر باشد. به نظر می رسد در این دوره زمانی، برای توجه به مخاطبان بر اساس هویت و انگیزه های آنان، دلیلی منطقی وجود دارد. در غیر این صورت، یک بار دیگر، بعدی مهم _ بعدی رسانه ای _ از

الگوهای نوظهور دین، معنویت و طیفی از احساسات و کنش های مرتبط با دین و معنویت را از دست می دهیم؛ احساسات و کنش هایی که از مقولات رسمیت یافته و ذاتی شده ما ناشی شده اند.

ص: ۱۸۵

۷ گستره صدا (۱)

دوروتا ای. اسکولز (۲)

برگردان: امیر یزدیان و سید مهدی دبستانی

احساس شنوایی ۱ و وساطت مذهبی

احساس شنوایی (۳) و وساطت مذهبی

اکثر تحقیقات صورت گرفته در مورد احساس شنوایی و کنش مذهبی، بر بررسی نقش موسیقی – هر چند با تعریف های گوناگون از آن – به عنوان واسطه تجربه روحانی تمرکز داشته اند. جدای از این روایت های کارشناسانه پیرامون موسیقی مذهبی، «گونه» های دیگری از صوت وجود دارد که در نقشه پیچیده تجربه های مذهبی جای گرفته و به طور لذت بخشی، رسانه ای شده اند؛ همان نقشه ای که پس

ص: ۱۸۷

۱ – Soundscape.

۲ – Dorothea E. Schulz.

۳ – Sensation این لغت به همراه perception (ادراک)، دو مرحله شناخت را در روان شناسی تشکیل می دهند. احساس، اثری است از یک محرک (داخلی یا خارجی) که از گیرنده های حسی تا سیستم اعصاب مرکزی پیش می رود و ارزش شناختی خاصی ندارد و اساس آن کاملاً فیزیولوژیک است. این احساس سبب تعبیر و تفسیر انسان و نوع حیوان از محیط درون و بیرون خود می شود و نهایت آن به ادراک می انجامد. (مترجم)

زمینه‌ای را برای شکل‌گیری و تایید رهبری و اجتماع معنوی فراهم می‌آورد. یکی از نگرش‌های مهم در روایت‌های عالمانه مرسوم پیرامون موسیقی مقدس این است که سنت‌های دینی از نظر نحوه مفهوم‌سازی «صوت مقدس» – یعنی صوتی که واسطه حضور الهی است – از یکدیگر متمایز می‌شوند.

تنها در برخی سنت‌ها، موسیقی وجهی مشروع از وساطت مقدس را تشکیل می‌دهد. سنت‌های مذهبی دیگر تنها تعداد محدود و انتخاب‌شده‌ای از گونه‌های شنیداری و گفتاری وساطت دینی را مجاز می‌شمرند و آنها را در تضاد با موسیقی، خصلت دنیوی آن و موقعیت‌های اجرای آن (۱) قرار می‌دهند.

برای مثال، در سنت‌های دینی هندو، مفاهیم رمزآلود صوت مقدس یکی از پایه‌های فعالیت‌های مذهبی و همچنین یکی از فنون نظام‌بخشی را تشکیل می‌دهد که آگاهی روحانی والایتری را هدف گرفته‌اند. اعتقاد بر این است که موسیقی، سرچشمه‌های الهی دارد و به طور مشخص به عنوان وسیله‌ای سودمند برای تولید و تصدیق تجربه روحانی اصیل پذیرفته شده است. در نتیجه، نهادهای تولید و اجرای موسیقی مقدس در برپایی سازمانی – اجتماعی فعالیت‌های مذهبی هندو جایگاه ریشه‌داری دارند. در صوت مقدس، گفتار با اشکال مختلف صوتی آهنگین و دارای ریتم در هم می‌آمیزد. یعنی سرودهای مذهبی و افسون‌های سنتی برای اثربخشی، به قدرت ایجاد گفتار آهنگین (۲) در خود وابسته‌اند. (بک، (۳) ۱۹۹۳؛ ۲۰۰۶) به عکس، در آیین سیک، موسیقی به عنوان صوت مقدس، نه تنها بخشی لازم از تجربه عبادی است، بلکه پایه‌های اجتماع مذهبی و رهبری معنوی را نیز شکل می‌دهد. بخش پررنگی از قدرت‌های بنیان‌گذار تاریخی این سنت مذهبی،

ص: ۱۸۸

۱- Sites of performance

۲- Intoned

۳- Beck

مهارت های فراطبیعی وی در سرودخوانی عبادی است؛ مهارت هایی که نه تنها او را به عنوان رهبری برگزیده متمایز می کرد، بلکه به او اجازه می داد تا مؤمنان را به فعالیت های عبادی مشترک فرا خوانده و با هم متحد کند. (سینگ، (۱) ۲۰۰۶) همچنین سرود و موسیقی در انتقال اولیه کتاب مقدس نقشی برجسته داشته اند.

ادبیات موجود درباره دین و صوت مقدس، توجه اصلی خود را به موسیقی معطوف کرده است. (برای مثال: بک، ۲۰۰۶) با این حال، برای توجیه این که چرا رویکردهای پدیدارشناختی به مطالعه وساطت دینی باید محدودده تحلیل خود را گسترده تر سازند و از مفهوم گسترده صدا برای توصیف فرآیندهای وساطت حسی (۲) استفاده کنند، دلایل محکمی وجود دارد. نخست اینکه در زمینه های فرهنگی و مذهبی مشخص، مقوله «موسیقی مقدس» با هیچ مفهوم معادل یا «مقوله امیک» (۳) مطابقت ندارد. صوت به عنوان مقوله ای که گستره وسیعی از ادراک شنیداری را دربرمی گیرد، برای درک بهتر روش های متنوعی که به وسیله آن، روابط بین گفتار، شنیدار و امر متعالی به اندیشه درمی آید و عمل می شود، کارآیی بیشتری دارد.

دوم اینکه تشبیه مکان مند نهفته در گستره صدا، رابطه پیچیده میان یک صورت الگومند از بیان صوتی (شامل الگوهای آهنگین و مسجع) و فعالیت های مذهبی و قرارگیری آنها در زمان و مکان را دقیقاً مشخص می کند. با بررسی موضوع از این زاویه تحلیلی، تولید صدا و ادراک صدا با همدیگر پیوند می خورند و مکانی برای تجربه مذهبی را تشکیل می دهند؛ مکانی برای

ص: ۱۸۹

۱- Singh.

۲- Sensuous.

۳- Emic: از این واژه در انسان شناسی هنگامی استفاده می شود که تحلیل پدیدارهای فرهنگی از زاویه دید شخصی که در درون سیستم مورد مطالعه است، انجام می گیرد. (مترجم)

حلول استعلایی(۱) و همچنین محلی برای ارتباط انسان با عالم الهی. در نهایت، چون صوت، شکلی اساسی(۲) از تجسم(۳) و درگیری(۴) جسمی را شکل می‌دهد، دارای ظرفیت‌های قدرتمندی برای متأثر ساختن قلب و ذهن مؤمنان و ثبت احساساتی خاص و نیز «هوشیار ساختن» ذهنیت‌های مذهبی خاص است. با این حال، اهمیت خاص صوت در شکل‌دهی سوژه‌های(۵) دینی، نه تنها در سنت‌های مذهبی خاص و عرف نواحی مختلف، بلکه در طول تاریخ نیز متفاوت بوده است.

گستره صدای اسلامی

گستره صدای اسلامی

در نظر گرفتن واژه صوت و ادراک شنیداری به جای موسیقی به عنوان نقطه آغاز تحلیل، به طور خاص در زمینه فعالیت‌های مذهبی و روزانه مسلمانان به جاست. از نظر مسلمانان، قرائت قرآن به عنوان شکلی خاص و منحصر به فرد از صوت در فعالیت‌ها و تجربه‌های اسلامی (چه به صورت ساده آن، [ترتیل] و چه در صورت پیچیده‌تر آن از نظر آهنگین بودن [تجوید])، به طور مفهومی، از «موسیقی» متمایز است. افزون بر آن، در جوامع مسلمان این پرسش که آیا به طور کلی، می‌توان موسیقی را اجرا کرد و از آن لذت برد یا خیر، در بین پژوهشگران مسلمان به عنوان مسئله‌ای مناقشه‌آمیز و موضوعی حل نشده باقی مانده است. این امر از غنای روحانی، زیبایی‌شناختی و عاطفی فعالیت‌های صوتی در جوامع اسلامی جلوگیری نمی‌کند. برخلاف آن، شنیدار و گفتار برای فعالیت‌ها و تجربه‌های مذهبی اسلامی، اموری بنیادی هستند. به عقیده مسلمانان، واپسین وحی خداوند یعنی قرآن، نه به واسطه دیدن، الهام یا نوشتن،

ص: ۱۹۰

۱- Transcendental immanence.

۲- Essential.

۳- Embodiment.

۴- Engagement.

۵- Subject.

بلکه به وسیله صوت و به طور مشخص، به صورت کلمات در دایره فهم انسان قرار گرفته است. چون خداوند نمی تواند شنیده یا دیده شود، فرشته وحی (جبرئیل) پیام او را به صورت قابل شنیدن در آورده و به حضرت محمد صلی الله علیه و آله می گوید که «بخوان» و مردم را با اراده خداوند آشنا کن. (قرشی، ۲۰۰۶: (۱) f۸۹) بنابراین، هنر اسلامی قرائت _ یعنی شکل صوتی ارائه پیام خواننده شده خداوند _ و «دانش» ملازم با آن، یعنی تلفظ صحیح (بر پایه حفظ دقیق کلمه و همچنین الگوی آهنگ و ریتم آن)، هر دو منحصر به فرد بودن قرآن را تأیید می کنند. آنها همچنین تمایز بنیادین قرائت قرآنی را از دیگر اشکال صوتی و «موسیقایی» _ چه به صورت آوایی و چه با آلات موسیقی _ بنا می نهند.

گستره صدایی که پس زمینه تجربه روزانه و مذهبی مسلمانان را تشکیل می دهد، نه تنها به وسیله حضور مرسوم و فراگیر قرائت قرآنی اذان _ فراخواندن به نماز در انواع مختلف، از لحن های بسیار ساده گرفته تا انواع پیشرفته با الگوهای آهنگین _ تشکیل می شود، بلکه وعظهایی را که در عبادت گروهی روز جمعه در مسجد و پیرامون آن به مؤمنان گفته می شود، باید بدان افزود. (تایب، (۲) ۱۹۹۹) تلاوت دل پذیر و زمزمه گونه کودکان هنگام حفظ قرآن، قطعه دیگری از پازل نقشه احساس شنوایی را تکمیل می کند که در ترکیب با اشکال دیگری از احساس، نقش «صوت الهی» را در تجربه زندگی روزانه مسلمانان _ چه در درون و چه فراتر از فضای آیینی _ حکم می کند. (نلسون، (۳) ۱۹۹۳؛ [۲۰۰۱] ۱۹۸۵) تمام این «قطعات» (۴) صوتی که از حضور الهی حکایت دارند، جنبه قوی سازندگی اجتماعی دارند. آنها بر اساس سودمندی عاطفی و اخلاقی شان ارزش گذاری می شوند. ترجمه وفادارانه کلمات خداوند و

ص: ۱۹۱

۱- Qureshi.

۲- Tayob.

۳- Nelson.

۴- Bites.

یک سخنرانی صادقانه باید در منقلب کردن مؤمن و برانگیختن وی به سمت کنشی اخلاقی اثرگذار باشد. بنابراین، توانایی اثرگذاری از طریق صوت و احساس تأثر به وسیله صوت، مهم ترین حالت هایی هستند که مؤمنان، یک عملکرد متقاعدکننده و صادقانه را ارزیابی و داوری می کنند.

فهم های مشابه از ظرفیت های «تحریک آمیز» صوت و کلمات ملفوظ، اجراهای صوتی و عاطفی (شعر) را تحت تأثیر قرار می دهند. هدف از چنین اجراهایی، ایجاد سازوکاری برای اشکال عرفانی تجربه حضور خداوند (تصوف) و تسهیل تلاش مؤمنان برای وصل وجدآمیز (1) با خدا و عشق فراگیر اوست.

جوامع اسلامی متعددی وجود دارند که به سنت های عاطفی دیگری توجه می کنند که ذاتاً عبادی هستند _ به جای آنکه صرفاً به نماز مرتبط باشند؛ سنت هایی که متون منظوم را با سرودهای الگومند و دارای ریتم آهنگین در هم می آمیزند. «ستایش ها» (در عربی، انشاد) از آن دسته هستند. انشاد، دل بستگی به پیامبر و خانواده او را بیان می کند و گاهی اوقات، شکل دعای شخصی در حق آنها را به خود می گیرد. انشادها هم مانند قرائت، به صورت مفهومی از دیگر دسته های «موسیقی»، متمایز هستند. سرودخوانی های خاصی نیز نقش عبادی مشابهی را ایفا می کنند، ولی به طور مشخص، به عنوان «موسیقی» در معنای رایج کلمه شناخته می شوند. در برخی از بافت های صوفیانه، ممکن است تصنیف هایی در مدح «انسانی مقدس» شنیده شود («ولی» که در اصطلاح به معنای «دوست خداوند» است). این سرودها و انشادها، بیش از آنکه به انواع مختلف قرائت قرآنی متکی باشند، از گنجینه موسیقایی، عاطفی _ شفاهی و قواعد سبک شناختی هر یک از جوامع مسلمان برداشت می کنند.

در برخی بسترهای جغرافیایی، زنان به صورت تاریخی در ایجاد و اجرای این

ص: ۱۹۲

اشکال از عبادت صوتی و سازمان دهی اعیاد مذهبی که سرودها در آنها یکی از عناصر اصلی هستند (مانند روز میلاد پیامبر، مولدالنبی) نقش پررنگی ایفا کرده‌اند. (برای مثال: مک (۱) و بوید، (۲) ۲۰۰۴)

طبیعت فراگیر این ساختمان صوتی، هم‌اکنون به وسیله فن آوری‌های جدید ضبط که بیشترشان، شنیداری هستند، جان تازه‌ای یافته است. این فن آوری‌ها، فعالیت‌ها و تجربه‌های مربوط به ادراک شنیداری حضور روحانی را به پهنه‌های جدیدی از زندگی روزانه کشانده‌اند که فراتر از حوزه کنش سنتی و بی‌واسطه است؛ حوزه‌ای که اشکال شنیداری تجربه روحانی معمولاً در آن محصور بود. به موازات این تغییرات، فن آوری‌ها موقعیت‌های جدیدی برای طلب حق، تأیید و البته رقابت بر سر اقتدار مذهبی به وجود می‌آورند. برای مثال، در بسیاری از محیط‌هایی دارای اکثریت مسلمان، ظهور فن آوری‌های ضبط تصویری و صوتی جدید، فرصت‌های تازه‌ای برای زنان فراهم می‌کند تا در عملکردهای مرسوم «موسیقایی» و القایی خود در مقیاسی جدید تفوق بجویند. البته هم‌زمان این پیشرفت‌ها اثر دوپهلویی برای زنان داشته است. به رغم کمک به زنان جهت «دست‌یابی» به فضاهای جدیدی برای اثبات اقتدار اخلاقی و رهبری دینی، این پیشرفت‌ها همچنین زنان را در معرض نقد نهادهای مذهبی و دیگر منتقدان قرار می‌دهند.

در بیشتر محیط‌هایی که دارای اکثریت مسلمان هستند، فن آوری‌های ضبط صدا و تصویر با بازار رو به گسترش فرهنگ مصرفی و گونه‌های رسانه‌ای شده و توده‌ای تفریح‌ها به هم گره خورده‌اند. به همین دلیل، مرز سنتی بین قرائت قرآن و قوانین محکم همراه با آن را که به تنظیم گفتار صحیح آن می‌پردازد (نلسون، ۲۰۰۱؛ تجوید: فصل ۲) از یک سو و موسیقی و انواع دیگر درگیری‌های روحانی با واسطه‌های

ص: ۱۹۳

۱- Mack.

۲- Boyd.

شنیداری و آوایی را از سوی دیگر، تا حدودی مبهم شده است. چهره قاری یا «موسیقی دان» به عنوان واسطه تجربه مذهبی، نه تنها دوباره توجه همگان را به خود جلب کرده و بحث‌ها و مخالفت‌های جدیدی را در بین جامعه محققان مسلمان برانگیخته است، بلکه سنت‌های قرائت و موعظه‌خوانی، قواعد و انتظارات سبک شناختی صنعت سرگرمی را در خود جذب کرده است؛ از این رو، واعظان و قاریان در برابر ملزومات مشابه برای اجرایی اثرگذار از نظر زیبایی‌شناختی – که دیگر مجریان نیز باید به آنها تن دهند – مسئول شده‌اند. بنابراین، این آشکال شنیداری متنوع، فرصت‌های جدیدی را برای تجربه، فعالیت و گونه‌های مختلف تائید رهبری معنوی و حالات جدید توجه، مشارکت رسانه‌ای و بحث، فراهم می‌آورد. (همان: فصل ۷؛ هیرشکیند، (۱) ۲۰۰۶: فصل ۴؛ اسکولز، ۲۰۰۴: فصل ۹؛ ۲۰۰۶)

مفهوم گستره صدا در توضیح فرآیند پویا و پیچیده وساطت دینی و ایجاد ذهنیت‌های مذهبی در بافت‌های اسلامی و فراتر از آن، به ما چه کمکی می‌کند؟

گستره صدا: ریشه‌ها و کاربردهای این اصطلاح

گستره صدا: ریشه‌ها و کاربردهای این اصطلاح

ریشه‌های واژه «گستره صدا» را که گاهی اوقات واژه «فضای صوتی» (۲) نیز به جای آن به کار می‌رود، در سه حوزه مباحثات علمی در دهه ۱۹۵۰ می‌توان دنبال کرد. اولین حوزه مباحثات علمی که این واژه در آن رواج پیدا کرد، نشریه (Eploratons) (۱۹۵۳ – ۱۹۵۹) بود که مک لوهان (۳) و کارپنتر (۴) منتشر می‌کردند. ایشان در تلاش خود برای مقابله با فرضیه‌های علمی مسلط درباره سلطه قدرت بینایی به عنوان اصلی‌ترین حالت ادراک در مدرنیته، مفهوم فضای صوتی را معرفی کردند. پروژه آنها در دانشگاه

ص: ۱۹۴

۱- Hirschkind

۲- Acoustic Space

۳- McLuhan

۴- Carpenter

فرهنگ و فن آوری تورنتو بر دگرگونی های رسانه ای متمرکز شد و در پی تفسیر مجدد تاریخ غربی گفتار و سواد از منظر ارتباطات الکترونیکی قرن بیستم برآمد. هر دو نویسنده مایل بودند مطالعات ادراکی را با تحولات ناشی از فن آوری های جدید رسانه ای، پیوند دهند؛ با این وجود هر کدام خط سیرهای تحلیلی متفاوتی را دنبال کردند. مک لوهان در آثار اخیرش به این سمت متمایل شد که گونه های حسی مختلف برای درک را در تقابل با همدیگر قرار دهد و خطر جایگزینی بصرگرایی (۱) را با نوعی «سمع محوری» (۲) تقریباً سفسطه آمیز (۳) بپذیرد؛ اما کارپنتر بر روابط متقابل شیوه های مختلف ادراک تأکید می ورزید. در حالی که مقاله او در مورد فضای صوتی (۱۹۶۰)، به جستجوی اشارات فرهنگی «زاویه شنود» (۴) می پردازد، در آثار بعدی به روابط متقابل بین بینایی و شنوایی به عنوان شکل های ادراکی در هم تنیده، پرداخته است.

در اواسط دهه ۱۹۵۰، در پی پیشرفت های جدید در عرصه مطالعات موسیقی، واژه «فضای شنیداری» نیز بین محققان رواج یافت. این واژه را فیلسوف موسیقی، زاگر کند (۵) (۱۹۵۶)، معرفی کرد. او در پی قرار دادن ابتدای کار خویش بر هایدگر و برگسون، این واژه را ابداع کرد تا بر در هم تنیدگی فضا و زمان شنیداری تأکید کند. نویسندگان دیگر از جمله موری شفر (۶) از این واژه برای اشاره به ماهیت ساختگی تمایز بین «موسیقی»، «صوت» و «آوا» (۷) استفاده کردند. این عده همچنین

ص: ۱۹۵

۱- Visualism

۲- Audi-centrism

۳- Fallacious

۴- Earpoint. این لغت در برابر viewpoint به معنای «زاویه دید» وضع شده است. (مترجم)

۵- Zuckerkand

۶- Murray Schafer

۷- Noise

معتقد بودند آنچه معمولاً به عنوان «موسیقی» به آن اشاره می‌شد، باید با توجه به جایگاه آن در یک نقشه (یا فضای) وسیع تر فرهنگی و تاریخی از انواع صدا بررسی شود. شفر در سامان دهی پروژه گستره صدای جهانی تحت تأثیر کارپنتر انسان شناس، دیدگاهی ابزاری در پیش گرفت و به بررسی پیچیدگی های «طراحی گستره صدا» و «بوم شناسی صوتی» جهان غرب پرداخت که نتایج آن در اثری با عنوان تنظیم جهان (۱) منتشر شد. (۱۹۷۷؛ نک: آتالی، (۲) ۱۹۷۷؛ روسولو، (۳) ۱۹۸۶) همچنین پیشرفت های حاصل شده در هنر چیدمان (۴) با تأکید بر ماهیت چندحسی (۵) و «ناب» (۶) درک صدا و مرتبط ساختن احساس شنوایی با حرکت و گرایش های مکان مند، بر تحقیقات در عرصه گستره صدا معطوف شده اند. (برای مثال: مک کارتنی، (۷) ۲۰۰۴)

همچنین مفهوم گستره صدا در تحقیقات انسان شناختی و قوم نگاشتی موسیقی (۸) مرتبط با «معرفت شناسی صوتی» (۹) به مفهومی مرکزی بدل گشت. این موضوع موجب شد تا مفهوم گستره صدا در گرایش های تحلیلی مختلفی به کار گرفته شود. مطالعات انسان شناختی حتی در حوزه گستره صدا به جای تحقیق در مورد «بوم شناسی صوتی» محیط های اجتماعی خاص، بیشتر بر این موضوع

ص: ۱۹۶

۱- Tuning of the World

۲- Attali

۳- Russolo

۴- Installation art: هنر چیدمان استفاده کردن از عناصر مختلف است برای بیان تجربه هنرمند از فضایی مشخص. موادی که در چیدمان استفاده می‌شوند، شامل طیف وسیعی هستند: از مواد و اشیای زندگی روزانه و طبیعت تا رسانه های جدید نظیر ویدیو، صدا، پرفورمانس (هنر اجرا)، رایانه و حتی اینترنت. (مترجم)

۵- Synaesthetic

۶- Full bodied

۷- McCartney

۸- Ethnomusicological

۹- Acoustemology: این واژه با ترکیب عبارات acoustic و epistemology ابداع شده است. (مترجم)

تمرکز دارند که مردم چطور فضاهای لذت بخش صوتی را تصور می کنند، بدان ها واکنش نشان می دهند و به آنها گوش می سپارند. (نک: فلد، (۱) ۱۹۹۶: ۹۶)

بیشتر نویسندگان، این واژه را در وهله نخست در واکنش به بینایی محوری (۲) مرسوم در مباحثات علمی و اهمیت مفروض بینایی در معرفت شناسی غربی به کار بردند، ولی نتایجی (و دستورالعمل هایی) که آنها از این زاویه دید اکتشافی به آن رسیدند، بسیار متفاوت بود. محققانی مانند اُنگ، (۳) بینایی را به عنوان نوع ادراک مخصوص مدرنیته غربی فرض کردند و آن را با محوریت مفروض حس شامه، چشایی و شنوایی در جوامع غیر غربی مقایسه کردند. (اُنگ، ۱۹۸۱ [۱۹۶۷]؛ نک: باروز، (۴) ۱۹۹۰؛ کلاسن، (۵) ۱۹۹۳؛ بک، ۲۰۰۶) در مقابل، نویسندگانی دیگر در مقام نقد گرایش مک لوهانی به مفروض گرفتن تفکیک بزرگ میان بینایی و شنوایی و این پیش فرض اساسی برآمدند که می گفت «دیدن، تحلیلی و تأملی است، در حالی که صوت، فعال و سازنده است.» (شَفر، ۱۹۸۵: ۹۶) آنان در تقابل با پیش فرض های «فهم عامه» در مورد محوریت بینایی در مباحث تحلیلی غرب، رویکرد ضد بصرگرایی را مطرح ساختند. (برای مثال: گُک، (۶) ۱۹۹۱؛ اشمیت، (۷) ۲۰۰۰) در عوض، این متفکران بر لزوم تحلیل تمام دامنه های صوتی ادراک جسمانی در تعاملشان با هم تأکید می ورزیدند. از نظر این عده، تفکر در مورد صوت و گستره صدا، بخشی از یک جستجوی انسان شناختی گسترده تر در مورد حواس را تشکیل می داد. بنابراین،

ص: ۱۹۷

۱- Feld.

۲- Ocularcentrism.

۳- Ong.

۴- Burrows.

۵- Classen.

۶- Gouk.

۷- Schmidt.

گستره صدا را به عنوان حیطه‌ای در نظر می‌گیرند که در آن، احساس شنوایی با دیگر حالات ادراکی تعامل برقرار کرده، حس آشنایی را به فرد انتقال داده (برای مثال: ایژه، (۱) ۱۹۷۶؛ هوز، (۲) ۱۹۹۱، ۲۰۰۴؛ بال، (۳) و بک، (۴) ۲۰۰۳) و در جای گیری موضوعات در حافظه به وی کمک می‌کند. (کیسی، (۵) ۱۹۸۷ [۱۹۷۶]؛ گربین، (۶) ۱۹۹۸؛ اسمیت، (۷) ۱۹۹۹) این نویسندگان به جای بررسی هستی‌شناسانه نظام‌های درک جسمانی که «از نظر فرهنگی، خاص» هستند، تأکید دارند که گونه‌های تسلط حسی بر اساس بافتی که در آن قرار می‌گیرند، با استقرار جسمی جای‌گزین می‌شوند. (برای مثال: فلد، ۱۹۹۱؛ ۱۹۹۶)

گستره صدا در مقام وساطت دینی

گستره صدا در مقام وساطت دینی

اکنون این پرسش مطرح است که آیا رویکردهای پژوهشی موجود در مطالعه گستره صدا، بر تحقیقات ما پیرامون روابط میان احساس شنوایی و وساطت دینی و احساس شنوایی به عنوان شکلی از وساطت دینی، اثرگذار است؟ فعالیت‌ها و فن‌آوری‌های مرتبط با وساطت شفاهی – شنیداری تجربه مذهبی نشان می‌دهند که «دین» را باید به خودی خود صورتی از وساطت دانست. (دوریز، (۸) و وبر،

۱- Idhe.

۲- Howes.

۳- Bull.

۴- Back.

۵- Casey.

۶- Corbin.

۷- Smith.

۸- De Vries.

۱- ۲۰۰۱؛ استولو،

۲- ۲۰۰۵) دین هم مانند «ارتباطات» به عمل برقراری تماس و ارتباط میان دو موجودیت

۳- یا واقعیت متفاوت _ کوتاه‌سخن به وساطت بین آنها _ اشاره دارد. دین به واسطه طبیعتش، چیزی را که از فهم انسان دور است، ملموس و قابل درک می‌گرداند. بدین ترتیب، بین چیزی که به صورت فیزیکی و با حس می‌توان فهمید و تأیید کرد از یک طرف و امر متافیزیکی از طرف دیگر، واسطه می‌شود. به این صورت، دین همیشه متضمن مواد و تکنیک‌هایی است که ما آنها را به نام رسانه

۴- می‌شناسیم. همچنین، دین بر متخصصانی تکیه دارد که مرجع پاسخ گوئی به پرسش‌های پیرامون شیوه استفاده صحیح از فن آوری‌های وساطت، هستند. سنت‌های دینی برای ادامه بقای خود باید به طور مستمر، به کنش و قالب مادی جدید، تبدیل یا از طریق رسانه‌ها مطرح شوند. (پلیت،

۵- ۲۰۰۳؛ میر،

۶- و مورز،

بحث و جدل های جدیدی را در باب مرجعیت، اعمال و تجربه های مذهبی واقعی برمی انگیزانند. (میر و مورز، ۲۰۰۶؛ اسکولز، ۲۰۰۶؛ ۲۰۰۷)

بسته به اینکه یک سنت دینی خاص، کدام یک از حوزه های ارتباطی با جهان استعلایی را ترجیح می دهد، تعالیم و اهداف آن از طریق ایجاد ارتباط میان رسانه ها و فعالیت های رسانه ای گوناگون، بیان و ترویج می شود. بعضی از سنت های دینی، رسانه هایی را ترجیح می دهند که در خارج از بدن فرد قرار دارند. در برخی دیگر، خود بدن به وسیله اصلی ایجاد واسطه با جهان استعلایی تبدیل می شود. بیشتر سنت های دینی، ترکیبی از رسانه ها، فن آوری ها و فهم های مختلف از ایجاد ارتباط با جهان استعلایی را در برمی گیرند و می پذیرند. سنت های دینی در شیوه بازنمایی و به رسمیت شناخته شدن رسانه ها به عنوان «مجاری» واقعی انتقال پیام، تجربه یا وساطت میان جهان مادی و قلمرو استعلایی، نقش بسیار مهمی دارند. (میر، ۲۰۰۵) برای نمونه، بررسی تعریف سنت های دینی از آن دسته حالت های تولید صدا و احساس که تجربه دینی «حقیقی» یا خالص را شکل می دهند و توضیح پیرامون پیوند و ارتباط میان این حالت ها با دیگر حالت های احساسی، به تبیین بهتر این ادعا کمک می کند. در اسلام، قرائت و شنیدن کلام خدا که به وسیله رابطه کامل آن با خواندن و نوشتن _ به عنوان ابعاد مختلف عبادت _ متمایز شده است، عموماً شکل اصلی (۱) خضوع در برابر اراده خداوند را تشکیل داده است. (لارکین، ۲) (۲۰۰۱) در تاریخ مسیحیت، گرایش نیرومندتری به سمت دیدن به عنوان شکل معتبر و موثق تجربه مذهبی وجود دارد.

سنت های دینی نه تنها در شیوه سازمان دهی و وساطت شنیداری _ گفتاری دین با

ص: ۲۰۰

۱- Orthopractic form

۲- Larkin

هم تفاوت دارند، بلکه به انحای مختلف و متغیر با طیف های فرهنگی و منطقه ای درک و شناخت گره خورده اند؛ به عبارت دیگر، تعاریفی درباره اینکه کدام یک از برداشت های حسی، قابل اطمینان ترین و موثق ترین دانش را درباره امر مقدس ارائه می دهند. (استولو، ۲۰۰۵) همان گونه که در ادامه خواهیم دید، در کشورهای اسلامی غرب افریقا، ادراک متن محور نسبت به اهمیت محوری شنیدن در انتقال حقیقت خداوند با شناخت های فرهنگی گسترده تر از صدا به عنوان ابزار اصلی انتقال قدرت معنوی و حقیقت الهی، پیوند می خورد. (برای مثال: استولر، (۱) ۱۹۸۴؛ اسکولز، ۲۰۰۳) با وجود این، اهمیت اصلی تجربه مذهبی رسانه ای شده گفتاری _ شنیداری، مانع ظهور آشکال دیداری سلوک اسلامی در برخی مناطق افریقای غربی نشده است. برای مثال، پیروان فرقه «مریدیه» (۲) در سنگال، با رد فرضیه های تعمیم دهنده درباره گرایش قوی ضد شمایل گرایی در اسلام، به نمادها و بازنمایی های رهبران معنوی و موهبت های الهی (برکت) ایشان گرایش دارند. (رابرتز (۳) و نوتر رابرتز، (۴) ۲۰۰۳) گاهی اوقات و به دلیل وجود درجه بندی های مختلف منطقه ای از درک و شناخت معنوی معتبر، بر سر اینکه چه شکلی از وساطت حسی و مجسم، معتبرترین و مؤثرترین است، بین سنن مذهبی خاص بحث های سختی در می گیرد.

تحلیل دقیق فلد از فضای شنیداری، ارتباط گستره صدا با تحقیقات صورت گرفته پیرامون تجربه مذهبی و وساطت حسی آن را به بهترین نحو آشکار می سازد. وی در تحلیل خود، فضای شنیداری را به عنوان حوزه ای پیچیده از

ص: ۲۰۱

۱- Stoller.

۲- Muride: یکی از شاخه های صوفیستی اسلامی که در گامبیا و سنگال طرفداران زیادی دارد. مرکزیت آن در شهر مقدس طوبی در سنگال است و شیخ آمادو بامبا رهبری آن را بر عهده دارد.

۳- Roberts.

۴- Nooter Roberts.

معانی در نظر می‌گیرد که با فعالیت‌های مذهبی و معنوی، جهان‌شناسی (۱) و نظم مفهومی جهان به واسطه‌اشیای مادی، کنش‌ها و سازمان اجتماعی، ارتباطی نزدیک دارد. البته تحقیق فلد از جنبه دیگری نیز بسیار اهمیت دارد. در مقایسه با دیگر تحقیقات صورت گرفته در مورد نقش گستره صدا در وساطت تجربه‌های متعالی (برای مثال: بک، ۱۹۹۳؛ هیرشکیند، ۲۰۰۶)، مطالعه فلد، با قرار دادن مکان به عنوان نقطه آغاز تحقیقات در مورد نقش حرکت بدنی و گرایش‌های حسی در تجربه و وساطت مذهبی، مفهوم گستره را بسیار جدی می‌گیرد (به جای تأکید صرف بر صوت مانند آنچه بیشتر نویسندگان دیگر انجام می‌دهند).

با استفاده از این نگرش‌های مهم، تحقیقات انسان‌شناختی آتی باید با هماهنگی بیشتری به این پرسش پردازند که چطور کنش‌ها، رسوم، فن‌آوری‌ها و نهادهای سازنده یک گستره صدای دینی به نابرابری‌های قدرت و تفاوت‌های جنسیتی و دیگر اشکال تبعیض اجتماعی و اقتصادی، پاسخ می‌دهند.

نگرش مهم دیگری که باید از نتایج کارهای اخیر انسان‌شناختی پیرامون گستره صدا بر گرفته شود، پافشاری بر ماهیت تصادفی و پویای سامان دهی حسی است. به بیان دیگر، به جای مفروض و بنیادی پنداشتن هرگونه طبقه‌بندی فرهنگی ثابت و خاص درباره حواس (برای مثال: اُنْگ، ۱۹۸۱؛ بازووز، ۱۹۹۰؛ نک: بک، ۱۱: ۲۰۰۶)، مطالعات مربوط به فرآیندهای وساطت دینی باید طبیعت همواره انعطاف‌پذیر و نامتعیین ادراک و سامان دهی حسی را بپذیرند. رابطه مخصوصی که بین سوژه‌ها و ابژه‌های درک‌کننده و تجربه دینی پدید می‌آید، نمی‌تواند تابعی ویژه از نسخه‌ای باشد که یک «فرهنگ» یا «سنت» پیچیده است؛ بلکه نتیجه یک فرآیند معین و انعطاف‌پذیر

ص: ۲۰۲

تاریخی از «کمال ادراکی»^(۱) است که از تکثر انواع وساطت حسی و حضور فیزیکی در جهان پدید آمده است. (هیرشکیند، ۲۰: ۲۰۰۶f)

در اینجا چند پرسش مطرح می‌شود. در یک بستر خاص اجتماعی و تاریخی، این فرآیند کمال ادراکی از نظر منطقه ای چه اشکال خاصی را به خود می‌گیرد؟ این ابعاد مختلف ادراکی چگونه و به چه میزان از سنت های دینی مسلط در آن ناحیه اثر گرفته‌اند و چگونه بر نظام های فرهنگی گسترده‌تر سامان دهی و تأیید تجربه، اجتماع و اقتدار مذهبی، اثر گذاشته‌اند و خود نیز اثر می‌پذیرند؟

گستره صدا و وساطت دینی: تصدیق مرجعیت ۱ و تجربه دینی در کشورهای اسلامی غرب قاره افریقا

گستره صدا و وساطت دینی: تصدیق مرجعیت^(۲) و تجربه دینی در کشورهای اسلامی غرب قاره افریقا

مفاهیمی از قدرت که بر حس صوتی _ لامسه‌ای تمرکز یافته‌اند، در عملکرد مرجعیت معنوی و مذهبی در اسلام افریقایی غربی از اهمیت ویژه ای برخوردارند. با وجود این، اهمیت صوت و لامسه یا در واقع، اهمیت بُعد لمسی درک و وساطت صوتی، در تحقیقات متعارف در مورد اسلام در غرب قاره افریقا به کلی نادیده گرفته شده است. این امر گاهی از آنجا ناشی می‌شود که اشکال متن محور تحلیل در بحث‌های تحقیقاتی در مورد مرجعیت اسلامی، رویکرد مسلط است و با دو نوع از مرجعیت در تقابل است: نخست مرجعیتی که اساساً بر دسترسی به متون مکتوب اسلامی، ادبیات عرب و دانش تفسیری مبتنی است و دوم، مرجعیتی که بر «فِزّه»^(۳) مخصوص یا موهبتی الهی (برکت) مبتنی است؛ موهبتی که با رهبر صوفی همراه است و به اعضای خانواده های «مرتبط با صوفی» _ اعم از مرد و زن _ قدرت‌های ویژه‌ای می‌بخشد تا خود را در جایگاه واسطه بین خدا و نوع بشر فرض کنند.

ص: ۲۰۳

۱- Perceptual completion.

۲- Authority.

۳- Charisma.

میریدان یک شیخ صوفی و حتی مسلمانان بلندمرتبه متقاعد شده‌اند که حضور ناب فیزیکی این رهبران و تماس با آنها و اشیایی که آنها پیش تر لمس کرده‌اند، به آنان این امکان را می‌دهد تا از قدرت‌های معنوی ایشان بهره‌مند شوند. افراد دیگری هم هستند که از الطاف ویژه الهی برخوردار شده‌اند و به واسطه تماس فیزیکی با آنها، می‌توان از این الطاف بهره‌مند شد. در میان آنها کسانی هستند که به عنوان «دوستان خدا» شناخته می‌شوند؛ چون نه تنها دانش دینی ویژه در اختیار دارند، بلکه نمونه‌هایی از سلوک زاهدانه، شفقت و پارسایی مذهبی هستند. آرام‌گاه‌های این «اولیا» معمولاً مراکز جذب مؤمنان است (زیارت؛ به معنای «دیدار»؛ مؤمنانی که برای درخواست از ولی برای وساطت معنوی [شفاعت] در آنجا گردهم می‌آیند. فعالیت‌های عبادی آنها حول محور تماس‌های فیزیکی مختلفی مانند لمس سنگِ مقبره با پیشانی یا لمس دیگر نشانه‌های مادی فضیلت معنوی ولی دور می‌زند.

این فعالیت‌ها نشان می‌دهد که تماس فیزیکی به عنوان یک شکل چندحسی (۱) از احساس و شناخت (برای مثال: مارکز، (۲) ۲۰۰۰؛ وریپز، (۳) ۲۰۰۶)، به طور سنتی، در آداب و رسوم محلی و ایجاد و تجربه مرجعیت نقشی کلیدی دارد. این نقش نه تنها در تعامل با رهبرانی که به اسلام عرفانی منتسب هستند، بلکه در ارتباط با عالمان مسلمانی که با ارجاع به ذخایر اسلامی مبتنی بر متن (قرآن) و شریعت، ادعای برتری معنوی دارند، ایفا شده است. از این رو، در عرف محلی مطالبه و تجربه مرجعیت معنوی، بین تماس فیزیکی [لمس کردن] و شنیدن ارتباطی پیچیده وجود دارد.

محوریت «صوت به عنوان تماس فیزیکی» (۴) در مورد رهبرانی دینی که از

ص: ۲۰۴

۱-۳. Synaesthetic.

۲- Marks.

۳- Verrips.

۴- Sound-as-touch.

فن آوری‌های جدید ضبط و پخش با هدف انتشار آموزه های خود برای مخاطبان جدید استفاده می کنند، معنای جدیدی می یابد. به بیان دیگر، تماس صوتی در تعامل خود با دیگر انواع ادراک حسی، در روش های مورد استفاده «واعظان رسانه‌ای» برای مطالبه و ایجاد مرجعیت خود در جریان موعظه های رسانه‌ای، نقشی محوری ایفا می کند.

برای درک نقش تماس صوتی به عنوان طیفی از وساطت حسی، در نظام‌های محلی تصدیق تجربه و مرجعیت مذهبی، باید آن را در بستر ادراکات خاص فرهنگی از صدا و قدرت‌های اثرگذار و اخلاقی احساس صدا قرار داد. بررسی جایگاه صوت، صدا، کلمات ملفوظ و اثر ملموس (1) آن در جوامع مسلمان غرب قاره افریقا، در شناخت گونه‌هایی از تجربه معنوی که پایه مرجعیت را شکل می دهند، به ما کمک می کند؛ مرجعیتی که «مریدان» و دیگر پیروان مذهبی در این بستر به رهبران دینی نسبت می دهند. چنین کاری، شیوه مداخله و پیچیده کردن فرآیندهای وساطت حسی و تأیید رهبری به وسیله فن آوری ها و ابزار جدید را نیز روشن می سازد.

در غرب قاره افریقا، تصور عموم مسلمانان از رهبری مذهبی و معنوی هرگز تحت تأثیر یک سنت اسلامی متن محور نیست (یا در حد بسیار اندک است). بنابراین، فعالیت‌ها و شناخت ایشان از تجربه مذهبی به واسطه صوت، در مقایسه با دیگر مناطق جهان اسلام، متفاوت است. این جوامع به ویژه در مقام مقایسه با مصر، که در آن سنتی طولانی از فهم های متن محور از ارزش‌های اخلاقی و مذهبی وعظ و گوش سپردن به قرائت قرآن وجود دارد، اختلاف دارند. (برای مثال: نلسون، ۲۰۰۱؛ هیرشکیند، ۲۰۰۶) با این حال، به جای پرداختن به رابطه ضعیف میان فهم های مذهبی متن محور و التزام مسلمانان

ص: ۲۰۵

غرب قاره افریقا به مرجعیت دینی، به عنوان انحرافی از اسلام «راستین»، نگارنده تفسیر دیگری را پیشنهاد می‌کند. تصویری که مسلمانان غرب قاره افریقا به هنگام پذیرش دریافت های محلی از سخنی گیرا و تجربه شنیداری «درونی» و ناب، از مرجعیت دارند، عنصر حیاتی معیارهای استدلالی و نمادین است. کنش اسلامی در غرب قاره افریقا نیز بر پایه این معیارها شکل می‌گیرد. از این روی، این امر باید از نظر محلی به عنوان یک سنت اسلامی – برهانی خاص، مفهوم سازی شده و به رسمیت شناخته شود. (نک: اسد، (۱) ۱۹۸۶؛ بوئن، (۲) ۱۹۹۳)

بسیاری از جوامع غرب قاره افریقا، ظرفیت عاملانه (۳) خاصی را هم به تجربه شنیداری و هم به کلمات ملفوظ نسبت می‌دهند. برای مثال، در جنوب کشور مالی، تصور بر این است که گفتار و شنیدار ظرفیت دگرگون سازی ویژه ای دارند؛ ظرفیتی که به عنوان نوع خاصی از قدرت شناخته می‌شود (se در باماناکان، (۴) گویش مختلط جنوب کشور مالی) و معمولاً با آبرانسان و قدرت‌های الهی پیوند دارد. در حالی که fanga بر ظرفیت اثرگذاری و تغییر جهان با استفاده از نیروی خالص دلالت دارد، se به قدرت‌های ناپیدایی اشاره دارد که در جریان تبدیل کلمات (صحبت نشده و گاه مکتوب) به سخنان صدادار و اثرگذار، به حرکت در می‌آیند. (kuma؛ برای مثال: زاهان، (۵) ۱۹۶۳) بنابراین، سلطه جهانی، مرجعیت ذهنی – دینی و همچنین قدرت سخن، به دو قلمرو مکمل و نه همواره کاملاً مجزای دانش / قدرت اشاره دارد. (برای مثال: رایت، (۶) ۱۹۸۹؛ اسکولز، (۲۰۰۱) صدا (kan) به واسطه امتیاز اثرات «ملموس» خود، ظرفیت‌های وجودی،

ص: ۲۰۶

۱- Asad.

۲- Bowen.

۳- Agentive.

۴- Bamanakan.

۵- Zahan.

۶- Wright.

حسی، شناختی و اخلاقی شنونده را با انتقال او از وضعیت سکون و بی تحرکی به وضعیت فعال و اجرای «کردارهای» نمونه (kewale) به حرکت در می آورد.

در شناسایی قدرت‌های صدا و سخن، رویکرد مردم در قبال سخن بر زبان رانده شده با تردید بسیار همراه است. اعتقاد بر این است که سخن انسان با اثرگذاری بر حواس بشری، ظرفیت عظیمی برای اثرگذاری بر فرآیند دگرگونی دارد. از آنجاکه سخن چنین اثرات نامعینی دارد، با افرادی که با سخن نیز پیوند دارند، با احساسات دوگانه بی‌اعتمادی، تکریم و تحقیر برخورد می‌شود؛ چون کنش آنها در تبدیل سکوت به سخن، نیروهای تخریبگر بی‌صدافتی، فریب و خیانت انسانی را آزاد می‌سازد. (برای مثال: دیاوارا، (۱) ۲۰۰۳)

در جامعه اسلامی، تزلزل و ناهماهنگی نظرها درباره توان دگرگون‌کننده سخن، به صورت تاریخی در فهم «دوپهلو» از فعالیت های اخلاقی زنان بازتاب یافته است که دقیقاً در نقطه مقابل واعظان مرد قرار دارد؛ زنان نخبه مسلمان و بلندمنزلی که سلوک پرهیزگاران و «صداقت» درس اخلاقی ایشان متقاعدکننده است. این صداقت بر اساس ظرفیت صدای «گرم»، «نافذ» و در عین حال، «محدود» آنها برای اثرگذاری بر قلوب مریدان ارزیابی می‌شود. این ظرفیت تحریک‌کننده در صدای زنان در برابر سخنان «بلند» و «بی‌پروای» سخن ورزانی حرفه‌ای قرار می‌گرفت که می‌توانستند برخلاف اراده شنوندگان بر آنها اثر بگذارند. همچنین این «مریان» زن مسلمان مجبور بودند که حیطه درس های اخلاقی‌شان را به محیط‌های تربیتی مختص به زنان محدود کنند. برخلاف آن، انتظار می‌رفت خطابه‌های واعظان مرد که صداقت آنها اساساً بر حسب مهارت‌های استدلالی و سخن‌ورزانه ارزیابی می‌شد، در محیطی گسترده تر و عمومی جریان یابد و بر شنوندگان زن و مرد، حتی در بسترهای شنیداری متفاوت، اثرگذار باشد. بنابراین، فهم عمومی از نیروی

ص: ۲۰۷

«متقاعد کننده» درس‌های اخلاقی ارائه شده به وسیله معلمان زن، برخلاف واعظان مرد، یک نظام جنسیت محور (۱) برای تأیید سخن «صادق» و مناسب را آشکار ساخت.

این گونه مفهوم سازی خاص فرهنگی از قدرت سخن و قدرت ویژگی های تحریک کننده صدا، چگونه در شیوه بیان و اعتباربخشی به مرجعیت دینی در تعامل میان رهبران دینی منفرد و پیروان ایشان طنین می اندازد؟ آیا این شکل های (۲) وساطت تجربه معنوی و تصدیق مرجعیت دینی به جنسیت محور بودن خود ادامه می دهد؟ فن آوری های بازتولید صدا در مقام فن آوری های جدید برای وساطت تجربه، مرجعیت و اجتماع دینی، در این فرآیند پویا چگونه مداخله می کنند؟

مردم با توجه به اثرهای سخن (یعنی با ارزیابی ظرفیت آن در جهت واداشتن شنونده به عمل)، میزان کیفیت و سودمندی اخلاقی آن را «برآورد می کنند» (۳) تأکید آنان بر قدرت ویژه و تحریک کننده گفتار و صدا با اهمیتی که به ادراک شنیداری نسبت می دهند، تشدید می شود. احساس صوتی یک فرد، یعنی ظرفیت او برای لمس شدن به وسیله صدا، (۴) پیش نیازی برای وجود و کنش اخلاقی به حساب می آید. در موقعیت هایی که رهبران مذهبی به واسطه وعظ و دروس اخلاقی، مرجعیت را مطرح می سازند، شنیدن و سخن گفتن هر دو در اعتبار بخشیدن به درس اخلاقی در کنار هم قرار می گیرند. تحت تأثیر قرار گرفتن یا به بیانی دقیق تر، «متأثر شدن» (۵) از آوای یک گفتار، نشان اصلی یک سخن اثرگذار است. از این رو، یک تجربه «اثرگذار» واقعی، زمانی خودش را نشان می دهد که بتواند فاصله میان شنیدن و اعتنا کردن را به صورت مؤثری کم رنگ کند. هر کس خالصانه به وسیله یک گفتار و

ص: ۲۰۸

۱- Gender-specific

۲- Modalities

۳- Sound out

۴- Feeling touched

۵- Apprehended

درس اخلاقی صادقانه تحت تأثیر قرار گیرد، فوری به سمت عمل برانگیخته می شود.

همچنین واکنش های خودانگیخته مؤمنان به واعظان مردی که اجراهای پرجذبه (۱) ایشان از ضبط صوت ها و در رادیوهای محلی پخش می شود، این درک گسترده را آشکار می سازد که فن آوری های ضبط صدا، از نوارهای سخنرانی گرفته تا پخش های رادیویی، امکان اثرگذاری و لمس هرچه بیشتر قدرت های خاص یک رهبر دینی را فراهم می آورند. برای شنوندگان، گوش سپردن به «سخنرانی اثرگذار» یک واعظ رادیویی، فضایی جدید برای تجربه معنوی فراهم می کند؛ فضایی که به طور هم زمان از طریق حس لامسه و صوتی رسانه ای می شود. در بسیاری از روایات های دریافتی پیرامون «تحول» شخصیتی یا تصمیم فرد برای پیروی از یک رهبر دینی خاص، اشارات فراوانی از یک تجربه صوتی پر قدرت و سهمگین را می توان یافت؛ تجربه «احساس مجذوب شدن» به وسیله «صدای حزن انگیز» یک رهبر، با ماهیتی «اثرگذار» که شنوندگان را نسبت به وضعیت «ممتاز» خود به عنوان واسطه ای برای انتقال حقیقت انکارناپذیر خداوند متقاعد می سازد. همچنین اظهارنظرهای بی مقدمه و خودجوش از توان بالقوه فن آوری های پخش صوت حکایت دارد؛ توانایی برای نشان دادن حضور بی واسطه رهبر دینی و برجسته کردن رایحه معنوی صدای وی. این فن آوری های رسانه ای اجازه می دهند تا صدای یک رهبر از هر نقطه ای به گوش برسد؛ از این روی، یک تجربه شنیداری مکمل و تا حدودی فراگیر را تقویت می کنند که شنوندگان را در گستره صدایی از حضور الهی محصور می سازد، آنها را به گریه می اندازند و آن گونه که در بیشتر موارد تعبیر می شود، قلوب و اذهان آنان را از وسوسه های شیطانی پاک می کند.

ص: ۲۰۹

مفاهیم لامسه (۱) و احساس جنبش (۲) در ادراک ویژه فرهنگی درباره ابعاد تأثر آور و از نظر اخلاقی، اثرگذار گستره صدا _ که با وعظ و خطابه در رسانه های ارتباط جمعی شکل می گیرد _ از اهمیت برخوردار است. به این ترتیب، این مفاهیم، چارچوب فرهنگی گسترده تری از ادراک حسی را مشخص می سازند؛ چارچوبی که در آن، رسوم و تشریفات تأیید و تصدیق مرجعیت و تجربه مذهبی جای گرفته اند. توانایی فرد برای «تماس» و «تحریک» افراد، نشان دهنده ظرفیت های مخصوص او برای وساطت بین «اینجا و اکنون» و یک جهان ناپیدا است. فن آوری هایی که ظرفیت های برانگیزاننده خاص یک شخص را آشکار می سازند، در تولید تعامل گونه مرجعیت معنوی نقشی کلیدی ایفا می کنند.

همچنین شناخت مؤمنان از قدرت های ویژه رسانه ای خاص، از آنجا ناشی می شود که برخی، در عملی با عنوان «انتقال تکنولوژیک»، توان مندی های آن فن آوری خاص را به تجسم فیزیکی آن (به عبارتی همان ابزار فنی) نسبت می دهند. در مورد برخی رهبران کاریزماتیک نیز می توان گفت این «انتقال»، خود را وقتی جلوه گر می سازد که پیروان، مظاهر فیزیکی اقتدار رهبرشان نظیر وسایل مذهبی متنوع و یادگارهای سیره معنوی رهبر را به کار بگیرند و به آن توجه کنند. توجه آنها به موعظه های رهبر، بر طیفی از رفتارهای چندحسی متکی است که انتقال تجربه حلول امر متعال و فراطبیعی را امکان پذیر می سازد. توان مندی های معنوی این رهبران فرهمند از طریق موعظه های ایشان انتقال داده شده و فضاهای دنیوی را درمی نوردد و به معنای واقعی کلمه، اسلوبی جدید به آنها می بخشد.

«صوت در مقام تماس فیزیکی»، تنها روش چندحسی موجود برای درونی سازی و تصدیق رهبریت معنوی در بافت های اسلامی غرب قاره افریقا، به حساب

ص: ۲۱۰

۱- Tactile.

۲- Kinesthetic.

نمی آید. تجسم، (۱) شکل مهم دیگری از وساطت چندحسی است که برای ساختن «متون تصویری» (۲) تشکیل دهنده (و محدودکننده) اشکال خاص تجربه معنوی و عبادت، از ابزار و فن آوری‌های مختلف اعم از قدیمی و جدید کمک می‌گیرد (نک: رابرتز و نوتر رابرتز، ۲۰۰۳: ۵ - ۹؛ مورگان، (۳) ۲۰۰۵: ۶۵ - ۶۷) بازنمایی‌های بصری از اقتدار معنوی یک رهبر، حرکتی دیالکتیک وار بین دیدن و تجربه دیده شدن ایجاد می‌کند. (برای مثال: میچل، (۴) ۱۹۹۴؛ پینی، (۵) ۲۰۰۴: ۸) نگرستن به نقاشی یا عکسی از نگاه خیره رهبر، به مانند حس «صوت در مقام تماس فیزیکی»، از نظر بسیاری از پیروان یک تجربه حسی (واقعاً) گیرا را شکل می‌دهد. برای مثال، پوسترها، برچسب‌ها، دیگر تزئینات بصری و وعظ‌های ضبط شده ویدیویی، به پیروان این امکان را می‌دهند تا از راه‌هایی که از نظر اجتماعی، مجاز هستند، مانند لمس (عکس) دستان او با پیشانی یا دست کشیدن بر پوشش ردای او، با وی تعامل برقرار کنند. برخی از پیروان مؤنث، با بر تن کردن «حجابی» که نشانی از تصویر رهبر را به همراه دارد، حضور در فضایی ملموس را تجربه می‌کنند. در این فضا، قدرت‌های معنوی رهبر آنها را فراگرفته و لمس می‌کند و مورد حمایت خود قرار می‌دهد. بازنمایی‌های تصویری از تقدس، با سرچشمه گرفتن از فن آوری‌های وساطت کاملاً متمایز، شیوه‌های مختلفی از درگیری حسی را ممکن می‌سازند و گاهی تجربه‌هایی ناب از خویشتن در مقام سوژه مذهبی را شکل می‌دهند. (اسکولز، ۲۰۰۴: فصل ۹)

زنان مسلمانی که مدعی جایگاه رهبری اخلاقی یا معنوی هستند، از اشکال چندحسی و مشابه التزام و تأیید بهره می‌گیرند. با وجود این، تعاملات بین آنها و

ص: ۲۱۱

۱- Visuality.

۲- Imagetext.

۳- Morgan.

۴- Mitchel.

۵- Pinney.

پیروان (غالباً مؤنث) شان، تفاوت‌هایی اساسی را نشان می‌دهد؛ تفاوت نخست، از شکل خاص مرجعیت فره مند این رهبران زن و تمایز دیگر از شیوه انتقال قدرت‌های معنوی رهبر به پیروان، ناشی می‌شود. در مقایسه با رهبران مرد، تنها زنان کمی در جایگاه رهبری می‌توانند ادعای بهره‌مندی از عنایت‌های الهی را داشته باشند؛ عنایاتی که به قبایل صوفی پیشرو نسبت داده می‌شود. در نتیجه، اشکال حسی و ساطت قدرت‌های معنوی، تابع اشکال دیگر انتقال فره است که پیروان را در آن سهیم می‌کند. با وجود این، در مورد رهبران زن نیز ابعاد لمسی و جنبشی صوت، نقشی اساسی در مسحور ساختن تخیل اخلاقی شنوندگان و وا داشتن آنان به عمل ایفا می‌کند. فن‌آوری‌های ضبط صدا، درک شنوندگان از بعد لمسی شنیدار یا به عبارتی، ادراک شنوندگان از تجربه «تأثرآور» صدا و برتری اخلاقی منتقل شده از طریق صدا را تقویت می‌کند. همچنین این فن‌آوری‌ها، رهبران زن را قادر می‌سازد تا مرجعیت خود را به عنوان راهنمایان اخلاقی پی‌ریزی کنند و به طور هم‌زمان، قواعد متمایز شکل دهی به مرجعیت معنوی را پایدار سازند.

نتیجه

نتیجه

حالت‌های متنوع و چندحسی از احساس و فعالیت‌ها و فن‌آوری‌های همراه با آنها، اجزای اصلی گستره (های) صدای دینی معاصر در غرب قاره افریقا را شکل می‌دهند. این حالات نشان می‌دهند که اگر گستره صدا را منحصراً به عنوان اشکال شنیداری _ گفتاری و ساطت در نظر بگیریم، گمراه‌کننده خواهد بود. اعتقاد به هژمونی دیدن و اشکال ادراک حسی بر شنیدن، همچنان مشخصه جامعه مدرن شناخته می‌شود؛ پیچیدگی حسی گستره‌های صدای دینی این عقیده فراگیر را رد می‌کند. پیوستگی‌ها و دگرگونی‌های اخیر در ادراک و تکنیک‌های بومی مرتبط با انتقال قدرت معنوی از طریق کلام و نوشتار، به اهمیت همیشگی و فراگیر اشکال

شنیداری _ گفتاری در تجربه وساطت و اعتباربخشی _ مذهبی و غیرمذهبی _ اشاره دارد.

مفهوم گستره صدا به ویژه هنگام تفکر پیرامون ارتباط مستمر صدا و حضور همه جایی صوت مفید است؛ این مفهوم، ابعاد فضایی و مجسم درک صوتی و تجربه حسی و همه گیر همراه با آن را، برجسته می‌سازد. گستره صدا به شدت به احساس و حرکت جسمانی مرتبط است و تجربه دینی در «جهان مادی» را تحکیم می‌بخشد؛ از این روی، گستره صدا مفهومی از «گستره» بومی شده را القا می‌کند که با مفهوم سازی های قلمروزدایی شده (۱) از «فضا»، آن‌چنان که در مفهوم مشهور آپادورای (۲) از گستره «قومی» مشاهده می‌کنیم، تفاوت دارد. به عبارت دیگر، هرچند مطالب و عناصر مشخصی از یک گستره صدای دینی ممکن است در فاصله های طولانی جابه جا شود _ مانند نوارهای صوتی سخنان آیت‌الله خمینی (سربرنی _ محمدی، (۳) و محمدی، (۴) ۱۹۹۴) _ ولی تجربه های ویژه ای که به همراه دارند، به نظام‌های خاص محلی مرتبط با فعالیت اخلاقی و قدرت _ دانش مذهبی اختصاص دارد.

نقش محوری گستره صدا در شکل دهی، تحکیم، جهت دهی و تأیید تجربه دینی، در طول زمان و به صورتی دیالکتیکی، بسط و تغییر شکل یافته است. مؤمنان، کارگزاران و مراجع دینی با توجه به (و بحث درباره) اشکال خاصی از فعالیت مذهبی که از طریق صدا رسانه ای شده است، گستره های صدا و سنت های مذهبی خاصی را که بخشی از آن هستند، می سازند و بازسازی می کنند. هم زمان این سنت های مذهبی، چه به صورت نوشتاری و چه با روش های شنیداری انتقال،

ص: ۲۱۳

۱- Deterritorialized.

۲- Appadurai.

۳- Sreberny-Mohammadi.

۴- Mohammadi.

تحکیم یافته باشند، به حالت های ویژه ای از درک شنیداری مشروعیت بخشیده و اجزای اصلی موضوعات مذهبی خاص را شکل می دهند. بنابراین، حواس سوژه ستایشگر و پرهیزگار را (به معنای دقیق کلمه) تنظیم می کنند. از این منظر، گستره های صدا از جنبه ای دیگر نیز یک فضا را تشکیل می دهند؛ یعنی برای شکل گیری ذهنیت‌هایی مذهبی که از نظر تاریخی، بومی و فرهنگی، معین و مشخص هستند، بستری را فراهم می آورند.

فن آوری

اشاره

ص: ۲۱۴

فیلم کم‌دی، ملودرام و معروف خدایان باید دیوانه باشند (۳) (به کارگردانی ییز، (۴) محصول ۱۹۸۰) ماجراهایی را حکایت می‌کند که از برخوردی سرنوشت ساز میان یکی از بوشمن‌های (۵) کالاهاری به نام زای (۶) و یک بطری خالی نوشابه کوکاکولای پرتاب شده به خارج از یک هواپیمای در حال عبور ناشی می‌شود. در این فیلم، زای و دوستان بوشمن وی به عنوان «وحشی‌هایی نجیب» (۷) و متعلق به دوران پیش از

ص: ۲۱۶

۱- Technology.

۲- Jeremy Stolow.

۳- The Gods must be crazy.

۴- uys.

۵- قبایلی صحرائشین که در جنوب غربی قاره آفریقا (صحرای کالاهاری) زندگی می‌کنند (مترجم).

۶- Xi.

۷- Noble Savages: وحشی نیک یا وحشی نجیب اصطلاحی است که در سده هجدهم، پیروان مکتب بدوی‌گرایی برای مردم جوامع ابتدایی ابداع کردند. این اصطلاح، واکنشی بود به حرکت انسان به سوی تمدنی که به از دست دادن سرشت طبیعی‌اش می‌انجامد. این مکتب، ذات انسان را به عنوان بخشی از طبیعت تقدیس می‌کند و بر این نکته تأکید دارد که سرشت نیک همان فطرت آزاده و نجیب طبیعی است که در مردمان جوامع ابتدایی دیده می‌شود. (مترجم)

هبوط آدم تصویر شده اند که نسبت به جهان عظیم و از نظر تکنولوژیکی پیشرفته و رای مرزهای کالاهاری، ناآگاهی مسرت بخشی دارند، بطری اکتشافی را «هدیه ای از جانب خدایان» می دانند و از دیدن آن شگفت زده می شوند. با این حال، با گذشت زمان، حضور این شیء خارجی و غریب، مسائل اجتماعی بی سابقه ای را برای بوشمن ها پدید می آورد _ حسادت، طمع و حتی خشونت _ به گونه ای که موجب می شود زای در مأموریتی، بطری را که اکنون «شیئی اهریمنی» نامیده می شود، به «آخر دنیا» ببرد؛ جایی که وی در آنجا تصمیم می گیرد آن را به سوی خدایان پرتاب کند و به آنها بازگرداند. زای در جریان مسافرت هایش با جهان وحشی تری روبه رو می شود که تا آن زمان تصورناپذیر بود؛ یعنی دنیای مناظر صنعتی شهرها و شیوه های زندگی مصرف گرایانه ای که به همگان منتقل می شود و در نتیجه آن، حالتی کیهانی برای امور پدید می آید که عنوان فیلم، مناسب ترین تبیین را برای آن ارائه می دهد. فیلم خدایان باید دیوانه باشند با وجود تمام ترفندهای بازنمایی متهم به پدرسالارانه بودن و نژادپرستانه بودن، عمیقاً در گوش مخاطبان بین المللی طنین انداخت (برای مثال، در ایالات متحده، تمام رکوردهای موجود را به عنوان پرفروش ترین فیلم خارجی شکست). یکی از دلایل موفقیت این فیلم، بیان تمثیلی نیرومند از جایگاه فن آوری در تخیل دینی و همچنین «سرنوشت کیهانی» مدرنیته ای بود که به طور تکنولوژیک منتقل می شود و مخاطبان فیلم به خوبی با آن آشنا بودند. در واقع، اگر جهان ملامال از غذاهای «فرانکن فود»^(۱) با مهندسی ژنتیک، سیستم های حفاظتی رایانه ای حریم شکن و پروژه های عظیم صنعتی تهدیدکننده اکوسیستم سیاره ای را جهان مخلوق خدایان «دیوانه»، سنگ دل و ناتوان _ که حتی شاید هم اکنون در گذشته اند _ ندانیم، آن را باید چگونه توصیف کنیم؟

دین در تقابل با فن آوری

ص: ۲۱۷

روایت فیلم خدایان باید دیوانه باشند، روشی عامه پسند و با این حال، بسیار ظاهر فریب را برای اندیشیدن درباره فن آوری و دین به عنوان دو نوع ذاتاً متمایز و قیاس ناپذیر از روابط میان انسان و نظام کیهانی ارائه می دهد. در مورد اولی، فن آوری نوعاً به نظام اموری اطلاق می شود که «قرار است نتیجه بخش باشند» و شکست هر فن آوری مفروضی در این مسیر معمولاً به مشکلات ناشی از کاربرد نادرست یا اشتباه های طراحی نسبت داده می شود. دین نیز _ دست کم تا اندازه ای که تصور می شود اعمال و مفاهیمی که ذیل دستورالعمل های آن قرار می گیرند، قرار نیست هیچ گونه تأثیر کمی و واقعی در نظام طبیعی ایجاد کنند _ در بیشتر موارد و دقیقاً به عنوان چیزی که قرار نیست نتیجه بخش باشد، معرفی می شود. حال در مورد فیلم خدایان باید دیوانه باشند، شاید فرد، بطری «واقعی» کوکاکولا را متعلق به حوزه ای زمانی _ مکانی بداند که به وسیله قوانین شناخته شده فیزیک و نیز در بطن نظام های در هم تنیده و قابل ردیابی آن، از قبیل تولید (مانند تصفیه خانه های شکر و کارخانه های بطری سازی)، توزیع، مصرف و از بین بردن زباله اداره می شود. به نظر می رسد بطری نوشابه ای که نگرانی بوشمن های کالاهاری را برانگیخته بود، محصول فرآیند جایگزینی باشد: جایگزینی روابط عقلانی و از نظر تجربی، اثبات پذیر، با روابط «افسون شده ای» که بطری سابقاً متعلق به جهان مادی را به شیئی عجیب و قابل تکریم یا ابزاری برای انجام مراسم آیینی و جادوگری تبدیل می کنند. البته هرگونه بررسی جدی در باب شمایل گرایی (۱) بطری های کوکاکولا- یا کاربردهای آیینی آنها در بین جوامع اصطلاحاً غیر بدوی _ به طور مثال در تبلیغات، دکوراسیون داخلی منزل یا کلکسیون های موزه ای _ شناخت نقطه پایان جهان بینی دینی _

سحر آمیز بوشمن ها و نقطه شروع تخیل سکولار و مدرن را قدری سخت تر می کند. (۱) همچنین از ما می خواهد هرچه بیشتر روی تفکیک بدیهی میان نظام طبیعی و ماورای طبیعی اشیا بیندیشیم و از این رو، در کاربرد اصطلاح فن آوری در مورد نظام های فکری و عملی مذهبی و غیرمذهبی بازبینی کنیم.

از نگاهی کلی تر، فن آوری ها، گونه های مولد و عملی، واسطه میان سوژه های انسانی و محیط پیرامونشان (از جمله محیط های ساخته شده زندگی اجتماعی و حتی محیط جسم خود ما) هستند. همان طور که آلفرد گِل (۲) مردم شناس یادآوری می کند، فن آوری نه تنها از مصنوعات که به عنوان ابزار استفاده می شوند، بلکه از انواع دانشی که اختراع، طراحی و استفاده از آنها را ممکن می سازند، تشکیل شده است. بدین معنا، اصطلاح «فن آوری» ناظر به تمام روابط مادی و اجتماعی است که «تولید، توزیع و مصرف کالاها و خدمات با استفاده از روندهای تکنولوژیکی را از نظر اجتماعی، ضروری می سازد.» (گِل، ۱۹۸۸: ۶) این اصطلاح دربرگیرنده چیزی می شود که گِل این نام ها را برای آنها برگزیده: فن آوری های تولید (که به وسیله آن، «آنچه» را فکر می کنیم بدان نیازمندیم _ غذا، سرپناه، لباس، شبکه های ارتباطی و دیگر تولیدات مادی _ تأمین می کنیم)، فن آوری های بازتولید (نظیر ساختارهای خویشاوندی، تکنیک های جسمی و دیگر روش هایی که به وسیله آنها، خود و تمام «حیواناتی» را که با آنها آمد و شد داریم، مأنوس می کنیم) و فن آوری های افسون (نظیر هنر، موسیقی، رقص، شعر، هدیه و تمام استراتژی های تخصصی مورد استفاده انسان ها برای به کار انداختن اندیشه و عمل دیگران). (همان: ۶ و ۷) با وجود طبقه بندی تخیلی گِل در مورد فرم های تکنولوژیکی، درباره جایگاه «دین» چه باید گفت؟ دو پاسخ آماده و در دسترس برای این پرسش وجود دارد. یک رویکرد، پی گیری اعمال و عقاید گروه های اجتماعی خاص را در نظر دارد؛ گروه هایی که به واسطه عادت ها، بستگی ها و

ص: ۲۱۹

۱- برای ملاحظه تحلیلی در مورد ابعاد بت وارگی کوکاکولا نک: Chidester و ۱۹۹۶. برای ملاحظه بحثی گسترده تر در مورد گرفتار شدن در افسون و مدرنیته نک ۲۰۰۳: Meyer and Pels.

۲- Alfred Gell.

تعهدات دینی از یکدیگر متمایز می شوند و با تلاش برای دست یابی به اهدافی همچون تزکیه معنوی، پیروزی های تبلیغی، رستگاری و تقاص گناهان، از فن آوری های ویژه استفاده می کنند یا آن را کنار می گذارند. از این رو، برای نمونه، شاید بخواهیم در مورد خاستگاه های الهیاتی که موجب می شوند تا پیروان فرقه آمیش (۱) از زیپ و اتومبیل دوری کند، یا یهودیان ارتدکس در روز شنبه از آسانسور استفاده نکنند یا درباره دلایل استقبال گرم واعظان پنتیکاستی (۲) از میکروفن و گیتار برقی، بیشتر بدانیم. باید دانست همین رویکرد نخست، رابطه ابزاری دقیقی را میان دین و فن آوری مفروض می گیرد. در اینجا دیدگاه دوم، فراتر از ساحت ابزارهای ماشینی و اشیایی مادی تلقی می شود که اجتماعات عاملان مذهبی و دارای گونه ای دیگر از انسجام می توانند از آنها استقبال یا اجتناب کنند یا آنها را منکر شوند.

دومین رویکرد، تمرکز چندانی بر کاربردهای فن آوری های خاص در میان گروه های مذهبی خاص ندارد، بلکه چارچوبی پراکنده و بزرگ تر را در نظر می گیرد که در آن، فرد می تواند کل عرصه فن آوری را در نظام کیهانی و اخلاقی، شناسایی و ارزیابی کند. به عبارت دیگر، می تواند جایگاه فن آوری در بطن پندار دینی را تعریف کند. بنابر این، مثلاً شاید فردی گونه های عامه پسند «ایمان» را در پیشرفت تکنولوژیکی که فن آوری را ضامن آسایش و فراوانی و نیز ضامن ارتقای فیزیولوژیکی و مدنی تلقی می کند، _ اگر کاملاً الهیاتی نداند _ «شبه دینی» قلمداد کند. با اشاره به حوزه وسیع ابزارهای مدرن و روش های فنی در دارو سازی، ارتباطات و تولید صنعتی یا طراحی شهری، پیش گویان عرصه

ص: ۲۲۰

۱- Amish: یک فرقه مسیحی آناباپتیست (دو بار غسل تعمید داده شده) است که رهبر منونیت های (Mennonites) سوئیس، یاکوب آمان (Jakob Ammann) در سال ۱۶۹۳ بنیان نهاد. بیشتر آنها در ایالات متحده امریکا و کانادا زندگی می کنند و به چند گروه اصلی تقسیم می شوند. پیروان فرقه آمیش همچنان بر اساس روش های قدیمی نیاکانشان مانند استفاده از اسب برای کشاورزی و حمل و نقل، روش پوشش سنتی و ممنوعیت استفاده از برق و تلفن در خانه زندگی می کنند. (مترجم)

۲- Pentecostal.

فن آوری نظیر بیل گیتس، (۱) آلون تافلر (۲) یا نیکولاس نگروپنته (۳) را می توان با پیش گویان دینی تشبیه کرد که در پی آینده ای قریب الوقوع، رستگاری آفرین، بدون محنت، بیماری، غفلت و دیگر مصایب جسمانی هستند. ساختار چنین روایت هایی از پیشرفت را حتی ایمان عمیق تر به خود ماشین ها شکل می دهد: ایمانی مبنی بر اینکه تو گویی آنها قادرند «کار خود را انجام دهند» و انجام خواهند داد. با وجود این، برخی دیگر معتقدند که روایت پیشرفت، چیزی است اندکی بیش از باور خطرناک و کورکورانه به تعالی تکنولوژیک (برای مثال، نوبل، ۱۹۹۷) یا نشانه ای است از مبارزطلبی انسان در برابر قانونی والاتر و «مقدس» یا حتی بدتر از این، کار شیطان است. انسان نیاز دارد که دقیقاً به داستان های اخطارآمیز در مورد سرنوشت هایی نظر بیندازد که در رابطه با ایکاروس، (۴) پرومیتوس (۵) یا _ در روایت مشابهی از کتاب مقدس _ در داستان سازندگان برج بابل مشاهده می شود. (ژرژینسکی، ۲۰۰۵: ۵۲)

سرسختانه ترین و از نظر الهیاتی، مهم ترین نقدها بر روایت پیشرفت را می توان در آثار این افراد یافت: مارتین هایدگر، (۶) هورکهایمر، آدورنو، (۷) جیکس الول، (۸) کوئنتین شولتسه، (۹) آلبرت برگمن (۱۰) و کسانی که از فن آوری به عنوان حالتی ژرف، سیستماتیک و دسیسه آمیز از درک دنیا و تعامل با آن، درک مشترکی ارائه می دهند. (۱۱) در این روایت _ که در زبان تکوین شناسی و پیش گویی کاملاً سهل گیر

ص: ۲۲۱

۱- Bill Gates

۲- Alvin Toffler

۳- Nicholas Negroponte

۴- Icarus: (در اسطوره های یونانی) پسر ددالوس که با بال های مومی از جزیره کرت فرار کرد، ولی زیاد اوج گرفت و بال هایش آب شد و در دریا غرق گردید. (مترجم)

۵- Prometheus: از اسطوره های یونانی که از آسمان، آتش دزدید و به بشر داد. (مترجم)

۶- Martin Heidegger, ۱۹۷۷

۷- Horkheimer and Adorno, ۱۹۷۳

۸- Jacques Ellul, ۱۹۶۴

۹- Quentin Schultze, ۲۰۰۲

۱۰- Albert Borgmann, ۲۰۰۳

۱۱- البته این خلاصه، خطر تقلید از پیچیدگی های این نویسندگان را بر خود هموار می کند و خوانندگان در اینجا نباید هیچ نظری مبنی بر تبادل پذیر بودن مواضع آنها را در مورد فن آوری استنتاج کنند. هدف اصلی این بحث، روشن کردن روایت های عامه پسندی است که این بحث های فلسفی را در خود مستحیل کرده و آنها را از باب «عرف عام» دانسته اند.

است _ فن آوری به این دلیل که اصل اثربخشی را بر تمامی دیگر معیارهای روایی ترجیح می دهد، کم اهمیت تلقی می شود؛ معیارهایی که ما را وادار می کنند تا کل طبیعت را چیزی حداکثر در حد یک شیء استادانه بدانیم یا آن گونه که هایدگر می گوید، دنیا را «Gestell» («ذخیره همیشگی») تلقی کنیم. به نظر می رسد این سوء ظن با سهولت بسیار زیادی به واسطه توجه به شیوه های گسترش فن آوری های مدرن تثبیت شده باشد. به موازات اینکه کارکردهای عظیم تر و پیچیده تری را در هم ادغام می کنند، تشخیص ویژگی های عملیاتی آنها نیز دشوار، به صورت فزاینده ای، پیش بینی ناپذیر و بی ثبات می شود و به همین میزان نیز مرتباً از اهداف حساب شده طراحان و کاربران آنها دور می شوند. از این رو، خودمختاری ظاهری و عاملیت استقلال بخش آنها، فن آوری های مدرن را به اموری آشکارا اجتناب ناپذیر، شکوهمند و حتی آمرانه بدل می کند. اگر بخواهیم از مطلع معروف و منحوس بُرگک^(۱) یا شخصیت منفی، بیگانه، درنده خو و از نظر تکنولوژیک، همه چیزخوار سریال تلویزیونی استار ترک^(۲) استفاده کنیم، باید گفت «مقاومت، بیهوده است.» یا همانند سخن خود هایدگر در مصاحبه ای انتشاریافته پس از مرگش، ما چنان در بیشه های فن آوری مدرن گرفتار شده ایم که «تنها خدا می تواند نجاتمان دهد».^(۳)

دین و فن آوری

دین و فن آوری

ص: ۲۲۲

۱- The Borg.

۲- Star Trek.

۳- مصاحبه ای که با هایدگر و برای هفته نامه اشپیگل (Der Spiegel) در ۲۳ سپتامبر ۱۹۶۶ صورت گرفت و پس از مرگ وی در ۳۱ می ۱۹۷۶ منتشر شد. متن انگلیسی آن در Wolin, ۱۹۹۲: ۹۱ ff. موجود است.

به نظر می‌رسد تبیین‌های موجود از دین به عنوان امری مجزا از فن آوری، رویکردی مشترک دارند. به عبارت دیگر، دین به عنوان شیوه‌ای از اندیشیدن، احساس کردن و عمل کردن که می‌تواند منفک باشد، از عرصه پی آمدها و فعالیت‌های تکنیکی که از نظر عینی، قابل حدس است، جداست. این شیوه تفکیک دین و فن آوری مبتنی بر پیشینه عمیقاً متراکم کیهان‌شناسی، علم و تخیلات رایج در مورد رابطه بین انسان‌ها و غیرانسان‌ها، از جمله امور متعالی، ماورای طبیعی یا مقدس است. در واقع، تعریف متداول ما از فن آوری عبارت است از تجرید مدرنیستی – یا به قول برونو لاتور،^(۱) «پالایش» – مجموعه‌ای آشفته و بسیار مبهم از نمودها و تعاملاتی که در طول تاریخ بین انسان‌ها، غیرانسان‌ها و موجودات ماورای طبیعی شکل گرفته است. ممکن است به یاد آوریم که در فلسفه کلاسیک یونان، واژه *techne* – با معنای اولیه گرد هم آوردن، بافتن، یا اشیا را از طریق هنر، مهارت یا صنعت با یکدیگر مرتبط کردن – عموماً معنای فراهم آوردن گونه‌ای نازل از آگاهی نسبت به نظام هستی و در مقایسه با تأمل – *episteme* – را دارد (که متکفل حقایق عام و نازمان‌مند است).^(۲) کاستی‌های ذاتی دانش تکنیکی بر اثر گرایش به استفاده از صیغه جمع آن یعنی *techna* (به عنوان صنعت‌های مجزایی که ضرورتاً به واسطه مجموعه فراگیری از اصول تعمیم یافته متحد نشده‌اند) بیشتر روشن شد. تنها در عصر مدرن توانستیم تضعیف تفکیک کلاسیک بین مینا؛ یعنی «هنرهای مکانیکی» و توانایی‌های شکوهمند فکری فلسفه طبیعی را درک کنیم. صرفاً در قرن نوزدهم بود که مردم، واژه «فن آوری» را به صورت مفرد و در معنای تجرید به کار بردند؛ تجریدی که در قرن بیستم با ظهور

ص: ۲۲۳

۱- Bruno Latour, ۱۹۹۳.

۲- جالب آن است که تعریف کلاسیک «*techne*» با مفهوم جادو تشابه نزدیکی دارد که ریشه لغوی آن به واژه پرتغالی – هندی – اروپایی «*magh*» (با معنای «ایجاد یا داشتن قدرت انجام امور») بازمی‌گردد.

شبکه های بزرگ مقیاس و به صورت فزاینده، اداری شده دانشمندان، مهندسان، طراحان و مدیران تسهیل شد؛ همان افرادی که در حوزه های تجارت، صنعت و دولت مشغول به کار هستند. (نک: مارکس، ۱۹۹۱؛ می چام، ۱۹۹۴)

این «ساخت مدرن» (لاتور، ۱۹۹۳) در سایه تبانی گسترده بین مسیحیت پس از اصلاح جنبش روشن فکری دینی و فلسفه طبیعی پدید آمد که با تاریخ فتوحات استعماری و تفوق تکنولوژیک غرب که پی آمدهای جهانی شگرفی داشت، همراه بود. این ساخت از یک سو، با تفسیر طبیعت به عالمی بی جان، به دور از دست کاری محاسبه شده و نظارت بشر، طلسم زدایی از طبیعت را تثبیت کرد. از دیگر سو، حوزه دینی را به «مسائل قلبی» محدود ساخت که بدون هیچ مشکلی از زندگی سیاسی و سیاست و نیز امتیازات ابزاری، شناخت شناسانه و کنشی رویه عملی _ تکنیکی مدرن تفکیک شده اند. یکی از موارد برجسته و مؤثر در این تلاش، الهیات کالوین گرایانه (۱) بود که قدرت واسطه ای کشیش ها، شاهان، قدیسین، فرشتگان و حتی مریم مقدس را منکر شد و با انجام چنین کاری هم افراد بشر و هم نظام طبیعی را از خالق علی الاطلاق، شناخت ناپذیر و مطلق دور کرد. بنیان گذاران فلسفه طبیعی و علم مدرن اروپایی، مانند گالیله، دکارت، بیکن و نیوتن (۲) نیز به همین صورت از آنچه نظام طبیعی طلسم زدایی شده می دانستند، حمایت کردند. این «الهیون سکولار» با در هم شکستن برداشت های توماس آکویناسی (۳) نوافلاطونی (۴) و جادویی موجود از طبیعت به عنوان شبکه گسترده ای از شباهت ها، روابط هم دلانه یا علل غایی، طبیعت را «ماده صرف» دانستند: موجودیتی یک دست، بسط یافته در فضا _ و از این رو، قابل

ص: ۲۲۴

۱- Calvinist theology.

۲- Galileo, Descartes, Bacon, and Newton.

۳- Thomist.

۴- Neo-Platonic.

اندازه گیری های دقیق و مشاهده کنترل شده _ و سازمان یافته به واسطه اصول جهان شمول علت و معلول مکانیکی، کنش و واکنش. (۱) البته برونسیلاو ژرژینسکی استدلال می کند که طلسم زدایی از طبیعت صرفاً متضمن «زدودن» امر مقدس نبود، بلکه از شیوه جدید نظم بخشی و مفهوم سازی خود فضای مقدس حکایت داشت [وی در این باره می گوید]:

خود ساخت دنیا به عنوان ماده ای بی جان که رفتار آن بر اساس قوانین ریاضیات در فضای محض بود، مستلزم تغییر شکل معانی دینی به صورت خاص بوده، تغییر شکلی که مستلزم رویکردی جدیداً لفظی، نه تنها با ماده، بلکه به خدا بود. از این رو، مالخولیای دنیای جدید با همان شکاف عریض بین دنیای انسان های بی کس و متناهی، والامقام و رنجور، نتیجه دست کشیدن از امر مقدس نیست، بلکه حاصل انتخاب نوع خاصی از نظم دادن به آن است. (برونسیلاو ژرژینسکی، ۲۰۰۵: ۴۷ و ۴۸)

ژرژینسکی با تأکید بر احتمال تاریخی تفکیک غربی مدرن بین «دنیای خاکی و قابل شناخت کنش تکنیکی» و «دنیای [دیگر نامحسوس، متعال، روحانی یا ماورای طبیعی]» به ما یادآوری می کند که این راه، شیوه همگانی _ چه رسد به بدیهی _ برای فهم جهان نیست. به عنوان مثال از روی دیگر سکه، جهان شناسی حیوانی را در نظر بگیرید که در سراسر آمازون طبیعی (حاوی انسان ها، حیوان ها و دیگر موجودات طبیعی و ماورای طبیعی در حالت توالی متافیزیکی مبتنی بر مجموعه مشترکی از اصول و نیروهای ناشی از تمام اندام های جسمانی) مشاهده می شود. (۲) در سنت مسیحی، دستوری بنیادین وجود دارد که متضمن تمایز اساسی بین جسم های بشری (که گفته می شود روح دارند و از این رو، منحصرأ قادرند رستگار شوند) و تمامی دیگر جسم های زنده و غیرحیوانی است که این ویژگی را ندارند. در فضای

ص: ۲۲۵

۱- Funkenstein, ۱۹۸۹

۲- Viveiros de Castro, ۱۹۹۸

همان گونه که ویویروس د کسترو می گوید، بومیان آمازون به جای تلاش برای تمیز ذوات معنوی (اصیل و واقعی) و تجلیات جسمانی (که همانند سطح ها، فقط حقیقت را پنهان می کنند)، با نظام کیهانی یک پارچه ای روبه رو هستند که در آن، معانی مؤثر، بین ساکنان مختلف انسانی و غیرانسانی آن در درون و از طریق «وسیله ای» مورد استفاده برای پیوند دادن چنین موجوداتی، به عقب و جلو می لغزند. در این چارچوب، یک جادوگر با اشیایی مانند پوست حیوان به عنوان فن آوری سر و کار دارد که اگر در بافت آیینی صحیحی از آن استفاده شود، از نظر متافیزیکی، قدرت تغییر هویت های کسانی را دارند که آنها را به تن می کنند. پوشیدن لباس های ماسکی چندان به معنای مخفی کردن ذات انسان در زیر ظاهری حیوانی نیست، بلکه به معنای فعال کردن قدرت های جسمی متفاوت است. لباس های حیوانی که جادوگران برای سیر در جهان استفاده می کنند، نه خیال، بلکه ابزارند. آنها همانند وسایل غواصی یا لباس های فضایی هستند، نه شبیه ماسک های کارناوالی. غرض از پوشیدن لباس غواصی این است که شخص بتواند همانند ماهی زیر آب تنفس کند، نه اینکه خود را زیر یک پوشش عجیب و غریب پنهان سازد. به همین ترتیب، «پوشاکی» که در میان حیوانات، «ذات» درونی نوع بشر را می پوشاند، استتار صرف نیست، بلکه قابلیت های متمایز آنهاست که آثار و ظرفیت هایی دارد که هر حیوان خاصی را تعیین می بخشد. (ویویروس دی کاسترو، ۱۹۹۸: ۴۸۲)

شاید در اینجا به زیاده روی در مورد نوعی بدویت خیالی _ همان طور که پیش تر دیده ایم _ که برای پس راندن بوشمن های کالاهاری به کرانه دور مدرنیته غربی به کار می رفت، تشویق شده باشیم یا حتی شاید توجه داشته باشیم که جادوگران

آمازون، یگانه «الهیونی» نیستند که در تلاش خود برای کسب اموری مانند قدرت، دانش، سلامتی یا رهایی از رنج، هیچ مرز ثابت و نفوذناپذیری را بین انسان‌ها و غیرانسان‌ها، اشیای مرئی و نامرئی یا امور متعال و متحیز نمی‌پذیرند. لازمه ذاتاً «غربی» و «مدرن» آن را می‌توان در نوشته‌های ویلیام دنتون،^(۱) زمین‌شناس و روان‌شناس روح‌گرای قرن نوزدهم مشاهده کرد. از نظر دنتون، دنیای طبیعی متشکل است از ساز و برگ گسترده اخلاقی از سنخ نیروهای تابشی: نهفته در همه اشیاء، از سنگ‌ها و فسیل‌های موجود در زمین گرفته تا برگ‌های روی درخت و تا پرندگان فرود آمده روی شاخه‌های آن تا چشم‌انسانی که ناظر چنین صحنه‌ای است و تا دوربین کلیشه‌داگری^(۲) که _ مانند تکنیک‌های منظم روان‌سنجی _ قدرت فهرست کردن عرصه گسترده اشیای ابدی را دارد و از طریق «شیمی»، علم زیبایی در هم آمیختن سیالات مادی و معنوی، این خصایص ذاتی را بر اذهان هوشیار ما حک می‌کند. (دنتون، ۱۸۸۸؛ نک: کوکس، ۲۰۰۳: ۱۰۹ و ۱۱۰، ۲۲۵ _ ۲۲۷)

دنتون صرفاً یکی از انبوه هواداران روح‌گرایی^(۳) بود (جنبشی دینی و پرتطرفدار که در قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم، در سراسر و حتی فراسوی دنیای آتلانتیک، از ایالات متحده تا بریتانیا، فرانسه، آلمان، برزیل و تا مناطق دوردست گسترش یافت). مشخصه روح‌گرایان، اختلاف نظرهای قابل توجه در مورد گرایش‌های سیاسی، جایگاه اجتماعی و درجاتی از سازگاری با راست‌آیینی‌های غالب دینی (مانند کلیسای کاتولیک روم، اصول کلیسای انگلیکان یا مذهب پروتستان اصلی) است، ولی دلیل اصلی وحدت آنها در تعهدشان به کیهان‌شناسی اطلاعاتی ابدی نهفته است که با هم دلی در هم تنیده شده‌اند، در قالبی از ارواح که از جهان مادی مصون مانده‌اند و به عنوان نیروی محرک تمام امور عمل می‌کنند. علقه ارواح با جهان مادی، بر حسب

ص: ۲۲۷

۱- William Denton.

۲- ۱۰. Daguerreotype.

۳- Spiritualism.

«سیال جهانی» تبیین می‌شد. سیالی همانند جریان الکتریسیته؛ نیروی اسرارآمیز دیگری که در قرن نوزدهم، نیروی پیش‌رانه پیشرفت‌های تکنولوژیکی جدید و شگرف در کابل‌های تلگراف، تلفن، لامپ‌های حبیبی و موتورهای مولد بود. روح گرایان از طریق پیشنهاد تثبیت نظام فیزیکی، اجتماعی و اخلاقی در تبیین «طبیعت گرایانه» از نیروهای روح جهانی، درصدد چیره شدن بر آن چیزی بودند که بسیاری از شاهدان قرن نوزدهمی آن را شالوده‌های روز به روز مرتعش‌تر کتاب مقدس مسیحی می‌دانستند و در عین حال، درصدد ربودن اعتبار علمی از دست بدگویان شکاک و ناظران کنجکاو بودند. روح گرایان همانند جادوگران روح باور که «نیروهای یک جسم دیگر را فعال می‌کنند»، در تلاش برای برقراری ارتباط با مردگان، به فرهنگ مادی خود در باب نوشت افزارها، کابل‌ها و سیم‌های فلزی، آهن رباها، فشارسنج‌ها، ساعت‌ها و دوربین‌ها بازگشتند. آنها با انجام چنین کاری، تمایزهای بین مادی و غیرمادی و بین «این جهان» و «آن جهان» را از بین بردند. با این حال، تمامی آنچه در اطراف آنهاست؛ یعنی اشیای مدرن، از طریق ارسال پیام‌های تلگراف تا آن سوی اقیانوس، ضبط صدای انسان روی دستگاه ضبط صوت یا نگاه داری تصویر انسان پس از مرگ، در حال از بین بردن مفاهیم سابقاً قطعی مربوط به گذشته و حال، نزدیک و دور بودند. (نک: استولوو، ۲۰۰۷؛ نواکز، ۲۰۰۲؛ کونور، ۱۹۹۹)

روح باوران بومی و «دانشمندانهای» روح گرا، یگانه افرادی نیستند که با مشکل تمیز دین از فن آوری روبه‌رویند. در اینجا می‌توان به انبوه فزاینده‌ای از رابطه تاریخی و قوم‌نگاشتی متوسل شد که فقط مشکل ما را در پای بندی به روایت رایج از علم _ فن آوری مدرن، به عنوان عرصه تعاملات مکانیکی این جهانی و «طلسم زدایی شده» بیشتر کند. در واقع، گفته می‌شود که بسیاری از فن آوری‌های مدرن با توجه به پیچیدگی‌های محاسبه‌ناپذیر و توانایی‌های شگرفشان در متراکم کردن زمان، کوتاه کردن فاصله، ذخیره کردن پول یا بازتولید نسخه بدل‌های همانند، تمایلات مؤثر و

حالت هایی رفتاری را در کاربران خود برمی انگیزند که از نظر پدیده شناختی با دعا، آیین عبادی و جادو قابل مقایسه هستند. (برای مثال: دیویس، ۱۹۹۸؛ هنکینس و سیلورمن، ۱۹۹۵؛ اسکونس، ۲۰۰۰؛ استیورز، ۲۰۰۱؛ استایتر، ۲۰۰۴)

به همین ترتیب، گفته می شود که اعمال علم _ فن آوری مدرن _ در آزمایشگاه ها، کارگاه ها، کنفرانس ها، مدارس و دیگر اماکن _ تا بدانجا که از طریق تکنیک های متبحرانه و مفاهیم منتظم، قدرت نمایش و همچنین به واسطه سازمان نهادین ایمان در مورد شیوه عمل حقیقی طبیعت در ورود عملی به دنیا مشارکت دارد، با نظامی از کنش دینی یا جادویی شباهت دارد. (۱) آخرین پیشرفت ها در عرصه های زیست مهندسی، مدل سازی رایانه ای یا فن آوری نانو، از طریق زمینه سازی برای پیدایش مخلوقات خیالی و هیولاهای دورگه نیمه انسان _ نیمه ماشین، تمایز سابقاً قطعی، حتی بین انسان ها و دیگر موجودات را به میزان بیشتری از بین برده است. (۲) با چنین تفسیرهایی از انسان ها و غیر انسان ها و ارواح و ماشین ها (که روز به روز هم گیج کننده تر می شوند)، چالش مهمی بر سر راه مرجعیت دیرین علم طبقه بندی لینیوسی (۳) پدیدار شده است؛ علمی که در آن، فرض بر این است که دنیای موجودات زنده به گونه های ثابتی از گیاه و حیوان، مهره دار

ص: ۲۲۹

۱- نک: (۲۰۰۵) Nadis; (۱۹۹۸) Morus; (۲۰۰۳) Meyer and Pels; (۲۰۰۴) Lotfalian; (۲۰۰۲) During
(۱۹۹۷) Taussig; (۱۹۹۰) Tambiah; (۱۹۹۹) Serres; (۱۹۹۶) Nye. چنین مباحثی در باب جادو، دین و علم مدرن مبتنی بر انبوهی از آثار متمرکز بر اهمیت اندیشه جادویی، تأمل در باب حکومت هزار ساله مسیح در آینده و پای بندی مذهبی به شیوه عمل قدرت، قیومیت و نجابت بزرگ منشانه است که به ایجاد اعتبار علمی از زمان رنسانس اروپا تا جامعه ویکتوریایی و تا عصر حاضر کمک می کند. نمونه این آثار، مطالعات مربوط به آمال و حساسیت های دینی مهندسان، مخترعان، پزشکان و فلاسفه طبیعی اروپا (Boyle the Puritan, Newton the alchemist, Edison the Theosophist, etc) یا هم پوشانی بین نمایش همگانی جشن های دینی و فرهنگ علمی رو به رشد نمایش و عرضه است (نک: ۱۹۸۲ Webster; ۱۹۵۷ Merton; ۱۹۸۹ Funkenstein).

۲- ۱۹۹۱ Haraway, ۲۰۰۲ Graham, ۱۹۹۹ Balsamo.

۳- Linnaean: منسوب به Linnaeus، گیاه شناس و طبیعت شناس سوئدی (۱۷۰۷-۱۷۷۸).

و بی مهره یا نر و ماده تقسیم می شوند. در پی آن، جهانی را می یابیم بسیار شبیه به جهانی که «در بدو امر» تصور می شد این گونه باشد: نظامی یک دست از انسان ها، خدایان، حیوانات و گونه های متنوع امکاناتی که آنها را به یکدیگر پیوند می دهد. تمامی این مطالب بیانگر آن است که تمایز بین دین و فن آوری بسیار تبعیض آمیزتر از آن چیزی است که بر اثر روایت های رایج پیش گفته به آنها باور داشتیم. در واقع، هرچه بیشتر نظر کنیم، تعیین اینکه خط فاصل بین امر «دینی» و امر «تکنولوژیک» را کجا و چگونه باید ترسیم کرد، دشوارتر می شود.

دین در مقام فن آوری

دین در مقام فن آوری

به هر حال، ممکن است انسان هنگام طرح این پرسش که «فن آوری» چگونه در مطالعه دین و رسانه به ثمربخش ترین صورت ممکن به عنوان واژه کلیدی عمل می کند، خواستار تجربه فکری زیر باشد: هر یک از قالب های دانش، رویه و تجربه دینی را در نظر بگیرید و ببینید «بدون فن آوری» چه چیزی باقی می ماند. به عبارتی، نه وسایل، ابزار یا دستگاهی؛ نه معماری یا پوشاک؛ نه نقاشی، ابزارهای موسیقی، عود یا اسنادی مکتوب و نه حتی رویه های منظم کنترل بدن _ مانند متدهای علمی و عملی تنفس، نشستن یا اشاره به وسیله دست انسان _ چون اینها همه اعمالی فنی هستند. حتی به نظر می رسد اندیشه ها و تصویرها نیز با حذف فن آوری های بازنمایی، از قبیل زبان و شمایل نگاری، از بین بروند. با وجود این، در تعریف دین، نتیجه گریزناپذیری که از این تمرین به دست می آید، آن است که «دین» ذاتاً و ضرورتاً تکنولوژیک است. به جای جست و جوی تجربه یا احساس درونی حضور الهی، ربانی یا امر مقدس _ که می توان آن را از تمام مظاهر بیرونی جدا کرد _ با بررسی راه های بی شماری که از طریق آنها، تجربه های دینی مادی، محسوس و ملموس می شود، به طور عمومی منتقل

گردد و از مجرای تجلیات و تکنیک های تکنولوژیک، ضبط و بازتولید می شوند و به طور خلاصه، رسانه ای شده اند، پاداش بیشتری به دست می آوریم.

برونو لاتور به ما یادآوری می کند که وساطت؛ یعنی ایجاد پیوندی که پیش تر وجود نداشته و به همان میزان، متضمن اصلاح عناصری است که در اصل، بی ارتباط بوده اند. از این رو، در یک شبکه کنشی مفروض، وساطت، ناظر بر روند بازتوزیع و مبادله کیفیت ها، کارکردها، شایستگی ها و اهداف در میان عاملین هم بسته، یا به عبارت دقیق تر، ناظر بر تفویض برنامه های کنشی از یک عامل (مانند یک انسان) به عامل دیگر (مانند ماشین) است؛ درست مانند قفلی که اعمال یک نگهبان بشری را _ که دیگر لازم نیست کنار در بایستد تا آن را بسته نگاه دارد _ برگردان و جای گزین می کند. (۱) از این منظر، واژه فن آوری ناظر است بر وساطت مهارت هایی که از انسان ها به غیرانسان ها رسیده اند؛ برگردانی که شکل های جدید «کار انعطاف ناپذیر» را پدید می آورند. همان گونه که لاتور تلاش می کند اثبات کند، فن آوری ها نیز همانند غیر انسان ها صرفاً ابزار رسیدن به اهدافی نیستند که انسان ها تعریف و مشخص کرده اند، بلکه برعکس، فن آوری ها از طریق مشارکت فعالانه در _ و از طریق تغییر شکل _ شبکه های کنشی، تجربه بشری را شکل می دهند. به عبارت دیگر، هنگامی که ویژگی ها را از طریق واگذاری تکنیکی با غیرانسان ها مبادله می کنیم، در همان حال به مصنوعات اجازه می دهیم که به عنوان واسطه (۲) (یعنی به عنوان اموری که به طور مستقل عمل می کنند) و نه به عنوان میانجی، (۳) به جریان روابط انسانی وارد شوند.

ممکن است کسی بگوید «البته یک فن آوری را باید فاعل بشری یا همان عامل هدفمند تصرف کند و به کار اندازد.» با این حال، ... آنچه در مورد «مفعول»، صادق

ص: ۲۳۱

۱- Latour, ۱۹۹۹

۲- Mediator

۳- Intermediary

است، در مورد «فاعل» به میزان بیشتری صدق می کند. بی معنا خواهد بود اگر مدعی شویم انسان بدون ورود به عرصه تعامل با آنچه اجازه و توانایی زندگی کردن را به وی می دهد، وجود خارجی دارد. (لاتور، ۱۹۹۹: ۱۹۲؛ ۱۹۹۳: ۷۹ _ ۸۲)

برای رسیدن به هدف بحث حاضر، توجه به این نکته اهمیت دارد که مقوله «غیر انسان»، مشتمل بر اشیایی مانند راه پله، سنج، مرکب، گُل، مو، خون حیوان، دستگاه ضبط ویدیویی و تلفن همراه است، ولی خدایان، فرشتگان، اجنه، شیاطین، بودی ساتوا،^(۱) قدیسین و دیگر مخلوقات «ماورای طبیعی» را نیز شامل می شود. این شخصیت های گوناگون، در همان زمان که ما انسان ها، خود و «دیگران» را می شناسانیم، افق های عمل بشری را تعریف می کنند. به دیگر سخن، نهادهای تکنولوژیکی، مانند خدایان، از نظر آنچه انسان ها وضع می کنند، تصدیق می کنند، تغییر می دهند یا حتی انسانیت خود ما را در آمد و شد دایمی با دیگر کنش گران ساکن در جهان ما انکار می کنند، باید سرانجام در یک زنجیره واحد جای داده شوند. البته این نگرش، پیشاپیش در بیشتر سنت های دینی، ریشه نیرومندی داشته است؛ سنت هایی که در آنها انسان می تواند منبع عظیمی از تعامل های خداانگاشته با انسان ها و متعلقات تکنولوژیکی همواره فزاینده آنها را به سهولت بیابد. برای مثال، در هندویسم، خدای ویشواکارما^(۲) را مشاهده می کنیم؛ معمار ملکوتی جهان، طراح جایگاه های خدایان، ارباب ها، سلاح های مقدس و نیز الهه محبوب در میان هنرمندان، صنعتگران، کارگران کارخانه ها و مهندسانِ امروزی و مدرنی که در هر ۱۷ سپتامبری (روز ویشواکارما پوجا)^(۳) ابزارهای کار و کسب خود را بیرون می آورند و برای به

ص: ۲۳۲

۱- bodhisattva: (در مذهب بودا) شخصی که از راه پارسایی به مدارج رفیع روحانی رسیده است و امکان بودا شدنش

وجود دارد. (مترجم)

۲- Vishvakarma.

۳- Vishvakarma Puja.

دست آوردن رحمت های الهی دعا می کنند. در میان کاتولیک های رم، کلر قدیس (۱) از اهالی اسیسی (۲) را می بینیم که قدیس پشتیان در زمینه بیماری ها و گل دوزی است (و از این رو، در میان تذهیب کاران و سوزن کاران محبوبیت دارد)، ولی در قرن بیستم، تلویزیون را نیز در حوزه نفوذ خود در آورده است. پیغام آور خدا، جبرئیل ملک نیز به سهم خود، نفوذش را بر تمامی صنایع پخش و مخابراتی مدرن، از جمله خدمات پستی، پخش رادیو تلویزیونی و پست الکترونیکی تثبیت کرده است. چالش مهم پیش روی عالمان دین و رسانه، یافتن قدرت های مقدس و الوهیت های قیاس پذیر در اماکن کمتر مشهود است؛ شاید حتی در رابطه ما با کنش گران غیر انسانی دنیای مادی مانند بطری های کوکاکولای دور انداخته شده.

اقتصاد

اشاره

ص: ۲۳۳

۱- St. Clare.

۲- Assisi: شهری در نواحی مرکزی ایتالیا. (مترجم)

دیوید چیدستر (۱)

برگردان: امیر یزدیان

اقتصاددانان معاصر که مدعی مهارت تخصصی در زمینه مطالعه علمی اقتصاد سرمایه داری هستند، در تعریف یا به کارگیری کلیدواژه «اقتصاد» در مطالعه دین، رسانه و فرهنگ هیچ نقش برجسته ای ندارند. بنابراین، اگر نتوان در درک اقتصاد به آنان تکیه کرد، پس تکلیف چیست؟

در مطالعات فرهنگی، اقتصاد با حوزه گسترده تری از تجربه ها ادغام شده است که هم زمان، هم مادی هستند و هم نمادین. اقتصاددان فرانسوی، پی یر بوردیو در اثر خود با عنوان طرح کلی نظریه کنش (۲) بر این نکته تأکید دارد که باید «دوگانگی کنش اقتصادی و غیراقتصادی را کنار بگذاریم». در واقع، این پندار سنتی که می توان اقتصاد را از حوزه گسترده تر روابط نمادین، مادی و اجتماعی جدا کرد، به نگرش انسان نسبت به دانش اعمال اقتصادی به عنوان نمونه خاصی از دانش عمومی

ص: ۲۳۵

۱ - ۱. David Chidester.

۲ - Outline of a theory of practice.

اقتصاد کاربردی (۱) بازمی‌گردد. حل این دوگانگی، پی‌آمدهایی افراطی در برداشت. دانش اقتصاد جدید به همراه قوانین عرضه و تقاضا، منفعت مالی، ارزش مبادله، رقابت بازار و غیره می‌توانست در بستری اجتماعی، مجموعه ویژه‌ای از کنش‌های نمادین شمرده شود. کنش‌های اجتماعی از جمله دین، رشته‌های علوم انسانی و رسانه‌ها را می‌توان «کنش‌های اقتصادی [دانست]» که هدفشان به حداکثر رساندن منفعت مادی و نمادین است. (بوردیو، ۱۹۷۷: ۱۸۳) این نگرش به منفعت نمادین که می‌توانست به واسطه کار نمادین، طرح ریزی شود و سرمایه نمادین تلقی گردد، کنش‌های اقتصادی را به گونه‌ای مؤثر با کل حوزه تولیدات فرهنگی هدفمند در هم آمیخت. (اریان، ۲۰۰۳)

همچنین کنش‌های فرهنگی، از جمله کنش‌های رسانه‌های فرهنگی در راستای ذخیره، انتقال و دریافت اطلاعات را می‌توان در چنین دریافت جامعی از اقتصاد گنجانند. کنش‌های معناساز نظیر دین و رسانه‌ها در مقام کنش‌های اقتصادی مرتبط با فرایندهای تولید، توزیع و مصرف سربرآوردند. شاید نظریه‌های اقتصاد مدرن نظیر نظریه‌گزینه‌ی منطقی، بخواهند تکثیر فرهنگی را در چارچوب اقتصاد سنتی توضیح دهند، ولی مفاهیم فرهنگی اقتصاد به صورت چشم‌گیری در نظریه فرهنگی جدید نفوذ کرده‌اند و نمی‌توان به راحتی آن را مهار کرد.

دین در نقش میانجی برای امر مقدس و امر متعالی که در ظاهر، فراتر یا جدا از این ملاحظات اقتصادی قرار گرفته است، عمیقاً در اقتصاد نمادین و مادی رسانه‌ها، فرهنگ و روابط اجتماعی جای می‌گیرد. در تمهیدات اجتماعی مدرن، دین به عنوان حوزه‌ای جداگانه نهادینه شده است، ولی واژه‌ای کلیدی یا درپچه‌ای متمرکز است برای جلب توجه ما به سمت تولیدات، جریان‌ها و چالش‌های مربوط به ادعاهای فراتجربی و رفتار تقدیس‌کننده که در هر شبکه‌ای از روابط اجتماعی

ص: ۲۳۶

فعالیت می کنند. در مطالعه رسانه و فرهنگ، چنین درکی فراگیرتر از دین، ضرورت دارد. این امر امکان بررسی راه های ارتباط دین _ که درون نهادهای دینی متمایزی سامان دهی شده است _ با رسانه ها را فراهم می کند. علاوه بر این، این رویکرد به ما اجازه می دهد تا راه هایی را بررسی کنیم که دین به وسیله آنها _ به عنوان نشانه های اساطیری تعالی، اعمال آیینی تقدیس و جهت گیری ها در زمان و مکانی مقدس _ می تواند در محدوده ای فرهنگی نفوذ کند یا به آن حیاتی دوباره ببخشد. در این درک جامع و در عین حال، با دقت نظریه پردازی شده، دین به عنوان میانجی و رسانه ها نیز دربرگیرنده کش های آیینی شده و استدلالی دین، معرفی می شوند؛ چنین درکی از دین با درک کلی از «اقتصاد» که در تحلیل فرهنگی ظهور یافته است، مطابقت دارد.

پی بروردیو سعی داشت نوعی از «اقتصاد سیاسی دین»^(۱) را بسط دهد که «بدون تخریب ویژگی دقیقاً نمادین این پدیده (دین)، تمام ظرفیت تحلیل مادی گرایانه از دین را به پیش ببرد.» (بوردیو، ۱۹۹۰: ۳۶) با وجود این، مطالعه دین و رسانه مستلزم توجه به پویایی وساطت های نمادین و مادی در بطن هر اقتصادی است که آن را «اقتصاد سیاسی امر مقدس»^(۲) می نامم.

اقتصاد رو به رشد

اقتصاد رو به رشد

در تحلیل آکادمیک و بیان متداول، کلیدواژه «اقتصاد»، تاریخچه طولانی رشد خود را تا بدانجا ادامه می دهد که هرچه بیشتر با زندگی بشری درآمیزد و آن را در برگیرد. در عصر طلایی یونانی _ رومی، تمرکز نسبتاً اندکی بر این واژه بود و بر اداره امور منزل دلالت می کرد. در قرن هجدهم و با ظهور دولت های مدرن، این واژه این بار

ص: ۲۳۷

۱- Political Economy of Religion. ۴

۲- Political Economy of the Sacred

برای اشاره به مدیریت منابع و انباشت ثروت در قالب مجموعه بزرگ تری که آدام اسمیت (۱) آن را «کالبد عظیم انسانی» (۲) می نامید، به کار گرفته شد. مفهوم اقتصاد در اینجا اقتصاد سیاسی بود؛ روابط قدرتی که در بطن آنها، یک جامعه با رویکرد ارضای نیازهایی خاص، برای تخصیص منابع نایاب برنامه ریزی می کند. (اسمیت، ۱۷۷۶: ۱۶۱) اقتصاد سیاسی سرمایه داری را در این حوزه رو به رشد به عنوان نظامی برای تولید، توزیع، مبادله و مصرف ثروت از طریق مدیریت منابع نایاب و نیازهایی که به طور بالقوه، نامحدود هستند، می توان توصیف کرد. با وجود این، ممکن بود مارکس و انگلس اقتصاد سیاسی را به عنوان نظامی برای از خودبیگانگی مورد انتقاد قرار دهند؛ نظامی که ارزش کار را به عنوان مازادی برای ارضای نیازهای طبقه اجتماعی مرفه در نظر می گیرد.

هر دو نوع رویکرد به اقتصاد سیاسی، یعنی رویکرد توصیفی و انتقادی با دانش جدید اقتصاد تفاوت دارند. این دانش، محاسبات خود را بر پایه مفهوم افرادی انتزاعی استوار می سازد که به واسطه تقاضای کالاهای تنظیم شده به دست سازوکارهای قیمت گذاری بازار، انگیزه می شوند. (گرگوری، ۱۹۸۲) با این حال، تمام دریافت های مدرن از اقتصاد، چه آنهایی که بر نظم سیاسی و تضاد طبقات اجتماعی و چه آنهایی که بر افراد متمیز شده در بازار آزاد تمرکز می کردند، در آنچه ماکس وبر آن را تفکیک مدرن نهاد های اجتماعی خصوصی می نامید، سهم داشتند. در نتیجه، اقتصاد را می توان حوزه ای جداگانه در نظر گرفت که قطعاً بر هر شبکه ای از روابط اجتماعی اثر می گذارد، ولی در اصل، از دیگر حوزه های فعالیت بشری نظیر دین یا زیبایی شناسی مستقل است.

ص: ۲۳۸

۱- Adam Smith

۲- The Great Body of the People

در قرن بیستم، نظریه پردازان انتقادی اقتصاد سیاسی، هرگونه امتیاز اقتصادی به عنوان حوزه ای جداگانه را به چالش کشیدند. در مجموعه ای از مداخلات انتقادی روایاتی از اقتصاد بسط یافت که شامل مقوله های زیباشناختی زیر می شد: عیان سازی و رابطه متقابل در اقتصاد مبتنی بر پیش کشی، (۱) (موس، ۱۹۶۶) افراط، تفریط و شکست فداکارانه (۲) در اقتصاد عمومی، (باتایل، ۱۹۹۱) تمایل در اقتصاد لیبدویی (۳) (لیوتار، ۱۹۹۳) و بازنمایی، رواج و تفسیر در اقتصاد نمادین. (گوکس، ۱۹۹۰) در تحول مجدد، شگرف و اثرگذار اقتصاد، اقتصاد سیاسی نشانه ای ژان بودریار چنین عنوان می داشت که نظام سرمایه داری سابق در اصل به جای اینکه در وهله اول، روشی برای تولید کالاهای مادی باشد، کنشی دلالتی بود. (بودریار، ۱۹۸۱؛ ۱۹۹۴) اظهارات جامعه شناسانی نظیر اسکات لاش (۴) و جان یوری (۵) نشان می دهد که «آنچه به صورت فزاینده تولید می شود، اشیای مادی نیستند، بلکه نشانه هائیند.» (لاش و یوری، ۱۹۹۴: ۵) بنابراین، اقتصاد بیش از پیش، در حال تبدیل به اقتصاد معنا (۶) بود.

این اقتصاد رو به رشد، زیبایی شناسی، تمایل و قدرت تخیل را به عنوان اقتصاد معنا دربرمی گیرد. از این روی، ممکن است زیبایی شناسی رسانه های فرهنگی نیز در تمامی اشکال مختلف خود به عنوان اقتصاد تولید، توزیع و مصرف ارایه شود. نظریه پرداز انتقادی، تئودور آدورنو در دهه ۱۹۳۰، از نظر تولید، توجه همگان را به «صنعت فرهنگ» یعنی سیستم تولید فرهنگی انبوه در نظام اقتصادی سرمایه داری جلب کرد. (آدورنو، ۲۰۰۱) با تبدیل تولید فرهنگی به یک صنعت، اثر هنری به کالایی تبدیل می شود که برای کسب سود، خلق و مبادله شده است. در این

ص: ۲۳۹

۱- Gift Economy.

۲- Sacrificial.

۳- Libidinal Economy.

۴- Scott Lash.

۵- John Urry.

۶- Economy of Meaning.

فرآیند، تمام تولیدات فرهنگی، آنچه را آدورنو، «داغ ننگ سرمایه داری»^(۱) می نامید، متحمل می شوند. (بلاش و همکاران، ۱۹۷۷: ۱۲۳) در این مدل تولیدمحور، فرهنگ عامه از طریق درگیر کردن مردم در صنعت فرهنگ _ که در آن، شخصیتی نظیر دارکوب دونالد کارتون ها به گونه ای تنبیه می شود که تماشاگران بتوانند به همین برخورد عادت کنند _ در راستای منافع سرمایه داری که عبارتند از منفعت، یک پارچگی و سودمندی گام برمی دارد.

از نظر مصرف گرایی، استقبال عمومی از اشکال، اسلوب و محتوای فرهنگی، توجه را به سوی شیوه های متعدد و متفاوتی جلب می کند که مردم در عمل، برای از آن خود ساختن فرهنگ توده ای تولید شده، از آنها استفاده می کنند. به دنبال نظریه پرداز انتقادی، والتر بنیامین، بسیاری از تحلیل گران فرهنگی چنین استدلال می کنند که پذیرش فرهنگ عامه متضمن تسلیم منفعلانه نیست، بلکه مستلزم فعالیت خلاقانه است. با وجود این، بنیامین با تأیید کنترل سرمایه داری بر فرهنگ تولید انبوه، دریافت که مردم قابلیت های تفسیری و ادراکی جدیدی را پرورش می دهند؛ این قابلیت ها آنها را قادر می سازد تا بیم و امیدهای شخصی را به «شخصیت های رؤیای جمعی نظیر میکی موس [تبدیل کنند] که به دور گوی می چرخد». (بنیامین، ۱۹۷۲ _ ۱۹۸۹، ۷: ۳۷۷؛ هانسن، ۱۹۹۳: ۳۱) در حالی که آدورنو بر این نکته تأکید داشت که تولیدات صنعت فرهنگ، ظالمانه هستند، بنیامین در جست و جوی اثرهایی شفافبخش نظیر ظرفیت شفافبخش خنده دسته جمعی و حتی ظرفیت های رهایی بخش در پذیرش فرهنگ عامه بود. برای مثال، در مورد میکی موس، بر اساس اظهارات بنیامین، مخاطبان می توانستند با شرکت در فعالیتی تفریحی در قالبی عمومی درباره مقولات اساسی فرهنگی _ دستگاه ها، حیوانات و

ص: ۲۴۰

انسان ها _ که در این فعالیت های تفریحی بر هم ریخته می شوند، به خوبی بیندیشند.

براساس گفته های بنیامین، کارتون های میکی موس «پراز معجزاتی است که نه تنها از فن آوری فراتر می روند، بلکه آنها را به سخره نیز می گیرند.» بنیامین به این نتیجه رسید که این «معجزات» برای تماشاگری که «از گرفتاری های پایان ناپذیر زندگی روزانه خسته شده»، در دنیایی عجیب و شگفت آور، نویدبخش نوعی از «رهایی» است.

در فاصله میان تولید و مصرف فرهنگی، فضای میان رسانه ها و فرهنگ عامه، حوزه ای رقابتی محسوب می شود. فرهنگ عامه، چشم اندازی است که در آن، مردم، مواضع فاعلی کاملاً متفاوت و در بیشتر موارد، چندگانه، با ذهنیت هایی مبتنی بر نژاد، قومیت، طبقه اجتماعی، شغل، ناحیه، جنسیت و گرایش های جنسی را اختیار می کنند. همان طور که نظریه پرداز انتقادی، استوارت هال اظهار می دارد، فرهنگ عامه، میدان مبارزه ای است که در آن، پروژه های مختلف و متعدد فرهنگی علیه هژمونی فرهنگ حاکم به مبارزه می پردازند. خرده فرهنگ ها، مواضعی متضاد یا حتی روش های «مقاومت فرهنگی» را بسط می دهند، ولی نخبگان اجتماعی می کوشند تا خلاقیت تشکیلات فرهنگی جایگزین را در بطن جامعه ای بزرگ تر پذیرفته و به کار گیرند. فرهنگ عامه، نه نظامی باثبات در تولید و مصرف، بلکه میدانی برای کشمکش محسوب می شود؛ کشمکش میان استراتژی ها، تاکتیک ها و مانورها در نزاع بر سر مالکیت مشروع نمادهای فرهنگی بسیار پرهزینه معنا و قدرت. (هال، ۱۹۸۰؛ ۱۹۸۱)

کشمکش بر سر تفسیر نمادهای پرهزینه و حتی شاید مقدس تا اندازه زیادی، مذهبی به نظر می رسد. بسیاری از تحلیل گران در تلاش برای درک اقتصاد رو به رشد دریافتند که دین نه تنها در ارتباط با فعالیت اقتصادی نظیر «قرابت گزینی»^(۱)

ص: ۲۴۱

که مارکس ویر در میان کالونینسم و ظهور سرمایه داری به جست و جوی آن پرداخت، (ویر، ۱۹۵۸) بلکه در ویژگی اساساً دینی سرمایه داری، تصویر را دوباره وارد صحنه کرده است. از تأملات والتر بنیامین در مورد «سرمایه داری به عنوان یک دین» در اواخر دهه ۱۹۲۰ تا مباحثات کنونی در مورد «دین بازاری»، (لویی، ۱۹۹۷؛ فولتز، ۲۰۰۷) اقتصاد رو به رشد سرمایه داری چنان به کار گرفته شده است که گویی دینی بوده که در اروپا ظهور یافته و سپس در امریکای شمالی و هم اکنون در سرتاسر جهان در حال رشد و توسعه است.

اگر اقتصاد سرمایه داری را یک دین در نظر بگیریم، متون دینی و کتاب های مقدس قانونی آن را به خوبی در کارتون های پویانمایی شده می توان جست و جو کرد. آدورنو و بنیامین به دلایل متفاوتی دریافتند که کارتون های شرکت دیزنی در تقویت خصلت های نظام سرمایه داری شامل یکسان سازی و نوید رهایی بخشی، نقشی انقلابی بر عهده دارند. تمام رسانه ها در چرخه های تولید، مصرف و منازعه، درگیر هستند، ولی پویانمایی به طور ویژه، رسانه ای تجسمی است؛ رسانه ای برای آزمودن و فراتر رفتن از محدودیت ها و تنبیه، نظیر کارتون دارکوب دونالد و سوءاستفاده از فرآیندهای استحاله، همانند کارتون میکی موس، در جهانی جای گزین و «پراز معجزه». در اینجا برای ترسیم نحوه پویانمایی محدودیت های صنعت فرهنگ و وعده های معجزه آسای آن درباره رهایی، روی فیلم پویانمایی شده ای به نام مقصد: زمین (۱) متمرکز می شویم.

امر مقدس، راز

امر مقدس، راز

مقصد: زمین، کارتون پویانمایی شده سیزده دقیقه ای است که گروهی از پویانماگران خلاق به طور بی نظیری آن را به تصویر کشیده اند. تهیه کننده این

ص: ۲۴۲

کارتون، جان ساترلند بوده و بودجه آن را مؤسسه پترولیوم امریکا تأمین کرده است. در این کارتون، مریخی ها به راز قدرت امریکا پی می برند. فیلم با تصویری باز از سیاره ها در فضای خارج از جو زمین و ردی از یک فضاییمای سریع السیر آغاز می شود. آن گاه در ورزشگاهی که رهبر بزرگ مریخ، عالی جناب اُگ، اعلام می کند که به تمام مریخی ها «فرمان داده شده _ یا از ایشان دعوت شده است _ تا حضور یابند»، داستان ادامه پیدا می کند. ورزشگاه یادواره اُگ، در شهر اُگ ویل که دارای مرکز تجاری اُگ، رستوران و بسیاری از مؤسسات دیگر با نام اُگ است، با حضور مریخی های فرمان برداری پر شده است. این افراد در پاسخ به خط دهندگانی که از ایشان می خواستند تا به تناسب شعارها تشویق کنند و دست بزنند، برای «رهبر عالی قدر خود، اُگ کبیر» هورا می کشیدند. اُگ کبیر که پرچم های اطرافش، وی را با عنوان های همچون «دوست، فرمانده و مبارز» معرفی می کردند، سخنان خود را با تشکر از «گواهی دهندگی خودجوش» مردم به شکوه و جلال وی آغاز می کند.

این جمعیت برای شنیدن گزارش یک مریخی که به تازگی از فضای خارج بازگشته است، دور هم جمع شده اند. همان طور که اُگ اعلام می کند، «با کسب اجازه رسمی از جانب فرمانده کل _ من _ نخستین کاوشگر فضایی مریخ را معرفی می کند: کلنل کازمیک». همان گونه که کلنل برای جمعیت توضیح می دهد، وی به دستور عالی جناب اُگ به فضای خارج اعزام شده است؛ چراکه رهبر بزرگ مریخ از سرعت و کارآیی قدرت اُگ، یعنی بردگان اجباری «که بخش اعظم صنعت را اداره می کنند»، ناراضی است. به ویژه آنکه اُگ کبیر از اینکه بردگان، لیموزین رسمی وی را خیلی کند حرکت می دهند و راندن آن به کمک مواد منفجره بسیار خطرناک است، ناامید گشته است. بنابراین، همان طور که کلنل کازمیک توضیح

می دهد، وی «نخستین مأموریت ما را به فضا فرماندهی کرده است تا راز چگونگی حرکت روان و بدون مشکل لیموزین های دولتی دیگر سیارات را به دست آوریم».

کلنل کازمیک با پذیرش این مأموریت میان سیاره ای به سمت زمین رفته و خود را در «کشوری از زمین به نام ایالات متحده امریکا» یافته بود. در آنجا وی فوری مبهوت «خودروهای زمینی» می شود که به گونه ای در اطراف حرکت می کردند که گویی لیموزین های دولتی هستند. وی خیلی زود درمی یابد که این خودروها، سریع و پربازده هستند و هرکسی می تواند مالک یکی از آنها باشد. وی در جست و جوی راز این همه قدرت به کتاب خانه ای می رود و چند کتاب را مطالعه می کند و بدین نتیجه می رسد که «کشف راز زمین، کار فوق العاده راحتی است.» راز زمین این بود: نفت. این نیرو از طریق حفر چاه، انتقال و پالایش نفت و به واسطه «جادوی تحقیق»، استخراج و به «کهنکشانان از اشیا» بدل می شود که زندگی را در امریکا در مقایسه با «هر نقطه ای در کل سیاره زمین»، بهتر و آسان تر می سازد.

با وجود این، اگر این راز از طریق کلید رقابت بازار آزاد کشف نشده بود، همچنان در اعماق پوسته زمین باقی می ماند. بر اساس یافته های کلنل کازمیک، رقابت کارآفرینان، خطر کردن، استفاده بهینه از موقعیت ها و تلاش برای کسب برتری های رقابتی بر یکدیگر، به ناچار، منابع کم یاب را به منابع مازاد تبدیل می کند. وی دریافت که رقابت بازار، نه تنها کلید موفقیت در صنعت نفت، بلکه عامل برتری «تمامی فعالیت های تجاری موفق در امریکا است».

کلنل کازمیک در پایان صحبت خود در اجتماع مریخی ها در ورزشگاه آگ، اعلام می دارد که کشفیات وی از زمین نشان می دهد که «مسئلاً راز بزرگ، نفت است که زندگی بهتری را برای همه مردم در ایالات متحده امریکا به ارمغان آورده است. با این حال، کلید کارآیی نفت برای افراد،

رقابت است.» در پی اعتراض اُگ کبیر به این مسئله که رقابت «موضوعی کاملاً غیر مریخی است»، جمعیت پراکنده شدند و مریخی‌ها در قالب‌های جدیدی همچون «کاشفان مریخی نفت» و «پیش‌گامان مریخی نفت»، عملیات حفر چاه را با شتاب آغاز کردند. حتی کافه رستوران قدیمی اُگ به طور ناگهانی و «با مدیریت جدید» و با عنوان کافه رستوران «جو» بازگشایی شد.

دیکتاتور مریخ نیز در برابر شرایط جدید و رشد ناگهانی در حفر چاه نفت و تجارت آزاد در سرتاسر کره مریخ، از شدت عصبانیت به حد انفجار رسید. در واقع، هنگامی که کلنل کازمیک خطاب به اُگ کبیر گفت که «ما دیگر با تو کاری نداریم»، دیکتاتور تنها با فشار یک دکمه نابود شد. در بخش پایانی فیلم، کلنل، جمعیت بیشتری را که از مریخ تا زمین گسترده بودند، خطاب قرار می‌دهد و نتیجه اخلاقی داستان را چنین مطرح می‌کند: «بله، راز واقعی، نه تنها منبع عظیم انرژی، بلکه آزادی بهره برداری عمومی از آن است. اگر شما هر دو را در اختیار داشته باشید، دست یابی به هر هدفی امکان پذیر است. این هدفی نامحدود است.» با بلند شدن صدای موسیقی و نمایش این تابلوی جدید _ «هدف نامحدود» _ یک بار دیگر درمی‌یابیم که این فیلم سرگرم کننده را که به زیبایی پویانمایی شده، کمیسیون اطلاع رسانی صنعت نفت مؤسسه پترولیوم (نفت خام) امریکا تهیه کرده است.

ممکن است فکر کنیم این فیلم هیچ ارتباطی با دین ندارد. هیچ کلیسا، مسجد، معبد یا کنیسه‌ای در این فیلم نمی‌بینیم. ندای هیچ کشیش، امام، گورد(۱) یا خاخامی(۲) را نمی‌شنویم. از این رو، این فیلم، دینی نیست؛ چون دین از نظر سنتی و بر اساس درک عمومی، چیزی تعریف می‌شود که در نهادهای دینی خاص قرار دارد؛

ص: ۲۴۵

۱- Guru: پیشوای روحانی آیین هندو.

۲- Rabbis.

رهبران دینی شناخته شده به آن حکم می دهند و رهروان دینی بدان اعتقاد دارند. بر اساس چنین تعریف متداولی، تجزیه و تحلیل دین و رسانه، روشن است. ما به دنبال بازنمایی های رسانه ای از دین و کاربردهای دینی رسانه هستیم. با وجود این، بر اساس اظهارات جاناتان زد اسمیت، تاریخ نگار ادیان، چنین تعریف سنتی و متداولی از دین ادواری است: «سازمان های دینی با رهبران و پیروان دینی خود بدین دلیل هستند که در فعالیت های دینی درگیرند.» (جی زد اسمیت، ۲۰۰۴: ۳۷۵ _ ۳۸۹) در نتیجه، ما می مانیم و چالش بر سر اندیشه ای دقیق تر در باب آنچه از «دین» در نظر داریم؛ مفهومی از دین برای تجزیه و تحلیل، برای درگیری های پیش رویمان در تلاش برای درک اقتصاد نمادین و مادی دین، رسانه و فرهنگ عامه.

اگر به پیروی از امیل دورکیم، دین را با عنوان عقاید، رفتار و روابطی اجتماعی تعریف کنیم که بر پایه امر مقدس استوار است و توجه ویژه ای به آن می شود، درخواستیم یافت که دین در مرکز گرایش های ذهنی _ شخصی و صورت بندی های اجتماعی، مقوله جداگانه ای در نظر گرفته می شود (دورکیم، ۱۹۹۵: ۴۴) در بستر اقتصاد رو به رشد برای درک راه های ایجاد، گردآوری، تضمین و به کارگیری امر مقدس در رسانه ها، می توانیم این تعریف از دین را به عنوان اقتصاد سیاسی امر مقدس بررسی کنیم. «امر مقدس» صرفاً نه بدین شکل، بلکه از طریق کنش دینی تفسیر و آیینی کردن، هم به عنوان بوطیقای معنا و هم به عنوان سیاست روابط قدرت، ایجاد می شود.

در بررسی اقتصاد سیاسی امر مقدس باید ابزار، حالات و نیروهای دخیل در ایجاد ارزش های مقدس را بررسی کنیم. در کارتون مقصد: زمین این ویژگی های تولید آشکارا نمایش داده شده بودند. صنعتی که قدرت اُگ اداره می کرد، با صنعتی که بر پایه نفت می چرخید، در تضاد بود؛ نظام اشتراکی کمونیستی در مقابل رقابت سرمایه داری قرار می گرفت و دیکتاتوری استبدادی در مریخ (یا

مارکسیست) را روح رهایی بخش آزادی امریکایی سرنگون کرد. در اواخر دهه ۱۹۴۰، جان ساترلند این مضامین را در مورد جنگ سرد امریکا به صورت کارتون درآورده بود. برای مثال، فیلم آزادی را از آن من کن (۱) (۱۹۴۸)، گروهی از امریکاییان را نشان می داد که وعده های خیال پردازانه دکتر ایسم، فروشنده روغن مار را نمی پذیرفتند؛ چون سیستم سرمایه دارانه به آنها این آزادی را داده بود تا «برای ایجاد فراوانی هرچه بیشتر و همیشگی ارزش های مادی و معنوی برای همگان، به کارگروهی بپردازند.» در پایان این فیلم، ساترلند به طور مستقیم به ایجاد ارزش های معنوی اشاره می کند، ولی روح سرمایه داری نیز به صورت نیروی مافوق بشری تولید در دیگر فیلم های این تهیه کننده نظیر: به سوی کام یابی (۲) (۱۹۴۸)، ملاقات با شاه جو (۳) (۱۹۴۹) و چه چیز ما را به این کار وامی دارد (۴) (۱۹۵۲) بازنمایی شده است. آشکار است که رقابت سرمایه داری در کارتون مقصد: زمین به عنوان شکل معنوی تولید، القا شده بود.

البته باید نقش نیروهای مادی تولید را در این فیلم ها نیز در نظر بگیریم. حمایت مالی از فیلم آزادی را از آن من کن را رئیس سابق جنرال موتورز و مقصد: زمین را مؤسسه پترولیوم امریکا بر عهده داشتند. بنابراین، آشکار است که صنایع نفت و خودروسازی این تولیدات را پیش می بردند. با وجود این، نقش مؤثر و ذی نفع آنها در این فیلم ها با بازنمایی نظام سرمایه داری نه تنها به عنوان یک روح، بلکه به عنوان یک راز در هاله ای از ابهام فرو رفت؛ رازی مقدس در دل امریکا. نتیجه ای که از فیلم آزادی را از آن من کن گرفته می شود، این است که تولید سرمایه داری ارزش های مادی و معنوی، «راز پیشرفت امریکا» است. (ساترلند، ۱۹۵۶) همان گونه که

ص: ۲۴۷

۱- Make Mine Freedom

۲- Going Places

۳- Meet King Joe

۴- What Make Us Tick

در کارتون مقصد: زمین مشاهده کردیم، روند کلی داستان بر پایه کشف، رمزگشایی و به کارگیری یک راز استوار بود. کلنل کازمیک برای «بازگرداندن آن راز» اعزام شده بود. وی دریافت که «کشف این راز کار فوق‌العاده آسانی است.» وی به این نتیجه رسید که «راز واقعی»، نفت و رقابت است؛ یعنی یک منبع انرژی و یک نظام اقتصادی.

رازداری در تولید ارزش های مقدس در هر اقتصاد سیاسی امر مقدس نقش مهمی بر عهده دارد. (ماتیوز، ۲۰۰۶) حتی رازهای علنی و عمومی نظیر آنچه در فیلم های جان ساترلند به تصویر کشیده شده اند، در خلق رازی که به ارزش ها حالتی مقدس می بخشد، مهم است. با رمز و رازبخشی به منابع کمیابی نظیر نفت مفهومی کاملاً دینی داده می شود. با وجود این، حالتی رازآلود و مقدس به تمامی کالاهای بازار سرمایه داری افزوده می شود. بر اساس اظهارات کارل مارکس، اقتصاد سیاسی، هر محصولی را به تصویرنگاره ای اجتماعی بدل می سازد؛ کدی رمزگونه که رمزگشایی آن همواره کار آسانی نیست، آن هم زمانی که «می کوشیم برای دست یابی به رمز کالاهای اجتماعی خود، تصویرنگاره ها را مورد خوانش قرار دهیم.» همان طور که مارکس اظهار می دارد، نظام سرمایه داری با نشانیدن روابط رمزآلود میان اشیاء به جای روابط میان انسان ها، کشف معنای رازآلود محصولات را دشوار می سازد. (مارکس، ۱۸۶۷: ۷۶) با این کار، کالاهای «سرمشار از ظرایف متافیزیک و حساسیت های الهیاتی» به اشیایی جاندار با حیات خاص خود بدل می شوند که انسان ها را در یک نظام اقتصادی محصور می کنند؛ و صدای «جهان مه آلود دین» در این نظام اقتصادی به گوش می رسد.

اقتصاد سیاسی امر مقدس

اقتصاد سیاسی امر مقدس

گزارش های انسان شناختی از روابط اقتصادی در مقیاسی کوچک یعنی جوامع بومی که در گذشته آنها را «بدوی» می نامیدند، به عنوان نقطه مقابل اقتصاد مدرن به

سیستم‌هایی مبادلاتی دست یافته‌اند. این سیستم‌ها بر پایهٔ معامله به مثل پیش‌کشی (۱) استوار اند؛ نظام آیینی پیش‌کش کردن (هدیه دادن) که به جای دیون اقتصادی، مستلزم قیودات مقدس است. مارسل موس، همکار دورکیم این تضاد میان اقتصاد بدوی و مدرن را در کتاب کلاسیک خود به نام هدیه (۲) برجسته کرده است. بر اساس اظهارات دانشمندی مردم‌شناس به نام ای. ای. ایوانز – پریچاردز، بررسی روابط اقتصادی جای‌گزین نشان می‌دهد که «با جای‌گزین کردن نظام اقتصادی عقلانی به جای نظامی که در آن، مبادله کالا با ایجاد و حفظ روابط شخصی و انسانی میان افراد و گروه‌ها بر فعالیتی اخلاقی مبتنی بود و نه عملی مکانیکی، چه چیزهایی را به دست آورده و چه چیزهایی را از دست داده ایم.» (موس، ۱۹۶۹) نظام پیش‌کش کردن در نظام سرمایه‌داری همچنان به بقای خود ادامه می‌دهد، ولی در رده عقلانیت اقتصادی گنجانده شده است.

رسانه‌های تفریحی میان پیش‌کش‌های مقدس و محاسبات اقتصادی معلق مانده‌اند. در دنیای پویانمای مقصد: زمین، با حامیان شرکتی و تبلیغات سرمایه‌داری، هدیه مقدس و رازآلود، یعنی نفت، به عنوان معیار اصلی ارزشمندی، گرامی داشته می‌شود. نفت به عنوان یک هدیه معرفی شده است؛ چیزی که فقط اعطا شده و منبعی طبیعی و در دسترس برای همگان است. این فیلم، تضاد آشکار میان نظام‌های اقتصادی کمونیسم استبدادی و نظام سرمایه‌داری بازار آزاد را به تصویر می‌کشد. فیلم در واقع، یک اقتصاد مبتنی بر پیش‌کشی را بازنمایی می‌کند که بر مبنای «مبادلات اخلاقی» رقابت شکل گرفته است. این نظام اقتصادی تغییر «روابط میان افراد و گروه‌ها» از پیروی مستبدانه به آزادی‌رهایی بخش و نامحدود را نوید می‌دهد.

ص: ۲۴۹

۱ – ۱. Gift.

۲ – The Gift.

تمام رسانه‌هایی که در نظام اقتصاد سرمایه‌داری فعالیت می‌کنند، با وجود توسل به قدرت اخلاقی، تغییردهنده و حتی رهایی بخش اعطای هدیه، قدرت هزینه‌های گزاف را نیز می‌ستایند؛ چیزی که جورج باتاییل،^(۱) نظریه پرداز دورکیمی سرسخت و افراطی، آن را «قلب اقتصاد عمومی» می‌نامید که نه بر پایه تولید، بلکه بر از دست دادن و مصرف ارزان منابع انسانی و مادی مبتنی است. از نظر باتاییل، اقتصاد عمومی سرمایه‌داری در اصل به معنا می‌پردازد، ولی برای آنکه اصالت تصدیق شود، معنا باید با مصرف فداکارانه و نهایت زیان ممکن تضمین شود. (باتاییل، ۱۹۸۵)

آشکار است که رسانه‌های تفریحی در بطن اقتصاد عمومی مصرف شکوفا می‌شوند. قطعات نمایشی پر زرق و برق با بودجه‌های زیاد، تبلیغات فراوان و سوپرستارهای مختلف و خاص، همه در این میان حضور دارند. با این حال، این اقتصاد قربانی مدارانه^(۲) بر اساس زیان، نیازمند قربانیانی از خود گذشته^(۳) نیز هست. در دهه ۱۹۳۰، جورج باتاییل با اجرای عمل قربانی کردن انسان‌ها در پاریس، خواستار احیای اقتصاد و جامعه فرانسه شده بود. با وجود اینکه باتاییل، داوطلبی را برای این کار یافته بود، به دلیل صادر نشدن مجوز برای آیین قربانی کردن از سوی مقامات شهر پاریس، ناامید شده بود. با این حال، نیروی محرک از خودگذشتگی رهایی بخش در سخنرانی‌های ملی و رسانه‌های عمومی، درون مایه‌ای رایج و تکراری است که قهرمانان زیادی از مسیح تا بروس ویلس از آن بهره‌جسته‌اند؛ کسانی که حاضرند زندگی خود را با کمال میل، فدای حیات دیگران کنند. البته قربانی لزوماً یک قربانی مشتاق و علاقه‌مند نیست. همان‌طور که در مقصد: زمین می‌بینیم، آگ دیکتاتور بدون هیچ زحمتی کشته شد، ولی باید کشته می‌شد تا با

ص: ۲۵۰

۱- Georges Bataille

۲- Sacrificial Economy

۳- Sacrificial Victims

آزاد کردن نفت، رهایی و آزادی را به مردمش هدیه داده باشد.

در وساطت های صورت پذیرفته به وسیله پیش کشی ها و از خود گذشتگی ها، نشانه هایی از اقتصاد دینی می یابیم که نمی توان آن را با محاسبات اقتصاد عقلانی نفع شخصی و معامله بازاری، برابر قلمداد کنیم. پیش کشی و از خود گذشتگی، امور مذهبی قدرتمند و فراگیر دریافت و اهدا را در پی دارد. با این حال، این منابع دینی به همراه تاریخچه پیچیده خود، از گزند کالایی شدن در امان نیستند. دین نیز همانند هنر، شعر، موسیقی و دیگر فعالیت های خلاقانه بشری در محدوده یک نظام اقتصادی فعال عمل می کند. شاید سخنوران رسمی که به ایراد خطابه در مورد دین و دیگر محصولات فرهنگی می پردازند، تأکید کنند که به روابط بازاری وابسته نیستند؛ ولی واقعیت این است که در جهان رسانه ای، دین دیگر چنین جایگاه نابی را در اختیار ندارد.

تحت شرایط اقتصاد سرمایه داری، دین در جهت ایجاد وساطت های چندگانه اقتصاد سیاسی امر مقدس از میان رسانه های الکترونیک می گذرد. در تلاش برای تبیین بهتر بحث و نه صرفاً جامعیت بخشیدن به آن، به برخی ویژگی های اصلی سه نوع از وساطت ها در این اقتصاد سیاسی اشاره می کنم: وساطت میان ارزش های اقتصادی و مقدس؛ وساطت میان کمبود اقتصادی و مازاد مقدس؛ وساطت میان ادعاهای رقابتی در مورد مالکیت مشروع امر مقدس.

در وهله نخست، رسانه های الکترونیک با وساطت میان ارزش های اقتصادی و مقدس به کاری نمادین می پردازند. همان طور که در فیلم مقصد: زمین مشاهده شد، فیلمی پویانمایی شده می تواند یک نظام اقتصادی را چنان بستاید که گویی این نظام، نظامی دینی با ارزش های مقدس یا معنوی برای شکوفایی انسانی و سرانجام، آزادسازی انسان بوده است. به طور مشخص، بسیاری از فیلم ها و نمایش های

تلویزیونی امریکایی حتی زمانی که آشکارا برای تبلیغ طراحی نشده باشند، قادرند در مقام تقویت کننده نظام سرمایه داری بازار آزاد با جهت گیری مقدس تعبیر شوند.

پول در مرکز وساطت میان ارزش های اقتصادی و مقدس، خود در نقش یک رسانه ظاهر می شود؛ رسانه ای برای مبادله. پول، منبعی برای ارزش و واحد محاسبه محسوب می شود، ولی همراه با هاله ای از تقدس، واسطه ایجاد معنا نیز هست. بر اساس تعریف انسان شناسی به نام کلیفورد گیرتز (۱) از دین، پول نظامی نمادین است که حالت ها و انگیزه هایی قدرتمند ایجاد کرده و آنها را به گونه ای در هاله ای از واقعیت می پوشاند که کاملاً واقعی به نظر برسند. (گیرتز، ۱۹۷۳) پول به عنوان واسطه میان دین و رسانه های الکترونیک، رابطی است برای تعاملات میان ارزش های اقتصادی و مقدس. کشیش آیک، (۲) مبلغ دینی معروف تلویزیون بر اساس اصل «بی پولی، ریشه همه فسادهاست»، با شور و حرارت هرچه تمام، حقیقت ثروت را آشکار ساخت. کلیسای اینترنتی \$ profit با خودخواهی، خود را تنها گروه دینی راست گو و درست کار در امریکا معرفی کرده است؛ چون با صراحت اعتراف کرده است که علت وجودی اش، پول است. (چیدستر، ۱۱۲: ۲۰۰۵)

در میان این موارد افراطی، رسانه های الکترونیکی به ناچار وارد چرخه کار نمادینی شده اند که واسطه میان روابط اقتصادی محتمل و متغیر و ارزش های ماندگار است؛ ارزش هایی که باید پایدار، تغییرناپذیر و حتی شاید فناپذیر به نظر برسند. ارزیابی فرایند تولید و مصرف ارزش ها یا به عبارتی بت وارگی کالا، که باید تولیدات رسانه ای کالایی شده را نیز دربرگیرد، با تبدیل روابط انسانی به روابط مبادلاتی میان اشیا، غالباً به عنوان موتور محرک ثبات آشکار ارزش ها مورد اشاره قرار گرفته است. مفهوم بت در قرن هفدهم میلادی و در روابط تجاری بینافرهنگی

ص: ۲۵۲

۱- Clifford Geertz.

۲- Ike.

و بینامذهبی در غرب افریقا مطرح شد. در اصل، اروپاییان از این مفهوم برای اشاره به نبود هرگونه نظام پایدار ارزشی برای وساطت روابط مبادلاتی میان مردم ادیان مختلف استفاده کرده اند. (پی یتر، (۱) ۱۹۵۸) با بسط این اصطلاح در اروپا در قرن نوزدهم، مارکس برای اشاره به بی ثباتی ارزش ها در اقتصاد سرمایه داری و فروید برای اشاره به ناپایداری ارزش ها در اقتصاد جنسی از آن بهره جستند؛ هر دو رویکرد از شکاف موجود در حقیقت مدرنیته حکایت دارند.

مارکس و فروید بر ضد دین فعالیت می کردند؛ با این وجود، این دو متفکر، اقتصادی غریزی (۲) را به رسمیت شناختند که شاید تمایلی رها و مفرط بود، ولی طنین دینی فوق العاده ای داشت. هر نوع از زندگی دینی، منطقی از میل طبیعی با خود دارد. برای مثال، اقتصاد مسیحی ترسیم شده در کمندی الهی دانته بر اساس هدایت امیال به سوی خداوند و به دور از دنیا پایه ریزی شده بود. باردو تودول (۳) دین بودایی در تبت بر اساس از بین بردن میل بود. با وجود این، در هر دو مورد، گناه به عنوان میلی انحرافی معرفی شده است. (چیدستر، ۲۰۰۲: ۱۴۱ و ۱۴۲) می توان گفت رسانه های الکترونیک در مقام واسطه های خوددرگیر و چندحسی برای امیال، با وساطت در شکاف های میان روابط اقتصادی معاصر _ که بر دستکاری و تحریف میل مبتنی هستند _ و میل به ارزش های مقدس، به نوعی از فعالیت دینی مشغولند.

دوم، رسانه های الکترونیک با تبدیل استحاله های کمبود اقتصادی به مازاد مقدس، سرمایه نمادین ایجاد می کنند. در فیلم مقصد: زمین، منبع زمین شناختی محدود و تجدیدناپذیر نفت خام، به عنوان یک منبع قابل دسترس و نامحدود نشان داده شده است. با وجود این، کمبود تنها از طریق روح سرمایه داری بازار آزاد می تواند

ص: ۲۵۳

۱- Pietz.

۲- Economy of Desire. ۹.

۳- Bardo Thodol ۱۰: کتابی است تبتی که در غرب با عنوان کتاب تبتی درباره مرگ شناخته می شود.

به مازاد بدل شود. در این روح سرمایه داری، یک منبع نایاب به طور معجزه آسایی به وفور مقدسی از رفاه و قدرت نامحدود تبدیل می شود.

همان طور که مردم شناسانی نظیر جین و جان کوماروف (۱) اظهار داشته اند، زندگی دینی در تلاش برای سازگاری با نظام سرمایه داری جهانی، در سرتاسر جهان به سمت «اقتصادهای سرّی» کشیده شده است؛ اقتصاد سرّی یعنی باورها و رفتارهایی اقتصادی بر اساس احتمال دست یابی به ثروت فراوان از منابعی اسرارآمیز. (کوماروف و کوماروف، ۱۹۹۹: ۲۰۰) در قرن بیستم، جنبش های Cargo (۲) در ملانزی (۳) که برای دست یابی معجزه آسا به ثروت، اساطیر، آیین ها و تمهیداتی معنوی را بسط می دادند، این پیشرفت را در شرایط ستم استعماری پیش بینی کرده بودند. امروزه در اقتصاد جهانی که جغرافیای تولید پراکنده شده است و به نظر می رسد آیین های مصرف، ارزشی را به جامعه افزوده اند، (مک کراکن، ۱۹۸۸: ۸۴ _ ۸۷) بسیاری از مردم، خود را با عقاید این جنبش هم داستان می بینند.

باید به خاطر داشت که جنبش های Cargo برای ارائه سنتی خاص و در تلاش برای دست یابی به مازاد مقدس، از سه مرحله مهم عبور کرده اند. اول هنگامی که مباحثان استعماری به مردم بومی جزایر دستور دادند که برای به رسیدن به رفاه باید کار کنند، آنها چنین کردند، ولی چیزی به دست نیاوردند. دوم هنگامی که مبلغان مسیحی به مردم گفتند که برای به رسیدن به رفاه باید دعا کنند، آنها دعا کردند، ولی چیزی به دست

ص: ۲۵۴

۱- Jean John Comaroff

۲- Cargo یا ثروت مادی هدف طرفداران فرقه Cargo بود که در پی تعامل با فرهنگ هایی که از نظر تکنولوژیک پیش رفته بودند، ظهور کرد. این فرقه سعی دارد از طریق جادو، آیین ها و آداب مذهبی به ثروت مادی فرهنگ های پیشرفته دست یابند. اعضای این فرقه معتقدند ثروت از سوی خدایان و اجدادشان برای ایشان مقرر شده است.

۳- Melanesia: نام ناحیه ای است که از کناره غربی اقیانوس آرام شرقی تا دریای آرافورا در شمال و شمال شرقی استرالیا ادامه دارد.

گاهی اوقات مردم با ساخت ستون‌ها، باراندازها و میله‌های پرچم و تلفیق آداب بومی و مسیحی به شیوه‌های جدیدی برای ترکیب کار و دعا دست می‌یافتند، ولی ناکامی کار و دعا برای تولید ثروت مادی، راه سومی را پیش روی آنها گذاشت: «آن (رفاه) را بدزدید». (چیدستر، ۲۰۰۰: ۵۱۵ و ۵۱۶)

حقیقت دزدی حتی اگر ضرورتاً با تعمیم مارکسیستی این مسئله که هر نوع مالکیت خصوصی اموال، نوعی دزدی است، تأیید نشده باشد، مضمونی تکراری در تاریخ دین و اقتصاد است، از دزدی آتش از خدایگان به دست پرومتهوس (۱) گرفته تا دزدی کره به دست کریشنا. با وجود این، رسانه‌های الکترونیک با فراهم آوردن امکاناتی همچون ارتباط بلافصل، در دسترس بودن و گرایش به سمت نقش‌پذیری‌های شخصی، مالکیت مازاد مقدس را به چالش کشیده و به خطر می‌اندازند. یکی از کتاب‌های مرجع معروف برای فیلم‌نامه‌نویسان و فیلم‌سازان به نام دزدیدن آتش از خدایان (۲)، حقیقت دزدی مقدس را آشکارا در عنوانش بیان می‌کند. (بونت، ۱۹۹۹) با وجود این، مشکل دزدی در اقتصاد دین، رسانه‌ها و فرهنگ، گسترده‌تر و عمیق‌تر است. باید پرسید: صاحب مازاد مقدس کیست؟

سوم، رسانه‌های الکترونیک اختلافات موجود در مورد مالکیت قانونی امر مقدس را حل می‌کنند. همان‌طور که در مقصد: زمین مشاهده کردیم، چالش مشروعیت به آسانی و به سرعت در محیطی رقابتی و به نفع مالکیت خصوصی حل شد. البته اصل مالکیت قانونی را تنها با از بین بردن نماد اصلی مخالفت که در کارتون مقصد: زمین آگ کبیر بود، می‌توان تضمین کرد. بنابراین، جریانی نهفته از خشونت، مذاکرات واسطه‌گرایانه بر سر مشروعیت را فرا می‌گیرد. با این حال، مسئله خشونت را با

ص: ۲۵۵

۱- Prometheus: از اساطیر یونان و قهرمان انسان‌ها که به هوش سرشارش شناخته شده است. وی آتش را از زئوس دزدید و در اختیار آدمیان قرار داد. زئوس بعد از اطلاع از این عمل، وی را مجازات کرد.

۲- Stealing Fire from the Gods

تمایز‌گذاری میان ما و آنها، به آسانی و با سرعت می‌توان حل کرد: تأکید بر اعمال غیرقانونی و خشونت آمیز آنها، نظیر اقدامات حکومت خودکامهٔ اُگ در سوءاستفادهٔ سرکوبگرانه از افکار عمومی و استعمار ملت به عنوان بردگان اجباری؛ بدین ترتیب می‌توان میان اعمال خشونت آمیز آنها و اعمال مدبرانه قدرت قانونی از سوی ما تمایزی آشکار قائل شد. در واقع، این قدرت برای نابودی نیروی خودکامه، آزادسازی نفت و آزاد گذاشتن افراد برای مشارکت در اقتصاد رقابتی بر اساس مالکیت خصوصی، مورد استفاده قرار گرفته است.

رسانه‌های مدرن از رسانه‌های خبری گرفته تا رسانه‌های سرگرم‌کننده، فعالانه در رقابت بر سر مالکیت مشروع نمادهای مقدس، شرکت دارند. با نزدیک شدن به دیدگاه کِنِت بورک،^(۱) نظریه پرداز ادبی در مورد فرآیند فرهنگی سرقت نمادها، می‌توان اقتصاد دین، رسانه و فرهنگ را با عنوان کشمکشی مداوم بر سر سرقت نمادهای مقدس، توصیف کرد. نمادهای مقدس نه تنها در جریان فرآیند تفسیر، معنا می‌یابند، بلکه به وسیله فعالیت‌هایی که به تصرف می‌انجامند، قدرتمند نیز شده‌اند. در هر حال، هیچ تملکی بی‌چون و چرا نیست. بنابراین، حوزه دین، رسانه و فرهنگ، محل چالش و کشمکش است؛ عرصه‌ای برای نزاع که در آن، ادعاهای رقیب در مورد مالکیت نمادهای مقدس مطرح شده، مورد قضاوت قرار گرفته و مجدداً بر آنها پافشاری می‌شود. هیچ ادعایی نمی‌تواند حرف نهایی باشد، بنابراین نزاع بر سر مالکیت مشروع نمادهای مقدس همچنان ادامه می‌یابد و از مجرای دین، فرهنگ عامه و فصول مشترک آنها با رسانه‌ها، مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد.

رویه

اشاره

ص: ۲۵۶

فصل مشترک دین و رسانه به عنوان یک موضوع تحقیقی، انبوهی پایان ناپذیر از منابع اولیه را فرارو می نهد که دامنه آنها از کتاب های مقدس خاص گرفته تا نمایش های تلویزیونی مبتنی بر حماسه های هندو یا سایت های اینترنتی عرضه آن لاین خدمات آیینی را شامل می شود. حتی خود منابع متنی سنتی تر که مدت های مدیدی، کانون مطالعات دینی بوده اند _ کتاب های مقدس رسمی و بسیار رسمی، دفترچه های خاطرات معنوی، کتاب های احکام _ منابعی عالی برای مطالعه چگونگی «انتقال» و بیان دین هستند. با وجود این فراوانی منابع، دانشمندان به تازگی، به متون و تصاویر ارتباط دینی تنها به صورت نسبی و به عنوان چیزی بیش از محمل های آموزه، بحث یا دیگر انواع داده ها توجه نشان داده اند. برای مثال،

ص: ۲۵۸

۱- Practice.

۲- Pamela E. Klassen.

دانشمندان عرصه مسیحیت که تا حدی به دلیل علاقه میان رشته ای دوباره احیاء شده به تاریخچه کتاب و فرهنگ چاپ انگیزه یافته اند، نه تنها مطالعه تفسیرهای رقیب و ناظر بر متون مقدس، بلکه چگونگی ترویج خود خواندن را به وسیله مسیحیان به عنوان کاری (هم از نظر معنوی و هم از نظر اقتصادی) مفید و بافضیلت آغاز کرده اند.^(۱) وجه مشترک روی گردانی از «مطالعه معانی الهیاتی یا عقلانی متون و تصاویر» و روی آوردن به «تحقیق در مورد ویژگی های مادی، میزان کاربرد و تولید آنها»، مفهوم نظری رویه است.

دیوید مورگان (۱۹۹۸: ۴) در مطالعه خود درباره «تقوای بصری»،^(۲) سودمندی «رویه» برای مطالعه چگونگی استفاده، خرید، فروش و ایجاد رسانه های خاص را _ که در مطالعه وی، شامل تصاویر دینی هم می شوند _ تبیین می کند:

رویه ... در اینجا سودمند است؛ زیرا تأکید دارد که فکر کردن، خواستن، تصمیم گرفتن، صحبت کردن و نگاه کردن و نیز به جا آوردن آیین ها و پیش کشی کردن،^(۳) همگی بخشی از فعالیت های عینی جهان ساز هستند که رفتار اجتماعی را تشکیل می دهند. این موارد، اعمالی احمقانه نیستند، بلکه آشکالی تجسم یافته از شناخت و حافظه جمعی هستند که در شرایط عینی زندگی اجتماعی تحقق یافته اند. (همان)

کار من در این فصل، ترسیم تصویری از رویه _ یک مفهوم نظری که ریشه تحلیل ایده ها، روابط اجتماعی و فن آوری ها را در فعالیت عملی انسان می داند _ به عنوان مفهومی است که تحقیق عالمانه در حوزه دین و رسانه را شکل داده است. من برای انجام این کار، ابتدا کاربردهای روزمره واژه رویه را در نظر می گیرم و

ص: ۲۵۹

Brown, ۲۰۰۴; Coleman, ۲۰۰۶; Cressy, ۱۹۸۶; Gutjahr, ۲۰۰۱; Hall, ۱۹۸۹; Johns, ۱۹۹۶; – ۱
Klassen, ۲۰۰۶; Nord, ۲۰۰۴; Peters, ۱۹۹۹

۲- Visual piety

۳- Gift Giving

چهار شیوه جهت دهی دوباره مطالعه دین و رسانه به وسیله مفهوم روّیه را به اجمال توضیح خواهم داد. در مرحله دوم، مفهوم نظری روّیه را به صورت گزینشی، ریشه شناسی خواهم کرد. سپس برخی از ثمربخش ترین رویکردهای روش شناختی و نظری و روّیه مدار در مطالعه دین و رسانه را به بحث می گذارم. سرانجام از باب همان چیزی که مارکس، (۱) «پراکسیس» (۲) می نامد، چگونگی تغییر شکل خود فعالیت عالمانه را بر اثر تفکر همراه با روّیه و نیز تعیین تغییر شکل های آینده را بررسی خواهم کرد.

کاربردهای «روزمره» مفهوم روّیه

کاربردهای «روزمره» مفهوم روّیه

روّیه، مفهومی است که می کوشد تا اندیشه و عمل _ هم چگونگی فکر کردن مردم درباره دنیایی که در آن زندگی می کنند و هم آنچه در آن انجام می دهند _ را یکی کند. در سخن گفتنِ عادی، هنگامی که سخن از دین باشد، غالباً دو معنا برای روّیه بیان می شود. بر اساس معنای نخست، روّیه با عمل یا فعالیت مرسوم، مترادف است. دعا، مراقبه و وعظ، نمونه هایی از فعالیت هایی هستند که در میان ادیان، چند ویژگی مشترک دارند. برای مثال، همه اقسام دعا یکسان به نظر نمی آیند یا مثل هم تلقی نمی شوند، ولی دعا را از نظر اهداف تحلیل به عنوان یک گونه ارتباطی می توان طبقه بندی کرد که معمولاً در پیشگاه یک الهه یا روح صورت می گیرد. معنای دوم روّیه، عمل مکرری است که برای کسب مهارت بیشتر در مورد چیزی _ اعم از پیانو زدن یا دل سوز بودن _ انجام می شود. بدین معنا، روّیه دارای معنایی آینده سازانه و بهینی است که متضمن تعهد از جانب کارورز است. از دید عرف، یهودی، هندو یا مسیحی «عامل به روّیه»، کسی است که هویت دینی خود را، نه تنها به عنوان

ص: ۲۶۰

۱- Marx.

۲- Praxis.

مسئله ای مرتبط با رضایت عقلانی یا رخداد تولد، بلکه در اعمال مرسوم یا روزانه ای مانند به کلیسا رفتن، مراقبه یا برگزاری [مراسم] ایام مقدس، پرورش می دهد. جالب این است که به اندازه ای که در مورد «دروغ گوی باتجربه» سخن می گوئیم، از مسیحیان، بوداییان یا یهودیان «باتجربه» صحبت نمی کنیم که به طور تلویحی نشان می دهد کار پرورش هویت دینی هرگز انجام نمی شود.

در مقابل، کار بی وقفه عالمان دینی، به کار بستن، نظریه پردازی و انتقاد از مفاهیمی مانند رویه (و دین) است تا درک کنند که مفاهیم خاص چگونه به ما کمک می کنند تا پدیده های پیچیده فرهنگی را فهم کنیم و با این حال مراقب باشیم که کدام مفاهیم خاص ممکن است ما را از مشاهده کردن بازدارند. رویه موجب ورود انبوهی از گونه های «دینی بودن» که پیش از این، نادیده انگاشته می شد، به حوزه مطالعات دینی شده است. برای مثال، توجه عالمانه به رویه، سبب شده است در زندگی دینی زنان و افراد به حاشیه رانده شده، نقش دین در فضاهای ظاهراً «غیردینی» و بی نظمی و خلاقیت دورگه بودن، اختصاص دادن و عاریه گیری دینی اهمیت یابد. (گرفیس، ۱۹۹۷؛ بندر، ۲۰۰۳؛ مک نالی، ۲۰۰۰)

در مورد رسانه و دین، مفهوم رویه موجب تسهیل روی آوردن از «تمرکز کامل بر پیام متن، تصویر یا صدا» به «توجه جنبه های گوناگون رسانه» شده است؛ مانند اینکه: رسانه چگونه کار می کند و کنترل آن به دست کیست؟ یک رسانه خاص برای کدام حوزه از حواس بشری جذابیت دارد؟ مردم با پیام ها و با رسانه ناقل پیام ها چه انجام می دهند؟ گرایش های دینی، علوم الهیات و آیین ها چگونه شکل می گیرند و از طریق انواع گوناگون رسانه منتقل می شوند؟ تفکر همراه با رویه، وضعیت یک رسانه خاص (مانند طومار، کتاب، نماد، تلویزیون) را دست کم از چهار طریق تبیین می کند:

۱. به عنوان راهی برای گفتمان ارتباطی؛

۲. به عنوان محصولی که ایجادش هم مستلزم منابع انسانی و هم مستلزم کار بشر است؛

۳. به عنوان گونه انعطاف پذیری که طیفی از واکنش های خیالی و تجسم یافته را از جانب کاربران برمی انگیزد؛

۴. به عنوان گونه ای ارتباطی که معنای دینی خودش و معنای دینی برای آن در نظر گرفته شده است.

برای مثال، رادیو به طور هم زمان:

الف) واسطه ای موجی است که انتقال صدا در فاصله های دور را امکان پذیر می کند؛

ب) وسیله ای تحت کنترل قوانین حکومتی و مستلزم مهارت آموزی و تجهیزات گران قیمت است؛

ج) شیئی است که گروه های دینی آن را به صورت بسیار مؤثری برای انتقال پیام هایشان به شنوندگانی به کار گرفته اند که در خلال حضور در خانه، اتومبیل و محل کار خود، آن پیام ها را می شنوند و به آنها واکنش نشان می دهند. (۱)

د) بعد چهارمی نیز دارد بدین صورت که از دید برخی، عاملی ارتعاشی است که روی یک فرکانس معنوی تنظیم شده است به صورتی که با شیوه تلقی برخی از ادیان از متن به عنوان رسانه ای برای ارتباط با خدا، متناظر است. برای مثال، فردریک دو ورنه، (۲) روحانی انگلیکان، در دهه بیستم میلادی چنین استدلال می کرد که «رادیوی معنوی»، قدرت شفابخشی را از خدا انتقال می دهد. (۳)

ص: ۲۶۲

۱- H. Hangen, ۲۰۰۲; Hilmes, ۱۹۹۷

۲- Frederick Du Vernet

۳- Klassen, ۲۰۰۷; see also Schmidt, ۲۰۰۰; Peters, ۱۹۹۹

دین از طریق رادیوها، کتاب های مقدس، سوتراها،^(۱) طلسمات یا بازی های ویدئویی ایجاد شده و به وسیله مجموعه متنوعی از اشکال ارتباطی مبتنی بر تولید فرهنگی، تکنولوژیکی و فیزیکی و دریافت و واکنش از سوی مخاطبان، منتقل می شود. همان گونه که کالین مک دانل^(۲) می گوید: «رویه های دینی رخدادهای چندرسانه ای هستند که در آنها، گفتار، تصویر، اشاره، لامسه و صوت با یکدیگر ترکیب می شوند.» (مک دانل، ۲۰۰۱: ۴) مفهوم رویه به دانشوران دین و رسانه کمک می کند تا به این مسائل توجه کنند: «چگونگی تفکر و واکنش مردم در حوزه ای از حالت های احساسی، اوضاع مادی، ساختارهای مرجعیت و روابط قدرتی که این عمل را امکان پذیر می کند».

ریشه شناسی مختصری در مورد مفهوم رویه

ریشه شناسی مختصری در مورد مفهوم رویه

مفهوم رویه به ویژه برای عالمان دین در دهه های ۸۰ و ۹۰ و با علاقه فزاینده این حوزه به نقش دین در زندگی روزمره افراد اهمیت یافت. از جمله افرادی که در دانشوری سنتی که به نوعی مبتنی بر منابع متنی عمدتاً نوشته مردان فرهیخته است، بازنمودی ندارند. دانشوران ادیان مختلف با ابداع عباراتی مانند «دین ساری و جاری در زندگی»^(۳) و «دین خانگی»^(۴) جذب مفهوم رویه می شوند و آن را ابزاری می دانند که نه تنها رویکرد تحلیلی جدیدی به داده های آنها پدید می آورد، بلکه موجب مداخله ای می شود که آنچه را (در مطالعه دین به طور کلی تر) موضوع، روش شناسی و منبع مجاز تلقی می شد، تغییر می دهد.^(۵)

یکی از پدیدآوردگان نخستین مفهوم رویه، کارل مارکس بود که با آفرینش

ص: ۲۶۳

۱- sutras: حکایات و کلمات قصار دینی و اخلاقی در هندویسم. (مترجم)

۲- Colleen McDannell.

۳- Hall, ۱۹۹۷.

۴- Sered.

۵- Lopez, ۱۹۹۹; Maffly-Kipp et al, ۲۰۰۶; Hoover and Clark, ۲۰۰۲.

مفهوم «پراکسیس» می‌خواست اندیشه و عمل را در دو سطح همساز کند. (۱) مارکس با تعریف رویه به «عمل حسی بشری» (مک للان، ۱۹۷۷: ۱۵۶) به عنوان زمینه اندیشه، روابط اجتماعی و تغییر، استدلال می‌کرد که هر تحلیلی از فعالیت بشری باید رویه را در بافت روابط اجتماعی قرار دهد که نه تنها به صورت قوی، مشروط به ایده‌ها، بلکه عمیقاً به شرایط مادی وابسته هستند. استدلال وی این بود که در نظام سرمایه‌داری، هر گروهی (یا طبقه‌ای) از مردم که فرآیند تولید و فروش کالاها را در کنترل داشته باشند، در برابر افراد بی‌بهره از چنین منابعی (یا سرمایه‌ای)، قدرت عظیمی دارند. با این حال، طبقات مقهور بر اساس کار یا در سطحی گسترده‌تر، رویه‌های خود، میزانی از قدرت را به دست می‌آورند. مارکس با استدلال علیه دیدگاه عقل‌گرایانه نسبت به تاریخ که ایده‌ها را موتور اولیه تغییر اجتماعی می‌بیند، تأکید داشت که «نیروهای اجتماعی مولد نه تنها در قالب دانش، بلکه در قالب ارگان‌های بی‌واسطه رویه اجتماعی؛ [یا همان] روند زندگی واقعی ایجاد می‌شوند» (همان: ۳۸۱) (تأکید روی کلمات ایتالیک، مربوط به نویسنده است). آن گونه که مارکس می‌گوید، دین در نتیجه رویه‌های اجتماعی بشر رشد کرده و بازتاب آن است: «کل زندگی اجتماعی اساساً کنش محور است. تمامی معماهایی که نظریه را به عرفان منتهی می‌کنند، راه حل عقلانی خود را در رویه بشری و در درک عمیق این رویه می‌یابند.» (همان: ۱۵۷) رویه _ عمل حسی بشری _ ، نقطه شروع هر نوع تحلیل انتقادی برای مارکس و به ویژه نقطه شروع تحلیل انتقادی دین به طور خاص

ص: ۲۶۴

۱- مارکس که به زبان آلمانی می‌نوشت، از واژه **praxis** استفاده می‌کرد، ولی ترجمه‌های انگلیسی اثر وی، بین استفاده از واژه‌های **praxis** و **practice** در نوسان هستند. به نظر می‌رسد بحث مارکس مبنی بر اینکه اندیشه و عمل حتی خود عمل انتقاد سیاسی و فرهنگی ضرورتاً ارتباط متقابل دارند، به میزان بسیار بیشتری بر واژه **praxis** تأثیر داشته باشد.

استدلال مارکس این بود که «پراکسیس» صرفاً ابزاری مفهومی برای تبیین دنیای اجتماعی اطراف ما نیست. وی منتقدان اجتماعی را متهم می‌کرد که در آمیختگی اندیشه و عمل گرفتار شده‌اند. «فلاسفه فقط، به صورت های گوناگونی، دنیا را تفسیر کرده‌اند. تغییر دادن آن مهم است.» (همان: ۱۵۸) حال و هوای عمل‌گرایانه و تجویزی «پراکسیس» مارکس، مفهوم آینده‌رویه را شکل داد؛ مفهومی که نوید می‌داد در فعالیت‌های علمی به زندگی کسانی که دانشوری سنتی آنها را نادیده انگاشته است، توجه شود و از این طریق، در تغییر شکل رویه‌ها و ساختارهای اجتماعی که در سرکوب آنها هم دست شده بودند، نقش آفرینی کند. در مطالعات رسانه‌ای، میراث رویه مارکس به ویژه برای دانشورانی سودمند بود که راه‌هایی را بررسی می‌کردند که گونه‌های مختلف رسانه _ اعم از تبلیغات، سرگرمی یا پخش دولتی برنامه‌ها _ در قالب آنها، شرایط مادی سرمایه‌داری را شکل داده و به واسطه آن شرایط شکل گرفته‌اند. (نک: لی ریز، ۱۹۹۴؛ مک کلینتاک، ۱۹۹۵) با نگاهی کوتاه به این مطالعات روشن می‌شود که تحلیل‌های مربوط به دین و رسانه می‌توانستند از توجه بیشتر به شرایط مادی سرمایه، استعمار و آیین‌نامه دولتی که تولید رسانه‌ای در عرصه‌های دینی را امکان‌پذیر ساخته است، بهره‌مند شوند.

تاریخ‌نگاران فرهنگی اروپای اوایل عصر جدید که بدون موافقت کامل با جبرگرایی تاریخی مارکسیستی از نقدهای مارکس بر سلطه طبقاتی استفاده

ص: ۲۶۵

۱- مارکس، «پراکسیس» (praxis) را ابتدائاً در نخستین نوشته‌های «فلسفی» خود به بحث گذاشت. رگه‌های عمده تاریخ مارکسیستی که بعدها به وجود آمد و غالباً فرهنگ، دین و دیگر گونه‌های بیان بشری را در قبال اهمیت اولیه نیروهای اقتصادی به رتبه درجه دو یا «روبنایی» تنزل می‌داد، اساساً از گونه اولیه این مفهوم «پراکسیس» (praxis) اقتباس نشده است. بسیاری از دانشورانی که کاربرد این مفهوم را در مطالعات فرهنگی احیا کرده‌اند، همچنان دین را در حد نقش روبنایی تنزل می‌دهند یا آن را به کلی نادیده می‌انگارند. نک: Hall, ۱۹۸۰.

کرده اند، تا اندازه ای در گرد هم آوردن دین، رسانه و رویه، نوآوری کرده اند. یافتن راهی برای تبدیل مطالعه زندگی روزمره و فرهنگ عامه به عرصه ای پایا، تاریخ نگاران فرهنگی را با تأثیرات بازدارنده رسانه بر منابع آنها روبه رو کرده است. متون نوشته طبقات فرهیخته حاکم، عمدتاً تنها رسانه ای بودند که آن قدر پایایی داشتند که بتوانند چهارصد سال دوام بیاورند. (نک: گوودی، ۲۰۰۰) متون الهام گرفته از تفتیش عقاید در مورد یک روستایی جویای جادوگری واقعاً چه چیزی می توانند برای گفتن داشته باشند؟ یک دانشور عرصه مطالعه فرهنگ های عمدتاً شفاهی، از طریق کدام رسانه می تواند به منابع خود دسترسی داشته باشد؟ تاریخ نگارانی مانند کارلو گینزبرگ به جای آنکه مطالعه مردم «عادی» را کنار بگذارند، برخلاف معمول به مطالعه متونی مانند گزارش های تفتیش عقاید کاتولیکی می پردازند تا سرنخ های مطالعه روی اقوام اروپایی اوایل عصر جدید را بیابند که «هیچ سندی» از زندگی آنها در دسترس نیست. گینزبرگ به ویژه در مورد منابع خود به عنوان رسانه تأمل می کند. وی می نویسد:

سال نامه ها، آوازه خوانان، کتاب های مربوط به پارسایی، زندگی قدیسین، کل مکتوباتی که بازار کتاب را تشکیل می دهد، امروزه از دید ما، ایستا، بی جان و راکد است. مردم زمان خودشان چگونه آنها را می خوانند؟ فرهنگ عموماً شفاهی آن خوانندگان تا چه اندازه خود را به عرصه استفاده از متن، اصلاح و بازبینی آن وارد می کرد، شاید در حد تغییر دادن خود ماهیت متن؟ (گینزبرگ، ۱۹۸۰)

در حالی که گینزبرگ و دیگر تاریخ نگاران به دنبال راه هایی برای شناخت نقادانه و خلاقانه رویه های غوطه ور در رسانه ها_ متون و تصاویر _ بودند که مبنای دانشوری آنها نیز بود، جامعه شناسی به نام پی یر بوردیو(۱) با ارائه نظریه ای درباره رویه سر بر آورد

ص: ۲۶۶

که از کار قوم نگاشتی در الجزایر استعمارزده (و انقلابی) ناشی می شد. بوردیو نظریه فشرده ای را در مورد رویه به تفصیل بیان کرد که به اهمیت نظری عادت ها و جزئیات زندگی روزانه می پرداخت. تعریف بوردیو از رویه هرگز دقت تعریف مارکس را مبنی بر «عمل حسی بشری» نداشت. در مقابل، وی استدلال می کرد که رویه می تواند به میزان زیادی صرفاً به صورت سلبی و از طریق آن چیزی که نیست، فهم شود. برخلاف استدلال علمی، رویه نمی تواند در خارج از روند پیشرفت و مادیت زمان جاری و ساری در زندگی تجرید شود. رویه نمی تواند به وسیله تحلیل آکادمیک به روشنی تعیین شود؛ زیرا هنگامی که بازشناخته شود، ویژگی های تعیین کننده خود را به عنوان یک دریافت عمومی عادت گونه و بدیهی از دست خواهد داد. (بوردیو، ۸۲: ۱۹۹۰a و ۸۳)

از نظر بوردیو، مفهوم رویه با فهم وی از عادت ها و به عبارتی، جنبه های بدیهی انسانی و مجسم که در فرهنگی خاص، بر اساس «قواعد بازی» عمل می کند، پیوند بسیار نزدیکی دارد. مفهوم عادت واره (۱) در اندیشه بوردیو که از ایده های مارسل موس (۲) بهره می گیرد که «تکنیک های جسم» در میان فرهنگ ها و ادیان را تحلیل می کرد، باز هم به طور ویژه بازتاب دهنده مدعای مارکس است که می گفت رویه عبارت است از «حالتی از جسم». (همان: ۶۸) از نظر بوردیو، «حس مشترک» در یک فرهنگ خاص نسبت به در کنش بودن یک جسم، طبیعی نیست. در عوض، «جست و جوی بازی» که نوعی رویه محسوب می شود، عبارت است از «ضرورتی اجتماعی که به طبیعت متحول شده» و بدین جهت مبهم است. (همان: ۶۹) در درون رویه طبیعی شده و نه رویه طبیعی، هم صلاحیت فرهنگی و هم سلطه فرهنگی تعبیه

ص: ۲۶۷

۱- Habitus.

۲- Marcel Mauss.

بورديو، رویه ها را به منزله اموری درک می کرد که در «حوزه های» فرهنگی خاص مانند آموزش و پرورش، هنر یا دین معنا می یابند. راه های ارتباط کنشگران در این عرصه ها با یکدیگر، با سطوح مختلف آنها نه تنها از نظر سرمایه اقتصادی، بلکه از نظر سرمایه فرهنگی و نمادین ارتباط بسیار زیادی دارد. برای مثال، سرمایه های زیرکی و تسلط که فرد در رینگ بوکس در اختیار دارد، با آنچه فردی در سالن سخنرانی به عنوان سرمایه به آن نیاز دارد، متفاوت است. نظریه بورديو در مورد عرصه های تولید فرهنگی از این نظر که نشان می دهد انواع خاصی از رویه ها در برخی عرصه ها معنا دارند و در برخی دیگر بی معنایند، و نیز به دلیل تحلیلش در مورد تعارض در درون عرصه ها، برای در کنار هم قرار دادن نظریه اش (نظریه کنش) و مطالعه روی رسانه بسیار مفید بود.^(۱) به ویژه آنکه توجه خود بورديو به دین، بیشتر پراکنده بود، ولی نظریه های وی درباره رویه، ریخت و سرمایه نمادین، تأثیر عمیقی بر مطالعه دین داشته است. (نک: بل، ۱۹۹۲)

جریان نیرومند دیگری که در نظریه رویه وجود داشت، کار میشل دو کرتو، تاریخ نگار فرانسوی بود که استدلال می کرد «منطق رویه» بورديو، زیرکی تجسم یافته رویه ها را به پای تدوین نظریه وی قربانی می کند: «متون [بورديو] که رویه ها و منطقشان را با چنان وسواسی کاوش می کنند _ که از زمان موس به بعد قطعاً هیچ همتایی نداشته است _ سرانجام آنها را تا حد واقیعت رمز آلود ریخت تنزل می دهند، بدین معنا که آنها را تابع قانون بازتولید می کنند.» (دو کرتو، ۱۹۸۴: ۵۹) مشکل سازترین مسئله برای دو کرتو، اصرار بورديو بر این امر بود که رویه _ که به وسیله ناآگاهی عاملان آن تعریف می شود _ به محض اینکه عامل در اعمال خود

به عنوان «رویه» تأمل کند، دیگر «طبیعی شده» یا «حس مشترک» نیست و از این رو، دیگر اصلاً رویه نیست. در مقابل، دو کرتو، رویه را وضعیتی معنادار و متشکل از دو عنصر «راهبرد ها» و «تاکتیک ها» تلقی می کرد. از نظر دو کرتو، استراتژی ها، رویه هایی هستند که افراد، سازمان ها یا مجموعه هایی از کارشناسان ترتیب می دهند؛ اشخاصی که نسبت به دیگران قدرتی دارند و می توانند ادعا کنند فضایی _ مانند ارتش ها، کسب و کار و مؤسسات علمی _ متعلق به آنهاست. در مقابل، تاکتیک، کنشی حساب شده از سوی «افراد ضعیف» یا کسانی است که موقعیتی امن برای فعالیت در اختیار ندارند و به ناچار باید در قلمرو افرادی دست به عمل بزنند که کرسی های قدرت (خشونت آمیز) را در اختیار دارند. (همان)

تبیین مفصل دو کرتو در مورد استراتژی ها و تاکتیک ها به وی این امکان را می داد که مجالی برای مقاومت یا رویه هایی ایجاد کند که تضاد معناداری با دیدگاه های حاکم داشتند، هر چند نمی توان دیدگاه او را نسبت به احتمالات بالقوه تاکتیک ها در قبال استراتژی ها کاملاً خوش بینانه تلقی کرد. این امر در بحث وی درباره زنجیره باورهای دینی و دست کاری رسانه ای هویداست. دو کرتو با این استدلال که «تبلیغ کردن، انجیلی شده است»، پا را فراتر گذاشت و گفت که رسانه، جایگاه دین را در سازمان دهی [زندگی] روزمره مفروض گرفته است:

شنونده که از زمان بیدار شدن، مقهور رادیو است (صدا، قانون است)، در طول روز در سراسر جنگلی از روایت گری های ژورنالیستی، تبلیغاتی و تلویزیونی سیر می کند؛ روایت گری هایی که هنگام آماده شدن شنونده برای به رخت خواب رفتن، هنوز هم زمانی پیدا می کنند تا چند پیام نهایی را زیر دروازه خواب جا دهند. این داستان ها، حتی بیشتر از آنچه الهیون دوره های نخست در مورد خدا سخن گفته اند، دارای کارکردی مبارک و سرنوشت ساز هستند. آنها پیشاپیش، کار ما، جشن های ما و حتی رؤیاهای ما

آن گونه که دو کرتو می گوید، خود دانشوران، همان گونه که درگیر «رویه امروزی و اسطوره ای» ایجاد نظریه ها و نوشتن متونی برای تبیین دنیای آنها هستند، به طور هم زمان، عامل و سوژه این روایت گری کاملاً فراگیر نیز هستند. (همان)

برخلاف این دیدگاه تاریک نسبت به سوء استفاده از رسانه، مفهوم دو کرتو از تاکتیک ها، برای امکان آنچه هنری لفیور(۱) تاریخ نگار آن را «پراکسیس ابتکاری»(۲) نامیده است، قدری مجال باقی می گذارد. از نظر لفیور، مفهوم «پراکسیس» مارکس هم بر شرایط مادی حیات بشر و هم (گاهی) بر تأمل متافیزیکی مبتنی است که انسان ها برای فکر کردن درباره دنیای خود درگیر آن هستند. «پراکسیس، هم شامل تولید مادی و هم تولید معنوی می شود.» (لفیور، ۲۰۰۲: ۲۵ و ۲۳۷) به نظر لفیور (همان: ۲۴۲) (و همانند مفهوم بوردیو)، «پراکسیس» ابتکاری، بر انواع یک نواخت و عادت گون رویه مبتنی است، ولی به تغییر شکل های خلاقانه «روابط بشری (از جمله ابعاد اخلاقی) آنها می انجامد.»(۳) تحلیل لفیور از رسانه با وجود توجه وی به پراکسیس ابتکاری، به میزان زیادی در رویکرد بسیاری از منتقدان قرن بیستمی مبنی بر «رسانه های جمعی به عنوان تبلیغات» جای می گیرد.(۴) تلقی لفیور نیز همانند دو کرتو این است که رسانه های جمعی، نقش تبلیغاتی را که پیش تر، نهادهای دینی (یعنی کلیساها) عهده دار بودند، متقبل شده اند. (همان: ۸۴) به ظاهر، این نظریه پردازان بزرگ رویه ای در نقدهای جبرگرایانه خود بر

ص: ۲۷۰

۱- Henri Lefebvre.

۲- Inventive praxis.

۳- پراکسیس ابتکاری می تواند به صورت سودمندی با تحلیل باتلر از اجرا (Butler, ۱۹۹۳) قرین شود.

۴- نک: ۲۰۰۵, Collingwood, Benjamin, ۱۹۹۹. برای ملاحظه تحلیلی بر این گرایش، نک: Peters ۱۹۹۹.

قدرت بسیار زیاد رسانه های جمعی (که از نظر آنها عمدتاً متشکل از مطبوعات، تلویزیون، فیلم ها و رادیوست)، چشمانشان را بر روی روزنه ای بسته اند که رویه می تواند برای درک این مطلب باز کند. زنان و مردان خواننده، بیننده یا شنونده روایات و تصاویر رسانه چگونه ممکن است به صورت خلاقانه ای، آنها را بازتفسیر یا حتی در برابر آنها مقاومت کنند.

در این صورت، رویه، مفهومی است که سرمایه گذاری فراوانی روی آن صورت گرفته است. دانشوران و منتقدان به آن به دیده مقوله ای می نگرند که می تواند میزبان مجموعه ای ریختی و فکورانه (از نظر استراتژی، قدرتمند و از نظر تاکتیک، ضعیف) باشد. این مفهوم چون دانشوران را به دوری از مباحث رسمی و اعتقادی در باب ادیان، حکومت ها و نخبگان و نزدیک شدن به اعمال، جنبش ها و احساسات «روزمره» مردم «عادی» فرامی خواند، نقش مهمی ایفا کرده است. این تجدید جهت گیری از «تمرکز بر روبناها یا ساختارهای بزرگ مقیاس سیاسی، اقتصادی و اجتماعی» به سوی «عمل و عاملیت مردمی که درون (یا بر ضد) آن ساختارها زندگی می کنند»، در راستای تغییر شکل آنچه از نظر دانشوران دین، موضوعات تحقیقی مشروع یا حتی قابل قبول تلقی می شود، تلاش فراوانی داشته است. گفته شیری اُرتنر مردم شناس را به یاد آوریم که گفت: «اگر بگوییم جامعه و تاریخ، محصولات عمل بشر هستند، صرفاً از باب تمسخر، صحیح است. آنها را به ندرت می توان محصول عمل بازیگرانی دانست که فعالیت خود را برنامه ریزی می کنند.»^(۱) همانند این گفته، فرآیند دموکراتیک کردن خوش بینانه منابع و داستان ها که نظریه رویه، آن را نوید می دهد، مستلزم احتیاط است. تحلیل های مربوط به دین و رسانه به ویژه با در نظر گرفتن تغییر شکل های سیاسی و اجتماعی سریع و غالباً ناخواسته ناشی از فن آوری های رسانه ای در قرن گذشته، بر نظر اُرتنر تأکید می کنند. در زمان مارکس چه کسی می دانست که

ص: ۲۷۱

در سال ۲۰۰۷، شرکت در آیین عشای ربانی، ازدواج کردن و حضور در قرائت کتاب مقدس در کلیسای جامع، همگی در «تجسد» (۱) در حیات ثانوی (۲) یا همان دنیای مجازی که تنها از طریق کامپیوتر قابل دسترسی است، امکان پذیر خواهد بود؟ (۳)

آثار روّیه

آثار روّیه

بسیاری از نظریه های قرن بیستمی در مورد روّیه، هم از نظر گروه هایی که مطالعه می کردند و هم از نظر روّیه های خودشان به عنوان دانشوران استفاده کننده از منابع، توجه خاصی به روّیه های متنی داشتند. رسانه های قدیمی مانند کتاب و رادیو به عنوان حالت های عمومی ارتباطات همچنان ایستادگی می کنند. رسانه های دیجیتال نیز انواع تعامل مردم با یکدیگر و با دنیاها «واقعی» و «مجازی» اطرافشان را همیشه تغییر شکل می دهند. با این حال، رویکردهای جدیدتر به مطالعه رسانه و دین باید حتی آرایش گسترده تری از احتمالات ارتباطی را می پذیرفتند. نظریه های روّیه، دانشوران را به توجه به انواع ارتباطات سوق داده اند که گونه های خاصی از فن آوری آنها را موجب شده است یا از شکل گیری آنها جلوگیری می کند و با این حال، آنها را از فکر کردن به فن آوری های ارتباطاتی صرفاً به عنوان نوآوری های علمی بازمی دارد. (هیلمس، ۱۹۹۷) روّیه به عنوان روشی برای تحلیل که هم به شرایط تولید مادی و هم به روابط اجتماعی و بافت های فرهنگی بستر وقوع ارتباطات رسانه ای می پردازد، گذرگاه بسیار سودمندی برای تفکر در مورد مسائل دشوار دین و رسانه می گشاید. برای مثال، چرا کلیساهای پنتیکاستی (۴) تقریباً تمامی سینماها را در آکرا (۵) واقع در کشور غنا خریده اند که اکنون

ص: ۲۷۲

۱- Avatar

۲- Second Life

۳- <http://slangcath.wordpress.com>

۴- Pentecostal: مربوط به هر یک از فرقه های اصول گرای مسیحی که بر الهام روح القدس تأکید دارند. (مترجم)

۵- Accra

آیین های عبادی و فیلم های درون تشکیلاتی خود را روی پرده به نمایش می گذارند؟ (میر و موور، ۲۰۰۶)

یکی از امیدبخش ترین جهت گیری ها در تحلیل رویه مدارانه دین و رسانه، تبیین بیرجیت میر از «اشکال احساسی» (۱) است که هم راه های «رسمی» به سوی تجربه دینی و هم مسیرهایی را دربرمی گیرد که به میزان کمتری، راست آیین هستند. میر می نویسد:

بر اساس فهم من، اشکال احساسی، روش های تقریباً ثابت و مجاز برای درخواست و سازمان دهی دسترسی به امر متعال هستند که از این طریق، پیوندهای پشتیبانی کننده بین کارورزان دینی در بافت سازمان های دینی خاص را ایجاد می کنند. ... مفهوم «شکل احساسی» همچنین می تواند بر راه هایی اطلاق شود که اشیای دینی مادی _ مانند تصاویر، کتاب ها یا ساختمان ها _ از طریق آنها، ناظران را مخاطب قرار می دهند و با ایشان تعامل دارند. از این رو، تلاوت یک کتاب مقدس مانند قرآن، دعا کردن در برابر یک شمایل یا رقصیدن بر گرد تجلی یک روح نیز اشکالی احساسی هستند که کارورزان دینی از طریق آنها به تجربه کردن حضور و قدرت امر متعال واداشته می شوند. (میر، ۲۰۰۶: ۹)

میر اصرار دارد که دین، خود، نوعی از «رویه وساطت» (۲) است که رابطه بین تجربه کردن موجود متعال و اشیا را از طریق اشکال احساسی خاص سازمان دهی می کند. (همان: ۱۸) (تأکید روی کلمات ایتالیک، مربوط به نویسنده است). دین به عنوان یک رویه و واسطه باید هم در زندگی واقعی عاملان به آن و هم در شبکه های گسترده تر قدرت و سلطه _ از مبلغان محلی گرفته تا نظام های سرمایه داری _ که ساختار زندگی آنها را ایجاد می کند، جای داده شود.

میر با مبتنی کردن تحلیل خود بر توجه به احساسات، زیبایی شناسی و قدرت

ص: ۲۷۳

۱- Sensational forms

۲- Mediation

استدلال می کند که هرچند اشکال احساسی به انواع خاصی از رسانه قداست می بخشند _ وی در مثال پنتیکاستی خود درباره کشور غنا، «جلسات اعجاز تلویزیونی» را به بحث می گذارد _ ، ولی «امر متعال را منتقل، تولید و محسوس می کنند.» (همان: ۱۴) میر به دنبال این است که مفهوم اشکال احساسی، توجه دانشوران را به راه هایی جلب کند که از طریق آنها، رسانه های خاص در سنت هایی خاص، برای انتقال آنچه کارورزان به عنوان امر متعال تجربه می کنند، مرجعیت می یابند. پس وی نه تنها به دنبال این است که مفهومی، راهی پیش روی بگذارد که در آن، انواع خاصی از خبرویت معنوی به عنوان مسیرهای انتقال ملکوتی در سنت های خاص، به رسانه _ اعم از کتاب، ویدئو، رادیو و پست الکترونیکی _ داده می شود، بلکه درصدد است روشن کند که زیبایی شناسی، تسلط و قدرت، چگونه تجربه (و رویه های) افراد مشارکت کننده در سنت های دینی را شکل می دهند.

مفهوم میر از دین به عنوان «رویه رسانه ای شدن» که در سراسر اشکال احساسی پدید می آید، به صورت مطلوبی در بحث لی اشمیت (۱) درباره نقش شنیدن یا «رویه های گوش کردن» (۲) در مباحث جنبش روشنگری (۳) مربوط به تجربه دینی منعکس شده است. (نک: هیرشکیند، ۲۰۰۶) اشمیت با پذیرفتن خطر و بیان داستان هایی درباره افشاگران عصر روشنگری که دروغ کاهنان دینی را آشکار می ساختند و نیز شواهدی درباره واسطه های احضار روح که صدای ارواح را از طریق شیپورهای سر به آسمان برآورده منتقل می کردند، معتقد بود فن آوری های جدید، هر دوی آن رویکردها به «شنیدن» را امکان پذیر ساخته اند. افشاگران عصر روشنگری از فن آوری آکوستیک به عنوان «ابزار مفیدی برای نشان دادن پوچی های ندای غیبی استفاده کردند. در عوض، [از نظر

ص: ۲۷۴

۱- Leigh Schmidt.

۲- Practices of Listening.

۳- Enlightenment.

معتقدان به احضار ارواح،[وساطت مکانیکی، به محملی برای حضور یا به عبارتی، به نیروی نجات بخشی سرشار از اتصالات تلگرافی و ارتعاشی بدل شده بود.] (اشمیت، ۲۰۰۰: ۲۳۹) توجه دقیق اشمیت به مجموعه گسترده ای از رویه های گوش کردن _ هم رویه های منتقدان و هم رویه های شیفتگان دین _ این فرض را که «دین رسانه ای شده معادل سوء استفاده است» و به همان میزان، این دیدگاه دردسرآفرین را که «دین رسانه ای شده، امکان رویه آشکار عبادی را فراهم می کند»، به چالش کشید. استدلال وی این بود که دین، هم به عنوان سرگرمی تماشایی و هم به عنوان تمرینی فکورانه، رسانه ای می شود. (همان: ۲۴۵)

نمونه دیگر وساطت از طریق اشکال احساسی، بحث لیزا گیتلمن(۱) در مورد شیوه های تجسم ذهنی رویه های روح باورانه امریکایی در قرن نوزدهم درباره «ناهشیارنویسی»(۲) از طریق رسانه جدید ارتباط تلگرافی است؛ انتقال غیرجسمانی کلمات در فاصله های طولانی. گیتلمن با توجه دقیق به قوانین، فن آوری ها و تقسیم بندی های به وجود آمده در عرصه کار و ناشی از تحول «ماشین های نگارش» استدلال می کند که ابداع های تکنولوژیکی اواخر قرن نوزدهم، رویه های جدید متنی بودن و نوشتن را امکان پذیر ساخت که نه تنها آثار ارتباطی، بلکه آثار دینی و فرهنگی نیز در پی داشت.(۳) گیتلمن که در هواداری از رویکردی همه جانبه به «داده های فرهنگ» حاصل از مطالعه رسانه استدلال می کند، اصرار دارد که مطالعه تأثیر رسانه های «جدید» بر رویه ها و تخیلات دینی مستلزم توجه دقیق به بافت تاریخی است. (گیتلمن، ۲۰۰۳؛ ۲۰۰۶) دانشوران باید عوالم اجتماعی را به عنوان مثال، بدون تلفن در ذهن مجسم کنند و با این حال، فرصت های به وجود آمده به واسطه فن آوری های امروزه منسوخ _ اعم از شیپور سخن گو یا تلگراف _ را نیز بپذیرند.

ص: ۲۷۵

۱- Lisa Gitelman.

۲- Automatic Writing.

۳- Gitelman, ۱۹۹۹; Mràzek, ۱۹۹۷.

درست همان طور که گیتلن، دانشوران را به تجسم دوباره چیزی فرا می خواند که آن را «رسانه های جدید» می نامد، جان دارم پیترز(۱) نیز خواستار توجه مجدد به یک مفهوم در کانون مطالعات رسانه ای است: مفهوم «ارتباطات»(۲) پیترز در کتابی شاعرانه که منابع آن، نوشته های مقدس عهد جدید تا تلاش های اخیر برای تماس با موجودات فرازمینی است، «پیشینه ایده ارتباطات» را از طریق الهیون مسیحی متقدم، فرشته شناسی، فلاسفه عصر روشنگری و نظریه پردازان متأخر مانند هگل، مارکس، دورکیم و آدورنو(۳) دنبال می کند. وی چنین روایتی از ارتباطات را رد می کند؛ روایتی که ابداع های تکنولوژیکی را به گونه ای ترسیم کند که گویا ضرورتاً به اشکال بهتر تعامل می انجامند. (پیترز، ۱۹۹۹: ۱۰) پیترز نیز همانند میر، جسم را در مرکز رویه های ارتباطاتی قرار داده و آن را نه مانعی برای تماس «غیررسانه ای»(۴) و حقیقی دانسته و نه در میانه تکنیک های نوین گرد هم آوردن توده های انسانی در فاصله های دور، بی استفاده می پندارد. «اگر زمانی موفقیت در ارتباطات عبارت بود از هنر عبور از میان جسم های حائل و تماس با روح شخصی دیگر، در عصر رسانه های الکترونیکی، این موفقیت عبارت است از هنر عبور از میان ارواح و تماس با جسم شخصی دیگر.» (همان: ۲۲۴ و ۲۲۵) کتاب پیترز که تمرکزش بر «دین ساری و جاری در زندگی» به اندازه تمرکزش بر رویه های ارتباطی نظریه های ارتباطات نیست، اهمیت فوق العاده سنت های دینی و کاوش های معنوی را دقیقاً برای خود مفاهیم ارتباطات و وساطت نشان می دهد.

نتیجه

ص: ۲۷۶

۱- John Durham Peters

۲- Communication

۳- Hegel, Marx, Durkheim and Adorno

۴- Unmediated contact

رویه، مفهومی است که می‌تواند به تثبیت مطالعه دین و رسانه در تعاملات اجتماعی، در کنش و واکنش اندیشه و عمل و آن بافت‌های اقتصادی، سیاسی، حقوقی و تاریخی کمک کند که انواع خاصی از وساطت و نه تمام انواع آن را پر و بال می‌دهند. همچنین رویه، مفهومی است که موجب تعمیق‌پذیری می‌شود، به گونه‌ای که فضایی را برای دانشوران ایجاد می‌کند تا فرضیه‌های خود را در دو مورد بازبینی کنند. در مورد آنچه «دین رسانه‌ای شده»^(۱) تلقی می‌شود یا در مورد اینکه نگرش‌های تردیدآمیز به سوء استفاده، تبلیغات و فرهنگ عامه چگونه ممکن است تحلیل یک دانشور را دچار انحراف کنند. با اعمال این تعمیق‌پذیری بر طرحی کلی که بیان کردم، در مورد من روشن می‌شود که مثال‌های خود را عمدتاً از فضای مسیحی یا از آنچه ممکن است فضای «پست مسیحی»^(۲) نامیده شود (مانند بافت‌های روح باورانه)، برگرفته‌ام. این امر تا اندازه‌ای به این امر باز می‌گردد که این عرصه‌ها همان چیزی هستند که آنها را به عنوان یک دانشور حوزه دین به خوبی می‌شناسم، ولی کتاب پیترز مرا به تأمل در این مطلب وامی‌دارد که ممکن است داستان هنوز هم ادامه داشته باشد. در کتاب پیترز و در آثار بیشتر نظریه پردازان و دانشورانی که در اینجا ذکر کردم، مسیحیت، دینی اصلی است که برای اندیشه ورزی در هر یک از قالب‌های زیر انتخاب شده است:^(۳) تدوین نظریه درباره رویه از طریق نقد کتاب ماهیت مسیحیت^(۴) نوشته فویرباخ؛^(۵) مقایسه سلطه روایی و تقویمی کلیسا با سلطه روایی رادیو و روزنامه‌ها (دو کرتو، ۱۹۸۴) یا انجام مقایسه‌هایی بین تبلیغات کلیسا و تبلیغات صنعت مطبوعات. (لفیور، ۲۰۰۲)

ص: ۲۷۷

۱- Mediated religion.

۲- Post-Christian.

۳- Hall ۱۹۹۷; Morgan and Promey ۲۰۰۱.

۴- Feuerbach's The Essence of Christianity.

۵- Marx ۱۹۷۰.

پیترز _ از این نظر که سرمنشأ ارتباطات متمرکز بر مسائل مربوط به روح و جسم را به صورتی که در نظریه های انتقادی نظریه پردازانی مانند آدورنو(۱) و بنیامین(۲) و در آثار اندیشمندان مسیحی مانند آگوستین، کی یرکگور و ارنست هاکنینگ(۳) آمده است، ردیابی می کند _ در مسیحیت با صراحت بیشتری اندیشه ورزی می کند. رویه اندیشه ورزی در مورد دین و رسانه که عمدتاً از طریق مقوله تاریخ مسیحیت صورت می گیرد، چه صریح باشد چه تلویحی، ضرورتاً محدودیت ساز است.(۴) از این رو، محاسن رویه این است که هم رویکردی را به مطالعه در زمینه دین و رسانه اختصاص می دهد که می تواند «زندگی روزمره» و ساختارهای عظیم تر سازمان اجتماعی را تبیین کند و هم خواستار بازنگری مجدداً آن چیزی است که به عنوان منبع، «دین، رسانه و زندگی روزمره» در رویه های دانشوران به شمار می رود.

عموم

ص: ۲۷۸

۱- Adorno

۲- Benjamin

۳- Augustine, Kierkegaard and Ernest Hocking

۴- Hoover and Clark, ۲۰۰۲; Meyer and Moors, ۲۰۰۶; Hirschkind, ۲۰۰۶; Whitehouse, ۲۰۰۰

برگردان: سید کمال رضوی

صحنه ای وجود دارد که یک مرکز نشین شهری با آن آشناست: تصور اینکه دو دوست در یک قهوه خانه محلی قرار ملاقات بگذارند.

حنیف در حالی که منتظر آمدن مونیکاست، قهوه «فرست میت» (۳) خودش را مزمه می کند و اکونومیست (۴) را که از روزنامه فروشی بغل گرفته است، ورق می زند. روی صفحه آن عکسی است از یک زندانی با سری پوشیده در «زندان ابو غریب» (۵).

حنیف تمایل زیادی دارد این موضوع را با مونیکا در میان بگذارد. این هفته آن دو در اینجا قرار گذاشته اند تا به گپ و گفت اینترنتی خود درباره «ماهیت دین» (۶) و «حوزه عمومی» (۷) ادامه دهند.

ص: ۲۷۹

۱-Public

۲-Joyce Smith

۳-FirstMate

۴-The Economist: هفته نامه سیاسی _ اقتصادی که در سال ۱۸۴۳ در لندن پا به دنیای مطبوعات گذاشت.

۵- زندان ابو غریب در ۳۲ کیلومتری بغداد واقع است. این زندان ابتدا به خاطر جنایت های صدام و شکنجه و اعدام مخالفان به ویژه شیعیان به شهرت بین المللی دست پیدا کرد. در سال ۲۰۰۴ و پس از اشغال عراق به دست امریکا، با انتشار تصاویری در برنامه شصت دقیقه شبکه تلویزیون سی.بی.اس و مقاله ای در مجله نیویورکر به قلم سیمور هرش در مورد آزار و شکنجه زندانیان به وسیله نظامیان امریکایی، این زندان در مرکز توجه افکار عمومی جهان قرار گرفت.

۶-The nature of religion

۷-Public sphere: حوزه عمومی. فضایی اجتماعی است که در آن، مردم آزادانه، شرایط اجتماعی خود را نقد می کنند و مشکلات را برمی شمارند و بر جریان تصمیم گیری سیاسی اثر می گذارند. به نظر «هابرماس»، حوزه عمومی، خاستگاه افکار عمومی است. حوزه عمومی، میانجی حوزه خصوصی و حوزه همگانی است و هرچه آزادانه تر و فکورانه تر باشد، مناسبات اجتماعی، خردورزانه تر و انسانی تر خواهد بود. (ویستر)

غیر منتظره نیست که این جستار در قهوه خانه آغاز شود. «قهوه خانه ها»، (۱) بخشی از حوزه عمومی نوین یاد یورگن هابرماس (۲) را تشکیل می دهند. (هابرماس، ۱۹۹۹)

در پرتو آزادی های عصر روشنگری، اشخاصی توانستند مسائل مربوط به «غایت مشترک» (۳) را به خوبی و دور از سیطره کلیسا و قیدوبندهای حکومتی به بحث و تبادل نظر بگذارند. هابرماس تأکید می ورزد که بافتار ویژه اروپای قرن هجدهم، (۴) فهم نظریه های او درباره حوزه عمومی را آسان می سازد. از این رو، کاوش من در بستر «گروه های دینی»، (۵) ساختار آنها، محصول و نیز کاربرد منابع رسانه ای بر محور کافی شاپ دور خواهد زد، البته در شکل قرن بیستمی آن.

بیشتر اجتماعات، دست کم یک «میدان عمومی مادی» (۶) دارند و اگر چنین نباش

ص: ۲۸۰

۱- رابطه تحول فرهنگی و اجتماعی با کافه نشینی به پیروی از نظریه حوزه عمومی «یورگن هابرماس» شکل گرفته و مطرح شده است. قهوه خانه های محلی، زمینه ساز مباحث فکری و روانی شهروندان خواهند بود و اثر اجتماعی خود را در طول سال ها بر رفتار و عملکرد آنها باقی خواهند گذاشت.

۲- یورگن هابرماس، زاده ۸ ژوئن ۱۹۲۹ در دوسلدورف آلمان، از فیلسوفان و نظریه پردازان اجتماعی معاصر است که در چارچوب سنت نظریه انتقادی و پراگماتیسم امریکایی کار کرده است. تمرکز پژوهش های او روی شناخت شناسی، مدرنیته و تجزیه و تحلیل تحولات اجتماعی جوامع پیشرفته صنعتی سرمایه داری و سیاست روز آلمان به ویژه با توجه به نقش رسانه های همگانی است. شهرت او بیشتر مرهون ابداع اصطلاح و تز «حوزه عمومی» یا «فضای عمومی» است که فضایی فکری و اجتماعی را در نظر دارد که در آن، فعالیت های آگاهی بخش رسانه ای به ایجاد زمینه برای بحث های اجتماعی و انتقادی و ظهور چیزی می انجامد که او آن را برای دموکراسی بنیادی می داند. (وبستر)

۳- ۱۰. Common purpose.

۴- دگرگونی ساختاری حوزه عمومی، تشکیل حوزه عمومی بورژوازی در قرن هجدهم اروپا به ویژه در انگلستان و فرانسه را شناسایی کرد. برای نمونه، قهوه خانه های لندن، پایگاهی برای مناظره بودند که در آن، اصولاً هر فرد حاضر _ مردان طبقه متوسط این بار به صورت استثنا در سطحی هم تراز با اشراف زادگان _ درباره مسائل روز اظهار نظری کردند. از این رو، بورژوازی برای تغییر از فتودالیسم به نظام سرمایه داری برای خود صدایی یافت و این صدا در مطبوعات و دیگر اشکال ارتباطات همگانی از جمله هنر ارائه شد. (جیم مک گیگان، حوزه عمومی فرهنگی، ترجمه: مقداد مهرابی)

۵- Religious publics.

۶- Physical public square.

د، مردم در کافی شاپ یا کنار چشمه های گونه گونه دهکده جهانی گرد هم خواهند آمد. بهره گیری از فضای مادی برای درک حوزه عمومی به تراوش استعاره های درخور همگان می انجامد. این امر به اندک وضوحی نیاز دارد تا بتوان از وضعیتی سخن به میان آورد که در آن، مفهوم «عموم» با ماهیت دین در جامعه ای رسانه ای شده تلاقی پیدا می کند.

کافی شاپ مورد نظر هابرماس، نه یک اداره دولتی است و نه یک کلیسا. مردم آزادند تا بدون در نظر داشتن جایگاهشان در زندگی، اینجا گرد هم آیند. آنها نه فقط برای نوشیدن قهوه که به دلیل قول و قرار بحث با دیگر مشتری ها نیز بدین نقطه روی می آورند. کافی شاپ، حوزه عمومی نیست، بلکه بیشتر جایی برای فضای گفت و گو و ملاقات تهیه می کند. کافی شاپ همان سنگ و سیمان است و صرفاً محوطه ای را دیوارچین می کند که در آن، طیف های مشخص رفتاری، نه تنها مطلوب، بلکه مورد انتظارند.

حوزه عمومی بدین شرح قابل تعریف است:

حالتی است آکنده از هم کنشی که در آن، اشخاص به هم وابسته مستقل در پی ارائه تفسیر های انگیزه بخش از شرایط مشترک همدیگر هستند و برای نارضایی ها و نیازهای ضروری جمعی شان، پاسخی همگانی می طلبند... حوزه عمومی، فرآیندی سیاسی را رقم می زند که در آن و در خلال جست و جوی راه حل ها برای مشکلات، «انگیزه ای عمومی»^(۱) پدیدار می شود. مشکلاتی که در وهله نخست، دغدغه هایی شخصی، بیش نبوده اند. (جانسون، ۲۰۰۶: ۱)

به دیگر سخن، حوزه عمومی، زاینده قواعد عهد و پیمان است تا اشخاص را یک پارچه سازد.

ص: ۲۸۱

مونیکا، «پیرو کلیسای منتظران ظهور مسیح»^(۱) است و از این رو، نوعی قهوه ایتالیایی بدون کافئین را می‌پسندد. پیش از نوشیدن قهوه به دنبال کلید توالی می‌رود. با اینکه «فرست میت» به روی عموم باز است، ولی فقط مشتریانی که پول پردازند، حق استفاده از دست شویی را دارند. تابلویی هم به چشم می‌خورد که نسبت به خودفروشی هشدار می‌دهد، ولی در بیشتر موارد، نادیده گرفته می‌شود. افزون بر آن، مدیر «فرست میت» می‌تواند از مردم تقاضا کند که آنجا را ترک کنند.

گفتنی است هر چند حوزه عمومی بالقوه به روی همه باز است، در عمل، محدودیت‌هایی وجود دارد. «فرست میت» خرسند است از اینکه خود را به عنوان مکانی برای ملاقات (و حتی به عنوان یک سبک) عرضه کند، ولی فقط در ازای پول.

در اروپای قرن هجدهم، مونیکا نمی‌توانست به قهوه‌خانه پا بگذارد، نه به دلیل پرهیز دینی اش از کافئین (چون نخستین همایش کلیسای «منتظران ظهور مسیح» در سال ۱۸۶۱ برگزار شد)، بلکه به احتمال زیاد به دلیل جنسیتش. زندگی خصوصی یک خانم جوان در چاردیواری خانه او جریان داشت و یک سالن تنها فضایی بود که امکان ارتباط مونیکا با دیگران را فراهم می‌کرد. در واقع، زنان، میزبان شمار زیادی از عمومی‌ترین سالن‌ها بودند. تعریف حوزه عمومی، یکی از نخستین موضوع‌هایی بود که فمینیست‌ها در اواخر دهه شصت و دهه هفتاد درباره آن بحث

ص: ۲۸۲

۱- Seventh Day Adventist: کلیسای منتظران ظهور مسیح، نام جماعتی است که در سال ۱۸۶۰ بنیاد گذارده شد. آنها به جای یک شنبه _ تعطیلی رسمی در مسیحیت _ شنبه به عبادت و استراحت می‌پردازند و بر این باورند که مسیح به زودی به زمین باز خواهد گشت. نشانه مهم این گروه، پای بندی به قوانین سخت گیرانه دینی است.

کردند و بسیاری از آنها تأکید ورزیدند که «هر آنچه شخصی است، سیاسی است» (۱).

با این حال، وساطت میزبان نیز اهمیتی هم سنگ مکان ملاقات دارد به ویژه آنکه با رشد و تنوع پذیری جوامع، سنگ و سیمان مادی مکان ملاقات، واقعیتی مجازی می یابد. با بررسی نمونه امریکایی موضوع، «مارتین مارتی» (۲) بیان می کند که «عموم کلی» (۳) در آثار «جان دیویی» (۴) و «والتر لیپمن» (۵) به کار رفته و در عاملیت های اصلی، «عمومیت» (۶) تبلور و تجسم یافته و سپس درک و تجربه شده است. این عاملیت ها شامل مجلات سراسری و دیگر نشریات مردمی، روزنامه های کلان شهری، رهبری جمعی کلیسای مرکزی و شبکه رادیو و تلویزیون است. (مارتی، ۱۹۹۹: ۹)

ص: ۲۸۳

۱- The personal is the political: موج دوم فمینیسم در دهه هفتاد به بررسی، نقد و مبارزه برای دگرگونی تمام اشکال تبعیض جنسیتی در زندگی اجتماعی روی آورد و بر این اندیشه بود که زندگی شخصی و خصوصی افراد از قبیل ازدواج، عشق و روابط خانوادگی مانند زندگی جمعی و عمومی چون کار، تحصیلات و انتخابات جنبه سیاسی دارد. از این رو، شعار موج دوم فمینیسم این بود: «هر آنچه شخصی است، سیاسی است».

۲- Martin Marty، دانشمند دینی امریکا، زاده ۵ فوریه ۱۹۲۸ در نبراسکا. وی به شکل مبسوطی درباره زندگی دینی امریکایی در قرن ۱۹ و ۲۰ قلم فرسای کرده است. او دکترایش را در سال ۱۹۵۶ از دانشگاه شیکاگو گرفت.

۳- The Public.

۴- John Dewey زاده ۲۰ اکتبر ۱۸۵۹، فیلسوف و روان شناس آمریکایی است که نظریاتش بر اصلاح اجتماعی و آموزش عمومی تأثیر فراوانی گذاشت. او و ویلیام جیمز از پایه گذاران فلسفه پراگماتیسم به شمار می روند. دیویی در ۱ ژوئن ۱۹۵۱ درگذشت.

۵- Walter Lippmann، فیلسوف، روزنامه نگار، منتقد رسانه ها و مفسر سیاسی، در ۲۳ دسامبر ۱۸۸۹ در یک خانواده متوسط یهودی آلمانی مقیم شهر نیویورک متولد شد. وی در ۱۷ سالگی وارد دانشگاه هاروارد شد و به مطالعه فلسفه و زبان پرداخت. در دوران تحصیل در این دانشگاه، یکی از پایه گذاران انجمن جامعه شناسان و سردبیر ماهنامه هاروارد بود. وی به دو زبان فرانسه و آلمانی نیز سخن می گفت. والتر لیپمن در ۱۴ دسامبر ۱۹۷۴ دارفانی را وداع گفت.

۶- Publicness.

پیش از ادامه اگر به ایتالیک کردن **The** در نوشته لاتین مارتی دقت کنید، دیری نمی پاید که حتی در مورد قرن هجدهم نیز اذعان کنید که «عموم» در واقع، از «خرده عموم ها»^(۱) ساخته شده است؛ جمع هایی که همچون رشته مشترک از جنسیت، دین، طبقه اجتماعی - اقتصادی یا هویت قومی برخوردارند. «**The Public**» در نوشته مارتی، مجموعه ای از همه خرده عموم های امریکایی است. او بیان می کند که در بیشتر موارد، و تنها هرگاه بحث و جدلی درباره «افکار عمومی»^(۲) در گیرد، مردم آگاه خواهند شد که به عنوان بخش وجودی این «عموم کلی» در نظر گرفته شده اند. (همان: ۱) وانگهی بازناسایی یک عموم کلی و زیربخش های آن، اولویت نخست رسانه هاست.

چگونه عموم هایی با کمک و گاه با دست یازی رسانه ها پدید می آیند (و به زیربخش ها تقسیم می شوند؟)

کارل از «فرست میت» در بالادست خیابان به سمت کافی شاپ ارزان، پایین می رود. او از خرید چیزی جز غذای آماده ارزان و مناسب خودداری می کند. کارل فضای شلوغ این مغازه را می پسندد؛ جایی که رسانه های محلی، روزنامه های بدیل را کنار در اصلی جای داده اند. بر فراز آنها تخته ای دیده می شود که روی آن، آگهی انواع دوچرخه و اطلاعیه های تظاهرات ضد جهانی سازی نصب شده است.

مغازه در ابتدا به ابتکار یک کلیسای مسیحی فعال اجتماعی پا گرفته، ولی قراین روشنی دال بر چنین خاستگاهی وجود ندارد. پدر و مادر بزرگ کارل به کلیسای «بنیادگذار»^(۳) تعلق داشتند، ولی چنین چیزی دلیل تعلق خاطر کارل به این کافه نیست و پدر و مادر بزرگش هرگز در آنجا آفتابی نشده بودند.

ص: ۲۸۴

۱- Sub-publics .

۲- **Public Opinion**: افکار عمومی، قضاوتی مورد قبول عامه است که جنبه عاطفی آن بر جنبه ادراکی آن غلبه دارد. افکار عمومی، همواره یکی از عوامل پر قدرت در جوامع، در زمان های مختلف بوده است. همین نیروی نامرئی، منبع مهم اقدامات سیاسی، اقتصادی و اجتماعی در جوامع است. سه ویژگی افکار عمومی، «آشکار بودن، آگاهانه بودن و وسیع بودن» آن است.

۳- **Founding church**: اعضای این کلیسا، ساده زیست و اهل ریاضتند.

کارل آماج سرزنش های تنیدی است؛ چون او لیوان چند بار مصرف قهوه را با خود حمل می کند. او ذره ای تمایل ندارد خود را یک «جونده گرانولا» (۱) یا یک «منونیت» (۲) بنامد.

آیا کسی می تواند از یک عموم کناره بگیرد؟ نه؛ زیرا او نمی تواند در آن شرکت جوید، ولی برخلاف این، ممکن است جزئی از یک عموم به شمار رود. با اینکه کارل از پذیرش برجسب های جونده گرانولا یا منونیت سر باز می زند، از نظر بسیاری از آدم های جامعه اش، کارل، عضو هر دو عموم است؛ چون سلیقه های مصرف گرایانه و نوع نام خانوادگی اش، گواه آن است.

شکاف میان کارل و پدر و مادر بزرگش نشان دهنده تفاوت میان گروه های دینی محلی در مقام «اجتماعات» (۳) ایمان و ریاضت» و دیگر عموم هایی است که چه بسا به راحتی به عنوان «اجتماعات مصرف گرا» (۴) شناخته شوند. در عمیق ترین لایه، چنین مصرفی جنبه مادی دارد. بر همین اساس، کارل روی رفتن به کافه مناسب و ارزان اصرار می ورزد. با این وصف، چنین واقعیتی نیز پژوهشگر را مشتاق می سازد تا مفهوم عموم دینی را در پیوند با گزینش و مصرف نمادها و محصولات فرهنگی مطالعه کند. کارل می تواند به عنوان یک جونده گرانولا به خود هویت نبخشد، ولی انتخاب نوع غذا، پوشاک و رسانه در هم می آمیزند تا به عضویت وی در چنین عمومی گواهی دهند.

ص: ۲۸۵

۱- Granola cruncher: گرانولا نوعی غذای پرشته شده است که از حبوبات و شیر و شکر تهیه می شود. فرد منسوب به گرانولا کسی است که غذای بهداشتی و ساده ای می خورد، طرفدار حفظ محیط زیست است و افکاری باز دارد.

۲- Mennonite: منونیت به عضو یکی از گروه های پروتستان اطلاق می شود. منونیت ها زندگی و دین ساده ای دارند و از خدمت در نیروی نظامی خودداری می کنند. این افراد در سال ۱۶۸۳ از سوئیس به امریکا آمدند و بیشتر در پنسلوانیا و غرب میانه سکونت دارند.

۳- Communities of belief and practice.

۴- Consumer communities.

من با تکیه بر چهار هم کنش، نسبت میان رسانه ها و عموم ها را خواهم کاوید.

۱. گروه های دینی بر عموم کلی اعمال اثر می کنند.

۲. فرآیندها و محصولات رسانه ای بر عموم ها و خرده عموم ها اثر می گذارند.

۳. حکومت ها در پی اثر گذاشتن بر عموم کلی و گروه های دینی هستند.

۴. گروه های دینی می کوشند تا با به کارگیری رسانه های سکولار بر خود تأثیر ببخشند.

گروه های دینی در این اندیشه اند که با افراد خارج از جمعشان چگونه رفتار کنند؛ همگان جز خلوت نشینان صومعه ها آرزو دارند که در متن دنیا و نه بخشی از آن باشند. (نک: جان: ۱۴، ۱۵ و ۱۷، در جست و جوی عهد جدید) فیلیپ هاموند اظهار می دارد که در ایالات متحده، ادیان تا جایی می توانند در متن عموم، مقید و متعهد به خود باقی بمانند که در سطحی وسیع تر دچار تضاد نشوند. (هاموند، ۱۹۹۹) اگر آنها بخواهند بخشی جدی از بحث عموم باشند، باید باورهایشان را به مطالباتی قابل فهم و فارغ از چارچوب ویژه «کلامی»^(۱) ترجمه کنند. آنها حق دارند به زبان خاص خود سخن بگویند، ولی نباید از دیگران انتظار داشته باشند که این زبان را به دلیل تعامل با آنها فرا بگیرند.

در گذشته، گروه های دینی بی آنکه چندان به واگردان باورهایشان به زبانی تازه روی آورند، در اثر گذاری بر عموم کلی تا اندازه ای کام یاب بوده اند. چنین واقعیتی بیشتر در جوامعی احساس می شد که عنوان عموم دینی با عضویت شهروندان در یک ملت مترادف بود. برای مثال، توان کلیسای کاتولیک رم برای تحمیل «فهرست کتب ضاله»^(۲) بر ایرلند تا دهه شصت ادامه یافت. تقریباً ایرلندی بودن همواره به معنای کاتولیک بودن تفسیر می شد و عبارت «so nhl obstat» نیازی به برگردان نداشت.

ص: ۲۸۶

۱- Theological.

۲- Index Librorum Prohibitorum.

(این سرخط گویای آن است که اگر کتابی موافق آموزه های کاتولیکی باشد، «مطالعه آن مانعی ندارد»).

حتی در اقلیت بودن مانع از آن نیست که یک عموم دینی خواهان اثرگذاری بر عموم کلان تر از طریق رسانه های همگانی باشد. آیین نامه تولید فیلم که تا حدّ زیادی از «لژیون برازندگی کاتولیکی»^(۱) سرمشق می گرفت، ابزاری بود در خدمت خودسانسوری تهیه کنندگان هالیوودی. آیین نامه سال ۱۹۳۰، دامنه شیوه گفتار، برهنگی، سکس و خشونت را نه فقط به دلیل امریکایی ها که به نام و احترام عموم جهانی محدود می کرد.

«تهیه کنندگان فیلم های سینمایی اعتماد و اطمینان بالای مردم جهان را نسبت به خود پاس می دارند. این احساس فیلم های سینمایی را تا مرز یک قالب جهانی سرگرمی ارتقا بخشیده است. آنها بر این باورند که فیلم های سینمایی به دلیل حوزه خاص سرگرم کنندگی شان چه بسا سرچشمه بی واسطه ای برای پیشرفت معنوی یا اخلاقی، شیوه های عالی تر حیات اجتماعی و افزایش تفکر معقول و سازنده باشند». (هایس، ۲۰۰۷)

با این حال، عصر فهرست و آیین نامه دست کم در شمال سپری شده است. تصور اینکه چیزی بیش از چند قهقهه از سینمای معاصر استخراج شود، دشوار است.

دومین گونه هم کنش، محصول هدف و نقشی است که رسانه ها نظر به پدیده های پیرامونی اختیار می کنند. تهیه کنندگان درصدد تأثیر گذاشتن بر عموم و گروه های دینی هستند، گاه با نیت نیک و گاه از سرانگیزه های آزمندانه.

آنانت پای،^(۲) نویسنده هندی به دلیل هراس از بیگانگی و غفلت جوانان هندی نسبت به فرهنگ خود، مجموعه کتاب های مصوری را در سال ۱۹۶۷ نگاشت که به

ص: ۲۸۷

۱- Catholic Legion of Decency.

۲- Anant Pai: زاده ۱۷ سپتامبر ۱۹۲۹ در کارکالا- در دوازده سالگی به بمبئی رفت و در آنجا تحصیل کرد و اقامت گزید. کتاب های مصور او بر کودکان و نوجوانان هندی تأثیر شگرفی گذاشته است.

نام داستان های مصور جاویدان(۱) از آن یاد می شود. این اثر به نقل داستان هایی از سرگذشت های دینی متعدد و ماجراهای عرفی جدید می پردازد. این مجموعه با کریشنا(۲) آغاز می شود و به بازگویی سرگذشت هر کسی از سای بابا(۳) گرفته تا کالپانا چاولا(۴) _ که داخل فضایی کلمبیا درگذشت _ روی می آورد. پای بر پرورش نسل جوان هندوستان پس از استقلال انگشت نهاد و با «زبانی تازه، پنج هزار سال اساطیر، تاریخ و افسانه های هندی _ یا همان روح فرهنگ هندی _ را در ۳۲ جلد با برگ های رنگین گردآوری کرد. (خانه کتاب هند، ۱۹۹۵: ۸۱) «این نویسنده همچنین سیاست بازگفت ملایم حقیقت با تکیه محض بر عناصر مثبت را سرمشق خود قرار داده است.» (هاولی، ۱۹۹۵: ۱۱۵) در پی زخم تجزیه هند، شکفت نیست که پای خواهان یک پارچگی گروه های دینی باشد، چنان که به نظر هاولی، وی این هدف را با شیوه هایی هم آشکار (چون ترسیم نشست هایی از نظر تاریخی، محال میان قدیسان [همان: ۱۱۵]) و هم نهان (همچون دلالت ضمنی تصاویر به یک سرگذشت و در عین حال، دلالت صریح متن به ماجرای دیگر [همان: ۱۲۸]) انجام می دهد. به هر روی، کام یابی با نگرانی مضاعف همراه است: «فروش با ارزش های تربیتی در تقابل قرار می گیرد، صحت و اتقان عالمانه با لزوم ارضای منافع گروه های خاص و سرسپردگی به تاریخ هندوستان با تعهد به وحدت ملی در می ستیزند.» (پریچت، ۱۹۹۵: ۸۱)

برخی داستان ها به وسیله نمایندگان جامعه پیشنهاد شده اند بدان امید که قصه هایشان به آثار اصیل این مجموعه ملحق شود. هاولی به دلیل این هم کنشی

ص: ۲۸۸

۱- Amar Chitra Katha

- ۲- کریشنا در زبان سانسکریت و آیین هندو به معنای جذاب متعال است. در هندویسم، کریشنا یکی از اوتاره ها یا ظهورات ایزدایزدان «ویشنو» بر روی زمین است.
- ۳- ساتیا سای بابا از مرتاضان نامی هندوستان، زاده ۲۳ نوامبر ۱۹۲۶ در دهکده ای کوچک به نام یوتاپارتی [که چندی پیش درگذشت].
- ۴- ۳۶. کالپانا چاولا، فضانورد امریکایی هندی تبار در ۱۷ مارس ۱۹۶۱ به دنیا آمد. وی در ۸ فوریه سال ۲۰۰۲ در مأموریت فاجعه بار اس . تی . اس ۱۰۷ شاتل فضایی کلمبیا کشته شد.

اظهار می دارد که کتاب های مصور یادشده به یک «نهاد شبه عمومی»^(۱) بدل شده اند. (هاولی، ۱۹۹۵: ۱۲۹) مجموعه پیش به سوی آزادی^(۲) بنا به درخواست کنگره ملی هندوستان نگاشته و از آن استقبال شد. (همان: ۱۳۰)

گاه نیز این گزارشگران هستند که [به دلیل تعهد به بی طرفی] برای خنثی سازی اختلاف های میان گروه های دینی به سود مورد نظر «عموم کلی» تلاش می کنند. برای مثال، در گزارشگری کانادایی، رسم و رواج شگفتی در مورد شیوه نام بردن از کانادایی های هندی تبار وجود دارد به این ترتیب که از این تبار گاه با عنوان قومی «هندی _ کانادایی» و گاه با نشان دینی «سیک» یا «هندو» یاد می شود. به باور من، از برجسب هندی کانادایی (و هر از گاهی، جنوب آسیایی) زمانی استفاده می شود که یک گزارشگر از پیوند دادن یک جماعت دینی با یک رویداد ناگوار خاص، بیمناک باشد. سرخط هایی همچون «یک مادر هندو کانادایی در سوری به قتل رسید.» (سی. بی. سی نیوز، ۲۰۰۷) پس از آن بر صفحه اخبار ظاهر شدند که در فاصله زمانی چهار ماه در استان بریتیش کلمبیا از کشته شدن سه زن سیک تبار و زخم برداشتن یک تن دیگر گزارش داده شد. از این رو، چنین استنباط می شود که برجسته سازی هویت قومی، خوشایندتر از درشت نمایی هویت دینی (یعنی سیک کانادایی) است. به کارگیری شیوه یادشده، پاسخ مناسبی است به ادعاهای بی دلیلی که پوشش خبری منابع رسانه ای در جریان گزارش بمب گذاری پرواز شماره ۱۸۲ هواپیمای خطوط هوایی هند در سال ۱۹۸۵ و محاکمه پس از آن را سیک ستیزانه می پنداشتند.

پاتریشیا اسپیر^(۳) با اشاره به سبک گزارشگری در اندونزی در دوران بعد از

ص: ۲۸۹

۱- Quasi-public institution

۲- The March to Freedom

۳- Patricia Spyer

ریاست جمهوری سوهارتو،^(۱) از گزارشگرانی یاد می‌کند که به امید کاهش حملات انتقام‌جویانه، بر هویت اسلامی یا مسیحی قربانیان و مهاجمان سرپوش می‌گذاشتند. به اعتقاد اسپیر، جدا کردن حساب گروه‌های دینی شناسایی‌پذیر از واقعیت تلنبار شدن اجساد، به جای کمک به پایان گرفتن خشونت، آن را مرموزتر می‌ساخت و بیشتر در پس پرده ابهام قرار می‌داد. (سپیر، ۲۰۰۶: ۱۶۰)

همگون‌سازی رسانه‌های گروه‌های دینی حتی با حسن نیت و به سود عموم کلان‌تر، گاه به نقض غرض می‌انجامد. به هر روی، حسن نیت به ندرت، تنها بازیگر میدان به شمار می‌رود. زمانی که وحدت ملی تشویق شود، آثار پای پول‌ساز می‌شود و پاک‌سازی تاریخ خشونت مقطعی در هندوستان به فروش بیشتر منجر می‌شود.

جان باون^(۲) بیان می‌کند که رسانه‌های فرانسه این موضوع را دریافته‌اند که تبلیغ و یادآوری خطر «اسلام‌گرایی»،^(۳) سرشار از منفعت است. «وارسی و بازخوانی عموم، رشته‌ای از رسوایی‌های متناوب در مورد فروپاشی احترام متقابل در مدارس، بیمارستان‌ها و شهرها را آشکار ساخته است. تاوان این فضیحت‌ها به افزایش فروش مجلات و بینندگان یاری رسانده و برخی کتاب‌ها را به درجه پرفروش‌ترین‌های سال ارتقا داده است». (باون، ۲۰۰۷: ۱۶۳)

باون می‌نویسد که رئیس‌جمهوری پیشین فرانسه، ژاک شیراک یکی از این کتاب‌های پرفروش به نام سرزمین‌های گم‌شده^(۴) را مطالعه کرد و این کتاب بر

ص: ۲۹۰

۱- سوهارتو، دومین رئیس‌جمهوری اندونزی در ۸ ژوئن ۱۹۲۱ به دنیا آمد. در دهه شصت با یک کودتای نظامی، احمد سوکارنو، اولین رئیس‌جمهوری و بانی استقلال اندونزی را سرنگون کرد و مدت ۲۳ سال زمام امور کشورش را در دست داشت. سرانجام در آخرین سال‌های دهه نود از صحنه سیاست کناره گرفت. وی در ۲۸ ژانویه ۲۰۰۸ درگذشت.

۲- John Bowen

۳- Islamisme

۴- The Lost Territories

حمایت او از قانون منع حجاب در مدارس اثر گذاشت. (همان: ۱۶۴)

حکومت‌ها از طریق رسانه‌های وابسته به خود قادرند به طور مستقیم در ابقا و حفظ گروه‌های دینی (اگر نگوئیم در ایجاد آنها) دخالت کنند. در کشورهایی (همچون آفریقای جنوبی پس از آپارتاید) که سیاست رسمی دولت، تکثر دینی را پذیرفته است، اختصاص وقت برای عرض اندام گروه‌های دینی در رسانه‌های دولتی (مانند بنگاه خبررسانی ملی در کشور یادشده) و نیز چگونگی تعامل با شهروندان مخالف با بهره‌مندی هرگونه اطلاع‌رسانی دینی از حمایت‌های مالیاتی، با نزاع و کشمکش همراه است». (سی اف. هکت، ۲۰۰۶)

گاه این بحث و جدل‌ها پشت صحنه جریان دارد. باون از واکنش وزیر کشور فرانسه پس از پخش برنامه سبک زندگی اسلامی (۱) (از شبکه دو تلویزیون ملی فرانسه) در سال ۱۹۹۹ و تماشای روسری پوشیدن یک بانوی جوان خوش بیان، سخن به میان می‌آورد. این وزیر با ابراز نگرانی از اینکه برنامه یادشده چه بسا دیگر زنان را به پوشیدن روسری تشویق کند، «کارگردان آن را فرا می‌خواند و نسبت به پخش این گونه برنامه‌ها هشدار می‌دهد.» باون نتیجه می‌گیرد که برنامه یادشده، اسلام را به عنوان یک اعتقاد [یعنی امر باطنی] بر صفحه تلویزیون ظاهر ساخت، ولی ناخواسته به آشکار شدن این حقیقت [اجتماعی - سیاسی] یاری رساند که مسلمانی و سیمای یک زن مسلمان در دیگر کشورها مفهوم و مصداق دارد، نه در فرانسه. (باون، ۲۰۰۷: ۲۰۶)

برخی بینندگان نیز از نوع گزارش دهی موضوع مناقشه برانگیز حجاب که در بیشتر موارد، دقیقاً پیش یا پس از برخی گزارش‌هایی که درباره اسلام گرایان خشونت طلب الجزایری در جدول اخبار جای می‌گرفت، شکوه کردند. (همان: ۲۰۷)

ص: ۲۹۱

این پیوند دادن زنجیره ای میان تعصب گرایی خارجی و حجاب داخلی، مغرضانه قلمداد می شد. باون بر آن است که این پیوستگی اتفاقی نیست؛ زیرا اسلام گرایی به اصطلاحی دوپهلوی و سودمند برای برخی جامعه شناسان و خبرنگاران فرانسوی بدل شده است. این اصطلاح هم به نهضت های طرفدار تشکیل حکومت اسلامی اطلاق می شود و هم در مورد جنبش هایی به کار می رود که صرفاً به تبلیغ مظاهر جمعی اسلام بسنده می کنند. از نظر این نویسندگان، یک ویژگی منفی، هر دو مرجع اصطلاح را به هم گره می زند و آن، این اندیشه اروپایی است که دین به حوزه خصوصی (۱) تعلق دارد. این ابهام، نویسندگان را تشویق می کند تا با بهانه قرار دادن اختناق و رعب آفرینی رژیم های توتالیتر اسلامی در خارج، جامعه مسلمانان فرانسوی را به دلیل حمایت از حضور اسلام در عرصه عمومی محکوم کنند. (همان: ۱۵۶)

سپس باون دشواری تعریف عموم کلی را روشن می سازد. «اسلام گرایی، جهانی و فراملیتی است و از این رو، از پذیرش چارچوب «شهروندی» (۲) به طور کامل سر باز می زند.» (همان: ۱۸۸) گویا باون بر این نظر است که دیگر عموم ها تنها برای تعریف جمهوری و دفاع از محدوده آن به وجود می آیند (روایت فرانسوی مارتی از عموم کلی). استدلال های به ثمر نشسته در راستای جداسازی کلیسای کاتولیک از حوزه عمومی (به ویژه در حیطه آزادی زنان) اکنون در مبحث اسلام گرایی به کار بسته می شود. (همان: ۲۲۱) در دوران احیای هویت ملی، گاه حکومتی برای مشروعیت بخشی و مردمی کردن رژیم خود از جماعت های دینی بهره می گرفت. (سی.اف.چن، ۲۰۰۷: ۱۸۳) بخش عمده ای از این سیاست به مدد نمادهای دیداری در رسانه های همگانی تحقق می یافت. برای مثال، از پخش تلویزیونی حضور رییس جمهوری [پیشین] روسیه، ولادیمیر

ص: ۲۹۲

۱- Private sphere

۲- Citizen

پوتین در مراسم کلیسای جامع سنت باسیل می توان نام برد. عنصر دیداری یک خبر (به ویژه همراه با پیش زمینه یک گزارش) به هنرپیشه ای نیاز ندارد تا رفتارهایش را برای مخاطب، باورپذیر سازد. اینکه رهبری سکولار کاری انجام می دهد (و در مراسم کلیسای ارتدوکس روسیه، شمعی می افروزد)، برای نشان دادن نظر مساعد عموم دینی [نسبت به نظام سیاسی] کافی است و به عموم دینی در متن عموم کلی، وجهه قانونی می بخشد. (آسوشیتدپرس، ۲۰۰۴)

سرانجام اینکه از جماعت های دینی انتظار می رود که نه تنها روح باطنی خود را در رسانه ها بدمند، بلکه به تبلیغ آن از طریق رسانه نیز پردازند. به رسمیت شناختن هم جنس گرایی به وسیله سراسقفی انگلیکان^(۱) را به یاد آورید. اختلاف نظر میان اعضای جمعیت جهانی انگلیکان^(۲) (به ویژه بحث و جدل میان اسقف های افریقایی و امریکایی) در رسانه های خبری بالا گرفت و بر اثر آن، شکاف برداشتن جوامع محلی نیز از خلال ارسال نامه های پرخاش گرانه به مسئول برنامه آشکار شد. به دنبال این واکنش ها، نیکلاس آدامز^(۳) موضوع یادشده را «بحثی بردبارانه و خیرخواهانه در شورای کلیسا» خواند. (آدامز، ۲۰۰۶: ۲۱) در این میان، گروهی که برای واگردان استدلالش در حوزه عمومی توانایی بیشتری داشته باشد، حمایت کافی عموم کلی را کسب خواهد کرد و برازندگی جایگاه کلامی آن گروه در این معادله نقشی ندارد.

هر از گاهی، تلاش برای پاسخ گویی به یک معضل درون دینی، راه مراجعه به عموم کلی را می پیماید. جیمز کلی^(۴) به قصد یافتن خاستگاه عبارت «بستر مشترک»^(۵) به یک نوشته در روزنامه St.Louis post-Dispatch به تاریخ ۲۶ دسامبر ۱۹۸۹ زیر

ص: ۲۹۳

۱- انگلیکانیسم، شاخه ای مستقل در مسیحیت است و جزو هیچ یک از فرقه های دیگر مسیحیت نظیر کاتولیک، پروتستان و ارتدکس نیست.

۲- Global Anglican provinces. ۴۸

۳- Nicholas Adams

۴- James Kelly

۵- Common Ground

عنوان «بستر مشترک سقط جنین» دست پیدا می کند. در آنجا آندرو پازدر،(۱) وکیل دعاوی مخالف سقط جنین (و مدیر کنونی یک رستوران زنجیره ای) می نویسد که مدافعان و مخالفان سقط جنین می توانند در مورد نیاز زنان و کودکان مستمند، اتفاق نظر داشته باشند و جناح های درگیر از این نقطه به همکاری مشترک بپردازند.

کلی می نویسد که اصطلاح بستر مشترک را کاتولیک ها و عموم کلی بی درنگ برگزیدند و از جمله سرخط یکی از شماره های نیویورک تایمز(۲) ۱۹۹۲ این بود: «در بحث حاد سقط جنین، رقیبان در جستجوی بستر مشترک برآمدند.» (کلی، ۱۹۹۹: ۱۲۱) خرده گروه های دینی، عموم کلی را برای ارتباط فرا می خوانند و در برابر، عبارت پردازی آنها از سوی گفتمان های بیگانه در گستره ای فراخ تر پذیرفته می شود؛ چنان که کلی با ذکر شواهدی از به کار بستن این عبارت به وسیله دیگران (از جمله بیل کلینتون) به نوعی انعطاف پذیری بدون اعتراف به سازش اشاره می کند.

به جز سخن از ملاک ها، ببینیم در قهوه خانه چه می گذرد؟

مونیکا در فاصله ای که منتظر رسیدن حنیف است، لپ تاپش را روشن می کند و استفاده از اینترنت بی سیم «فرست میت» را غنیمت می شمرد. او با دوستش، راجل که یک سالی است در تایلند به سر می برد، چت می کند. راجل در فرست میتی در «فوکت» [جزیره ای در جنوب تایلند] قهوه اش را مز مزه می کند.

آشنایی با اینترنت بیشتر در کافه ها اتفاق می افتد و از این طریق، پیوستن به جامعه شبکه ای برای کاربران بدون امکانات شخصی ممکن می شود. (ایکلمن و اندرسون، ۲۰۰۳) کارکرد قهوه خانه های روشنگرانه هابرماس را از کافی نت ها

ص: ۲۹۴

۱- Andrew Puzder.

۲- The New York Times روزنامه نخبه گرای صبح امریکا که در سال ۱۸۵۱ منتشر شد.

نمی توان انتظار داشت، ولی شباهت هایی وجود دارد. حتی در صورت دسترسی شخصی به اینترنت، کافی نت ها سخت پابرجایند و در بیشتر موارد، نزدیک ایستگاه های اتوبوس و قطار ساخته می شوند (قلمرو آن لاین به عنوان یک فضای انتقالی (۱) در جایی دیگر بررسی شده است. برای نمونه، بحث میا لوهیم (۲) (لاوهیم، ۲۰۰۶)). اینجا بحث قهوه خانه ای، نه با اعضای عموم محلی، بلکه با عموم دینی است.

فن آوری های نوین رسانه ای، نه تنها به پیوستگی فضا و زمان انجامیده است؛ بلکه بنا بر توصیف لورنس باب (۳) این رسانه ها به «گلوگاه اجتماعی» (۴) پیوند طبقه، جنسیت و پایگاه اجتماعی اقتصادی تبدیل شده اند. (باب و ودلی، ۱۹۹۵: ۳) بر اساس دیدگاه ایکلمن و اندرسون، «در بین یک عموم مسلمان، رسانه های جدید به کسانی که مایلند از بحث های کلامی کناره گیری کنند، فرصتی می دهند تا در چارچوب مفهوم امت، تعالیم مبتنی بر اندیشه خود را به گوش دیگران برسانند». (ایکلمن و اندرسون، ۲۰۰۳: ۱۰-۱۳)

رسانه های کهنه، محدودیت پذیرتر بودند. دولت ها از هر ابزاری برای کنترل دامنه نفوذ پیام همگانی سود می جستند و بر همه چیز از یارانه پستی مجلات خانگی و شهری گرفته تا ثبت رسمی روزنامه نگاران نظارت می کردند. تقارن فن آوری های فرامرزی و ادیان فراملیتی امری روشن است و این پرسش را به میان می آورد که: آیا گروه های دینی همچنان به حیات خود ادامه می دهند و اگر چنین است، چگونه باید بررسی شوند؟

مونیکا، خشمناک از بدقولی حنیف، لپ تاپش را می بندد، فنجان را روی میز رها می کند و از قهوه خانه خارج می شود. ناگاه در بیرون، نگاهش به فرست میتی روبه روی جایی می افتد که در آن نشسته بود. مونیکا چطور متوجه آن نشده بود؟

ص: ۲۹۵

۱- Transitional space

۲- Mia Lovheim

۳- Lawrence Babb

۴- Social bottlenecks

این دقیقاً شبیه فرست میتی بود که حنیف مدت یک ساعت در آنجا چشم به راه او بود و اکونومیست را ورق می زد. مونیکا، شرمگین از اشتباه خود، با شتاب راهی خانه می شود.

در جهان خرده فروشی های فرامرزی،^(۱) شاید یک خیابان اصلی در ونکوور [شهری در جنوب غربی استان بریتیش کلمبیا] با یک شاهراه در منچستر شباهت بیشتری دارد تا با یک شهر کوچک در بریتیش کلمبیای شمالی. به هر روی، نبود موقعیت و مکان تنها معضلی نیست که دست اندرکاران مفهوم «عموم ها» با آن دست به گریبانند.

گاه گروه های دینی صرفاً در ادبیات تخیلی [همچون داستان و فیلم] حضور دارند. برداشت ملوین براگ^(۲) از سریال انگلیسی کشیش کلیسای دیبلی^(۳) درخور توجه است. با وجود برخورداری این مجموعه تلویزیونی از شخصیت اصلی – که نقش آن را یک کم‌دین زن بازی می کند – دیبلی به دلایلی یک «کلیسای انگلستان» باورپذیر، عمیقاً تسلی بخش و دارای شایستگی است ... این کلیسای روستاییان در انگلستان بی ریا، خطاپذیر و سرشار از صمیمیت باطنی است. هنوز این سریال برای شمار زیادی از بینندگان، جوهر و مظهر کلیسای انگلستان است. فوق العاده مردمی و دوست داشتنی است. شاید استحقاق این توجه را داشته باشد، اما داستانی بیش نبوده است. (براک، ۲۰۰۶: ۶۲)

چه بسا دست یابی به آرزوی رسانه ای شده به تحقق نوعی عموم بینجامد که تاکنون وجود خارجی آن ممکن نبوده است. آیا امکان دارد یک سازمان یا محصول رسانه ای به یک عموم دینی تبدیل شود؟

ص: ۲۹۶

۱- Transnational retailers.

۲- Melvyn Bragg: نویسنده انگلیسی، زاده ۶ اکتبر ۱۹۳۹. وی نوشتن چند فیلم نامه سینمایی و تلویزیونی را در کارنامه خود دارد.

۳- Vicar of Dibley: سریال کمیک ساخته ریچارد کورتیس که از سال ۱۹۹۴ تا ۲۰۰۷ در انگلستان پخش می شد و داوون فرنچ، بازیگر اصلی آن بود.

شبکه الجزیره انگلیسی زبان، خود را چنین تعریف می کند: «بازتاب دهنده رویدادهای خاورمیانه و گردش متوازن اطلاعات روزانه با ارائه گزارش های بخش انگلیسی زبان شبکه الجزیره از جهان در حال توسعه تا غرب و از نیم کره جنوبی تا نیم کره شمالی». (الجزیره، ۲۰۰۶)

اینکه شبکه یادشده به ویژه در بخش انگلیسی زبان آن سیمای عموم فراملیتی مسلمانان را بنمایاند، جای بحث و نظر دارد.

آیا مصرف کننده، شهروند یا خانواده را می توان اجزای بنیادی یک عموم خاص تلقی کرد؟ به نظر ریس ویلیام،^(۱) این پیش فرض لیبرال - امریکایی که فرد را بدنه ساختار اجتماعی می انگارد، چندان درست نیست: «آیا خانواده ها، جنسیت ها یا حتی گروه های دینی - و نه افراد خودمختار - صورت بندی بنیادین اجتماع را پی نمی ریزند؟» (ویلیام، ۲۰۰۷: ۵۲)

هوور،^(۲) هم کنشی میان گروه های دینی و رسانه ای را به این معنا در کانون خانواده هوور بررسی کرده است. (هوور، ۲۰۰۴) تقاضای برخی مسلمانان غرب نشین برای داشتن قانون شریعت حاکم بر امور خانواده شاهی است که به موضوع یادشده برجستگی می بخشد.

شماری از منتقدان، حوزه عمومی هابرماس را به اروپای عصر روشنگری منحصر می دانند. با نادیده گرفتن دامنه این مفهوم، حوزه عمومی به دنیای مسیحی محدود می شود و سخن در حلقه این زمان بسیار خاص و بافت ویژه دینی فرهنگی گرفتار خواهد ماند. (آدامز، ۲۰۰۶)

پافشاری بر ایستایی مفهوم حاکمیت مستقل^(۳) در بینش ما از عموم کلی از کوه فکری مایه می گیرد. با توسعه بازرگانی و مبادلات تجاری، مجامع و

ص: ۲۹۷

۱- Rhys Williams

۲- Hoover et al. ۶۲

۳- Idea of statehood

سازمان های قاره ای مانند اتحادیه اروپا به دگرگون ساختن تعریف مرزها روی می آورند. با طرح موضوع فضای عمومی (۱) در پارلمان اروپا، فوسام (۲) این عبارت را به «گستره عموم ها» (۳) تبدیل کرد. (فوسام و شلسینگر، ۲۰۰۷: ۲۸۲) اکنون نه تنها حضور دیگر جماعت های دینی که طرفداران اروپای سکولار نیز کلیساهای ملی را در دو عرصه تقنینی و اجرایی به چالش می گیرند. (همان: ۲۸۳ و ۲۸۴؛ آدامز، ۲۰۰۶: ۴)

با وجود این چالش ها، اعتقاد دارم که عموم کلی و جماعت های دینی به تعامل ادامه می دهند. وانگهی باید به مفهوم گناه اجتماعی (۴) اشاره کنم که در پی بنای عموم کلی به وسیله رسانه ها، معنا و طنین دوباره ای می یابد. در تعالیم کاتولیکی، گناه اجتماعی از اعمال، فردی سرچشمه می گیرد. این اعمال، سرانجام، همه را «شریک جرم» (۵) می سازند و «ساختارهای گناه» (۶) را پی می ریزند. (کلیسای کاتولیک، ۱۸۶۹؛ ۱۹۹۹ _ سی اف؛ عدالت در زمین، ۱۹۷۱)

انتشار عکس های هتک حرمت زندانیان ابوغریب در سال ۲۰۰۴، خشم و انزجار مسلمانان و غیرمسلمانان را به طور عموم برانگیخت. چندان مهم نبود که افراد از کدام منبع به عکس ها دسترسی پیدا کرده اند؛ از طریق سایتی متعلق به مسلمانان یا در یکی از شماره های نشریه نیویورکر (۷) رویداد مبارک این بود که عکس ها به تریبونی برای گپ و سخن بدل شدند و همچون چشمه گف و گو در سراسر دهکده جهانی جریان یافتند. واکنش طبیعی این پیام بود که هیچ انسانی نباید به دست دیگری به این شیوه، شکنجه و آزار ببیند.

ص: ۲۹۸

۱- Public space

۲- Fossum

۳- Sphere of publics

۴- Social sin

۵- Accomplices

۶- Structures

۷- The New Yorker: هفته نامه ادبی امریکایی که نخستین شماره آن در ۱۷ فوریه ۱۹۲۵ منتشر شد.

فراتر از آن، باید بیان کنم که افتضاح ماجرای ابوغریب به دلیل آگاهی گسترده عموم از تأکید اسلام بر حجب و حیا، ابعاد وسیع تری به خود گرفت و از این مسیر وارد قلمرو عموم جهانی شد. اینکه این آگاهی به دلیل طرح موضوع حجاب [در رسانه ها] یا دیدن فیلمی درباره آداب جنسی مسلمانان یا به دلیل عضویت در امت در ذهن عموم رسوخ یافته بود، تفاوتی در نوع واکنش جهانی ایجاد نکرد. [پاسخ همگانی این بود:] نه تنها هیچ فردی از عموم جهانی _ بلکه هیچ عضوی از یک عموم دینی که برای شرم و حیا ارزش قائل است _ نباید این گونه بهراسد.

مشابه چنین واکنشی را در قضیه برخورد پلیس با معترضان برمه ای می توان مشاهده کرد که در سال ۲۰۰۷ به فرمان راهبان بودایی به خیابان ریختند. هرچند همگان موافقتی که مردم حق زندگی به دور از سرکوب نظامی را دارند، این حقیقت که تظاهرات هماهنگ شده به وسیله مردان زردپوش به خشونت کشیده شد، اهمیت دارد؛ (اکنونومیست، ۲۰۰۷) خواه این محکومیت از تماشای براد پیت در فیلم هفت سال در تبت (۱) تأثیر پذیرفته باشد یا از معبدی ویران در پایین دست خیابان. بله، تعرض به هر فردی خطاست، ولی اعمال خشونت نسبت به افرادی که خود، تجسم پرهیز از خشونت [اصل بودایی] هستند، (۲) به مسئله، بُعد ویژه ای می بخشد.

به رسمیت شناختن هم زمان وضعیت عمومی بشری و نیز شرایط ویژه یک عموم خاص، به شکفتن احساس یک پارچگی می انجامد. در اینجا به قوه و شم تمیز خبری که نشان برجسته ژورنالیسم است، تکیه می کنم؛ چرا باید به این واقعه توجه کنم؟ پاسخ در اینکه این ماجرا به نوعی به زندگی من ربط دارد (ابراز سودمندی و هم دردی) و تفاوتی در جهان روزمره زندگی من ایجاد می کند (آوردن تازگی)، نهفته است.

ص: ۲۹۹

-
- ۱- Seven Years in Tibet: هفت سال در تبت، نام فیلمی امریکایی است که بر اساس رمانی از هاینریش هارر و به کارگردانی ژان ژاک آرنو و بازیگری براد پیت و دیوید تیولیس در سال ۱۹۹۷ ساخته شد.
 - ۲- Nonviolence.

متأسفانه، بسیاری از بگومگوها در عموم جهانی _ دست کم به گونه ای که در اخبار بازتاب می یابد _ صبغه جنگ و ستیز دارند. آدامز خاطر نشان می سازد که توصیف حوزه عمومی به مهمان سرا از توصیف آن به محلی برای زد و خورد، متفاوت است. (آدامز، ۲۰۰۶: ۱۹) به هر روی، در این مقام، دین و خیرسانی چیزهای مشترکی دارند.

دین برای هابرماس معنادار است دقیقاً به این دلیل که از دیدگاه او، افراط و اغراق با روزمرگی یکسان است؛ دین، ساحتی است که جلوه های سنتی زندگی انسانی از جمله عهد و پیمان با صلح و امید ورزی، حضور چشم گیری در آن دارند. (همان: ۱۹)

به باور پژوهشگرانی همچون ایکلمن و اندرسون، (۱) کاهش شکاف میان تولیدکننده و مصرف کننده به خلق فضای تازه همگانی به وسیله رسانه های نو می انجامد. شاید این سخن، درست باشد، ولی اگر این فضا تنها به اندازه یک تلفن همگانی در نظر گرفته شود (و به وسعت درونی آن توجه نشود)، چندان تأثیری بر عموم جهانی نخواهد داشت. (به ماشین زمانی می اندیشم که دکتری خیالی آن را به کار گرفته است و هنگام توسعه درونی به یک تلفن همگانی پلیسی تغییر شکل می دهد) افزون بر آن _ همان گونه که آنها خود بدان معترفند _ عمومیت بالضروره و به طور خودکار، به مشارکت در عموم کلی تعبیر نمی شود. (ایکلمن و اندرسون، ۲۰۰۳: ۶) برنامه جهانی کنسرت زمین زنده (۲) بسیار عمومی بود، ولی در اثرگذاری ناکام

ص: ۳۰۰

۱- Eickelman Anderson

۲- Live Earth Concert: در هفتمین روز از هفتمین ماه از هفتمین سال هزاره جدید (هفتم ژوئیه سال ۲۰۰۷) به نشانه مشارکت هر هفت قاره کره زمین، مجموعه کنسرت هایی به نام «زمین زنده» در مناطق مختلف جهان برگزار شد. این کنسرت ها می خواستند به مردم بگویند که خطرات تغییرات جوی برای ساکنان کره زمین، موضوعی جدی و همگانی است.

به مفهوم «گناه اجتماعی» بازمی‌گردم. آنجا که ارتکاب گناه، علنی است، مقابله نکردن با آن، گناه دیگری محسوب می‌شود و در این اشتباه، نه تنها گناه کاران، بلکه همه آگاهان از وقوع گناه، شریک و هم دستند. بنابراین، تصویر حوادث خونین «دارفور» و «رواندا» در جام جهان‌نمای رسانه، نه تنها بر وجدان گروه‌های دینی تازیانه می‌زند، بلکه مسئولیت‌هایی را نیز بر دوش عموم جهانی می‌گذارد.

سرانجام مونیکا و حنیف یکدیگر را دیدند، البته به صورت آن لاین. مونیکا تصدیق کرد که به اشتباه به فرست‌میتی دیگر رفته بود و حنیف از اینکه در آن لحظه، آن قدر سرگرم اکونومیست بوده که مونیکا را از یاد برده و در پی‌اش نیامده است، عذرخواهی کرد. آن دو درباره معترض‌ان برمه‌ای چت کردند و مونیکا، حنیف را در جریان شنیده‌های راجل در تایلند قرار داد. حنیف پیشنهاد کرد که در قرار بعدی به یک قهوه‌خانه جدید بروند که دوستش، کارل معرفی کرده بود.

متن

اشاره

ص: ۳۰۱

سارا ام. پایک

برگردان: محمدرضا امین

در سال ۱۹۹۷، یکی از گزارشگران خبری تلویزیون، تلفنی از من خواست در مورد خودکشی های دروازه بهشت که یک هفته پیش از آن در سان دیه گورخ داده بود، مصاحبه کنیم. وظیفه تبیین موارد تبیین ناپذیر غالباً به عالمان دینی واگذار می شود: چرا مردان و زنان تحصیل کرده و مرفه تصمیم می گیرند به دست خود کشته شوند تا بر کشتی بیگانه ای سوار شوند که فکر می کنند پشت ستاره دنباله دار هال _ باپ قرار دارد؟ چرا مسلمانان از خود گذشته در ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱، مردم بی گناه را می کشند؟ یا کشیش های کاتولیک چگونه می توانند تجاوز به پسرانی را که هدایت معنوی آنها را به عهده دارند، توجیه کنند؟ این موارد و مواردی از قابل درک نبودن مردم مذهبی برای بیگانگان، فرصت هایی

ص: ۳۰۳

است که عالمان دینی با رسانه های خبری گفت و گو می کنند.

من اظهار نظر سوزان سانتاگ را جدی گرفته ام که می گوید وظیفه شخص روشن فکر این است که «گفتمان را ارتقا دهد؛ از حق تکثیر صداهایی که قرار است شنیده شوند، حمایت کند و تردید درباره نظر مقبول عامه را تقویت کند.» از این رو، بر آن بوده ام که در مورد تفاوت بین «فرقه» و «نهضت دینی جدید» به بینندگان تلویزیون آگاهی دهم. (سوزان سانتاگ، ۲۰۰۱: ۲۹۶) بر اساس نظر مقبول بین مردم، «فرقه ها»، ادیان واقعی نیستند و رفتارهای کلیشه ای رسانه های خبری در مورد پیروان «فریب خورده» دروازه بهشت، نشان دهنده تکثیر نظرها نبوده است. من در طول مصاحبه نیم ساعته مان بیان کردم که بیشتر ادیان به عنوان «فرقه» یا گروه هایی کوچک پدید آمدند که گرداگرد رهبران پرجذبه جمع می شدند. علاوه بر این، متذکر شدم که ادیان اصلی نیز تمام مسائل «بدی» را در بر دارند که عموماً با «فرقه ها» پیوند خورده اند؛ مانند سوء استفاده مالی و تجاوز جنسی به کودکان. این گزارشگر سر خود را به نشانه تفاهم تکان داد و پرسش های متعددی را در مورد گروه های مذهبی محلی در چیکو از من پرسید (از جمله ادیانی که در فضاهای دانشگاهی عضوگیری می کنند و من با هیچ یک از آنها برخورد نداشته ام). شب بعد که نشستم تا آن برنامه خبری را ببینم، از تیتراژ برنامه یعنی «فرقه های خون آشام در چیکو» یکه خوردم. این گزارش ده دقیقه ای متشکل بود از اظهار نظرهای من که از بافت سخنانم تفکیک شده و لابه لای شایعاتی در مورد «فرقه خون آشام» (که در محیط های دانشگاهی عضوگیری می کرد) با یکدیگر پیوند داده شده بودند. این کار به صورتی انجام شده بود که

گویا من در حال هشدار به والدین در مورد مراقبت از فرزندانشان در برابر فرقه های خطرناک هستم. این برنامه در چند دقیقه معدودی که به دروازه بهشت اختصاص یافته بود، رهبران این فرقه را به عنوان افرادی اهریمنی و متقلب ترسیم کرده بود و پیروانش را نیز اشخاصی توصیف می کرد که از نظر روانی ثبات ندارند؛ یعنی بر درک ناپذیر بودن آنها صحه می گذاشت.

ضرورت گروه بندی ادیان به بهنجار و منحرف، هم مطالعات دانشگاهی و هم برداشت عمومی از دین را نابهنجار کرده است. یکی از مردم شناسان به نام یوهانس فابیان، حوزه مردم شناسی را به «امپریالیسم عقلانی» متهم می کند؛ زیرا این حوزه، «مدعی قدرتی» است ناشی از کاربردهای زمان در ایجاد موضوع این علم و تقسیم بندی آن به «وحشی، اولیه و بقیه انسان ها». (یوهانس فابیان، ۱۹۸۳: ۱) آنچه در مورد مردم شناسی صادق است، شاید در مورد مطالعات دینی حتی به صورت مناسب تری نیز صدق کند. طلال اسد و دیگران استدلال کرده اند که مفهوم دین به صورت گریزناپذیری با گذشته استعماری خود در هم تنیده است. (اسد، ۱۹۹۳) یا همان گونه که رابرت ای. اُرسی می گوید: «این نظم از طریق حذف _ عملی و نظری _ دیگر شیوه های زندگی بین آسمان و زمین برقرار شده است؛ شیوه هایی که به دنیای فرقه ها، آیین ها، بنیادگرایی ها، پرهیزگاری همگانی، آداب پرستی، سحر، دین اولیه، اعتقاد به دوره هزارساله حکومت مسیح و هر چیز دیگری غیر از دین محول می شد». (رابرت ای. اُرسی، ۲۰۰۵: ۱۸۸)

در تاریخ مطالعه دین، آداب و رسوم مطرود با گذشته «باستانی» و دنیای طبیعی، یکی دانسته می شدند و این باور نیز وجود داشت که تمرکزی بیش از اندازه بر جسم دارند و در فضاها «دیگر» یا فضاها کفرآمیز قرار می گیرند. همین «دیگر

شیوه‌های «مطرود» برای زندگی بین آسمان و زمین» است که من می‌خواهم آن را در دستور کار قرار دهم. (بیل، ۲۰۰۵)

با آغاز بحث از حواشی و نه از اصل مطلب و با معطوف کردن توجه به حاشیه‌هایی که فرهنگ‌های دینی جای‌گزین در آنها شکل می‌گیرند، موضوع‌های مهم را می‌توان در نظر گرفت. بر اساس این نقاط قوت غالباً مطرود، با سهولت بیشتری می‌توان درک کرد که جوامع دینی جای‌گزین و به حاشیه رانده شده چگونه می‌توانند ساختارهای همگانی، مشارکت سیاسی، رفتارهای خویشتن، سبک‌های زندگی و الگوهای آیینی حاکم را زیر سؤال ببرند یا وارونه کنند. هنگامی که ما تقابل بین دین و طرف مقابل آن را معکوس می‌کنیم و منبع خلاقیت دینی را در بیگانه بودن، از جمله بدن، گفت و گوهای آن لاین هواداران جوان تلویزیون، خرده فرهنگ‌های موسیقایی جای‌گزین، جنبش‌های دینی جدید، جشنواره‌ها و دیگر فضاهای نامحتمل جست‌وجو می‌کنیم، چه اتفاقی می‌افتد؟ این فضاها با آنچه میشل فوکو، «ناجورجایی» می‌نامد، شباهت دارند. این ناجورجایی، به منزله «مکان نادرست یا نوعی آرمان شهر» عمل می‌کند «که به صورت رضایت بخشی ساخته و پرداخته شده و در آن، ... به تمامی مکان‌های دیگر قابل مشاهده در فرهنگ، به طور هم‌زمان ارائه شده اعتراض می‌شود و وارونه می‌شوند.» (فوکو، ۱۹۸۶: ۲۳) جالب بودن ناجورجایی‌ها، هم به خودی خود و هم به دلیل آن چیزی است که در مورد مکان‌های مذهبی سنتی تری که سعی دارند به تلویح یا با صراحت، آنها را زیر سؤال ببرند، آشکار می‌کنند. البته اماکن احتمالی و بسیار «دیگری» نیز برای کشف کردن وجود دارد و موارد انتخابی من، نمونه‌های کاملاً روشنی از محورهای بین مقدس و کفرآمیز، دین و رسانه‌های همگانی و ادیان حاکم و جای‌گزین هستند. این «فضاهای دیگر»، نمونه برجسته کانون متغیر فعالیت مطالعه دین هستند:

۱. ادیان اینترنتی جای گزین؛

۲. حرم ها و محراب های واقع در اماکن غیرمنتظره؛

۳. دین حاشیه ای و حیاط خلوتی؛

۴. جشنواره ها و خرده فرهنگ های موسیقایی.

کاهنان و ساحره ها در دنیای مجازی

گرایش ناجورجایی های دینی به این است که به مرز بین مقدس و سکولار حمله کنند. این امر به ویژه در مورد جوامع دینی اینترنتی صادق است که به افراد امکان می دهند بین رفتار و هویت های واقعی و مجازی پس و پیش روند. در دهه ۹۰، درست در زمانی که جوامع مذهبی آن لاین برای نخستین بار ظهور کردند، من نیز تحقیق در مورد الحاد نوین (جنبشی دینی متشکل از زنان و مردانی که ادیان طبیعی باستانی را بازآفرینی می کنند) را آغاز کردم. در سال ۱۹۹۵، اریک دیویس در مقاله خود در مجله Wred درباره «تکنو ملحدان» چنین اظهار نظر کرد که ملحدان نوین آن لاین «دستی در فضای تکنولوژیکی در حال ظهور دارند و دستی در دنیای لجام گسیخته الحاد.» (اریک دیویس، ۱۹۹۵) بسیاری از ملحدان نوین برای صمیمیت با طبیعت، ارجحیت قائل می شوند، ولی الحاد نوین یکی از نخستین ادیانی بود که اینترنت را برای ایجاد جوامع آن لاین به کار گرفت و آیین های آن لاین را ترویج کرد. اینترنت در دهه ۹۰ به عنوان فضایی «دیگر»، ریخته گری خلاقانه ای را به دست داد که این بیگانگان مذهبی می توانستند هویت خود را در آن هم شکل دهند و هم بیان کنند. در ۴ ژوئیه ۱۹۹۵، آیزاک یونیتر، ساحر اعظم، بیانیه ای برای یک مراسم آیینی

ص: ۳۰۷

بزرگ مقیاس صادر کرد که «ملحدان و نیز ساحران آیینی، پیروان عصر جدید و تمامی کسانی را که در کشور ما دغدغه آزادی _ به ویژه آزادی دینی _ دارند، تشویق می کند که این چهارم ژوئیه را سحر کنند.» (پایک، ۲۰۰۴: ۱۲۶) آیین چهارم ژوئیه یکی از نمونه های فراوان جوامعی است که با استفاده از ابزار الکترونیکی، مشارکت در آیین را در مقیاس بین المللی امکان پذیر می کنند. از این رو، مشارکت کنندگان حاضر در جنبش های کوچک مذهبی مانند الحاد نوین (که در غیر این صورت، از یکدیگر مجزا خواهند بود) را با یکدیگر مرتبط می سازند. آیین مستلزم چیزی است که رونالد گریمز نظریه پرداز آن را «مکان های ساخته شده» می نامد؛ یعنی مکان هایی که برای آیین در نظر گرفته می شوند. (گریمز، ۱۹۹۵: ۷۲) آیین های اینترنتی در مکان هایی برگزار می شوند که به صورت مجازی ساخته شده و حاصل مقاصد مشارکت کنندگان و اعمال فیزیکی مرتبط با خواندن طلسمات هستند.

ملحدان نوین در اینترنت نسبتاً احساس راحتی می کنند، ولی نسبت به رسانه های گروهی دچار ضد و نقیض گویی اند. هرچند ملحدان نوین رفتارهای کلیشه ای و رایج دین خود را به نقد می کشند، ولی ساحره ها، مشاور سازندگان فیلم افسون بودند و گروه های طرفدار، بوفی، قاتل خون آشام را پدید آوردند. در سال ۲۰۰۱، مردم شناس دیگری به نام کاترین رانتری ظهور گسترده و فزاینده «اشتیاق معاصر به سحر» را در گونه های مختلف رسانه ای یادآوری کرد.

به نظر او، «عنوان هایی مانند «سحر» از جانب قفسه های کتاب «عصر جدید»

سرازیر می شود، در حالی که ژنا، سابرینا و خواهران مجموعه طلسم شده، مخاطبان ساعت های پربیننده تلویزیون را مسحور می کنند... و کودکان در سراسر دنیا، کلیدهای کامپیوتر را می فشارند تا در بازی های نقش گزاران، کاوش های نیابتی سحرآمیز داشته باشند». (رانتری، ۲۰۰۶: ۱۹۰)

امروزه هیچ نوجوانی بدون آشنایی با دنیای سحرآمیز هری پاتر به سراغ الحاد نوین نمی رود. ساحره های قرن بیست و یکمی که یکی از بزرگ ترین گروه های حاضر زیر چتر الحاد نوین هستند، در مقایسه با نسل والدین خود، به میزان بیشتری، مستعد هستند که باورها و رفتارهای خود را با نمایش های تلویزیونی و فیلم های پرطرفدار مرتبط سازند تا با اساطیر سلتی و یونانی.

برای مثال، جادوگری مرتبط با نوجوانان از دهه ۹۰ به بعد سیر صعودی داشته و تا اندازه ای به واسطه مجموعه های تلویزیونی مانند طلسم شده، سابرینا؛ ساحره نوجوان و بوفی تسهیل شده است. (برگر و ازی، ۲۰۰۷) بسیاری از ساحره های جوان خوش ندارند هویت دینی خود را در مدرسه یا خانه آشکار کنند؛ زیرا بر اثر برخورد با پرسش های مکرر به دلیل همراه داشتن طلسم های ستاره ای پنچ پر یا پوشیدن لباس های سیاه به ستوه می آیند. از این رو، خود را کاملاً در جوامع آن لاین غرق

می کنند. حنا ساندرز در تحقیقی مرتبط با رساله دکترای خود، نوجوانان هوادار بوفی در اینترنت را بررسی کرد و دنیای در هم تنیده ای از کتاب، تلویزیون و رفتارهای مرتبط با زندگی واقعی را کشف کرد. این ساحره های نوجوان در کنار بحث در مورد بوفی، پرسش درباره سایت های آزاد اینترنتی مرتبط با طلسم ها و بازخوانی کتاب ها برای یکدیگر، مشترکاً دارای تجربه های مشروح آیینی و مشکلات جدی بهداشتی بودند که کالبدهای آنها را به دنیای آن لاین وارد می کرد. (هانا ساندرز، ۲۰۰۵) ساحره های نوجوان، نمونه برجسته شیوه های پابرجا ماندن دین (با وام گرفتن از ایده توماس توید در مورد دین به منزله امری «پابرجا») در فضاهای الکترونیکی و واقعی هستند. (توماس توید، ۲۰۰۶) ملحدان نوین بین خویشتن فیزیکی و آن لاین، فرهنگ عامه و سنت های باستانی، حاشیه و جریان اصلی در نوسان هستند و مرزهای این امور متضاد را مبهم می کنند.

محراب ها و حرم ها به منزله ناجورجایی در مقیاسی کوچک تر

اینترنت در خط مقدم دینی و علنی قرن بیست و یکم قرار دارد و سایت های همگانی سوگواری که افق دید را به صورت فزاینده ای با داستان های شخصی و ملی مربوط به بلایا و کشته شدگان پر می کنند، در همین خط مقدم قرار دارند. حرم ها و محراب ها در خیابان ها، حاشیه راه ها و پارک ها وجود دارند و مکانی مقدس، بدون وابستگی به هرگونه سنت دینی خاص ایجاد می کنند. (دوس، ۲۰۰۶؛ سانتینو، ۲۰۰۶) در روز ۱۲ سپتامبر ۲۰۰۷، در حال لذت بردن از دویدن معمول خود در پارک بودم که ناگهان به نیمکتی پوشیده از گل ها و پیام های یادبود برای نیکول میلر بیست و یک ساله برخورددم که در ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ در پنسیلوانیا در جریان سقوط هواپیمای ربوده

شده شماره ۹۳ یونایتد فلایت در گذشت. نمودهای همگانی اندوه ناشی از حادثه ۱۱ سپتامبر، نمونه جدیدی از این امر هستند که حرم‌ها و محراب‌ها چگونه به یک زبان محلی و عمومی امریکایی یا به قول استوارت هوور، به «دین مدنی جدید برای سوگواری و یادبود» تبدیل شده‌اند. (هوور، ۲۰۰۶: ۱۰) دیگر جلوه‌های این دین مدنی جدید پس از بمب‌گذاری‌های اُکلاهاما سیتی، پس از حادثه تیراندازی‌ها در دبیرستان کلمباین در کلرادو و در نیوآرلئان پس از خرابی‌های توفان کاترینا پدیدار شد. این وقایع، فرصت‌هایی را برای جلوه‌های شخصی شده انسجام ملی در حرم‌ها و محراب‌های خودانگیخته فراهم آورد. در این فرآیند، آنها شایستگی مکان‌های دینی سنتی در برآوردن نیازهای امریکایی‌های اندوهگین را زیر سؤال بردند.

تیراندازی‌های مدرسه کلمباین در سال ۱۹۹۹، فرصتی بود برای گرمی‌داشت همگانی که با بحث جاری مرتبط شده است. مناقشه‌های مربوط به چگونگی گرمی‌داشت نوجوانان در گذشته، تقریباً بلافاصله پس از آن تراژدی و هنگامی آغاز شد که گرگ زانیس، نجار مسیحی اهل ایلینویز، پانزده صلیب را بر فراز تپه‌ای در پارکی عمومی در نزدیکی مدرسه برافراشت. روی هر یک از صلیب‌ها، نام یکی از درگذشتگان حک شده بود و منظور زانیس از این کار، شیوه‌ای برای تسری محبت به تمامی خانواده‌های اندوهگین، از جمله خانواده‌های دو تیرانداز این حادثه یعنی اریک هریس و دیلان کلبولد بود. آنچه اریکا داس، تاریخ‌نگار

عرصه هنر، «فرهنگ مادی غم» نامیده است، بلافاصله در حال تحقق بود؛ یعنی به موازات اینکه صلیب های یادشده به مکان هایی زیارتی تبدیل شده و مردم گل و حیوانات تاکسی درمی شده را در آنجا قرار دادند و همان گونه که زانیس در نظر داشت (و برای هر صلیبی یک قلم نیز قرار داده بود)، پیام هایی را روی خود صلیب ها می نوشتند. (دوس، ۲۰۰۶) صلیب های قربانیان با پیام هایی در مورد عشق و هجران پوشیده می شد، در حالی که نوشته های روی صلیب های هریس و کلبولد طیفی از پیام های ترحم آمیز تا پیام هایی مانند «قاتل ها! در جهنم بسوزید» (از سوی بریان روربو، پدر یکی از قربانیان) را شامل می شد. (زوبا، ۲۰۰۰: ۴۷) ده روز پس از این تیراندازی ها، روربو و خانواده یکی دیگر از دانش آموزان مقتول، صلیب های اریک و دیلان را از بین بردند و روربو به سرعت این کار را چنین توجیه کرد: «ما برای آدولف هیتلر یادمان نمی سازیم و آن را در موزه هولوکاست قرار نمی دهیم و در اینجا هم قرار نیست چنین چیزی رخ دهد.» (همان: ۴۹) هنگامی که آنها فضای سوگواری را فراتر از کلیساها و مراکز خدمات کفن و دفن و تا محیط های باز گسترش دادند، صلیب های یادبود به کانون بحث عمومی بر سر معنای کلمباین تبدیل شدند.

از آنجا که قاتلان کلمباین از سوگواری و گرامی داشت عمومی حذف شدند، دوستان و غم خواران آنها یادمان ها و حرم های آن لاین را ایجاد کردند. دانش آموزان دبیرستانی نیز به سراغ آن یادمان های آن لاین رفتند تا در مورد رابطه بین رسانه های همگانی و خشونت علیه جوانان صحبت کنند. مایکل که یکی از سایت های یادبود کلمباین را ایجاد کرده است، انگیزه های خود را چنین بیان

می‌کند: «من نه یک نازی هستم و نه طرفدار هیتلر. من در واقع، طرفدار ناخن‌های ۹ اینچی هستم، ولی فکر نمی‌کنم این موضوع با تیراندازی‌های کلرادو مرتبط باشد.» سایت اینترنتی مایکل دارای نمادهایی از آتش‌های مشتعل و تصاویر اریک و دیلان است. متنی که زیر این تصاویر نوشته شده است، می‌گوید «آنها صلیب‌های شما را از بین بردند. بسیار خوب! شما که به آنها نیاز ندارید.» (مایکل، ۲۰۰۰) بسیاری از پیام‌های موجود در آرشیو مایکل از رسانه‌ها می‌خواهند که فشار بیاورند. فاکس تِرت می‌پرسد: چرا رسانه‌ها می‌کوشند تا واقعیت این تراژدی را مخفی کنند؟ پاسخ یک کلمه است: «سرگرمی.» ای دنیا! چشمانت را باز کن، این جریان در هر مدرسه‌ای در گوشه و کنار دنیا اتفاق می‌افتد و خودت برای «واقعیت‌های» موجود در جریان رسانه‌ای غالب ناراحت نکن؛ به آنچه می‌بینی، آنچه می‌شنوی و مهم‌تر از همه، آنچه می‌دانی، باور داشته باش. اریک و دیلان! تا ابد آسوده بخوابید.» (فاکسترات، ۲۰۰۰) در این یادمان‌های آن‌لاین، جوانانی که احساس می‌کنند گفتمان عمومی درباره کلمباین آنها را به حاشیه رانده است، تفسیرهای رسانه‌های خبری از این تیراندازی‌ها را به چالش می‌کشند و روایت‌های خود را ارائه می‌کنند.

جشنواره «مرد سوزان»، مکان دیگری برای فرهنگ مادی سوگواری و طرح گفتمان‌های مطرود است؛ این برنامه، یک جشنواره هنری یک هفته‌ای در صحرای نوادا است که در سال ۲۰۰۷ بیش از چهار هزار شرکت‌کننده را به خود جلب کرد. گزارش‌های خبری غالباً بر جنبه سکولار این جشنواره تمرکز دارند، ولی از سال ۲۰۰۰ به بعد، هر ساله، معبد یادبود بزرگی که در پایان این گردهم‌آیی

سوزانده می شود، به یکی از کانون های توجه این جشنواره پرطرفدار بدل شده است. به جا آوردن آیین ها در جشنواره «مرد سوزان» (مانند آیین های آن لاین و یادمان های تعبیه شده روی نیمکت پارک ها) هر گونه تلاش برای ترسیم مرزی روشن بین بعد سکولار و بعد دینی را به چالش می کشد. در سال ۲۰۰۳، معبد یادمان «مرد سوزان» را «معبد اشک ها» در «آرام گاه بزرگ» نامیدند و آن را به اشخاصی اختصاص دادند که خودکشی کرده اند. این معبد در پایان هفته با هزاران پیام دست نوشته، عکس و صدقه برای مردگان پر شد. البته بسیاری از آنها بر محراب اصلی اختصاص داده شده به خودکشی کرده ها تمرکز داشتند. دیوید بست، طراح معبد، به من گفت: «آنها (افراد خودکشی کرده) می توانند در اینجا احترام ببینند.» وی می خواست فضایی را برای یادبود خودکشی کرده ها ایجاد کند؛ زیرا مشاهده می کرد بیشتر ادیان آنها را نادیده می گیرند و با سکوت از کنارشان می گذرند. (پی کی ای، ۲۰۰۵) ناجورجایی های در مقیاس کوچک تر مانند سایت های اینترنتی اریک و دیلان و محراب خودکشی مرد سوزان، تعامل شخصی شده با مردگانی را امکان پذیر می کنند که در جاهای دیگر قابل دسترسی نیست. این معبد همانند دیگر گونه های دین مدنی مجلس یادبود، فضایی را برای همه فراهم می کرد تا بدون ضرورت التزام به دینی خاص، در قالب های دینی (معبد و محراب) مشارکت داشته باشند.

رفتار فیزیکی شخصی مانند نوشتن روی دیوارهای «آرام گاه بزرگ» و گذاشتن گل روی صلیب های تیراندازان کلمباین، به راه هایی برای ابراز ارزش ها، نگرش ها و زیبایی شناسی دینی بدل شده که ممکن است با ارزش ها، نگرش ها و زیبایی شناسی مسلط در جامعه متعارض باشند. خود بدن ها نیز می توانند به یادمان های زنده ای برای

مردگان، گواه ایمان یا آن گونه که دیوید چیدستر می گوید، «زمینه ای جهانی و زیربنایی برای دین» بدل شوند. (چیدستر، ۲۰۰۵: ۵) تصاویر دینی از مردگان می تواند در حرم های یادبود، هم پوشیده شود و هم تجسد یابد. همان گونه که جان برگر در «شیوه های دیدن» متذکر می شود، ما دنیا را با الفاظ تبیین می کنیم، ولی «دیدن، پیش از الفاظ واقع می شود ... این دیدن است که جایگاه ما در دنیای پیرامون را تثبیت می کند.» (برگر، ۱۹۷۲: ۷) در دبیرستان های واقع در بخش های مرکزی شهر و در مراسم جمعی تدفین، تصویرهای ایمان و غم را آشکارا می توان روی بدن ها دید و این تصاویر، یادمان خشونت در بین جوانانند. آسود هایسِ عکاس، عکس هایی با عنوان «آسوده بخواب» را در اوکلند واقع در کالیفرنیا برای دانش آموزان دبیرستانی روی تی شرت چاپ می کند؛ دانش آموزانی که می خواهند به یاد دوستان و بستگانی باشند که به صورت خشونت باری کشته شده اند. «این راهی است برای ابراز هم دردی، سوگواری و غم ... این کار، آنها را روی تی شرت جاودانه می کند.» (هایس، ۲۰۰۴) حاضران در یک سوگواری شبانه در نیوآرلئان در سال ۲۰۰۴، تی شرت های «آسوده بخواب»ی را پوشیده بودند که در قالب زیرنویسِ تصویری از درگذشتگان وعده می داد که: «در آن سو، شما را خواهم دید.» (یانگ، ۲۰۰۴) تی شرت های «آسوده بخواب»، همانند هدایای روی نیمکت که هنگام دویدن صبحگاهی در پارک به آنها برخورد کردم، شواهدی شخصی بر ایمانی هستند که در فضای عمومی ابراز می شود. الیزابت آروک و ویلیام کینان در مقدمه خود بر کتابی جدید درباره دین مادی می نویسند، «ایده دین به خودی خود، خارج از تجسدش در جلوه های مادی، پیچیدگی فراوانی دارد.» (آروک و کینان، ۲۰۰۶) به همین ترتیب، پوشیدن تصاویر دینی و نمادها می تواند قالب های مهمی از

مراعات امور دینی باشد که در زندگی روزمره، در خانه، مدرسه، بازار و در خیابان‌ها صورت می‌گیرد. یادمان نیمکت پارک، صلیب‌های کلمباین، معبد مرد سوزان و تی شرت‌های یادبود، نمونه‌های معاصر هستند که می‌گویند انسان برای یافتن زنان یا مردانی که عمل دینی انجام می‌دهند، لازم نیست به مکان‌هایی برود که عموماً «مذهبی» شمرده می‌شوند.

جغرافیای مقدس حیاط‌های پشتی و حاشیه راه‌ها

جغرافیاهای مقدس همه جا در اطراف ما وجود دارند: در خانه‌ها، حیاط‌های پشتی، پارکینگ‌ها و حاشیه راه‌ها. جوامع مهاجر، نمونه برجسته‌گذار و سکونت هستند که بر اساس استدلال توماس توپید، مشخصه دین در قالب «جریان»، (توپید، ۲۰۰۶) مهاجران از اقیانوس‌ها و کوهستان‌ها گذر می‌کنند و سکونت در وطن‌های جدید خود است، در عین زنده نگاه داشتن آداب و رسوم و باورهای سنتی می‌آموزند. پناهندگان لائوسی جنگ همونگ یکی از نمونه‌های فراوان تعارض بین فرهنگ‌های دینی مهاجر و انتظارات غربی امروزی در مورد ماهیت دین هستند. این تعارض حتی به فضای فیزیکی نیز کشیده شده است. اندکی پس از آنکه به کالیفرنیا شمالی منتقل شدم، متوجه گردهم‌آیی بزرگی از خانواده‌های همونگی شدم که در حیاط پشتی کوچکی زیر یک چادر در خانه‌ای جمع شده بودند که وقتی به سر کار می‌رفتم در مسیرم قرار داشت. آنها با اینکه با فشار و ازدحام در

کنار همسایگان خود نشسته بودند، در خارج از ساختمان، در یک چاله، چند جوجه را نگه داری می کردند و تاس کباب هایی را می پختند که بوی عجیبی داشت. سه روز بعد نیز آنها به دلیل آنچه متوجه شدم مراسم تدفین است، همچنان همان جا بودند. مراسم تدفین و دیگر آیین های سنتی به ویژه هنگامی که همونگی ها، حیوانات قربانی را در اماکن عمومی مانند پارکینگ ها با خود می آوردند، برای آنها مشکل ایجاد می کرد. (چو، ۲۰۰۴) از نظر همونگی های حاضر در کالیفرنیا، مشکلات ناشی از پس و پیش کردن یک سبک زندگی با سبکی کاملاً متفاوت، در مکان هایی مانند بیمارستان ها و مراکز تدفین که حوادث مهم زندگی در آنها رخ می دهد، به بهترین صورت قابل مشاهده است. (فادیمان، ۱۹۹۷)

یک همونگی ناشناس که در واکنش به مطلبی ثبت شده درباره اپیزود «آناتومی گری» در وبلاگی در سال ۲۰۰۵ بحث می کرد، انتقاد داشت که «آیین های شمن تقریباً هیچ گاه در بیمارستان یا فضای عمومی برای فرد خاصی اجرا نمی شود، مگر اینکه حادثه ای در منطقه رخ داده باشد و شمن برای نشاط دادن به شخص حادثه دیده به آنجا رود.» (Racal Pro-Fle, ۲۰۰۵) در یکی از داستان های این اپیزود، یک زن جوان همونگی غرب زده، به دلیل اینکه والدینش به وی می گویند برای بازگشت روحش، ابتدا یک شمن باید آن را فرا بخواند، از تن دادن به عمل جراحی حیاتی خودداری می ورزد. پزشکان و پرستاران در بدو امر زیر بار نمی روند، ولی سرانجام می پذیرند که یک شمن با بالگرد به بیمارستان بیاید و این آیین را اجرا کند. (برت، ۲۰۰۵) پس از پخش این نمایش، بینندگان همونگی در وبلاگ ها و گروه های گفت و گو در مورد صحت و راستی نمایش آیین شمنی در بیمارستان به بحث پرداختند. (Yellow Content, ۲۰۰۵)

بازدیدکننده ناشناس دیگری بر این باور بود که این تعارض بیش از حد برجسته شده است. وی توضیح داد که بسیاری از بستگان ذکورش، پزشک هستند و مادرش نیز یک شمن است، ولی خانواده اش، هم برای آداب و رسوم درمانی سنتی و هم برای رویه های درمانی غربی ارزش قائلند. (Racal Pro-Fle, ۲۰۰۵) این گفت و گوهای اینترنتی، دنیاهایی را که مشتریان تلویزیونی همونگی جوان در آن زندگی می کنند، به هم نزدیک می سازد و نوع گفتمانی را منعکس می کند که همونگی ها در آن مشارکت داشته اند تا آداب و رسوم آیینی خود را در زمینه درمان به بیمارستان ها و پزشکی غربی را به جوامعشان وارد کنند. تقریباً در همان زمان که این اپیزود پخش می شد، شمن های همونگی در مرسد واقع در کالیفرنیا با بر تن کردن نشان های بیمارستانی، در پارکینگ های بیمارستانی، حیوان قربانی می کردند. (یودسکای، ۲۰۰۶) در واقع، همونگی ها مکان های مقدس روستاهای خود را در کوهستان های لائوس با حیاط های پستی و پارکینگ های امریکایی جابه جا کرده اند.

همان گونه که گفت و گوی گسترده ناظر به «آناتومی گری» نشان می دهد، جوامع امریکایی _ همونگی گوناگونی زیادی دارند. محققان در واکنش به نظریه پردازی پست مدرن و پست استعماری در مورد روایت های کلان، به تفاوت موجود در درون فرهنگ ها و میان فرهنگ ها توجه بیشتری نشان می دهند. وندی دانیگر توصیه می کند که در بافت «متشابه» باید به دنبال «درخشش خاصی از تفاوت» بود تا حوزه کار تطبیقی مشخص شود. (دانیگر، ۲۰۰۰: ۷۲) همونگی ها نه تنها با نهادهای غربی، بلکه با خانواده های خود که خواستار ملغی کردن آداب و رسوم سنتی هستند، کشمکش دارند. یک دانش آموز همونگی برخلاف منتقدان

همونگی ناشناس، در مورد تنش های موجود در خانواده اش با من سخن گفت؛ زیرا مادرش یک طیب سنتی و دایی اش هم یک مسیحی ایمان بازیافته است که درمان شمنی را به عنوان کار شیطان تقییح می کند. تعارض های موجود در خانواده ها نشان می دهد که ادیان همیشه به راحتی «پا بر جا» نمی شوند. آنها غالباً با یکدیگر در حال تنش هستند و در مثال پیش گفته، شیوه های مذهبی بودن اعم از سنت همونگی و مسیحی امریکایی را به چالش می کشند.

رقصِ اسلم و مناجات سرایی برای خدا

من به فعالیت های دینی در مکان های غیرمنتظره مانند نیمکت های پارک ها و پارکینگ بیمارستان ها اشاره داشتم، ولی موسیقی و فیلم محبوب نیز می تواند به طور غیرمنتظره در اماکن دینی آشکار یافت شود. از سال ۱۹۸۳ به بعد، در هر تابستان، صداهای جشنواره موسیقی مسیحی گرنراستون در کوره راه های دور در نزدیکی شهر کوچک بوشنل واقع در ایلینویز به گوش می رسد. در سال ۲۰۰۴، یک خبرنگار به نام اندرو بیوجان در حال گشت و گذار در میان چادرهای نمایشگاه برپاشده در گرنراستون در میان بیست هزار بازدیدکننده دیگری بود که به این جشنواره آمده بودند. وی از اینکه تمامی بازدیدکنندگان از بخش «جوان مسیحی محافظه کار» دیدن نمی کنند، متعجب شد. برای مثال، وی متوجه شد که یک غرفه پرطرفدار «راک برای زندگی» و عرضه کننده تی شرت هایی با عبارت «کشتن نسل

ص: ۳۱۹

مرا متوقف کنید» را مرد جوانی اداره می کرد که «یک لباس موهاکی زیر و آستر دار و یک کت نیم تنه چرمی با وصله هایی مربوط به گروه های پانکی به تن داشت که اگر می دیدند او کجا مشغول به کار است، احتمالاً دچار حمله قلبی می شدند».

(بیوجان، ۲۰۰۶)

اگر بنا باشد در مورد سبک و موسیقی جوانان مسیحی سخن بگوییم، باید گفت رفتارهای کلیشه ای رایج، دیگر کارآیی چندانی ندارند. در سال ۲۰۰۳، جکی رابرتز، مادری اهل فلوریدا، یک کامیون بچه را با اتومبیل به گرنراستون آورد، ولی در وبلاگ خود نوشت: این «صحنه موسیقی معاصر مسیحی آن چیزی نبود که انتظارش را داشتند...؛ زیرا با گروه هایی از هیپی ها، پانکی ها، گوت ها، موهاک هایی با رنگ آمیزی های روشن و انبوهی از خال کوبی ها برخورد کردند.» (هرتز، ۲۰۰۳) گویی که با اتومبیل به قلب ضدفرهنگ موسیقی جوانان مسیحی وارد شده باشند. گرنراستون با دعوت از پیروان کتاب مقدس برای بررسی گونه های متنوع فرهنگ عامه، شهرتی برای خود دست و پا کرده است.

«گرنراستون» از این نظر که هزاران شرکت کننده نوعی زیارت را به جا آورده اند و انتظار دارند قلب ها و ذهن هایشان در جشنواره متحول شود، شباهت بسیاری به «مرد سوزان» دارد. ممکن است گمان رود که آنها در دو کرانه طیف برنامه های جشنواره ای قرار دارند، ولی هم «مرد سوزان» و هم «گرنراستون»، طیفی از حرم ها، محراب ها، مراسم مذهبی، رقص و موسیقی را عرضه می کنند. صدها گروهی که در «گرنراستون»

نقش آفرینی می کنند، تمامی ژانرها، از پانکی گرفته تا وُرلد بیت را تنها بر اساس دو معیار دربردارند: باید مطلوب باشند و بتوانند دوام بیاورند. برای مثال، پیام های مبتنی بر کتاب مقدس، شعارهای مخالف سقط جنین، پرهیز از مشروبات الکلی و خط مشی های جنسیتی «گرنراستون» به روشنی بیان می کند که این جشنواره، گرچه تاد هرتز ژورنالیست آن را «وُوداستوک عیسی» نامیده است، جشنواره «وُوداستوک» دهه ۶۰ نیست. (هرتز، ۲۰۰۳)

با این حال، «گرنراستون» یکی از موارد قابل توجه مسیحی سازی فرهنگ های دیگر و رسانه های عمومی است. ایمجیناریوم، نام مکانی در «گرنراستون» است که در دعوت از مشارکت کنندگان در جشنواره برای رویارویی با فرهنگ رایج و اختصاص دادن آن به خود، پا را از حد خود فراتر می گذارد. یکی از برنامه ریزان ایمجیناریوم، فعالیت هایی را که زیر چادرها در جریان است، چنین توصیف می کند: «برخوردی بین کلوپ میکی موز و آداب استار ترک». (هرتناشتاین، ۲۰۰۶) کتلین لاند کوئیست، یکی از بازدید کنندگان از جشنواره، این وضعیت را چنین بیان می کند:

اینجا جایی است که تمامی گونه های مسیحیان گرد هم می آیند تا فرهنگ عامه _ هر چیزی از گودزیلا گرفته تا فلائری اُکانر، پرونده های ایکس، ارباب حلقه ها، فرانکشتاین، جیسون و آرگونات ها، ژولیوس ورن و بوفی؛ قاتل خون آشام _ را بررسی و موشکافی و از آن قدردانی کنند. (لاند کوئیست، ۲۰۰۶)

ایم‌جیناریوم هر سال روی موضوعی انگشت می‌گذارد که برنامه ریزانش، برنامه‌ها، فیلم‌ها، سخنرانان و کارگاه‌ها را در آن زمینه طراحی می‌کنند. این موضوع‌ها بر حواشی و دو کرانه‌نهایی فرهنگ عامه تمرکز دارند: ماریلین مانسون به جای پاریس هیلتون و فیلم‌های فرقه‌ای به جای محصولات جذاب هالیوودی.

جریان‌های مربوط به «کُرناستون» نشان می‌دهد که در برنامه معاضدتی جوانان مسیحی، اختصاصی کردن سبک‌ها و موسیقی‌های جای‌گزین در حال افزایش است. پایگاه اینترنتی Chrstangoth.com مشتمل است بر مقالات، قدردانی‌ها و یک لینک به سازمان منطقه‌اشینگتن دی. سی. _ مریلند موسوم به «امید‌مطروودان» که به خرده‌فرهنگ‌های مسیحی‌یاری می‌رساند. لویال‌تی. «جوانی که از سال

۱۹۹۸، خود را وقف تبلیغ برای مسیح» کرده است، سازمان «امید مطرودان» را می گرداند با هدف «ایجاد اتحاد و رفاقت در عرصه زیرزمینی به عنوان یک عرصه منسجم... تا سه خرده فرهنگ بزرگ زیرزمینی یعنی جوامع پانکی، گوت و هاردکور را نه تنها گرد هم آورد، بلکه با یکدیگر متحد کند.» (Hope for the Rejected, ۲۰۰۷) جشنواره های موسیقی مسیحی مانند «گرنراستون» و سازمان هایی مانند «امید مطرودان» مجدداً می کوشند تا آیین های سنتی مانند دعا و مطالعه کتاب مقدس را با خرده فرهنگ های نوپای امریکایی در هم آمیزند.

به هر حال، نوازندگان مسیحی در عرصه راک غالباً در تنش بین جاذبه جریان غالب و نیازهای جوامع مسیحی که خدمت بسیاری به آنها می کنند، گرفتار می شوند. فروشگاه های مسیحی از تهیه و فروش موسیقی «عناصر اصلی جنوب شهر» که گروه راک سنگین P.O.D. آن را اجرا کرده اند و یک موسیقی پرطرفدار در گرنراستون است، خودداری می کنند؛ زیرا روی جلد آن، «شخصی» به تصویر کشیده شده است «که چهارزانو نشسته است و حفره های روبازی در سر و بدن وی وجود دارد (یکی از آنها مشتمل بر قلب مقدس عیسی است و کبوتری نیز در حال انداختن نماد تثلیث به درون حفره دیگری است)». گروه P.O.D. این اثر هنری را برای بازار مسیحی با «جلدی سیاه با مربعی کوچک که تنها چهره شخص نشسته را می توان از میان آن دید»، تغییر داد. (بیوجان، ۲۰۰۶: ۲۹) لورن ساندلر، روزنامه نگار مسیحی و جوان قرن بیست و یکمی، همانند نسلی قدیمی از پروتستان ها که از رادیو و تلویزیون برای اشاعه پیام آن نسل بهره می بردند، آنها را «نسل حواری» می نامد؛ چون اینترنت و

موسیقی های پرتعداد را برای گرد هم آوردن هم قطاران خود داده اند. (ساندلر، ۲۰۰۶: ۱۲۱) نوازندگان راک مسیحی، مانند گوت های مسیحی که در حال گذار بین ارزش های محافظه کارانه مسیحی و خرده فرهنگ گوتی، بزرگ تر هستند، در عرصه ای جنجالی، راه خود را بین مسیحیت انجیلی و موفقیت های پررونق تجاری پیدا می کنند.

بسیاری از مسیحیان محافظه کار از اختصاصی شدن سبک خرده فرهنگی و رسانه های جمعی، ناخشنود هستند. «دانی دارکو» برای جمعیتی پرازدحام از شرکت کنندگان در ایمجیناریوم اجرا داشت که بسیاری از آنها مشخصاً گوت بودند. تیم که یکی از این مخاطبان بود، در وبلاگ خود گله داشت که نتوانسته است کمکی کند، ولی صدای گروهی معترض را شنیده بود که «بیرون چادر، آوازهایی مانند نور جهان و عیسی، نور است را مکرر می خواندند.» (تیم، ۲۰۰۶) یکی از معترضان به نام داینا لیتز، «سفر مأموریتی و مخفیانه» خود به «گرنراستون» سال ۲۰۰۶ را در وبلاگش با مطلبی به عنوان «روزهای مردگان در اردوگاه جوانان مسیحی گرنراستون» چنین توصیف می کند: «جمجمه ها و تصاویر نیز در آنجا قرار داده شده بود تا یادآور آقای راجرز باشد. آن روز، روز زیبایی نبود، بلکه شبی شیطانی در روزهای مردگان بود.» لیتز نگران این بود که جوانان، آداب و رسوم و باورهای درست مسیحی را در مورد مردگان فراموش نکنند:

در حرم پرنور مردگان، تصاویری از روزا پارکر گرفته تا آقای راجرز به چشم می خورد ... بسیاری از آنها با مردگان سخن گفته و می گویند: «من فقط

می خواهم تشکر کنم _ به خاطر تمام آنچه وی به من یاد داده است.» گویا روح شخص مرده در آنجا حاضر است و می شنود. (البته در مورد این که چرا نباید با مردگان بر اساس کتاب مقدس سخن گفت، هیچ توضیحی ارائه نمی شد). (لیتز، ۲۰۰۶)

وبلاگ لیتز در مجله گرنراستون ایالات متحده آمریکا برای قوم مسیح، یک نبرد پرحرارت و بلاگی و دفاعی مجدانه در مورد «گرنراستون» سال ۲۰۰۶ به راه انداخت. (ترات، ۲۰۰۶) بگومگوهای مربوط به گرنراستون، دودستگی بین پروتستان های محافظه کار به دلیل نگرش صحیح به رسانه های جمعی و خرده فرهنگ های جوان را علنی می کند.

برگزاری جشنواره های موسیقی در سراسر کشور، حضور گروه های موسیقی و هوادارانشان در مای اسپیس و سهولت دانلود کردن موسیقی، دین و موسیقی را قادر ساخته است تا در «فضاهای دیگر» کلپ ها، جشنواره های موسیقی و جوامع آن لاین، روابط جدیدی را برقرار کنند. اگر بخواهیم نمونه های معدودی را برشمردیم، گوت های مسیحی، هواداران دوآتشه هار کریشنا، پیروان هیپ های مسلمان در یک فرهنگ موسیقایی واسطه، گروهی و بزرگ تر، جایی برای خود باز کرده اند. صحنه های نمایش هاردکور و پانک که غالباً نقش های تکراری به شدت سکولار و آنارشستی به آنها واگذار می شود، هاردکورهای هار کریشنا، پانکی مسلمان و مسیحی را شامل می شوند. (هاردکورهای هار کریشنا با شیفتگان کریشنا که در فرودگاه ها آواز

می خوانند، تفاوت بسیاری دارد. با این حال، مثلاً هنگامی که گروه هاردکر ۱۰۸ در شوهای زنده خود در میان آوازها، آواز «هار کریشنا، هار رامنا» را می خواند و یادبود شخصی یکی از اعضا به نام راساراجا را در سایت مای اسپیس خود درج می کند، بین آنها هم پوشانی به وجود می آید. (داسا، ۲۰۰۷) از این رو، دین، موسیقی عامه پسند و سیاست در جشنواره ها و شوهای موسیقی به شیوه های نامنتظره ای هم گرا می شوند.

موسیقی، از سرود های نیایشی در کلوپ های پانکی گرفته تا رب اسلامی سیاه پوستان، رسانه ای مهم برای بیان آداب و رسوم و باور دینی و شکل دادن به آن است. مسیحیان متعلق به خرده فرهنگ ها، مسلمانان هیپ هاپی و گروه های دوآتشه هار کریشنا، در فرهنگ عامه و سنت های دینی خود که هنجارها را وارونه می کند و رفتارهای کلیشه ای را به چالش می کشد، جایی برای خود باز کرده اند.

اگر بنا باشد بر اساس محبوبیت بروشورهای تبلیغاتی و بی محتوای فروشگاه های بزرگ قضاوت شود، خبرنگاران آماده به خدمت و عوام اهل مطالعه، عاشق داستان های مربوط به بیگانه پلید هستند. خون آشام هایی که دانشجویان بی گناه دانشکده ها را قربانی می کنند، در مقایسه با تلاش های من برای نیک نهاد کردن اعضای دروازه بهشت، تیرهای بهتری هستند. ممکن است برای بازگرداندن پویایی به موضوعات مطالعات قدیمی در زمینه دین و برای تصحیح تاریخ استعماری دین و تاریخ عناصر «بیگانه» با آن، همان گونه که یوهانس فایبان توصیه می کند، بکوشیم تا به نوعی «هم زمانی» دست یابیم که «معاصر بودن را به عنوان شرط مواجهه های

حقیقتاً دیالکتیکی بین اشخاص و نیز جوامع» بپذیرد. (فابیان، ۱۹۸۳: ۱۶۴) گرایش نظریه های رسمی در باب دین به این سمت است که مطالعه ریشه ای در حوزه دین را با مانع روبه رو کنند. آنها غالباً بیشتر از آنکه ما را به موضوعات مورد مطالعه نزدیک کنند، ما را از آنها دور می سازند.

نمونه هایی از مردم دین داری که کار خود را به صورت شفاهی و مجدّانه انجام می دهند، مانند شمن های همونگی در پارکینگ بیمارستان ها و گوت های مسیحی در اماکن اردوگاهی و گرد و خاکی جشنواره ها، گونه های پیوند خورده جدیدی از نمود دینی هستند. ناجورجایی های دینی _ یعنی همین اماکن نامنتظره و بیگانه _ یک جبهه دینی جدید هستند: جشنواره ها، جوامع اینترنتی نوجوانان، خیابان های شهر، پارکینگ بیمارستان ها، حرم های واقع در حاشیه راه ها، محراب های خانگی و اعمال فیزیکی. نه تنها پژوهشگران در مکان های مختلف در جست و جوی دین هستند، بلکه مردان و زنان مذهبی نیز امروزه مایلند آداب و رسوم و باورهای خود را در حیاط های پشتی و خانه هایشان همانند معابد و کلیسا ها اعمال کنند. پانک های مسلمان که سجاده های نماز خود را بیرون می آورند، محراب های روزهای مردگان، سرودهای «هار کریشنا» که روی صحنه اجرا می شود و حرم های واقع در حاشیه راه ها، آثار مقدس ادیان منسوخ نیستند، بلکه همانند ساحره های نوجوان اینترنتی، سنت هایی باستانی هستند که با نسل اینترنتی تطبیق می یابند و آن را شکل می دهند. من از طریق گرد هم آوردن رپ های مسلمان، فعالان دو آتشه کریشنایی در زمینه حقوق حیوانات و گوت های مسیحی هوادار حقوق بشر، به دنبال به چالش کشیدن فرض های مرتبط با دین و رسانه عمومی هستم. گرایش های مهم دینی در حواشی،

در فضاهای دیگر و در نهادهای دینی بزرگ تر و قابل تشخیص تر شروع به کار می کنند. روشن است که نمودهای تعهد دینی و استفسار دینی در زندگی روزانه و اعمال جسمانی، از جمله در تولید و استفاده از موسیقی، تلویزیون، فرهنگ مادی و اخبار، مشهود است. توجه به دینی که در متن زندگی است، دین در خیابان ها و دین مادی، در وهله نخست مستلزم این است که نظری به اماکن نامنتظره و معمولی بیندازیم تا مکان های دینی متکثر و اهمیت آنچه را در این اماکن در حال وقوع است، درک کنیم.

ص: ۳۲۸

برگردان: محمدرضا امین

در عرصه دین، مسئولیت های طاقت فرسایی بر عهده متون گذاشته شده است. دعاها، سرودهای نیایشی و اوراد، همگی باید از موانع هراسناکی بگذرند که زندگان و مردگان را در تلاش برای فریب دادن خدایان و نیاکانِ مخاطب این اذکار، از یکدیگر تفکیک می کنند. متونی که سیر آنها در جهت عکس است، باید به همین ترتیب، مؤمنان را متقاعد کنند که پیام های مقدسی هستند.

از این رو، متون دینی در اغراق آمیزترین گونه، موضوع های روش شناختی مهمی را مطرح می کنند که با هر گونه تحلیل متنی در تقابل هستند. متون چگونه معنا را ایجاد می کنند؟ چگونه فرآیند خطاب قرار دادن مخاطبان خود را هدایت می کنند؟

ص: ۳۲۹

۱- Text.

۲- Isabel Hofmeyr.

هنگام گذار از زمان و مکان، چه اتفاقی برای متون رخ می دهد؟

در واقع، نظریه پردازان ارتباطات معتقدند که متون دینی برای رسانه های جمعی که غیرحاضران را مخاطب قرار می دهند، مدلی ارائه می کنند. «هیچ یک از ارتباطاتی که از طریق رسانه های انتقال دهنده یا ضبط کننده صورت می گیرد ... اساساً قابل تمییز از ارتباط با مردگان نیست». (پیترز، ۱۹۹۹: ۱۷۶)

منظور ما از متن چیست؟ متن، در عرصه مطالعات رسانه ای به ویژه در رشته تخصصی مربوط به فرهنگ، مفهومی زیربنایی است. متن که به منزله ترکیب متشکل از نشانه هایی شناخته می شود که بیننده، شنونده یا مخاطب برای آن اهمیت قائل است، به مفهومی انعطاف پذیر بدل می شود که به همان اندازه که می تواند در مورد یک داستان روزنامه ای، صادق باشد، بر یک مرکز خرید نیز صدق می کند. (هنکس، ۱۹۸۹) بدین معنا، یک متن دینی، چندبعدی است و به تمامی جنبه های یک رخداد معنوی از جمله معماری، رقص پردازی و پوشش آن، استفاده از صدا، آواز، قربانی و مواردی از این دست، مرتبط می شود.

دیگر تعاریف متن، محدودتر است و بر عنصر چاپ یا نوشتن، انگشت می گذارند. تعریف دیوید مورگان چنین است: «متن، یعنی چیزی مکتوب، نشریافته، ذخیره شده، با صدای بلند یا آهسته خوانده شده، خریده شده و به بحث گذاشته شده، داد و ستد شده و به نمایش درآمده. متن، نقل، ویرایش، بازنویسی می شود، با دیگر متون مقایسه می شود و درباره آن اندیشه می شود.» (مورگان، ۲۰۰۵: ۸۹) برای رسیدن به اهداف این فصل، همین تعریف را بسط می دهیم تا زبان گفتاری را نیز در بر بگیرد. بنابراین، متن، ترکیبی از نشانه های کلامی است که کاربرانش آن را امری منسجم و خطابی می دانند.

در مورد تحلیل متون، مطالعه عالمانه در مورد دین و رسانه موجب عرضه

خیره کننده روش شناسی های متنی و ادبی شده است. هرمنوتیک های ناظر بر کتاب مقدس یکی از کهن ترین سنت های غربی دانشوری متنی را تشکیل می دهد. مطالعات ادبی انگلیسی به عنوان رشته ای که در میانه های قرن نوزدهم پدید آمد، از آن زمان به بعد، روش هایی را برای بهترین راه تفسیر متون تدوین می کرد. در نیم قرن گذشته، مطالعات ادبی، فرهنگی و رسانه ای، بخشی از چرخش زبان شناختی علوم انسانی و علوم اجتماعی را موجب شده و شکل داده است؛ علمی که به دنبال تحلیل ماهیت چندبنيانی گفتمان و متنیت هستند. در تعابیر به یاد ماندنی بارت، متون اشیایی هستند دارای «ژرفای درخنده»، «فضاهای گسترده فرهنگی که شخص ما ... صرفاً یک معبر از میان آنهاست.» (بارت، ۱۹۸۹: ۳۱) متون، سرشار از «طنین» فریب دهنده «زبان» هستند. (همان: ۳۱)

این میراث های غنی تحلیل متنی، معروف هستند و همواره راه هایی مبتکرانه برای تفسیر متون شفاهی یا مکتوب (یا هر دو) ایجاد می کنند. با این حال، گرایش برخی از این رویکردها به بدیهی انگاشتن این مطلب است که متن به خودی خود، بدیهی است. آنها به ندرت به این پرسش ابتدایی نیاز دارند که متن سرانجام چگونه به معنای دقیق کلمه تعریف می شود؟ پرداختن به این پرسش مستلزم بررسی مسائل مربوط به خوانندگان، اقبال، مخاطبان و عموم است.

این عرصه، مطالب و مباحث فراوانی را در بر می گیرد. مطالعات رسانه ای، پیشینه ای طولانی در بررسی مخاطبان دارند. مدل های اولیه ارتباطات که متن را «گلوله ای جادویی» و نافذ می پنداشتند که در ضمیر خواننده _ بیننده منفعل نفوذ می کند، جای خود را به ایده های خواننده _ بیننده فعال داده اند؛ ایده هایی که به کار بردن یک متن را در آن واحد به معنای تولید آن نیز می دانند. به عبارت دیگر، هر قرائتی از متن، متن جدیدی تولید می کند. مجموعه ای از دانشوری های منسجم در

باب فضای عمومی، پرسش‌های گسترده تری را در مورد مفاهیم انسجام اجتماعی مطرح کرده است که ممکن است از به کار بردن مشترک‌گفتمان‌ها و متون خاص سر برآورند. (وارنر، ۲۰۰۲)

انسان‌شناسی دین نیز با این بحث مرتبط است. این بخش از دانشوری‌ها، پرسش‌هایی را درباره این نکته مطرح می‌کند که اشیا و کلمات، در مراسم دینی مربوط به این کلمات چگونه باید در کنار یکدیگر قرار گیرند تا از نظر معنوی اهمیت پیدا کنند. (کین، ۲۰۰۷؛ انجلک، ۲۰۰۷) همان‌گونه که وب‌کین (۱) اثبات می‌کند، در [جزیره] سومبا (۲) واقع در اندونزی برای جلب توجه نیاکان به آیین شفاعت، باید قربانی کردن حیوانی خاص با مجموعه مشخصی از تشریفات خطابی همراه شود که شخص خاصی بر زبان می‌آورد. به همین ترتیب، آیین عشای ربانی کاتولیکی دست کم مستلزم این است که میزبانی دارای مقام مذهبی با اوراد لفظی خاصی که کشیش بر زبان می‌راند، همراه شود.

با پیشینه‌ها و قوم‌نگاری‌های مربوط به قرائت نیز پرسش‌های مربوط به اجتماع متنی دینی و اینکه چگونه متون دینی از طریق تکرارهای بی‌پایان، مرجعیت و مشروعیت می‌یابند، روشن شده است. چه گروه‌های قاری کتاب مقدس در میان فقیران سیاه پوست افریقای جنوبی، (۳) چه یشیوا (۴) در بخش شرقی سفلی (۵) در نیویورک بررسی شود، این مطالعات، ابعاد گوناگون رابطه متقابل و سازنده بین این دو امر را می‌کاوند: خوانندگان، متون و اینکه «چنین رخداد‌های متنی (یا سواد‌های چندگانه (۶)) (استریت، ۱۹۹۳) چه انواعی از رویه اجتماعی را تشکیل می‌دهند.»

ص: ۳۳۲

۱- Webb Keane.

۲- Sumba.

۳- West ۱۹۹۹.

۴- yeshiva: مؤسسه آموزشی _ دینی یهودی. (مترجم)

۵- Lower East Side.

۶- Multi-literacies.

سنت های دانشوری که به دنبال پرداختن آگاهانه به مادیت متن و نقش آن در تفسیر هستند، با این کار هم گام شده اند.

همان گونه که لین اسکوفیلد کلارک می پرسد، چه تفاوتی می کند که کتاب مقدس از روی چاپ جلدچرمی لب طلایی خوانده شود یا از روی کتب مقدس هم شکل مجله های جدید نوجوانان که به تقلید از Cosmo Grl، Seenteen و Teen People چاپ شده است؟ (کلارک، ۲۰۰۷: ۱-۳۳) با استفاده از یکی از عنوان های فرعی کتاب مدرنیسم مادی نوشته جورج بورنستین^(۱) می پرسم: «خط مشی های صفحه چیست؟»^(۲) تاریخچه کتاب به عنوان یک عرصه تحقیقی، در پی پاسخ دادن به این پرسش است. به قول روژه شارویه، ما باید «خود متن، آنچه متن را انتقال می دهد و عملی که آن را فراچنگ می آورد»، درک کنیم. (چارتی، ۱۹۸۹: ۱۶۱)

در ادامه این فصل، به دنبال کاوش این درون مایه های متن، اجتماع متنی و رویه اجتماعی هستیم. مثال هایی که این فصل بر آنها تکیه دارد، عمدتاً از مذهب پروتستان تبلیغی قرن نوزدهم برگرفته شده است. این موضوع، صرف نظر از اینکه رشته تخصصی من است، تکیه گاه منحصر به فردی در باب مسائل فراملیت گرایی در اختیار ما می گذارد. با جهانی شدن سریع دنیا، صاحب نظران باید با شیوه های پرداختن به این واقعیت های در حال ظهور دست و پنجه نرم کنند. یکی از موضوع های مهم این است که موضوع های فراملیتی چگونه پدید می آیند. ژانرها، شیوه های خطاب کردن و فرم های خواندن که باید برای خوانندگان تنظیم شود تا خود را در شرایط فراملیتی تصور کنند، چیست؟ تقریباً همواره مسلّم انگاشته می شود که این روند، بدیهی است. از آنجا که مسیحیت تبلیغی همیشه فراملیتی است، مبنای خوبی برای بررسی روش شناختی

ص: ۳۳۳

۱- George Bornstein, Material Modernism, ۲۰۰۱

۲- What is the politics of the page

این پرسش به دست می دهد.

تمرکز بر فراملت گرای متنی قرن نوزدهم می تواند به عنوان مکمل مجموعه رو به رشد فعالیت در عرصه دین و رسانه عمل کند. بخش اعظم این کار مستعد آن است که روی اقبال به رسانه و کاربرد آن در یک قلمروی ملی مشخص انجام شود. چه در بررسی فیلم های پنتیکاستی در غنا (می، ۲۰۰۶) و چه در تحقیق در مورد کتاب فروشی های مسیحی در ایالات متحده، (بوردن، ۲۰۰۷) بر به کارگیری این رسانه ها در یک فضای ملی مشخص تأکید می شود، نه بر روی پرسش از آنچه بین این عرصه ها اتفاق می افتد.

فصل حاضر، این پرسش ها را ذیل دو عنوان می کاود: رواج متنی فراملیتی و ترجمه.

رواج متنی فراملیتی

رواج متنی فراملیتی

جنبش تبلیغ انجیلی پروتستانی می تواند به صورت مؤثری، پیش تاز رسانه های جمعی چاپی فراملیتی تلقی شود. سازمان های تبلیغی پروتستانی برآمده از ضرورت های مهم انجیلی، مسئول صدور میلیاردها متن چاپی به گوشه و کنار جهان بودند. به قول یکی از تاریخ نگاران آن، این جنبش، «بزرگ ترین رسانه منفرد ارتباط جمعی در قرن نوزدهم» بود. (بردلی، ۱۹۷۶: ۴۱)

از منظر الهیاتی، این فعالیت، تعجب برانگیز نیست. انجیلیان بر این باور بودند که «مأموریت بزرگ» مسیح مبنی بر ترویج انجیل، جوهره مسیحیت را تشکیل می دهد. از این رو، ضرورت فراوانی برای اشاعه ایده های مسیحی به بیشترین تعداد ممکن از مردم وجود داشت.

جای تعجب نیست که یکی از درون مایه های غالب در رسانه های تبلیغی، ایده رواج مشهود بود. نمایشگاه های تبلیغی همواره نمایش مطالب دینی ترجمه شده به زبان های خارجی را عرضه می کردند. این ترجمه، واقعیت رواج این متون در سطح

ص: ۳۳۴

گسترده و تا دوردست را مجسم می کرد. به همین ترتیب، شخصیت هایی مانند کتاب فروش دوره گرد یا بانوی کتاب مقدس،^(۱) نقش متون تبلیغی مؤثر را ایفا می کرد. در حکایات تبلیغی، نقل و انتقال یک ترفند بود و کشتی ها در کار تبلیغی مبلغان مذهبی نقش نخ تسیح را بازی می کردند. بیشتر تشکیلات بزرگ تبلیغی برای انتقال افراد خود به این سو و آن سو، کشتی های اقیانوس پیما در اختیار داشتند. چنین کشتی هایی، از نظر انگیزه های تأمین هزینه، سرگذشت ها، تصاویر، سرودهای نیایشی و اشعار، فرصت هایی برای کار تبلیغ ایجاد کردند. این کشتی ها به نمادی برای خود پیام تبدیل شدند و به تمام نقاط دنیا سفر می کردند.

در سال های اولیه جنبش تبلیغ پروتستانی، این باور به رواج مشهود، خود را در قالب این مفهوم وسیع نشان داد که کتاب مقدس بدون کمک دست های بشر، به صورت سحرآمیز رواج می یابد و تمامی افرادی را که با آنها روبه رو می شود، به کیش خود در خواهد آورد. تبلیغات اولیه انجمن کتاب مقدس خارجی و بریتانیایی (BFBS)^(۲) که در سال ۱۸۰۴ تأسیس شد، کتب مقدس را در حدّ چیزی شبیه به مبلغان کوچک ترسیم می کرد. (کنتون، ۱۹۰۴: ۳۱۷) در این تمثیل ها، برای متون، توانایی های خارق العاده تصاحب و افسون در نظر گرفته می شود.

این نظریه مربوط به خوانش افسون شده، از نظر ژانر مهم انجیلی یا همان رساله^(۳) بسیار روشن است. کتاب های راهنمای مرتبط با توزیع و قرائت رساله، این «پیام آوران صامت»^(۴) را به عنوان اشیایی هیپنوتیزم کننده معرفی می کردند. در یکی از گزارش ها آمده است که به مردی رساله ای داده شد و او از شدت خشم آن را پاره کرد و روی فرش انداخت، با این گمان که خدمت کار آن را جارو می کند و دور

ص: ۳۳۵

۱- Bible woman.

۲- British and Foreign Bible Society.

۳- Tract.

۴- "USCL ۱۹۴۸: title" (Noiseless messengers).

می اندازد. روز بعد، کاغذها همچنان روی زمین بودند و مرد نیز خدمت کار را بازخواست کرد. او هم توضیح داد که واژه «ابدی» را روی یکی از این کاغذپاره ها دیده و ترسیده است که آن را جارو کند و دور بیندازد. آن مرد تکه های کاغذ را به یکدیگر چسباند، رساله را خواند و کیش خود را تغییر داد. (واتز، ۱۹۳۴: ۸)

با وجود این، ممکن است چنین دیدگاهی در مورد متنیت چندان جالب به نظر نیاید. در تمامی ادیان، متون مقدس دارای ویژگی های سحرآمیز دانسته می شوند؛ یعنی می گویند آنها از بهشت نازل می شوند، در رؤیا دریافت می شوند و فرشتگان آن را دیکته می کنند. این مثال، یک نمونه پروتستانی انجیلی از این پدیده است که علت گزینش، همراه و هم زمان بودن چنین کارهای خطیری کنند با فوریت و شور و حرارت بوده است.

این رواج معجزه آسا نیز باید از زاویه تحولی تکنولوژیکی درک شود که زیربنا و گاهی محرک آن رواج است. بر اساس تاریخچه BFBS نوشته لسللی هاوسم، مدرنیزاسیون صنعت صحافی به واسطه تقاضا برای کتاب مقدس که از BFBS ناشی می شد، شتاب گرفت. (هوسام، ۱۹۹۱) BFBS همواره مترصد گونه های نوین تکنولوژی بود که بتواند مجدانه، کتب مقدس را در شمارگان مورد نیاز صحافی کند. در اوایل قرن نوزدهم، صحافی هنوز هم در رده حرفه های کوچک قرار داشت. پیش از دهه بیست قرن نوزدهم، طبق عرف معمول، کتاب صحافی نمی شد، بلکه در عوض، این رویه همگانی وجود داشت که اوراق صحافی نشده خریده. و سپس به خواست خود مشتری صحافی شود. (همان: ۱۹۹۱: ۱۲۳)

کتاب به صورتی که امروزه می شناسیم، یعنی به عنوان یک کالای مدرن که در قالب جلد های همسان تولید می شود، اصلاً وجود نداشت. سازمانی که به پیدایش این رویه کمک کرد، BFBS بود که خواستار شمارگان فراوان کتاب هایی بود که

جلد آنها بتواند در مسافت‌هایی طولانی که این کتاب‌ها باید حمل می‌شد، دوام بیاورد. بر اثر فشار برنامه‌های BFBS برای تولید [کتاب]، کار صحافی هم به ناچار از یک حرفه پیشامدرن، به یک صنعت مدرن با تولید انبوه بدل شد.

از این رو، بررسی متون دینی در قلمروی مبلغان پروتستان، ما را به طور مستقیم به قلب مدرنیته هدایت می‌کند. بخشی از این رابطه کاملاً مبتنی بر شیوه‌هایی است که تولید و مدیریت متون پروتستانی بر اساس آنها به عنوان عامل نوآوری مدرن گرایانه عمل کرده است. اثر دیوید نورد^(۱) درباره انجمن کتاب مقدس امریکا^(۲) نشان می‌دهد که ضرورت‌های توزیع متون در گستره وسیع و مسافت‌های طولانی چگونه موجب شد رویه‌هایی مانند آمار و حفظ سوابق به صورت دقیق به یک تدبیر مدرن بدل شود. (نورد، ۲۰۰۷: ۳۷ _ ۶۶)

بعد دوم مدرنیته و تولید متنی پروتستانی چندان آشکار نبود و به شیوه‌ای تعلق دارد که غالباً به آن اشاره شده است و بر اساس آن، مدرنیته؛ یعنی روندی ظاهراً خشک و سکولار، از سحر و جادو، نیرو می‌گیرد. بر اساس روایت خود مدرنیته، غرض از مدرنیته این بود که عاملی جهانی برای عقلانیت، سکولاریسم و توهم‌زدایی باشد. همان‌گونه که اثر اخیر نشان می‌دهد، این عقلانیت جهانی، پدیده‌ای است همراه با خطای دید. از یک سو، این سراب مبتنی است بر حقه‌حصول یک تجربه تاریخی اروپایی خاص به عنوان امری جهانی. (چاکرابتی، ۲۰۰۰) از دیگر سو، نهادهای مدرن و مخاطبان آنها دست به دست هم داده‌اند تا به عنوان راهی برای قابل‌فهم کردن این نهادهای جدید، مدرنیته را از توانایی‌های جادویی آکنده کنند. (مرداک، ۱۹۹۷) پدیده مخاطبان که مطالعات زیادی را به خود اختصاص داده است، با این اعتقاد که رسانه‌های تلویزیونی، شب‌زده هستند، بخشی

ص: ۳۳۷

۱- David Nord.

۲- American Bible Society.

از این فرآیند را شکل می دهند. (اسکونس، ۲۰۰۰) رسانه های تلویزیونی، مردمی را به تصویر می کشند که در آنجا حضور ندارند. باورهای فرهنگی عمومی به جای درک کامل جزئیات ملال آور این پدیده، این روند را با عنوان شیخ ها و ارواح توضیح می دهند.

رواج و تولید انبوه کتب مقدس، این روندهای جادویی را به صورت تحسین برانگیزی به تسخیر خود در آورده است. این تحول مبتنی بر آمیزه ای از «باور انجیلی جادویی» و «تکنولوژی پیشرفته» است که از طریق آن، کالاهای همسان از کارخانه های صحافی سرازیر می شوند. تبلیغات BFBS اصرار داشت که این رواج، فرآیندی الهی است و در مواقعی به دنبال سرکوب ابعاد ماشینی آن بود و در یک مورد نیز پی گیر حذف عبارت «چاپ شده به وسیله ماشین آلات» از یکی از چاپ های BFBS بود. (هوسام، ۱۹۹۱: ۹۵) تأمل برانگیزتر آنکه ممکن است پرسیم: ایده های پروتستانی در مورد رواج جادویی، چگونه محیطی را پدید می آورد که در آن، خود ایده رواج فراملیتی می تواند معنا پیدا کند؟ با این حال، در مورد اقبال به این متون رایج چه می توان گفت؟ قرائت کنندگان در مناطق مختلف دنیا، از کتب مقدس پروتستانی چه می فهمند؟ برای پرداختن به این موضوع، به سراغ مضمون های مرتبط با ترجمه می رویم.

ترجمه

ترجمه

این ایده که «کتاب مقدس» در امپراتوری تبلیغی پروتستانی اولیه وجود داشته، نادرست است. ترجمه کتاب مقدس، زمان بر بود. به توافق رسیدن بر سر چگونگی ترجمه واژگان مهمی مانند غسل تعمید، (۱) روح (۲) و رستاخیز، (۳) دشوار بود. بیشتر

ص: ۳۳۸

۱- Baptism.

۲- Spirit.

۳- Resurrection.

مجامع تبلیغی از طریق انجمن کتاب مقدس کار می کردند که عموماً خواستار این بود که تمامی هیئت های تبلیغی پروتستانی در یک منطقه زبانی، در امر ترجمه با یکدیگر همکاری داشته باشند. گوناگونی نظرهای فرقه ای این روند را بیشتر به تأخیر انداخت. در برخی موارد، نیم قرن طول کشید تا عهد قدیم و جدید، ترجمه و در قالب یک کتاب واحد منتشر شوند. از این رو، «کتاب مقدس» به صورت مثنی کتابچه مجزا وجود داشت که از دیگر کتابچه ها قابل تمییز نبود. (هافمیر، ۲۰۰۴: ۷۷ – ۷۹)

آنچه این صحنه را پیچیده تر می کرد، شیوه ای بود که در آن، کتاب مقدس (یا بخش هایی از آن) به گونه ای تغییر می کرد که گویا سنت های معنوی جدیدی ظهور کرده است. در مورد افریقا که حدود هزار زبان و گروه های نژادی فراوانی دارد، کتاب مقدس به شیوه های گوناگونی تفسیر شد. این «اصلاحات» از زمانی امکان پذیر شد که افریقایی ها، مسیحیت را در افریقا اشاعه دادند. مبلغان مذهبی، معدود بودند و بین آنها فاصله فرهنگی بسیاری داشتند. کار دلایلی انجیل بر عهده سربازان پیاده نظام مسیحیت افریقایی؛ یعنی معلمان کتکیزمی،^(۱) راویان انجیل و بانوان کتاب مقدس گذاشته شد که بهترین راه ارائه ایده های جدید به مخاطبان خود را می شناختند.

مسیحیت افریقایی، الهیات های متمایزی را پدید آورد. این گونه ها مشتمل بود بر مسیح شناسی افریقایی^(۲) (مسیح به عنوان واسطه خداوند و نه پسر خداوند)، تکیه بر شفا و تأکید بر مواهب روح القدس. در دیگر موارد، مسیحیان افریقایی، کتاب

ص: ۳۳۹

۱- Catechist: معلمی که برای آموزش دین از روش کتکیزم (catechism) یا همان پرسش و پاسخ استفاده می کند.

(مترجم)

۲- African Christology.

مقدس را دوباره «انجیلی _ توراتی کردند»^(۱) و مضامین عهد عتیق در مورد وحی و چندهمسری را که مبلغان مذهبی در صدد کم اهمیت نشان دادنشان بودند، پراهمیت جلوه دادند. (هستینگز، ۱۹۹۴)

شفاهی بودن و سواد، محمل دیگری هم برای توراتی _ انجیلی کردن مجدد و هم در برخی موارد برای تورات _ انجیل زدایی فراهم آورد.^(۲) متون مقدس مسیحی حول محور پیوند استعاری بین «شفاهی» و «مکتوب» می چرخند. صدای شفاهی خدا به صورت چاپ (یا دست نویسی) منتقل می شود. (استاک، ۱۹۹۰: ۱۴۹) «آیین خواندن، تجربه اولیه بیان کردن و شنیدن کلام خدا را به صورت فشرده فراهم می سازد.» این درون مایه ها هنگامی که به جوامع شفاهی یا شبه باسواد جنوب صحرای افریقا وارد شد، اثر دیگری نیز از خود بر جای گذاشت. در اینجا، ایده های مربوط به سواد یا شفاهی بودنِ خدایی، به صورت های بدیعی درهم آمیختند. در برخی موارد، اعتقاد بر این بود که سواد، مستقیماً از جانب خدا (و نه اینکه سواد از طریق عاملیت فاسد هیئت های تبلیغی) پدید آمده است و فرشتگان به صورت اعجاز آمیزی آن را در خواب و رؤیا به مؤمنان عطا می کنند. (هافمیر، ۲۰۰۶) در موردی بسیار متفاوت، کلیسای جمعه ماسو^(۳) در زیمبابوه، از کتاب مقدس استفاده نکرد؛ زیرا آنها [به ادعای خودشان]، کتاب مقدس را «به طور مستقیم و بی واسطه» به همان صورتی که از جانب روح القدس صادر می شود، دریافت می کنند. (انچلک، ۲۰۰۷)

آیا می توان متن دینی را ترجمه کرد؟

آیا می توان متن دینی را ترجمه کرد؟

این تغییر شکل ها، بخشی از پیشینه بسیار طولانی تر ترجمه در درون مسیحیت را به

ص: ۳۴۰

۱- Re-biblicized.

۲- De-biblicization.

۳- Friday Masowe Church.

وجود می آورد که بحث گسترده ای را برانگیخته است: آیا می توان متون دینی را ترجمه کرد؟ آیا زبان خدایی می تواند به زبان بشری ترجمه شود؟ آیا ترجمه به گسترش ادیان کمک می کند یا مانع از آن می شود؟

این بحث، طیفی از موضع گیری ها را ایجاد کرده است که از اصرار بر امکان پذیر نبودن ترجمه متن الهی، تا اصراری به همان اندازه مهم، بر امکان پذیر بودن ترجمه آن را شامل می شود. موضع نخست با اسلام مرتبط است که در آن، زبان عربی، یعنی زبان املائی قرآن به وسیله فرشته، برترین گونه زبانی برای پرداختن به متن مقدس دانسته می شود. ترجمه ها، غیرمجاز نیستند، ولی در مرتبه ای پایین تر از متن عربی قرار می گیرند. موضع کلیسای کاتولیک (تا سال ۱۹۶۲) که معتقد بود بهترین شکل قرائت کتاب مقدس، به زبان لاتین است، نماینده موضعی مشابه با موضع اسلام است.

در مقابل، پروتستان ها به ویژه پروتستان های انجیلی، مترجمان پرشوری بودند. (سانه، ۱۹۹۱) این ترجمه های انجیلی عموماً با ایده ترجمه به عنوان وحی قرین بودند. در این دیدگاه، ترجمه از آنجا امکان پذیر می شود که اراده خدا تضمین خواهد کرد که معنای [مورد نظر] او [؛ یعنی مترجم کتاب مقدس] برداشت جدیدی را القا می کند. دومین دیدگاه پروتستانی، معتدل تر بود و بر آن است که ترجمه، یک فعل بشری و در معرض خطا و مبتنی بر تفسیرها و تصمیم های انسان است. (انجلیک، ۲۰۰۷: ۲۲ _ ۳۰)

پرسش های ترجمه، عرصه روش شناختی تحقیق متنی دینی را غنی می سازد. روشن است که یکی از نقاط تأکید، متن مبدأ و مقصد است تا روشن شود که گزینه های زبانی و سبکی ترجمه، کدام یک از شیوه های فهم را تعیین می کنند. در خارج از متن، نیازمند این هستیم که بپرسیم: ترجمه واقعاً چگونه انجام شده است و

دست اندرکاران ترجمه در مورد آن چه ایده هایی دارند؟ در نهایت، همان گونه که مطالعات درباره ترجمه نشان می دهد، ما باید مسائل سیاسی گسترده تری را در نظر بگیریم تا بپرسیم ایده های مربوط به هم ارزی بودن یا نبودن چگونه پدید می آیند؟ اینکه آیا متون، برگردان دقیق یکدیگر تلقی می شوند یا نه، نه تنها بر کیفیت ترجمه، بلکه بر تمایل سیاسی گسترده تر به باور داشتن به قیاس ناپذیری افراد، ایده ها و فرهنگ ها مبتنی است. (لیو، ۱۹۹۹)

برای درک چگونگی عملکرد این موضوعات در عرصه عمل، به سراغ ترجمه اثر جان بانیان،^(۱) یعنی کتاب سیاحت مسیحی می رویم که متنی مهم در مذهب پروتستان انجیلی است و مخالفان کلیسای انگلستان^(۲) غالباً آن را کتاب مقدس دوم می دانند؛ کتابی که مبلغان مذهبی معزول، در سطح گسترده ای آن را ترجمه کرده اند.

سیاحت مسیحی

کتاب سیاحت مسیحی در سال های ۱۶۷۸ و ۱۶۸۴ در پی انقلاب انگلستان و در دو

ص: ۳۴۲

۱- John Bunyan.

۲- Nonconformist.

بخش منتشر شد. بخش اول این کتاب، سرگذشت کریستین قهرمان را بیان می کند که راه خود را از زمین به بهشت باز می کند. بخش دوم نیز بیانگر داستان خانواده و همسرش کریستینا است که قدم به قدم به دنبال وی می روند تا در بهشت به وی پیوندند.

این کتاب به سرعت به یک اثر انجیلی اصیل بدل شد و مرزهای انگلستان را پشت سر گذاشت و به اروپای پروتستان و دنیای جدید رسید. این اثر، سفر بعدی و مهم خود را مرهون جنبش تبلیغی پروتستانی در قرن نوزدهم است. این جنبش که به میزان زیادی، ره آورد انجیلیانِ کلیسای ادنی است که سیاحت مسیحی برای آنان کتاب بسیار محبوبی بود، متن یاد شده را در بیشتر مناطق دنیا تبلیغ کرد و در نتیجه، حدود دویست ترجمه از آن در سراسر دنیا عرضه شد.

برای درک انگیزه این ترجمه ها باید نقش اصلی کتاب بانیان را در زندگی انجیلیان پروتستان فهم کرد؛ چون بیشتر آنها با این کتاب بزرگ شده، آن را در قرائت های روز سبت شنیده، روی تصاویر آن تأمل کرده و صحنه های آن را به نمایش درآورده اند تا خود را سرگرم کنند. بزرگ سالان، اثر بانیان را در روالی روزانه خوانده و در پوسترها، کارت پستال ها، اسلاید های فانوس های خیال، تابلوهای تئاتر و سینما، نمایش نامه ها، کارناوال ها و مراسم نیایشی گروه هم سرایان [در کلیسا] با این داستان رو به رو شده اند. حتی یکی از هواداران آن، باغ خود را به صورت پارک آموزشی سیاحت مسیحی طراحی کرد. سیاحت مسیحی به عنوان

کتابی که در ساختار عاطفی زندگی روزانه تنیده شده و خود را در حکایت های نوکیشی نشان داده است، به منزله کتابی مقدس با کاربردی آسان تلقی می شود که واقعیت های اصلی پیام پروتستانی را به طور خلاصه بیان می کند.

این انجیلیان از زمانی که به مبلغان مذهبی تبدیل شدند، در ترجمه این متن شتاب ورزیدند. اگر بخواهیم این سیر را از نقطه شروعش دنبال کنیم، باید بگوییم حامیان مبلغان مذهبی و مخالف با کلیسای انگلستان، این ترجمه ها را با پشتکار، نه تنها به عنوان راهی برای جلب توجه به تبلیغ در خارج از کشور، بلکه برای بالا بردن ارزش محبوب ترین نویسنده خود رواج دادند؛ نویسنده ای که در عین حال، پیش پا افتاده تلقی می شد و تشکیلات [کلیسای] انگلیکان از نظر الهیاتی به دیده تردید به وی می نگریست. در جلسات جمع آوری کمک های مالی، اسلایدهای فانوس های خیال، تصاویری از نسخه های این کتاب به زبان های خارجی را نشان می دادند. گاه نامه های تبلیغی، ترجمه ها و میزان اقبال به آنها را گزارش می کردند. در یکی از موارد، یک نمایشگاه تبلیغی، تابلوی زنده ای از یک مبلغ مذهبی را به نمایش گذاشت که مشغول ترجمه سیاحت مسیحی بود. انباشت این گزارش ها ایده ای را پدید آورد مبنی بر اینکه این متن از نظر رواج دارای قدرت هایی جادویی است و در نوکیشی کسانی که با آنها روبه رو می شود، همانند یک کتاب مقدس کوچک عمل می کند. (هافمیر، ۲۰۰۴: ۵۶-۷۵)

سیاحت مسیحی در افریقا^۱

سیاحت مسیحی در افریقا^(۱)

افریقا، بستر هجده ترجمه از کتاب بانیان بود و از این رو، مکان مناسبی برای بررسی روند تغییر این کتاب در سفر خود به اجتماعات معنوی جدید است.

ص: ۳۴۴

یکی از واکنش‌ها به سیاحت مسیحی، متأثر از این امر بود که مذهب پروتستان به صورت کلی تری در آفریقا اختصاصی شد. یکی از عقاید الهیات پروتستانی که هرگز قابلیت انتقال نیافت، ایده گناه نخستین (۱) بود. قطعاً مفاهیم گناه اجتماعی وجود داشت، ولی این ایده که انسان، بخواهد یا نخواهد، گناه کار است، در میان مبلغان مذهبی، مترجمان، یا خوانندگان آفریقایی هرگز رواج نیافت. این ابعاد متن که ایده‌های یاد شده را به بحث می‌گذاشت، عموماً در ویراستاری حذف شد و اساس این کار نیز رویه‌های مادی ترجمه تبلیغی بود. کار ترجمه عموماً در گروه‌هایی متشکل از مبلغان مذهبی [مسلط به] زبان دوم و نوکیشان [مسلط به] زبان اول دنبال می‌شد. مبلغان مذهبی نیز آزمون گران قهاری بودند که می‌کوشیدند دقایق و ظرایف را در مورد مخاطبان جدید خود بررسی کنند تا ببینند چه چیزی مؤثر می‌افتد. در کشاکش بین مترجمان آفریقایی و فشار سلیقه عمومی، بخش‌هایی از متن که به شرح ایده‌های گناه نخستین می‌پرداخت، حذف شد. در مواردی که این مطالب قابل حذف نبود، معنای گناه اولیه تغییر داده شد. معروف‌ترین تصویر داستان بانیان، یعنی باری که کریستین بر دوش می‌کشد، متضمن معنای گناه نخستین است. در بسیاری از ترجمه‌های آفریقایی، این معنا زدوده شد و به جای آن، معنای خود سلطه استعماری برای بار کریستین در نظر گرفته شد. (همان: ۷۶ _ ۹۸)

دیگر مضمون مورد تأکید ترجمه‌های آفریقایی، با مضامین شفاهی بودن و سواد ارتباط دارد. در عالم شبهه باسواد که داستان بانیان در فضای آن بیان می‌شود، اسناد، اشیای روزمره نیستند، بلکه همانند برگه عبوری که کریستین بی کس باید با خود داشته باشد، مستعد این هستند که اشیایی با اهمیت دینی فراوان یا عوامل فشار حکومتی باشند. این تردید در مورد اسناد، با تجربه بسیاری از مسیحیان آفریقایی

ص: ۳۴۵

جویای پیشرفت دینی تشدید شد، ولی از یک سو، به دلیل حکومت استعماری و شبکه کنترل اسناد آن و از دیگر سو، به دلیل ساختارهای کلیساهای تبلیغی تحت کنترل سفیدپوستان دفع شد. در پرده نهایی بخش اول کتاب، کریستین به دروازه بهشت می رسد، ولی باید شهادت نامه خود را ارائه کند تا بتواند وارد شود. جهل که نفر دوم در صف است، شهادت نامه ای ندارد و بدون هیچ ملاحظه ای به داخل دوزخ سقوط می کند. این پرده ورود دشوار و گزینشی به دروازه های قدرت، محبوب مسیحیان افریقایی قرار گرفت و راه خود را به تصاویر، رمان ها و سرودهای نیایشی و آوازه باز کرد. (همان: ۵۰ _ ۱۳۷)

نکته مهم این است که مسیحیان افریقایی از کتاب سیاحت مسیحی برای بیان دغدغه های خود در عرصه گسترده تر بین المللی استفاده کردند. ایشان با استفاده از داستان سیاحت مسیحی _ که در سطح بین المللی شناخته شده است و تصاویر از این رو، شخصیت های داستانی افریقایی را تسخیر کرد _ توانستند خود را در عرصه بین المللی نشان دهند و در پی این بودند تا از هماهنگی با رؤسای سرکوب گر گوناگون خود _ حکومت استعماری، ساکنان سفیدپوست یا خاندان های سلطنتی درخور بزرگان که نوکیشان غیراشرافی را آزار می دادند _ خودداری کنند تا برای جامعه بین الملل، خوشایند باشند.

مرزهای رواج متن کدام بود؟ متن چه زمانی دیگر خودش نبود؟ در برخی موارد، متن به عنوان بخشی از یک تصمیم سیاسی برای کناره گرفتن از دنیای تبلیغ و حکومت استعماری تحت سلطه سفیدپوستان از بین می رفت. در موردی، سیمون کیمبانگو(۱) که در نواحی مرکزی کنگو از باپتیست ها جدا شده بود، احتمالاً برخی از نمادها را از کتاب و به احتمال زیاد از تصاویر آن اقتباس کرد. یکی از این تصاویر، کریستین را در حال

ص: ۳۴۶

خروج از ورطه ناامیدی و غم (۱) نشان می دهد و در دست وی کتاب مقدسی قرار دارد که خشک است. کیمبانگو این تصویر مربوط به آوردن یک کتاب از جهان پس از مرگ را سنتی کرد و این، فرآیندی است که در آن باید از حجم فراوانی از آب عبور کرد. کیمبانگو از این متن «سرقه کرده» است، ولی منبع را حاشا می کند. (همان: ۲۸ و ۲۹)

در موارد دیگری، متن نه به دلیل اختلاف نظر، بلکه به دلیل مشابهت حذف می شود. در اینجا داستان از بین می رود و به سنت های شفاهی افریقایی تبدیل می شود که با تکنیک های داستان گویی بانیان اشتراکات فراوانی دارند؛ تکنیک هایی که از دنیای شبه باسواد ناشی می شوند. البته خود بانیان نیز یک باسواد متعلق به نسل اول است. هم سیاحت مسیحی و هم سنت های روایی افریقایی دارای درون مایه های مشترک قصه عامیانه _ مانند استفاده از گفت و گوی دراماتیک، دو شخصیت در یک پرده، ضرب المثل، معما، جمله بندی های کلیشه، و استراتژی های شناخت اسامی _ هستند. از این رو، بخش های کوچکی از داستان بانیان را هنگام تبدیل به سنت های ادبی افریقایی می توان حذف کرد. در این شرایط، متن ها نه تنها به واسطه مخالفت سیاسی، بلکه در چارچوب نظام های ناآگاه یا بی اعتنا نسبت به معنای ظاهراً «درست» و «اصلی» آنها از هم می پاشند. (همان: ۳۰)

نتیجه

نتیجه

ابتدا پرسیدیم که متن چیست و اکنون بحث را با نوعی ژرف نگری در اینکه متن دینی ممکن است چه چیزی باشد، به پایان می بریم. چه چیزی به یک متن، قدرت معنوی می دهد؟ پاسخ این پرسش ها هم در درون و هم در برون متن قرار دارند. متون نیازمند این هستند که در درون اجتماعات متنی دینی خودشان نهادینه شوند،

ص: ۳۴۷

یک سره درباره آنها اندیشه شود و آنها را تفسیر کنند تا مشروعیت و مرجعیت معنوی بیابند. این اجتماعات متنی، تربیون های کارآموزی را فراهم می کنند که در آنها مؤمنان می آموزند امکان را برای خود فراهم آورند که مخاطب قواعد اصیل متن قرار گیرند و چنین خطابی را به عنوان امری مقدس تجربه کنند.

کانون این روند خطاب، ایده رواج است. یکی از ویژگی های متن دینی این است که از جای دیگری می آید. مراسم دینی که زمان و مکان را در هم می شکند تا اندازه ای در پی آن است که این فاصله را از بین ببرد تا بیشتر باورمندان در مورد اینکه آیا متون دینی ترجمه شده اند یا چگونه ترجمه شده اند، هرگز تأمل تفصیلی نداشته باشند. با این حال، با جهانی تر شدن مذهب پروتستان قرن نوزدهم، این واقعیت در مورد رواج، برای بقای ایده اجتماع دینی فراملی به صورت فزاینده ای اهمیت پیدا کرد. از این رو، خوانندگان باید کارآموزی های تفسیری را می گذرانند که به امر خواندن برای رواج می پرداخت.

تحقیق بیشتر در این عرصه اهمیت دارد و ممکن است نشان دهد که چنین کارآموزی هایی چگونه در بقای یک ایده سکولار در باب رواج فراملی نقش ایفا کرده اند.

یکی از مسرهایی که این تحقیق می تواند بیاماید، بررسی ایده های مربوط به حق چاپ است که به دنبال محدود کردن رواج متن هستند. امروزه بیشتر برداشت های معاصر از متن، از یک نظر، کاملاً بر حق چاپ، قانون مالکیت معنوی و شخصیت نویسنده به عنوان یک نقش حقوقی متکی هستند. برداشت ها از چگونگی تعامل چنین ایده هایی با مفاهیم قدیمی تر در باب رواج به ویژه بین بهشت و زمین، مسیر پرثمری را برای پیمودن نشان خواهد داد. آیا کسی می تواند حق چاپ در بهشت را تصور کند؟

۱۴ فرهنگ (۱)

آنجلا زیتو (۲)

برگردان: سید کمال رضوی

... پروژه فیلوزف (۳) های عصر روشنگری، (۴) بازنگری بنیادی (۵) در ماهیت فرهنگ بود تا دین را از مسند رفیعش به زیر کشاند... نهادها و رسانه های جامعه مدنی از قبیل فلسفه، ادبیات، هنرها، علوم، ژورنالیسم و فرهنگ عامه با هزینه افول دین سربلند کردند و بر جایگاه نخست تکیه زدند. در این میان، مباحث اخلاقی و زیباشناختی به طور جدی در کانون توجه قرار گرفت و به میدان های اصلی کارزار در جدال های فرهنگی مدرنیته بدل شد.

بروس لینکلن، فرهنگ (۶)

فرهنگ، یکی از دو یا سه واژه ای است که در زبان انگلیسی، پیچیده ترین

ص: ۳۵۰

۱- Culrure.

۲- Angelo Zito.

۳- Philosoph: هر یک از فیلسوفان و نویسندگان سیاسی و اجتماعی فرانسه در سده هجدهم.

۴- Enlightenment.

۵- Radical revision.

۶- استاد تاریخ در دانشگاه شیکاگو. او ابتدا به تحقیق در ادیان هند و اروپایی پرداخت. سپس به آسیب های روش شناختی و پژوهش هایی در حوزه دین، قدرت و سیاست روی آورد.

معانی را یافته است، تا حدّی به این علت که رشد تاریخی در هم تافته ای را در چند زبان اروپایی از سر گذرانده است، ولی دلیل اصلی را باید در نوع کاربرد آن جست؛ چون مفاهیم ستبری از چند شاخه عقل محور گوناگون و چند نظام فکری متمایز و ناسازگار^(۱) در قالب این واژه ریخته شده اند.

ریموند ویلیامز،^(۲) کلیدواژگان

مفهوم فرهنگ در اندیشه اجتماعی امریکا، انگاره ای سست پایه و بی ثبات بیش نیست... این بیزاری عقلی نسبت به مفهوم فرهنگ تا حدّی از فردباوری و سواس آمیز^(۳) ما سرچشمه می گیرد که واقعیت حیات روان شناختی^(۴) ما را در اولویت نخست قرار می دهد و هم از پاک دینی^(۵) ما ریشه می گیرد که به خوار شمردن معنای تلاش و کنش بشری پند می دهد و کارآیند و کاربنیاد نیست و نیز از متن جداسازی علم از فرهنگ مایه می گیرد: این علم «فرهنگ تهی از صدق»^(۶) می پروراند و آن فرهنگ به «لغزش قوم گرایانه»^(۷) پر و بال می دهد.

جیمز کری،^(۸) ارتباطات در مقام فرهنگ

چگونه مفهومی این سان سست پایه، کم مایه، مبهم و متضاد همچون «فرهنگ»

ص: ۳۵۱

۱- Several distinct incompatible systems of thought

۲- منتقد مارکسیت فرهنگ (۱۹۸۸ _ ۱۹۲۱ انگلستان).

۳- Obsessive individualism

۴- Psychological life

۵- Puritanism.۱۱: این اندیشه در پی اصلاحات دینی الیزابت یکم رخ داد و دو بعد سیاسی و دینی را دربرمی گرفت. با کوچ گسترده[□] پیروان این مکتب، پای این کیش به امریکا هم باز شد. این فرقه یکی از شاخه های پروتستانتیسیم است و اخلاق خشک و پرهیز از خوشی ها را تبلیغ می کند. پیوریتین ها بر این باور بودند که حال که خدا گروهی را فرادست گروه دیگر گذارده است، پس این فرودستی باید در جامعه رعایت شود و فرودستان، فرمان بردار فرادستان باشند.

۶- Culture-free truth

۷- Ethnocentric error

۸- منتقد کمونیست در حوزه مطالعات رسانه ای در امریکا و دارای دکترای در اقتصاد ارتباطات. وی در سال ۲۰۰۶ درگذشت.

احیاناً بتواند بستر نوینی برای حل دشواری هایش به حدّ کافی فراهم آورد؟ دانشمندانی که یکی پس از دیگری در دهه هفتاد به بررسی دین و رسانه روی آوردند، از نگرشی که پیش تر لینکلن تشریح کرده بود، اثر پذیرفته اند. چنین بود که در مدرنیته، دین و «رسانه» (به عنوان یک نهاد سکولار جامعه مدنی) در برابر هم صف آرایی کردند. وانگهی یگانه هدف نزاع حماسی آنها، تصرف جایگاه و نقش «صاحب اختیار فرهنگ»^(۱) به عنوان یک ارزش اصیل در مدرنیته بود. با این وصف، دهه اخیر، شاهد نخستین کار علمی روی «دین و رسانه» با قبول این پیش فرض بود که قلمروهای متخاصم و رقیب «دین» و «رسانه» در گذشته، جای خود را تا حدّی وارونه نما، به فهم این دو در چارچوبی وسیع تر و بیشتر، شناخته شده به نام «فرهنگ» داده اند... دشواری رخ می نمایاند: آیا^(۲) ما از فرهنگ به عنوان یک موضوع خاص استدلالی^(۳) و تاریخی در ستیز سخت میان جوامع بشری سخن می گوئیم یا به عنوان موضوع روش و تحلیل انتقادی؟^(۴)

جهان امروز با چنان شبکه ای از رسانه های فوق العاده به هم بافته پیوند خورده است که زیرساخت آن همواره به در هم تنیده شدن بیشتر هم بستگی های جهانی دامن می زند. هم اکنون حیات دینی، تجلّی جمعی^(۵) پذیرفته شده و گسترده تری نسبت به گذشته در مدرنیته دارد. به هر روی، گفتمان های فردباوری، سودمندی و عقلانیت علمی با تسخیر عرصه ارتباطات پژوهی و ردّ روایت «فرهنگ» وابسته به معنا و دین _ همان گونه که گری در گزیده یاد شده اشاره می کند _ در وضعیت مستحکم تری

ص: ۳۵۲

۱- Arbiter of culture

۲- Tomoko Masuzawa در کتاب اصطلاحات انتقادی می نویسد: مقولات دین و فرهنگ هر دو از نظر تاریخی تعیین یافته و دارای ساختارهایی کم و بیش کهن هستند و به کارگماری روزانه این اصطلاحات به ایدئولوژی نیرومند مدرنیته جان و توان می بخشند... (۱۹۹۸: ۷۱)

۳- Discursively

۴- Critical method and analysis

۵- Public presence

نسبت به سال ۱۹۷۵، یعنی سال نوشتن رساله اثرگذار کری قرار دارند.

در اثر بحث حساس «فرهنگ»، من با الهام از نوشته ویلیامز، «چند نظام فکری متمایز و ناسازگار» را در مورد اصطلاحی که باید آغازین مورد از چند «کلیدواژه» باشد، ارزیابی می‌کنم. برای برداشت محصولی پرسود از قالب بندی مجدد دین و رسانه در چارچوب فرهنگی، بر این باورم که باید سرشت تحلیل فرهنگی را در چند مرحله بفهمیم: فرهنگ از منظر معنا، فرهنگ در ورای معنا و در قامت عمل و سرانجام، فرهنگ در مقام «وساطت»، (۱) مراحل مورد نظر هستند. ما چه بسا چیزی گیرا، چیزی نو، بسی ناپدیدار و باز نمودناپذیر نیز بر کرانه «معنا» ببینیم؛ آن رازی که دین و رزان گویا هنگام جست و جوی آن به منظور انتقال جهان بینی های خود، همواره خویش را به آن نزدیک احساس می‌کنند؛ (می‌یر، ۲۰۰۶) چیزی که به محض شکوفاندن، سازمان دادن و سیاسی کردن معانی با شیوه‌هایی متقن در زیست جهان‌های جمعی (۲) خاص، حسی از کران مندی پدید می‌آورد.

دین و رسانه

دین و رسانه

در عین بررسی هم‌زمان دین و رسانه (از سال‌های دهه پنجاه تا دهه هفتاد)، تجزیه و تحلیل این دو مقوله نظر بر اساس استوارت هوور (۳) با «دوگانه انگاری» (۴) همراه بود و در تقابلی آشتی ناپذیر قرار داشت، به گونه‌ای که هر پاره، «دارای کلیت منسجم، ترا _ تاریخی، (۵) تغییرناپذیر و خودبسندگی تلقی می‌شد و بالقوه به طور مستقل از دیگری عمل می‌کرد.» (هوور، ۲۰۰۶: ۸) لینکلن بیان می‌کند که این بینش دقیقاً بر نوع روایت

ص: ۳۵۳

۱- Cultural in terms of mediation

۲- Collective life-worlds

۳- Stewart Hoover: استاد ارتباطات دانشگاه کلرادو آمریکا و رییس مرکز دین و رسانه این دانشگاه.

۴- Dualism

۵- Transhistorical

تاریخ پساروشنگری و آنچه جرمی استالو،^(۱) «اسطوره قدرتمند علیه مدرنیزاسیون اجتماعی»^(۲) می خواند، استوار بوده است. این پژوهشگر، رسالت رسانه ها به ویژه رسانه های چاپی را در «جدا کردن دین از حیات عمومی و انتقال آن به چاردیواری خصوصی زندگی بورژوازی یا به جهان باطنی و آرام نیایشگران منفرد»، منحصر می داند. (استالو، ۲۰۰۵: ۱۲۲) هوور می نویسد که اکنون این برهه تاریخی به شکل تجربی به آستان جهانی سر فرود می آورد که در آن، رسانه و دین بر حسب عملکردهای خود، بیش از پیش به همدیگر نزدیک شده اند. «آنها فضاهایی همسان را اشغال می کنند و اهداف یکسان بسیاری را محقق می سازند و به کاربست هایی یگانه در مدرنیته جان تازه ای می بخشند». (هوور، ۲۰۰۶: ۹؛ کلارک و هوور، ۲۰۰۲: ۳)

صرف نظر از اینکه روایت بازآرایی تاریخ روشنگری از فرهنگ، خریداری دارد یا نه، مشکل، پنهان بودن نظریه ای است که مانع بروز چنین رهیافت های دوگانه باورانه ای در مقام تحلیل و نظر شود. استالو این «اسطوره» قدرتمند فرهنگ روشنگری را با انگاره «حوزه عمومی»^(۳) یورگن هابرماس^(۴) پیوند می دهد و به حق یادآور می شود که هر چند تز سکولاریزاسیون مبنی بر افول تدریجی دین در برابر مظاهر عقلانیت مدرن، ابهت تبیین گرایانه خود را از دست داده است، لازمه منطقی آن _ که رسانه های مدرن به ناگزیر، کار گزاران سکولاریزاسیون هستند _ همچنان بر ما سایه افکنده است. بنا بر منطق بده بستان، از یک سو، رسانه های همگانی، دین را بی اعتبار و کم مایه جلوه داده اند، ولی از سوی دیگر، ما دین را در مقام یگانه امر مثالی ایمان^(۵) به

ص: ۳۵۴

۱- Jeremy Stolow: دارای درجه دکترا در رشته تفکر اجتماعی و سیاسی از دانشگاه نیویورک و عضو تیم مشورتی در مرکز بین المللی دین و رسانه در این دانشگاه.

۲- Powerful myth about social modernization.

۳- Public sphere.

۴- Jurgen Habermas: یورگن هابرماس، زاده ۸ ژوئن ۱۹۲۹ در دوسلدورف آلمان از فیلسوفان و نظریه پردازان اجتماعی معاصر است که در چارچوب سنت نظریه انتقادی و پراگماتیسم امریکایی کار کرده است.

۵- Ideal matter of belief.

موازات «فرهنگ» به عنوان تصویری ذهنی، پر از معنا و مفاهیم مدار می بینیم. شالوده پنهان نظری و مؤثر، جداسازی پارسونزی فرهنگ (به عنوان معنا) از جامعه است. (از نظر کارکرد؛ پارسونز، ۱۹۶۶) در نتیجه، روشن و بدیهی نیست که بازشناخت دگرگونی تجربی در مناسبات دین و رسانه که قلمروهای [متداخل] زندگی اجتماعی به شمار می آیند و به طور روزافزونی در جهان انسان ها گسترش می یابند (دیدگاه قابل قبول هوور)، بتواند به شکلی خودکار، نظریه جدیدی سابق بر مفهوم «فرهنگ» از منظر معنا» پیروراند.

در حقیقت، نقد پرآوازه جیمز کری در سال ۱۹۷۵ و سرآمد در زمان خود، نخستین دست یازی (۱) [سنت شکنانه] بود که دقیقاً به ضرورت گنجانیدن بعد معنایی فرا می خواند. او به درستی، ارتباطات را به بازتولید تصویری متهم می کند که به شدت، کارکردباور (۲) یعنی فردباور، (۳) فایده جوینان (۴) و ابزار (۵) است و وی آن را نگره «انتقال» (۶) پیام می نامید. کری در عوض، در مقاله پیش گویانان اش به نام «ارتباطات در مقام فرهنگ»، (۷) بازنگری ارتباطات با شیوه آیینی را پیشنهاد می کند؛ رویکردی که به تولید «نمادین»، امتیاز ویژه ای می دهد. من با در نظر داشتن آن دسته از شیوه های نظریه پردازی فرهنگی که به پژوهش های ما در حوزه دین و رسانه یاری می رساند، بحث را از نقطه ای آغاز می کنم که _ بنا به نظر خود کری _ مرهون ابتکار کلیفورد گیرتز (۸) و نخستین روایت انسان شناسی (۹) فرهنگی است که جنبه معنایی فرهنگ را

ص: ۳۵۵

۱- Intervention.

۲- Functionalist.

۳- Individualist.

۴- Utilitarian.

۵- Instrumental.

۶- Transmission.

۷- Communication as culture.

۸- Clifford Geertz: انسان شناس امریکایی (۱۹۲۱ _ ۲۰۰۶) که نظریه انسان شناسی نمادین و نقش نمادها در پی

ریزی معنای عموم را ارائه کرد.

۹- Anthropology.

فرهنگ (و دین) از منظر معنا

فرهنگ (و دین) از منظر معنا

مبالغه در اثرگذاری روایت گیرتر از فرهنگ به عنوان امر نمادین بر رشته های علمی خارج از محدوده انسان شناسی شامل تاریخ، نظریه رسانه، مطالعات فرهنگی و ادبی و عرصه های پژوهشی گوناگون در فراسوی مناطق کار میدانی خاص او در اندونزی و مراکش، چندان ساده نیست. خود او تا حدّ زیادی از اندیشه های سوزان لانگر^(۱) فیلسوف بهره برد و با انسان شناسی معنما محور و ضد کارکردباور خود در میانه روزگاری برآمد که در بازیابی «معنا» به عنوان یک مشکل فلسفی کلیدی مستغرق بود.^(۲) اواخر دهه شصت و دهه هفتاد، زمان «کشف» مفهوم فرهنگ در این کسوت نو _ به عنوان ساحتی نمادین و رها از هرگونه سودمندی کارکردی و ابزاری _ بود و با همت انسان شناسان اجتماعی متقدم تر از کاربرد بیشتر کل نگرانه اش تنزل یافته بود.^(۳)

ص: ۳۵۶

۱- Suzanne Langer: فیلسوف امریکایی هنر و پیرو ارنست کاسیرر (۱۸۹۵ _ ۱۹۸۵). وی به احیا و بازخوانی اندیشه های بندتا کروز، فیلسوف ایتالیایی پرداخت. اثر مشهور لانگر، دروازه ای نو به فلسفه (۱۹۴۲) نام دارد.

۲- لانگر در آثاری چون دروازه ای نو به سوی فلسفه پژوهشی در نمادگرایی عقل، سنت و هنر، چاپ شده در ۱۹۴۲ و احساس و شکل: نظریه ای درباره هنر (۱۹۵۳)، تلاش نو در عرصه منطق نمادین مبتنی بر صور ریاضی و زبانی را با زیبایی شناسی و نمایش پیوند می دهد.

۳- نخستین تعریف به ای.بی. تایلور در کتاب فرهنگ های ابتدایی (۱۹۸۴: ۱) منسوب است: «آن کلیت درهم تافته که شامل معرفت، ایمان، هنر، اصول اخلاقی، قانون، عرف و همه توانایی ها و عادات است، به وسیله انسان به عنوان عضوی از جامعه حاصل آمده است.» این تصور جامع انسان شناسانه از فرهنگ با اثر روث بندیکت پس از جنگ جهانی دوم در چرخه وسیع تر اجتماعی به ظهور رسید. (۱۹۳۴: ۱۹۵۹: ماسوزاوا، ۱۹۹۸: ۷۹) هنگام فارغ التحصیل شدن در اواسط دهه هفتاد به یاد دارم که رساله گیرتر به یک دانشجوی بورسیه داده شد که صرفاً یک جغرافی دان بود. این بخشی از انگیزه من شد برای تحصیل در مبانی انسان شناسی.

رساله نسبتاً دشوار جان مورگان (۱) از سال ۱۹۷۷، آهنگ مجلسی زمانه را ساز کرد. او گیرتز را در دیالوگی با پل تیلیش، (۲) متکلم فرهنگ (عنوانی که تیلیش به خود داده بود) در مورد «دین و فرهنگ به عنوان نظام های معنایی» (۳) می نشانند. مورگان بیان می کند که «آرزوی روشن ساختن فاصله میان فرهنگ و نظام اجتماعی ...، گیرتز را واداشت تا به جنبه های فرهنگ انسانی به ویژه سویه معنایی آن دست بیاویزد که البته کارکردنگری (۴) سستی به استثنای وبر (۵) به آن بی مهری کرده

ص: ۳۵۷

۱- John Morgan: استاد تاریخ و فلسفه علوم اجتماعی و مدیر مؤسسه عالی کلام از سال ۱۹۸۲. او عضو تیم مشورتی در بنیاد آکسفورد برای مطالعه نقش دین در حیات عمومی است.

۲- Paul Tillich: پل تیلیش (۱۸۸۶ _ ۱۹۶۵) الهیت دان و فیلسوف آلمانی در دانشگاه های برلین، توینگن، هال برسلاو، به تحصیل پرداخت و در ۱۹۱۰ از دانشگاه برسلاو، دکترای فلسفه و در ۱۹۱۲ از دانشگاه هال، لیسانس الهیت گرفت. از ۱۹۱۹ تا ۱۹۳۳، الهیت و فلسفه را در دانشگاه های برلین، ماربورگ، درسدن، لایپزیک و فرانکفورت تدریس کرد. با قدرت گرفتن حزب نازی از مقام استادی دانشگاه برکنار شد و در سال ۱۹۳۳ به امریکا مهاجرت کرد. در آنجا از ۱۹۳۳ تا ۱۹۵۵ در حوزه الهیتی یونیون در نیویورک و از ۱۹۵۵ تا ۱۹۶۲ در دانشگاه هاروارد و از ۱۹۶۲ تا ۱۹۶۵ در دانشگاه شیکاگو به تدریس پرداخت. مهم ترین آثار تیلیش عبارتند از: الهیات نظام مند (۳ جلد)، دین چیست؟، شجاعت بودن و پویایی ایمان.

۳- Religion Culture as Meaning Systems.

۴- Functionalism: کارکردگرایی همچون اشاعه گرایی، یکی از نظریه هایی بود که در واکنش به تطورگرایی به وجود آمد و عبارت است از بررسی هر عمل اجتماعی یا هر نهاد با توجه به رابطه ای که با تمامی کالبد اجتماعی دارد. به همین سبب، این نظریه به عنوان یک فرضیه «مجموعه نگر» و «مفیدیت» شناخته شده است. به عبارت دیگر، عمل یا نهاد وقتی به روشنی شناخته می شود که مناسبت و سهم و «کارآیی» آن در قبال دیگر اعمال و نهادهای جامعه مشخص شود. از نظر تاریخی، ریشه های کارکردگرایی را می توان نزد سه متفکر بزرگ علوم اجتماعی یافت: اگوست کنت، هربرت اسپنسر و امیل دورکیم. نظریه پردازان اصلی این گرایش که توانستند آن را به یک ابزار در زمینه تحقیق تبدیل کنند، برانسیلاو مالینفسکی و رادکلیف براون بودند.

۵- Weber: ماکس کارل امیل وبر، زاده ۲۱ آوریل ۱۸۶۴ میلادی در ارفورت ایالت تورینگن آلمان است. بزرگ ترین فرزند خانواده ای دارای هفت فرزند و ثروتمند و از نظر سیاسی، مشهور در حزب لیبرال ناسیونال آلمان بود. ماکس وبر، یک حقوق دان، سیاست مدار، تاریخ دان، جامعه شناس و استاد اقتصاد سیاسی بود که به گونه ای ژرف بر نظریه اجتماعی و جامعه شناسی اثر گذاشت. او در کنار امیل دورکیم و مارکس، سه معمار عمده دانش اجتماعی به حساب می آیند. او مشهورترین کار ماکس وبر در جامعه شناسی اقتصاد، مقاله «روح سرمایه داری و اخلاق پروتستانی» است که آغاز فعالیت های پژوهشی در زمینه جامعه شناسی دین نیز محسوب می شود. ماکس وبر، فرهنگ و به صورت ویژه، مذهب و دین را عاملی می داند که بدون استثنا در شرق و غرب، شیوه و راه های توسعه فرهنگی را تعیین کرده اند.

است. (مورگان، ۱۹۷۷: ۳۶۷) از آنجا که دین و فرهنگ، هر دو «نظام های معنایی» (۱) قلمداد شده اند، گفت و گویی درباره تحلیل شناسی (۲) میان انسان شناسان و متکلمان امکان پذیر خواهد بود. از این رو، پدید آمدن یک اختلاط محفلی میان معنا، دین و فرهنگ را آشکارا می بینیم. در این جوش و خروش، سهم تیلیش، آوردن مفهوم «معنا _ واقعیت» (۳) است که بنا بر نظر مورگان «نمی تواند به طور عادی بیان شود، بلکه رسانه های دینی فرهنگی (۴) و به تعبیر دقیق تر، نظام های نماد (۵) باید به شکل تجربی ابلاغ کنند». (مورگان، ۱۹۷۷: ۳۶۹)

گیرتز از امر نمادین آغاز کرد که بسیار نویدبخش بود و به راستی، امروزه نیز نقطه آغاز آموزشی و درخشانی را برای فهم اهمیت مادیت امر نمادین به منظور تحلیل فرهنگی فراهم می آورد. گیرتز در مقاله مشهورش به نام «دین به عنوان یک نظام فرهنگی» (۶) که نخست در سال ۱۹۶۶ منتشر شد، مدل تحلیل نمادینش را در مورد دین به کار می بندد و تعریفی بازگو شده ارائه می دهد. در نگاه او، دین، «نظامی است از نمادها که برای پایه گذاری احوال و انگیزه های نیرومند، نافذ و مانا در آدمیان به وسیله تدوین مفاهیم یک نظام کلی برای هستی عمل می کند و این مفاهیم را با هاله ای از واقعیت مندی می پوشاند تا این احوال و انگیزه ها کاملاً واقعی به چشم آیند». (گیرتز، ۱۹۷۳: ۹۰)

دیرپاترین سهم گیرتز در راستای تحقق اهداف ما از اندیشیدن درباره شبکه دین و رسانه، تأکید او بر نماد از نظر مادیت و قرار دادن ابزارهای تفکر نکته سنج و روش های عمل ذهن در اختیار عموم است. آن گونه که او می گوید: «کنش های فرهنگی، ساختار،

ص: ۳۵۸

-
- ۱- Meaning Systems.
 - ۲- Analytics.
 - ۳- Meaning-reality.
 - ۴- Religiocultural media.
 - ۵- Symbol system.
 - ۶- Religion as a Cultural System.

دریافت و به کارگیری صور نمادین مانند هر چیز دیگری، رویدادهای اجتماعی هستند. آنها همچون ازدواج، همگانی و مانند کشت و کار، قابل دیدن هستند.» (همان: ۹۱) نمادها چه در گذشته یا حال، رسانه هایی پذیرای تحلیل و رمزگشایی نشانه شناختی به شمار می روند. آنها ساختارهایی را می سازند تا به خودآگاهی سامان دهند. (سوایدلر، ۲۰۰۱: ۶: ۷۵)

این نگرش، بی تردید جهانی را به روی امکان پذیری مطالعه رسانه های دینی می گشاید؛ همان دست ساخته (۱) های مادی به شمول همه اشیا و شیوه های اجرایی. آنها به وسیله این رهیافت و به دلیل نیاز به تفسیر و نوعی هرمنوتیک ارائه می شوند. (ماسوزاوا، ۱۹۹۸: ۷۹ و ۸۲) با این حال، توجه گیرتر به بعد زیباشناختی فعالیت انسانی _ که گویا با استمداد محض از دانشمندان تاریخ ادبیات و هنر در صدد رهایی از تفکر بود _ او را به جنبه های کم ارزش زندگی اجتماعی که با سیاست و قدرت هم سو بود، سوق داد و به همین دلیل، آماج حملات روزافزون قرار گرفت.

در واقع، دهه هفتاد، شاهد سرآغازهای نقد هرمنوتیک (۲) فرهنگ از نظر قرائت معنایی مثلاً یک متن نیز بود. این سنجشگری دست کم در دو جهت هم سو به پیش

ص: ۳۵۹

۱- Artifacts

۲- ۱۶: Hermeneutics هرمنوتیک به معنای خبر دادن و ترجمه کردن و تعبیر کردن، علم یا نظریه تأویل است. علمی که مسئله فهم متون و چگونگی ادراک و فهم و روند آن را بررسی می کند. این عنوان از قرن هفدهم کاربرد یافت، ولی تازه در آغاز قرن نوزدهم با تلاش فکری فردریک شلایرماخر رواج عمومی پیدا کرد. مجادله های جنبش اصلاح طلبی بر سر این حکم کلیسای کاتولیک که تنها این کلیسا صلاحیت تأویل کتاب مقدس را دارد، با پافشاری پروتستان ها بر خودبستگی متن مقدس، به نتیجه رسید. پیکره کلی نظریه و عمل حاصل از این مباحث، هرمنوتیک را پی ریزی کرد. تنظیم تدریجی این مواد و تبدیل آن به یک روش شناسی برای تأویل متن، در اواخر سده نوزدهم، شکل نظریه فلسفی عام تری را به خود گرفت. در بازساخت این مفهوم می توان گفت تأویل ادبی در انگلستان و امریکا عمدتاً در چارچوب واقع گرایی، به تعبیر فلسفی، صورت می گیرد. ادراک هر کس از اثر را باید جدا از خود اثر انگاشت و وظیفه تأویل ادبی، سخن گفتن درباره «خود اثر» است. نیات و مقاصد مولف نیز دقیقاً از اثر جدا نگه داشته می شود؛ اثر «موجود»ی فی نفسه است. موجودی که توانایی ها و تحرکات خاص خودش را دارد. نمونه متعارف تأویل کننده دوره جدید کسی است که عموماً از «خودمختاری هستی» اثر ادبی دفاع می کند و وظیفه خود را جاری کردن این هستی در سراسر تحلیل متن می داند. بدین ترتیب، جدایی ابتدایی فاعل و موضوع یا ذهن و عین، اصل متعارف واقع گرایی، به مبنای فلسفی و چارچوب تأویل ادبی بدل می شود. یکی از جنبش های تفکر اروپایی که نقدی ریشه ای از برداشت های واقع گرایانه در باب ادراک و تأویل به دست داده است، پدیدارشناسی است.

رفت: در عرصه پژوهش های ادبی، ساختارگرایی (۱) و نشانه شناسی (۲) در تیررس حمله بودند؛ چون به بت واره سازی بیش از حد معنای درونی متن _ که گویی یک بار و برای همیشه درک شده و ناتاریخی است _ می پرداختند. نظریه ای درباره تولید ادبی (۳) اثر پییر ماچیری (۴) (که در سال ۱۹۶۶ در فرانسه چاپ شده بود) در سال ۱۹۷۸ به زبان انگلیسی منتشر شد. نقادان ماچیری به دلیل علقه های نزدیک او به نظریه پرداز فرهنگی مارکسیست، آلتوسر، (۵) باب «فرهنگ» را حتی به روی حوزه هایی گشود که برای مطالعه فرهنگ در سیمای «ایدئولوژی» قابلیت بیشتری داشتند و از این رو،

ص: ۳۶۰

۱- ۱۷. Structuralism: ساختارگرایی یکی از اندیشه های رایج در علوم اجتماعی است. بر پایه این طرز فکر تعدادی ساختار باطنی و ناملموس، چارچوب اصلی در پشت پدیده های ظاهری اجتماع را تشکیل می دهند. روش ساختارگرایی در نیمه دوم سده بیستم از سوی تحلیلگران زبان، فرهنگ، فلسفه ریاضی و جامعه به گونه ای گسترده به کار برده می شد. اندیشه های فردینان دو سوسور را می توان آغازگاه این مکتب دانست. هر چند پس از وی ساختارگرایی تنها به زبان شناسی محدود نشد و در راه های گوناگونی به کار گرفته شد و مانند دیگر جنبش های فرهنگی، اثرگذاری و بالندگی آن بسیار پیچیده است. همه ساختارگرایان از این بینش آغاز کرده اند که پدیدارهای اجتماعی و فرهنگی، رویدادهایی واجد معنا هستند و در نتیجه دلالت های آنها باید در مرکز پژوهش، قرار گیرد. از این رو در تحلیل ساختاری بر مجموعه مناسبات میان اجزای ساختار در هر پدیدار تأکید می شود. با شناخت این مناسبات درون ساختاری است که یک پدیدار، معنا می یابد ساختارگرایی رویکردی محافظه کار و روشی غیر تاریخی دارد.

۲- Semiotics: نشانه شناسی با سخنرانی های زبان شناس سوئیسی فردینان دو سوسور در دانشگاه شهر ژنو آغاز گشت. پس از مرگ او، به کوشش همکارانش، اندیشه های او در کتابی با نام درس زبان شناسی عمومی (۱) در سال ۱۹۱۶ به چاپ رسید. او با رد انگاره سنتی که رابطه میان واژه و شیء را یک رابطه حقیقی می دانست (به رساله کراتیلوس افلاطون رجوع کنید) برای نخستین بار به دلخواه بودن آن اشاره کرد. او هر پیوند ذاتی میان واژه و شیء و همچنین واژه و مفهوم را نادرست خواند و این پیوند را زاده یک هم گرایی و هم رأیی اجتماعی دانست. او در درس زبان شناسی عمومی در توضیح نشانه شناسی می گوید: می توان علمی را تصور کرد که به مطالعه زندگی نشانه ها در یک جامعه بپردازد. این علم بخشی از روان شناسی اجتماعی و در نتیجه روان شناسی عمومی خواهد بود. نشانه شناسی معلوم می کند که نشانه ها از چه تشکیل شده اند و چه قوانینی بر آنها حکم فرماست. او جستار خود را این گونه آغاز می کند: در همه دانش ها، شیء مقلد ترین بخش یک پژوهش است در حالی که در زبان شناسی، هنگامی که به سراغ واژه می رویم، متوجه می شویم که برای بررسی آن واژه، نخست به شناختن دیدگاهمان نیاز داریم. آیا ما واژه را از دید معنایی بررسی می کنیم یا ریشه یابی یا تاریخی یا جز اینها. پس آن استواری که دانش باید به دنبال بیاورد، در گام نخست به خطر می افتد. پس سوسور به دنبال ساختاری استوار به ساختار زبان می رسد؛ آنچه بنیاد نشانه شناسی را خواهد ساخت.

۳- A Theory of Literary Production

۴- Pierre Mcherey: منتقد فرانسوی و کمونیست نقد ادبی (۱۹۳۸). او شاگرد لویی آلتوسر است و در رشد نگره ادبی و پساساختارگرایی در فرانسه نقش اساسی دارد.

۵- ۱۹۶۵_ ۱۸۸۶): Althusser) متولد الجزایر بود و در اکول نرمال سوپریور در پاریس درس خواند و به تدریس فلسفه در دانشگاه پرداخت. او از بالاترین مقامات آکادمیک حزب کمونیست فرانسه بود و بحث هایش در پاسخ به خطراتی هستند که بنیاد سوسیالیستی آن حزب را تهدید می کرد. از آلتوسر معمولاً به عنوان مارکسیست ساخت گرا یاد می شود.

فرهنگ در افق مسائل قدرت و سیاست نمودار شد. از زاویه دیگر، تأکید مبالغه آمیز بر «درون بود» (۱) و رمزگشایی معنا، اندک اندک به غفلت از تحلیل فرآیندهای تولید خود متن یا دست ساخته یا آیین انجامید. این تحلیل به منظور فهم تولید مادی، نهادی و البته «اجتماعی» این نمادهاست که در چشم انداز علوم انسانی آن قدر گسترده به نظر می رسند که کلیت «فرهنگ» به عنوان یک پدیده تحلیلی را به سود خود می ربایند. هر دو زاویه سنجشگری متأثر از دانش مارکسیستی تولید ایدئولوژیک بودند. (۲)

طلال اسد، (۳) اثر گیرتز درباره دین از نظر امر نمادین را دوبار نقد کرد. (۱۹۸۳؛ ۱۹۹۳) در جستار نخست، اسد، گیرتز را به دلیل نادیده گرفتن تلازم دین و قدرت به یک معنا، به چالش می کشد. در این معنا، قدرت، ایدئولوژی دینی می سازد؛ پیش شرط های چندگونگی شخصیت های (۴) دینی را بنیاد می نهد؛ به اقوال و اعمال دینی قابل تعین اقتدار می بخشد و دانش یک پارچه و متمایز دینی را پدید می آورد. (اسد، ۱۹۸۳: ۲۳۷)

نه تنها اقدام گیرتز برای ارائه یک «تعریف کلی و ناتاریخی از دین»، (۵) اسد را برآشفت که حتی تعریف او از فرهنگ، از دیدگاه اسد به معنای «فاصله انداختن میان

ص: ۳۶۱

۱- ۲۲. Interiority.

۲- مکتب مطالعات فرهنگی بیرمینگهام از چند زاویه همان نقاطی را بررسی کرده که مکتب فرانکفورت فرو گذاشته است. (آگر ۱، ۱۹۹۲: ۲۳) این مکتب عمیقاً از آثار ریموند ویلیامز (۱۹۸۱e.g) و استوارت هال تاثیر پذیرفته است. (e.g ۱۹۸۵).

۳- Talal Asad: استاد انسان شناسی مرکز تحصیلات تکمیلی دانشگاه شهر نیویورک، در سال ۱۹۳۲ در عربستان سعودی به دنیا آمد و در هندوستان و پاکستان بزرگ شد. پس از پایان تحصیلات مقدماتی، در هجده سالگی به انگلستان رفت تا به توصیه پدرش در مدرسه معماری انجمن معماری در لندن درس بخواند. علاقه واقعی او انسان شناسی بود. بنابراین، معماری را رها کرد و در ادینبورگ و آکسفورد (دکتری ۱۹۶۸) انسان شناسی خواند. اکنون بخش بزرگی از موضوع کارش، انسان شناسی دین است. تأثیر اسد بر انسان شناسی معاصر به ویژه بر کار پژوهشگرانی که نگاه انسان شناسانه به دنیای اسلام دارند و همچنین آنها که خارج از دنیای اسلام به موضوع سنت و مدرنیته می پردازند، انکارناپذیری است. مشهورترین اثر اسد احتمالاً تبارشناسی های دین (۱۹۹۳) است. همچنین به کتاب او درباره امر سکولار (۲۰۰۳) هم بسیار ارجاع می شود. بازخوانی او از اثر کلاسیک معنا و پایان دین نوشته اسمیت (۲۰۰۱) هم به خوبی _ و به گونه ای فشرده _ بیانگر خط مشی فکری اوست.

۴- Personalities.

۵- Universal a-historical definition of religion.

تماشاگر و نقش»، (۱) جفا در حق آنهایی است که در محدوده فرهنگ، زندگی و از «نمادها استفاده می کنند» تا «دانش خود درباره زندگی و نگرش خود به منظور زندگی را بسط دهند». این تعریف به جداانگاری قالبی فرهنگی همچون دین از «شرایط مادی و فعالیت های اجتماعی» رهنمون می شود و به خودآگاهی تقلیل می یابد. (همان: ۲۳۸ و ۲۳۹) اسد در عوض، خواستار از میان برداشتن این فاصله (کاذب) میان کنش تخصصی و معنادار می شود (همان: ۲۵۱) تا با روایت «فرهنگ در مقام معنا»ی جیمز کری _ که ارتباطات پژوهی را به تطبیق آن دعوت می کند _ سازگار گردد. اسد ابراز تأسف می کند از اینکه «دین به ندرت از منظر» کنش تخصصی» بررسی شده است؛ یعنی تربیت جسم و گفتار که برای نشان دادن مظاهر دین اعمال می شود. چنین قواعدی، پیش شرط صور تعین یافته تفکر و عمل به شمار می آیند، ولی باید آموخته شوند و بیاموزانند. از این رو، خود به محدوده نهادهای اجتماعی و شرایط مادی وابسته اند». (همان: ۲۵۱)

در این سخن، رویکردی نو به فرهنگ، نهفته است که به نقد پسا ساختارگرایی (۲) شکل می دهد تا فرهنگ را به ناگزیر به عنوان فرآیند و نه به عنوان شیء ارزیابی کند و سرانجام در بستر سازمان اجتماعی حیات مادی و

ص: ۳۶۲

۱- Distanced spector-role

۲- Post-structuralist: رویکرد ساخت گرایانه با تأکید بیش از حدی که بر ساختارها و عمق نظام می کند، ممکن است از ظاهر و اتفاقات مهمی که در سطح روبنایی نظام می افتد، غفلت کند و به نوعی منجر تقلیل گرایی و ساده انگاری و توهم درک کامل حقیقت (از ابتدا تا انتهای تاریخ) منجر شود. تقلیل گرایی و توهمی که شاید مارکس با تمرکز بیش از حد بر زیربنا و غفلت از اتفاقاتی که در روبنای ایدئولوژیک جامعه رخ می دهد، به آن دچار شده بود. همچنین ساختارگرایی در شکل افراطی خود به مرگ سوژه منجر می شود و انسان را چونان عروسک خیمه شب بازی تسلیم اراده ساختارهای بنیادی افکار تلقی می کند. این مشکلات و تعارض هایی که بعدها بر اثر ترکیب ساختارگرایی با دیگر اندیشه ها نمایان شد، به ظهور پسا ساختارگرایی و به حاشیه رفتن ساختارگرایی انجامید. پسا ساختارگرایی به مجموعه ای از افکار روشن فکرانه فیلسوفان اروپای غربی و جامعه شناسانی گفته می شود که با گرایش های فرانسوی، مطلب نوشته اند. تعریف دقیق این حرکت و تلخیص آن کار دشواری است، ولی به شکل عمومی می توان گفت افکار این دانشمندان، توسعه و پاسخ به ساختارگرایی بوده و به همین دلیل، پیشوند «پسا» را به آن اضافه کرده اند. پسا ساختارگرایی و پسامدرنیسم بعضاً به جای یکدیگر به کار می روند. افرادی مانند ژاک دریدا و میشل فوکو از پیش گامان این مکتب فکری هستند که به نظر عده ای، به شکل تنگاتنگی با پسامدرنیسم و پدیدارشناسی مرتبط است. این ارتباط تا حدی است که بعضی متفکران مدعی شده اند که پسا ساختارگرایی را می توان به شکلی صحیح، پسا پدیدارشناسی نامید.

تقلای انسانی به ظهور رساند. این همه به وسیله آدمیانی محقق می شود که حتی ذهنیت های آنان بخشی از محصولات این فرآیند است. در یک کلام، زندگی فرهنگی با عمل _ که مفهوم دیگری با ریشه مارکسیستی است _ به پیش رانده می شود.

فرهنگ (دین و رسانه) در مقام عمل

فرهنگ (دین و رسانه) در مقام عمل

اگر مرحله نخست نقد معنا که آن را در قالب تولید ایدئولوژیک می ریخت، بر «ایدئولوژیک بودن» تأکید می کرد، این مرحله، «تولید» را نشانه می گیرد. زمانی که دومین نقادی اسد از گیرتز در تبارشناسی دین: قواعد و عوامل قدرت در مسیحیت و اسلام (۱) در سال ۱۹۹۳ انتشار یافت، «چرخش عملی» (۲) نظریه از الگوی کهنه پیشی گرفت. اسد در این باره می نویسد:

... شکل گیری آنچه ما در اینجا «نمادها» می خوانیم (مجموعه مفاهیم)، مشروط به پیوندهای اجتماعی است که در آن، کودک رو به رشد حضور دارد و دیگر نمادها (گفتار و حرکات معنادار) برای او سرنوشت ساز هستند. از این پس، شرایط (اکتسابی و غیراکتسابی) که به تبیین شیوه ساختار یافتن نمادها و تثبیت شماری از آنها به شکل طبیعی یا تحکمی (۳) در برابر دیگران می پردازند، به مسئله مهم تحقیق انسان شناختی بدل می شوند. (اسد، ۱۹۹۳: ۳۱)

اسد در این باره که «نمادها به عمل سازمان می دهند» و در بطن «معنارسانی و سازمان دهی همه انواع عمل» جای دارند، به ال.اس. ویگاتسکی، (۴) نظریه پرداز مارکسیستی زبان استناد می کند. (همان: ۳۱ و ۳۲)

برگردان طرح کلی یک نظریه برای عمل (۵) اثر پی یر بوردیو (۶) به زبان انگلیسی

ص: ۳۶۳

۱- Genealogies of Religion: Discipline the Reasons in Christianity Islam

۲- Practice turn

۳- Authoritative

۴- (L.S.vygotsky): ۱۸۹۶ _ ۱۹۳۴.۴ : روان شناس و نظریه پرداز مارکسیست زبان در دانشگاه مسکو.

۵- Outline of a Theory of practice

۶- (۲۰۰۲.۶ _ ۱۹۳۰): Pierre Bourdieu) جامعه شناس و مردم شناس فرانسوی. بوردیو در دهه ۱۹۵۰ در اکول نورمال سوپریور در پاریس تحصیل می کرد. بنا به گفته خودش با اینکه با درجه عالی در رشته فلسفه فارغ التحصیل شد، برای اعتراض به ماهیت خشک، بی روح و اقتدارطلبانه آموزش هایی که ارائه می شد، از نوشتن رساله خودداری کرد. در سال ۱۹۸۵، کتاب جامعه شناسی الجزایر را به چاپ رساند و تا دو سال بعد در دانشگاه الجزایر به تدریس پرداخت. او پس از بازگشت به فرانسه در سمینارهای لئو اشتراوس شرکت می جست و به عنوان دستیار با ریمون آرون همکاری می کرد. در سال ۱۹۶۸، مرکز جامعه شناسی اروپایی را تأسیس کرد و تا پایان عمر، مدیریت آن را بر عهده داشت. در سال ۱۹۸۱ و در پی بازنشستگی ریمون آرون، کرسی او در کولژ دو فرانس به بوردیو اعطا شد.

در سال ۱۹۷۷، به معیاری کلی برای نظریه عمل تبدیل شد. این جامعه شناس از شیء انگاری (۱) جامعه به عنوان رشته ای از ساختارها که بر بازیگران چیره می شوند و آنان را به زندانیان ابدی و «سناریو»های از پیش نگاشته شده ازلی تبدیل می کنند، به سختی انتقاد می کند. از این رو، برداشت او از عمل بیانگر تأکید بر شیوه های راهبردی و همواره دگرگون شونده ای است که مردم در آنها به کارانبانی (۲) نمادین دست می یابند و پیوسته آن را بازسازی می کنند. بوردیو امیدوار است مدل های او از طریق برجسته سازی ذات تجسم به معنای محل تربیت و عمل، بتوانند ما را از برزخ دوپارگی میان ذهن و جسم (۳) عبور دهند. در چارچوب دین پژوهی، تجسم می تواند ما را از افتادن در دام این عقیده باز دارد که نظریه عمل به مرتبه نازل فهمیدن آن در صورت «آیین» و به این معنای بسی کهنه که «ایمان» به «عمل» راه می برد، فروکاستنی است. این اندیشه در حکم آن است که زندگی دینی با اظهار محض یک رشته پیش فرض های جاودانه فرهنگی یکی دانسته شود. (۴) این دیدگاه همچنان از گسست میان ایمان _ اصول عقاید _ متن و کنش _ آیین _ نمایش پاسداری می کند؛ گسست میان تفکر و عمل. در این میان، دو دهه اخیر، شاهد یک تغییر تدریجی در سرشت مطالعات دینی بود که با دگرگونی از معنا به عمل در نگره فرهنگی هم زمان است. دانشمندان تمرکز روشنگری بر جنبه های شناختی و عقلی حیات دینی (اعتقاد به مفاهیم و

ص: ۳۶۴

۱- Reification.

۲- Repertoire.

۳- Body.

۴- نک: کتاب نظریه آیین، عمل آیین اثر کاترینا بل که ملهم از بوردیو و مؤثر در مطالعات دینی بود. (بل، ۱۹۹۲)

اصول عقاید)، با انتقاد از به گستره فراخ تر مصادیق روی خوش نشان داده اند. یکی از چهره های اصلی منتقد، دونالد لوپز، (۱) پژوهشگر بودیسم است. او در رساله خود به نام «ایمان» در کتاب صور انتقادی در پژوهش های دینی (۲) (۱۹۹۸) چنین می نگارد که چشم داشت استقرار اولیه و بنیادی دین در «ایمان»، آرمانی مسیحی است. البته برای توضیح بیشتر و بر اساس دیدگاه اریک ریندر (۳) در مقاله اش درباره رویکردهای تبلیغی پروتستانی نسبت به آیین و تعظیم در چین باید گفت آرمانی پروتستانی است. نقد آنها از آیین چینی، بازگفت نقدشان از پایی گری (۴) و وسواس آیینی (۵) است. (ریندرز، ۱۹۹۷)

انتشارات دانشگاه پرینستون سری کتاب های لوپز را با نام دین در عمل (۶) چاپ کرده است که نخستین جلد آن درباره بودیسم در سال ۱۹۹۵ انتشار یافت و به عنوان اصلاح گر جدی بن نگره (۷) «ایمان» شناخته شد. این کتاب ها نشان دهنده رویگردانی پژوهشگری ادیان از فلسفه و مقابله با عنایت فلسفه به منابع نوشتاری نخبگان اهل دانش و روی آوردن به واریسی چیزهایی است که انبوه طیف های مختلف مردمی انجام داده اند. این مجموعه ها با نگاهی عمیقاً تاریخی، به شرح انواع فراوانی از رسانه های متنی (۸) می پردازند، مانند ولی نامه ها، (۹) سیاحت نامه ها، کتیبه ها، فضیلت نامه ها، (۱۰) افسانه های عامیانه، قصه ها، پیمان های اقتصادی، دست نوشته های مرشدان معنوی، دستورنامه ها و متن های (۱۱) آیینی. (۱۲) با اینکه لوپز تبلیغ عمل به یاری

ص: ۳۶۵

۱- Donald Lopez: پژوهشگر بودیسم و تبت شناسی. دارای درجه دکترای انسان شناسی از دانشگاه ویرجینیا.

۲- Critical Terms for Religious Studies

۳- Eric Reinders

۴- Catholic popery

۵- Ritual-obsessiveness

۶- Religion in Practice

۷- Paradigm

۸- Text-media

۹- Hagiographies

۱۰- Merit books

۱۱- این آثار عبارتند از: ادیان هند در عمل (۱۹۹۵)، بودیسم در عمل (۱۹۹۵)، ادیان چین در عمل (۱۹۹۶)، ادیان تبت در عمل (۱۹۹۷)، ادیان ژاپن در عمل (۱۹۹۹)، ادیان کره در عمل (۲۰۰۲).

۱۲- Texts

مواد و مصالح آسیایی را رسالت نخستین تلقی می کرد، کار علمی دیوید مورگان درباره رسانه های دیداری همگانی به عنوان ابزار تغذیه کننده دیانت مسیحی در ایالات متحده نیز از بینش های نظری مشابهی سرچشمه می گیرد. (مورگان، ۱۹۹۸؛ مورگان و پرومی، ۲۰۰۱)

همچنین گرایش به نظریه عمل در پژوهش های دینی با دل بستگی فزاینده به تجسم (۱) آشکار می شود؛ روندی که آوازه نخستین دوره آن در سال ۱۹۸۹ با انتشار مجموعه سه جلدی از سری پیکره بندی شده با عنوان پاره هایی از تاریخ کالبد انسانی (۲) [اثر میچل فهر] (۳) به اوج خود رسید. (فهر و دیگران، ۱۹۸۹) (۴)

اخیراً در عرصه تحقیقات رسانه ای، نیک کولدوری، (۵) آشکارا ضرورت «نظریه مهندسازی رسانه در مقام عمل» (۶) را یادآور شده و به لزوم کلید خوردن طرحی آگاهی یافته است که «متون یا ساختارهای تولیدی رسانه را (با وجود اهمیت آنها) از کانون بررسی های رسانه ای بردارد و به بازجست گستره نامحدود شیوه های عملی که به شکل مستقیم یا غیرمستقیم بر رسانه تمرکز دارند»، فرا خواند. (کولدوری، ۲۰۰۴: ۱۷) از هم اکنون آرزوی تهی ساختن میدان از دوگانه انگاری هایی همچون متن _ ساختار کاملاً رواج یافته است، چنان که نوشته چاپ شده کولدوری در نشریه

ص: ۳۶۶

۱- Embodiment

۲- Fragments for a History of the Human Body

۳- Michel Feher

۴- از ۴۸ جستار دربردارنده شماری از رشته های علمی، دست کم ۲۴ موضوع از عناوین آشکار دینی برخوردارند (مانند: خدا، نفس، قربانی، اوپانیساد، راهب، مسیح، روح گرسنه، بهشت، انجیل، ذات الهی، تقدیس شده و...) تقریباً موضوع همه این مقالات از بایگانی «دینی» رصد شده اند. عرصه بررسی هایی از این قبیل، وسیع است. برای مطالعه نماهای کلی پژوهش های دینی نک: لافلور، ۱۹۹۸ و کواکلی ۱۹۹۷.

۵- Nick Couldry: استاد رسانه و ارتباطات و مدیر مرکز مطالعات رسانه های جهانی و دموکراسی در انگلستان.

۶- Theorizing Media as Practice

نشانه‌شناسی اجتماعی (۱) گواه آن است. او بر این باور است که چرخش به سوی عمل، تمرکز بر «رفتار مردم در نسبت با رسانه‌ها و بر پهنه یک پارچه موقعیت‌ها و بافت‌ها» را تشویق خواهد کرد. (همان) او به‌رهایی از «مفهوم بسی کهنه فرهنگ به عنوان مفاهیم درونی شده یا مجموعه‌ای از معانی» نوید می‌دهد و در عوض، توجه ما را به بعد روزمره و ناخودآگاه عملی جلب می‌کند که در روش‌های استدلالی تثبیت می‌شود و به کار پربار نظم می‌بخشد. نیز ما را از این واقعیت آگاه می‌سازد که عمل‌های آشکار با جایگاه دادن به دیگران، نوعی سلسله‌مراتب (۲) را پدید می‌آورند. (۳)

در پایان یک دوره سی ساله سرسپردگی به ساختار و نماد به عنوان هسته مرکزی تحلیل فرهنگی، نگاهی نو به عمل، کمترین شیء گشتگی و بیشترین پویایی پدید آمده در فهم حیات اجتماعی را به ارمغان آورده است و این روند ادامه دارد. انسان‌ها در قامت کنش‌گران اجتماعی وارد می‌شوند و در سرشت مادی ارتباطات _ که فرآیند بی‌وقفه‌ای از کار زبانی و فیزیکی است و انسان‌ها و جهان را در خود به‌طور هم‌زمان به ظهور می‌رساند _ شخصیت می‌یابند. آنها به درون مایه‌های اجتماعی جهان‌های مادی از معبر صور آوایی و ایمایی (۴) تبدیل می‌شوند؛ فرآیندی که عمیقاً با شیوه تصور شدن و زیست‌مند شدن کالدهای انسانی گره خورده است. (زیتو و بارلو، ۱۹۹۴: ۹) این رهیافت به شکلی بنیادی تر، نظریه فرهنگی را به سوی تعهد پیشین نسبت به ذهنیت و شخص _ بود (۵) سوق می‌دهد که بن‌سازه (۶) ای است در فرآیند «وساطت» به مفهوم فراگیرتر نظری این اصطلاح؛ چنان که دقت نظر پایدارتر و از لحاظ نظری، آگاهانه‌تری را نسبت به دیگر بن‌سازه‌ها از قبیل شیء انگاری و ابژه‌گردانی (۷)

ص: ۳۶۷

۱- Social Semiotics

۲- Hierarchy

۳- او به شدت به سویدلر وابسته است (۲۰۰۱).

۴- Forms of language gesture

۵- Personhood

۶- Moment

۷- Objectification. ۳۵: فرآیند تهی کردن انسان‌ها از احساسات و شعور.

فرهنگ در مقام وساطت

فرهنگ در مقام وساطت

همچنان که تحلیل گران فرهنگ، به طور مستمر، نظریه هایی ارائه داده اند که از کل نگری کارکردی تا فرهنگ از نظر معنا و از آنجا تا فرهنگ در قامت عمل را دربرمی گیرد، به همین تربیت، بینش هایی به میدان های دین و رسانه پژوهی شکل و ریخت داده اند که از سفرهای دور و دراز نظریه فرهنگ سود جسته اند. دین پژوهی، ایمان را به عنوان نقطه عزیمت سنجیده و سپهر تحقیقاتی را تا ورای متن ها و نخبه های ناظر بر آنها در طول تاریخ، فراگسترده است. پژوهش های رسانه ای از پشت کردن به مفاهیم شیء گشته رسانه به طور کل و روی آوردن به فهم آن به عنوان فرآورده خاص عمل های فرهنگی، متغیر(۱) و از نظر به خودتابندگی نیرومند، سود جسته است. من باز بر این گرایش تأکید می کنم: شبکه ویژه دین و رسانه می تواند به طور خاص از عمق بخشیدن و توسعه دادن به مفهوم عمل تا آنجا که بخشی از وساطت در زندگی اجتماعی شود، بهره مند گردد.

در این مقام، وساطت را به معنای آشتی دادن دو چیز ناسازگار به کار نمی برم؛ زیرا این معنا خواه ناخواه، ما را به همان دوگانه انگاری بر خواهد گرداند که از قرار معلوم، چرخش به سوی عمل ریشه دار در فرآوری هم زمان خویشتن و جهان اجتماع، از آن نجاتمان داده بود. معنای یادشده، تداعی گر دین و رسانه در هیئت نیروهای متخاصمی است که به گونه ای نیازمند آشتی هستند. از این رو، قصد من به کار بردن وساطت در این معنا نیست. تئودور ساتکی(۲) در مقدمه اش بر چرخش عملی در نظریه معاصر،(۳) ضرورت چیرگی بر این دوگانه انگاری ها را بااهمیت تلقی کرده است. او جمع بندی ارزشمند خود را از «عمل ها» عرضه می دارد و آنها را «آرایه های مادی و مجسم رسانه ای شده»(۴)

ص: ۳۶۸

۱- Volatile.

۲- Theodore Schatzki.

۳- Practice Turn in Contemporary Theory.

۴- Mediated.

در فعالیت انسانی می داند که به طور عمده بر محور فهم عملی مشترک سازمان دهی شده اند. (شاتزکی و دیگران، ۲۰۰۱: ۲) نظریه عمل، ما را به درگاه می رساند و ما با کشکولی سرشار از مفاهیم سر می رسیم: همچون عاملیت، (۱) ذهنیت، (۲) شخص بود، اشیای مادی و از نظر من، مهم تر از همه، فرآیند. (۳) اگر فرآیند بودن فرهنگ و نه شیء بودن آن را جدی بگیریم — هرچند فرهنگ به توده ای از اشیای می ماند و تنها به کمک مادیت اشیای قادر به تحلیل آن هستیم — باید به فهم آن در قالب حرکت تحلیلی دست یابیم. چیزهای فراوانی در زندگی انسانی — به شمول حیات «اجتماعی» — به شکل تجربی و بی واسطه در دسترس قرار نمی گیرند. با این حال، به وجود آنها آگاه هستیم. در واقع، بخش عمده ای از زندگی انسانی صرف پدیدار ساختن امر ناپیدا و به تعبیر دقیق، رسانه ای کردن آن [امر ناپیدا] می شود.

من مفهوم وساطت را در جایی چنین شرح داده ام:

ساختار واقعیت اجتماعی که در آن، مردم، پیوسته سرگرم فراآوردن جهان مادی پیرامون خود هستند و در همان لحظه به واسطه آن معنا می یابند. هر عمل اجتماعی در یک چارچوب مادی به حرکت درمی آید و با یک محمل مادی انتقال می یابد. (زیتو، ۲۰۰۷: ۷۲۶)

زبان دیالکتیکی مارکس به طور یک دست، «همه اشیای را مرحله در بستر تحولشان در میان دیگر اشیای [تر]، در برابر آنها [آنتی تر] و در نتیجه آنها [سنتر]» تلقی می کند (اولمن، ۱۹۷۶: ۵۲) و به دیدگاه مکتب فرانکفورت (۴) درباره فرهنگ به

ص: ۳۶۹

۱- Agency

۲- Subjectivity

۳- Process

۴- Frankfort School: مکتب فرانکفورت در مورد نظریه انتقادی، نام مکتبی مرکب از چهره های آلمانی است که ماکس هورکهایمر آن را در قالب یک انجمن پژوهش های اجتماعی در فرانکفورت در دهه ۱۹۳۰ (میلادی) که بنا نهاد. عمده فعالیت این مکتب در زمینه های مربوط به فلسفه علوم اجتماعی، جامعه شناسی و نظریه اجتماعی نو مارکسیستی است. در سال ۱۹۲۴ در شهر فرانکفورت آلمان (کنار رودخانه ماین)، انستیتوی تحقیقات اجتماعی — فرهنگی، مستقل از دانشگاه گشایش یافت. این مؤسسه تحقیقاتی، اشتهار خود را مدیون جنبش اعتراضی دانشجویی دهه ۱۹۶۰ میلادی است که غیر مستقیم از نظرهای مارکس و نگرش انتقادی این مؤسسه (مکتب فرانکفورت) ریشه می گرفت. این مؤسسه، تحقیقات خود را بر پایه بینش مارکس و فروید از منظر اجتماعی — فلسفی در جوامع سرمایه داری، آغاز و گسترش آن را نقد و بررسی می کرد. یکی از معروف ترین تألیفات آن به نام «دیالکتیک روشنگری» اثر ماکس هورکهایمر که سال ها مدیریت مکتب را به عهده داشت و همکارش، تئودور آدورنو است. پس از گذشت نه سال از تأسیس، مکتب فرانکفورت به دلیل داشتن عقاید مارکسیستی و اعضای یهودی مذهب آن، مجبور به مهاجرت به ژنو (۱۹۳۳ / ۱۳۹۴) و سپس به امریکا شد. در سال ۱۹۵۰ میلادی مجدداً به فرانکفورت نقل مکان کرد. طرفداران نسل اول این مکتب عبارتند از: هورکهایمر، آدورنو، اریک فروم،

هربرت مارکوزه، فرانس نویمان و بنیامین. نسل جوان تر مکتب فرانکفورت، یورگن هابرماس و آلفرد اشمیت هستند. این مکتب از آغاز سال های دهه ۶۰ میلادی نقش مهمی در زمینه بررسی و نگرش منقدانه به فرضیه های علمی و آموزش و پرورش در چارچوب نئومارکسیسم داشته است. گفته می شود این مکتب در ضدیت با مارکسیسم اصولی به وسیله تعدادی از روشن فکران بورژوا بنیاد گذاشته شد تا در مارکسیسم شکاف ایجاد کنند. این مکتب، اصول اساسی مارکسیسم را نقض می کند و تئوری های روشن فکرانه به آن می افزاید.

عنوان «چیزی که تعامل میان امر مادی و ذهنی و امر اقتصادی و سیاسی _ اجتماعی را انتقال می دهد، راه می برد. (مندی یتا، ۲۰۰۶: ۵) من با تأکید بر قرابت شگفت انگیز میان «رسانه» و «وساطت»، توجه را به پارادوکس فرآیند مادی سازی (۱) معطوف می دارم. (زیتو، ۲۰۰۸) به منظور تحلیل، ناگزیر از درک اهمیت گزینش بن سازه هایی هستیم که در ساختار دیالکتیکی و کلی واقعیت اجتماعی به آنها استناد می کنیم. آیا گزینه ما، بن سازه سوژه گردانی (۲) است، آن گاه که اشخاص تجسم یافته در موقعیت های اجتماعی شان، تربیت شده، شکل یافته و مورد پرسش باشند؟ آیا بن سازه ما عاملیت است، آن گاه که مردم به خودتابنده، ابتکار عمل را به دست گیرند؟ یا بن سازه تولید که با این چالش روبه روست که روش متناسب با خلق اشیای مادی، مناسبات اجتماعی و پیوستگی میان آنها بر چه بنیانی استوار است؟ آیا بن سازه شیء انگاری مورد نظر ماست؛ بن سازه شیء انگاری اشیایی که خود در دید کاربرانشان به شکل کالاهای مصرفی یا سرشار از بار ارزشمند معنایی جلوه می کنند؟ یا بن سازه های آوا و ایما که _ به عنوان شیوه های عمل _ خرده بانیان دیگر بن سازه ها هستند؟ به ویژه در سطح زندگی روزانه، چگونه چنین کنش هایی، مستور و تابع تلقی شده اند و در نتیجه، تکوین زندگی اجتماعی را از سازندگان پنهان داشته اند؟ آیا کل این بن سازه ها از بحث و جدل، کشمکش،

ص: ۳۷۰

۱- Materializing process.

۲- Subjectification.

طبقه سازی و ریزرشته های قدرت(۱) اشباع شده اند؟ سرانجام باید بررسییم که چگونه این بن سازه های رسانه ای شده در زندگی اجتماعی پیوند می خورند و درهم تنیده می شوند؟ تحقق پیوندها بسته به هدف تحلیلی افراد و چگونگی سازمان یافتن قلمروهای اجتماعی در زیست جهان های مورد بحث، دگرگون خواهد شد.

هر یک از این بن سازه ها در تولید فرهنگی، کانون هایی برای تحلیل فرهنگی فراهم می آورد و نشان می دهد که تلقی فرهنگ به عنوان فرآیند وساطت از دیدن فرهنگ در هیئت یک شبه شیء بسیار متفاوت است. فراهم آوردن مضمونی درونی _ چون معنا یا کنش _ برای سرشت «فرهنگ»، شیء انگاری مشابهی را در یکی از بن سازه های واسطه شونده آن زنده می کند و وقفه ای در گردش نیروی پر قدرت آن پدید می آورد. هرچند این دقیقاً همان چیزی است که ما به طور ناخودآگاه در حیات روزانه خود برای زندگی کردن انجام می دهیم، ولی نباید ماده (ناخودآگاه) تحلیل شناسی ما قرار گیرد.

مقولات علوم اجتماعی نظیر «فرهنگ»، فرآورده های خود شیوه های عمل اروپایی است و از این رو، باید از شیوه تولید و واسطه شدن آنها در فرآیندهای مادی که اشیا و مردم را سازمان می دهند، آگاه شویم.(۲) اگر به وساطت های دشوار فرهنگ به عنوان فرآیندهای دست یابی به «تأثیرات حقیقت» _ یعنی بی نهایت عمل بستر ساز برای فهم مشترک و روزمرگی به هنجار _ و چگونگی بقا و فنای آنها نکته سنجانه توجه کنیم، مفهوم فرهنگ بسی ثمربخش و کارآ خواهد بود. برآنم تا به جرئت بگویم که این یک فرآیند «غفلت» و شیء انگاری تدریجی است. این «غفلت»،

ص: ۳۷۱

۱- Microfilaments of Power

۲- رساله ای مستدل و رسا که این مهم را در مورد مفهوم «فرهنگ» مسجل کرده، متعلق است به ماسوزاوا، ۱۹۹۸.

عنصر بسیار کارسازی در خلق «شیء انگاری ها»ست و چنین می نمایاند که ما از این پس با واقعیت زیست می کنیم؛ زیرا آنها فراتر از میدان عاملیت انسانی، طبیعی و بسیار بانفوذ به نظر می رسند.

ارجاع مفاهیمی نظیر «جسم»، «دین»، «رسانه» یا «فرهنگ» به زمان گذشته یا مصرف آنها در جامعه ای متفاوت، نه تنها خطر گم کردن واقعیت را در پی دارد که به کتمان جلوه های بسیار معتبر و گیرای جامعه پژوهی می انجامد؛ فرآیندی مهم که بر اساس آن، قدرت تأثیرات حقیقت، توصیفات معتبر، شیء انگاری ها و هنجارمندی (۱) پدید می آیند و احساس می شوند. زندگی دینی همانند تولید و گردش رسانه های جمعی نقشی به غایت سودمند در نهادینه کردن افق های عاملیت در زندگی اجتماعی دارد. با این حال، اگر کسی، مجهز به شیء انگاری خاص خود به میدان بیاید، هیچ گاه به شیء وارگی های مولد و کارآمد دیگران پی نخواهد برد.

نمونه هایی چند

اشاره

نمونه هایی چند

دو پروژه آنچه را پس از استقرار شبکه دین و رسانه در گستره وساطت فرهنگی قابل تحقق است، عرضه می دارند: پروژه فای گینزبرگ (۲) و دیگر انسان شناسان عرصه رسانه و پروژه بیرجیت میر (۳) در کشور غنا که بهره گیری پنجاهه گرایان (۴) از

ص: ۳۷۲

۱- Normativity.

۲- Faye Ginsburg: انسان شناس امریکایی در دانشگاه نیویورک.

۳- Birgit Meyer: دانش آموخته رشته آموزش شناسی در آلمان. او در زمینه ویژگی های محلی و تبلیغی مسیحیت و نیز پنجاهه گرایان و فرهنگ عامه در کشور غنا تحقیق میدانی کرده است.

۴- Pentecostal: عید پنجاهه هفتمین یک شنبه پس از عروج مسیح است که حلول روح القدس در حواریون جشن گرفته می شود. گروهی از مسیحیان به پنجاهه گرایان معروف هستند؛ مربوط به هر یک از فرقه های اصول گرای مسیحی که بر الهام روح القدس تأکید دارند.

فن آوری های رسانه ای را بررسی کرده است.

انسان شناسان فرهنگی برای تئوریزه کردن فرهنگی مطالعات رسانه ای در قالب اصطلاحاتی نزدیک به آنچه در اینجا جست و جو می کنیم، تلاش زیادی کرده اند. دבורا اسپیتولنیک^(۱) (۱۹۹۳) سارا دیک^(۲) (۱۹۹۷) و به ویژه فای گینزبرگ، (۱۹۹۹) ساحت قوم نگاری فرهنگ و رسانه را بنیاد نهاده اند. هدف گینزبرگ این بوده است:

بازسازی تصویر قوم نگاشتی به عنوان بخشی از رشته عمل های بازمودی که پروژه ما را با یک بازنگری جامع تر با شماری از ساحت ها هم سو می کند... این ساحت ها با طبیعت پرمناقشه و پیچیده تولید فرهنگی گره خورده اند. (گینزبرگ، ۱۹۹۹: ۲۹۵)

سهم اصلی پژوهشگران مطالعات رسانه ای، نهادینه کردن این باور است که رسانه ها در ساختار مدرن و همگانی شان نظیر روزنامه، سینما، تلویزیون و رادیو، مصنوعات فرهنگی بسیار اثرگذاری هستند؛ نه تنها بازنمایی های صریح و سودمندانه از جنبه های زندگی اجتماعی که بن سازه های نافذ در وساطت هستند و در عمل، در همان حیاتی رسوخ می کنند که آن را شرح و تعلیق می کنند.

اگر متن سینمایی یا تلویزیونی را به عنوان یک عامل واسط (رسانه ای) در نظر آوریم _ همان گونه که به یک آیین یا کالا نگاه می کنیم _ در این صورت، کیفیت های ساختاری آن نمی تواند جدا از بافت های در هم تنیده تولید و تفسیری در نظر گرفته شود که به ساختمان آن شکل می دهند. (همان: ۲۹۶)(۳)

ص: ۳۷۳

۱- Deborah Spitulnik: دارای درجه دکترا در رشته انسان شناسی زبان از دانشگاه شیکاگو.

۲- Sara Dickey: دارای درجه دکترا در رشته انسان شناسی از دانشگاه کالیفرنیا.

۳- او به وام گیری از مفهوم «عرصه تولید فرهنگی» بوردیو اشاره می کند (۱۹۹۹: ۲۹۶؛ ۲۰۰۲: ۳) و آن را «زندگی اجتماعی رسانه ها» می خواند. (۱۹۹۹: ۲۹۵) «می توان به فرآیندهای به هم پیوسته تولید فرهنگی رسانه، رواج آن در قالب فن آوری اجتماعی و نسبت جهان های با واسطه با خودپردازندگی به عنوان موجودی در یک زنجیره، اندیشید.» (۱۹۹۹: ۲۹۹) این زنجیره از کوشندگی خودآگاه تا پای بندی های به خودبازتابنده کمتر راهبردی و خود پردازنده به رسانه های همگانی نهادینه شده امتداد دارد. گینزبرگ و من به اتفاق، کانون دین و رسانه دانشگاه نیویورک را در سال ۲۰۰۳ بنیاد نهادیم و اثرگذاری او بر کار مشترکمان جای انکار ندارد. <http://www.nyu.edu/fas/center/religionandmedia>

گینزبرگ، کنش گران از جمله تهیه کنندگان و مصرف کنندگان و نیز تحلیل گران جویای فهم قالب های خود پرداخته رسانه ها را در کانون سیاست گذاری کار رسانه قرار می دهد. از این رو، اقدام به برجسته سازی تحلیل یا به عبارتی، تصمیم گیری درباره جایگاه دست یازی های تحلیلی فرد، اکنون بیش از گذشته، بخشی از تحلیل فرهنگی به شمار می آید.

در نیم قرن اخیر می توان خط سیر (۱) نظریه پردازی رابطه میان فرهنگ و رسانه را مشاهده کرد، چنان که ابژه گردانیدن مقوله فرهنگ، هرچه بیشتر دامن گسترده و پای تماشاگر به عنوان یک دست اندر کار به طور فزاینده ای به ماجرا کشیده شده است. (همان: ۳۱۳)

پروژه خاص گینزبرگ درباره رسانه های بومیان همان گونه که شکل دهی ساختارهای نو جامعه و فرد را ممکن ساخته است، نمونه جالبی از این گونه دست یازی را ارائه می دهد. رساله او با عنوان بازاندیشیدن به «ندای خداوند» در میان بومیان استرالیا: رازداری، نمایش و اثربخشی رسانه، Efficacy of Media Re-thinking the Voice of God in Indigenous
. Australia: Secrecy. Exposure

رسانه ای ایشان قرار گرفته است. (۱) (گینزبرگ، ۲۰۰۵: ۱۹۳) خانم گینزبرگ به تحلیل چند فیلم از مراسم آتش گردانی والپیری (۲) می پردازد. نخستین فیلم، به راجر سندال (۳) (۱۹۷۷) متعلق است که ریش سفیدان والپیری (۴) آن را می بینند و به شکلی «غیرمنتظره، آن را مهم معرفی می کنند و به عنوان سندی موثق عملاً متعلق به خود می دانند.» (همان: ۱۹۴) ریش سفیدان تصمیم به اجرای دوباره مراسم گرفتند تا این بار خودشان از مراسم فیلم برداری کنند. بار سوم از این مراسم در سال ۱۹۹۱ فیلم برداری شد. هریک از این فیلم ها هر از گاهی به نمایش در می آیند و گاه دیدارپذیر (۵) نمی شوند. به دلیل بازشناسی [همگانی] انتظارات اروپایی امریکایی از شفافیت و گردش اطلاعات، والپیری ها ناگزیر از ایجاد تعادل میان لزوم رازداری دینی و انتقال قانونی دانش فرهنگی هستند.

از آنجا که گینزبرگ با ترسیم وضعیت عاملیت های مؤثر از طریق بن سازه های کنش های مربوط به ابژه گردانی دیگر کنش های فرهنگی در فیلم مانند آیین، با دقت و انعطاف چندین بن سازه وساطت را پی می گیرد، می تواند روشن سازد که «فن آوری های رسانه ای تصاویر متحرک، حامل توان مندی های

ص: ۳۷۵

۱- ۹. فیلم مردم نگاری تمایل بارز و حرفه ای در میان انسان شناسان تصویری است. هیچ معیار مورد توافقی درباره تعریف این گونه فیلم سازی وجود ندارد و فرض عمومی این است که چنین فیلمی، مستندی درباره مردمان عجیب و غریب خارجی است. مؤسسه استرالیایی مطالعات مردمان بومی، یک فیلم ساز مردم نگار به استخدام درآورد و راجر سندال، در حد امکانات، تعدادی فیلم درباره زندگی آیینی مردمان بومی فراهم آورد.

۲- Walpiri fire ceremony.

۳- Roger Sandall پژوهشگر نیوزلندی (۱۹۳۳) و نویسنده کتاب کیش فرهنگی، رساله نویس و شارح مقوله نسبی انگاری فرهنگی. او در سال ۱۹۶۵ در مؤسسه استرالیایی مطالعات بومی به عنوان کارگردان مشغول به فعالیت شد.

۴- والپیری، گروهی از بومیان استرالیا هستند که رقص های قبیله ای آنها شهرت خاصی دارد.

۵- اشاره ای است به اینکه نمایش عمومی برخی از این فیلم ها به دلیل کیفیت راز آلود برخی اعمال آیینی با ممنوعیت روبه روست.

متضادی هستند... و «پرسش‌های کلیدی را نسبت به دین، رسانه و حوزه عمومی در ذهن ما بیدار کند و قصه‌ای عبرت‌آموز از قوم‌گرایی افراطی بازگوید که در بیشتر موارد، چگونه روزنه‌های فهم رسانه و درک پیوند آن با نمود جمعی دینی (۱) را کور می‌کند». (همان: ۲۰۰ و ۲۰۱)

فعالیت مستمر بیرجیت میر در کشور غنا بر همین سیاق به فرهنگ (و دین) به عنوان شیوه‌های عمل و ساطت به مفهوم وسیعی که در آن درنگ می‌کنم، می‌نگرد. (۲) او در نخستین کار میدانی‌اش در جمع پنجاهه‌گرایان (۳) بیان می‌کند که پذیرش مسیحیت از سوی ایشان به شدت به رسانه‌ای شدن شمایل شیطان وابسته است. مرکزمداری شیطان _ هرچند امروز اهریمنی تلقی می‌گردد، ولی به هر حال، حضوری سرشار و شکوهمند دارد _ به شکلی متناقض نما، حضور زنده و محسوس خدایان (۴) و ارواح (۵) سنتی را ممکن می‌سازد. (میر، ۱۹۹۹، ۲۰۰۵؛ ۲۰۰۶) گینزبرگ در تازه‌ترین اثر خود درباره فیلم‌های پنتوکستی که با بازار رو به گسترش رسانه‌های تفریحی و صوتی _ تصویری _ از زمانی که حق انحصار دولتی چندان سرسختانه اعمال نمی‌شد _ تلاقی پیدا کرده‌اند، می‌نویسد:

نقطه آغاز بحث ما، فهم دین است به عنوان نوعی جهش در جهت و ساطت، خلق و ابقای پیوندهای میان دین و ورزان و نیز میان آنها و جهان ناپیدا، شنودناپذیر، لمس ناپذیر یا به بیان ساده، عالم معنوی که کانون توجه دینی را شکل می‌دهد. این قلمرو به وسیله و ساطت پی ریخته می‌شود _ و در اینجاست که قدرت دین نهفته است _ و هنوز به پذیرش واقعیتی متعلق به

ص: ۳۷۶

۱- Collective religious expression

۲- در سال ۲۰۰۰، میر «پروژه رسانه‌های مدرن همگانی، دین و پنداشت جوامع» را کلید زد.

<http://www.fmg.uva.nl/media-religion>

۳- Pentecostals: پنجاهه‌گرایان بر کرامات روح القدس نظیر شفای بیماران تأکید خاص دارند.

۴- Gods.

۵- Spirits.

خود گرایش دارد که باز نمود پذیری اش (۱) را با دشواری روبه رو می سازد. (گینزبرگ، ۲۰۰۳: ۱) (۲)

میر در سخنرانی مراسم معارفه اش در دانشگاه آزاد در سال ۲۰۰۶، تضاد شدید در تولید فرهنگی را بیشتر پی گیری کرد؛ تضادی که وساطت زندگی دینی آن را فوق العاده آشکار کرده است. به عبارتی آن چیزی که بیش از هر چیز برای نوع بشر جنبه انسانی دارد (یعنی تفکر و تخیل «امر اجتماعی» به عنوان روابط میان انسان ها) باید از معبر وساطت مادی، محسوس شود: چیزی که از آن به عنوان «فرآیند مادی سازی» یاد کردم. در حقیقت، میر آن را «مادیّتی می نامد که نه در تضاد با معنویت، بلکه یکی از شرایط آن است.» (میر، ۲۰۰۶: ۳۲) در واقع، جست و جو در شبکه دین و رسانه احتمالاً بتواند تکیه گاهی برای سرشت نظریه فرهنگی فراهم آورد و از این پیچیدگی محوری در پویایی های تدریجی خود که به ناگزیر ما را در همه انواع وساطت درگیر خود می کند، پرده بردارد.

منابع پانوشت های مترجم عبارتند از:

منابع پانوشت های مترجم عبارتند از:

۱. لارنس کهون، از مدرنیسم تا پست مدرنیسم.
۲. (از پارسونز تا هابرماس)، یان کرایب، نظریه اجتماعی مدرن.
۳. میشل فوکو؛ فراسوی ساخت گرایی و هرمنوتیک، دریفوس و رابینو.
۴. بابک احمدی، ساختار و هرمنوتیک.
۵. کوروش صفوی، از زبان شناسی به ادبیات.
۶. دانش نامه آزاد ویکی پدیا.
۷. هیلگارد، زمینه روان شناسی، جلد اول.
۸. آلن چالمرز، چیستی علم.

ص: ۳۷۷

۱- Represent ability.

۲- برای مطالعه بحثی عالی درباره این مشکل در تبارشناسی فلسفی آن نک: De Vries, ۲۰۰۱: ۴-۳۲.

.Braddon-Mitchell Jackson, Philosophy of Mind and Cognition, 1996, Blackwell .9

ص: ٣٧٨

۱۵ گردش (۱)

جوآنا سومیالا (۲)

برگردان: صدیقه مرادی

اگر می توان نشان داد که جایگاه‌های مطرح جهانی و محلی از موجودیت های در گردش تشکیل شده‌اند، پس چرا درباره این موضوع چنین نیندیشیم که ذهنیت ها، توجه ها، ضمائر ناخودآگاه و صفات شخصی نیز در گردشند؟ (لاتور، (۳) ۲۰۰۵: ۲۰۷؛ تأکید از متن اصلی)

ما در جامعه‌ای شبکه‌ای زندگی می‌کنیم؛ جامعه‌ای که در آن، همه چیز همیشه و بدون وقفه در گردش است؛ اقلام، انگاره‌ها و حتی روابط اجتماعی. به بیان زیگموند بومن، (۴) (۲۰۰۴) در چنین جامعه‌ای، همه چیز سیال (۵) است. فرهنگ نامه آکسفورد، «گردش» را چنین تعریف می‌کند:

انتقال و تبادل هر چیزی (مثل پول یا اخبار) از دستی به دست دیگر یا از فردی به فرد دیگر (با در نظر داشتن «دست به دست کردن آن در سراسر»

ص: ۳۷۹

۱- Circulation

۲- Johanna Sumiala

۳- Latour

۴- Zygmunt Bauman

۵- Liquid

آن کشور، قلمرو، ...)؛ توزیع یا انتشار، چه به وسیله انتقال از فردی به دیگری یا به وسیله پخش و انتقال نسخه‌های مجزا.

به این ترتیب، ساده‌ترین راه برای تعریف و توصیف گردش آن است که گردش را به معنای «دست به دست کردن» یا «انتقال» چیزی در نظر بگیریم، صرف نظر از اینکه موضوع مورد نظر ما، اقلام، کالاها، صنایع، انگاره‌ها یا عقاید مادی باشد یا غیر مادی. (۱) در جهان امروز، نمی‌توان گردش را بدون توجه به نقش پررنگ رسانه درک کرد. بدنه گردش رسانه‌ای شده از برخوردهایی چند میان بازیگران مختلف این عرصه تشکیل شده است که عبارتند از: رسانه‌ها، تصاویر، متون، ناظران، اشخاص، جایگاه‌ها، مصرف‌کنندگان، فروشندگان، بازارها، کارشناسان، روزنامه نگاران و تولیدکنندگان جدید و قدیمی. به طور خلاصه، گردش در دنیای معاصر در قالب شبکه‌های اجتماعی و فرهنگی عمل می‌کند که به وسیله منطق ارتباطی فن‌آوری نوین رسانه‌ای شکل گرفته‌اند. شبکه‌ها، افراد را قادر می‌سازند تا به صورت فردی با یکدیگر رابطه برقرار کنند، ولی مهم‌تر آن است که به آنها این امکان را می‌دهند تا در تعاملاتی ارتباطی شرکت کنند که در آن، به جای روابط صرفاً شخصی، مخاطبانی نیمه عمومی دارند. (لیستر (۲) و همکاران، ۲۰۰۳: ۱۷۲) به عقیده مانوئل کستلز، (۳) زندگی در جامعه‌ای شبکه‌ای به معنی دعوت شدن به نمود اطلاعاتی جدیدی است که بر تولید دانش، پردازش اطلاعات و ارتباطات نمادین تأکید می‌کند. (کستلز، ۲۰۰۰) جامعه شبکه‌ای از فن‌آوری‌های نوین مختلفی ساخته شده است که افراد مختلفی در مکان‌های گوناگونی در جهان واقع از آن استفاده

ص: ۳۸۰

۱- در اینجا انتقال و انتشار را بیشتر در مفاهیم هم معنا به کار می‌بریم. تفاوت موجود میان این مفاهیم آن است که انتقال distribution بیشتر برای گردش کالاها و اقلامی همچون تصویرهای خبری به کار می‌رود، در حالی که انتشار dissemination بیشتر به گردش انگاره‌ها و عقاید اشاره دارد. (برای نمونه نک: پیترز، ۱۹۹۹)

۲- Lister.

۳- Manuel Castells.

می‌کنند. (میلر و اسلتر، (۱) ۲۰۰۰: ۱) در قالب همین شبکه‌هاست که افراد (سوء) برداشت‌های شخصی خود را از جهانی که در آن به سر می‌برند، شکل می‌دهند، منتقل می‌کنند یا تغییر می‌دهند و دوباره در همین قالب، زندگی افراد به وسیله دیگران شکل می‌پذیرد، منتقل می‌شود یا تغییر می‌یابد. (مورگان، ۲۰۰۵: ۱۴۹) در نتیجه، گردش، گونه‌ای از فعالیت فرهنگی جامعه شبکه‌ای است. (کستلز، ۲۰۰۰)

چگونگی شکل‌گیری این برخوردها در رسانه _ که اهمیت بسزایی در درک عملکرد گردش در جامعه شبکه‌ای دارد _ موضوع این مقاله است. اساسی‌ترین عامل یک برخورد، توانایی آن در برقراری رابطه میان عوامل (بازیگران) مختلف است. (لاتور، ۲۰۰۵) تحلیلی که من در اینجا ارائه می‌کنم، حول محور گردش تصاویر و روابط ناشی از آن سیر می‌کند. همان‌طور که دیوید فریدبرگ (۲) گفته است، چنین نباشد که تنها نشانه‌ها و رفتار ناظران را بررسی کنیم، بلکه باید اثرگذاری، سودمندی و نیروی خود تصاویر را هم در نظر گرفت. تنها به این توجه نکنیم که ناظران چه می‌کنند، بلکه توجه کنیم که تصاویر در صدند چه کنند. تنها نبینیم که افراد در نتیجه روابطشان با اشیای تصویر شده چه می‌کنند، بلکه آنچه را از اشیای تصویر شده انتظار می‌رود، به نمایش بگذارند و به طور کلی، دلیل چنین انتظاراتی را دریابیم. (فریدبرگ، ۱۹۸۹)

در این مقاله، نوع‌شناسی سه نوع رابطه میان تصویر و فن‌آوری، تصویر و امر مصنوع (۳) و تصویر و تماشاگر ارائه می‌شود. با تأکید روی «جنبه بصری» گردش، چالشی را جدی می‌گیرم که پژوهشگران فرهنگ بصری (۴) پیش نهاده‌اند؛ چالشی

ص: ۳۸۱

۱- Miller and Slater

۲- David Freedberg

۳- Artefact

۴- Visual Culture

که استدلال می‌کند مطالعه شیوه نوین زندگی باید دید وسیع تری را در پیش بگیرد: نسبت به اینکه چگونه تصاویر یا دیدنی‌ها (یا هر دو)، بخشی از وابستگی ما نسبت به جهان و شیوه ایجاد روابط در آن است. (برای نمونه نک: میرزویف، (۱) ۱۹۹۹؛ جی، (۲) ۱۹۸۸؛ میچل، (۳) ۲۰۰۵؛ سومیالا سپانن (۴) و استاچتی، (۵) ۲۰۰۷)

در این مقاله، به ویژه به تصاویری می‌پردازم که در مقیاسی وسیع به گردش درآمده‌اند. حتی در فرهنگی چون فرهنگ ما که جریان پیوسته تصاویر رسانه‌ای یکی از مشخصه‌های آن است، گونه‌ای از تصاویر وجود دارند که ظرفیت بالاتری در جلب توجه عموم دارند و در مقایسه با دیگر تصاویر، گردش عمومی بیشتری می‌یابند. تصاویر مربوط به رسوایی شکنجه‌های زندان ابوغریب از این دست است.

این تصاویر پس از عمومی شدن در سال ۲۰۰۴، به سرعت در فضاهای مختلف رسانه‌ای رسوخ کردند. در دوره انقلاب دیجیتال بازتولید، انتقال و انتشار این تصاویر از مجاری گوناگون ارتباطی، کار ساده‌ای بود. (برای نمونه نک: ون‌دایک، (۶) ۱۹۹۹: ۶) این تصاویر از طریق پایگاه‌های مختلف اینترنتی و شبکه‌های تلویزیونی ملی و بین‌المللی پخش شدند، در روزنامه‌های بی‌شماری انتشار یافتند و دست آخر، در کتاب‌های مربوط به این فاجعه به چاپ رسیدند. (برای نمونه نک: دنر، (۷) ۲۰۰۴) اتفاقی که در آغاز در داخل یکی از زندان‌های ارتش ایالات متحده رخ داده بود، سرانجام بر جامعه شبکه‌ای در مقیاسی بین‌المللی اثر گذاشت.

ص: ۳۸۲

۱- Mirzoeff.

۲- Jay.

۳- Mitchell.

۴- Sumiala-Seppanen.

۵- Stocchetti.

۶- Van Dijk.

۷- Danner.

یکی از حساس‌ترین تصاویری که از ابوغریب در رسانه‌ها ترسیم شد، مربوط بود به مردی (جبار) با سر پوشیده که در حالی که سیم‌هایی به هر دو دست و شاید به آلت تناسلی‌اش بسته بودند، روی جعبه‌ای ایستاده بود. (۱) در تصویر دیگری از ابوغریب، مردی عریان با دستانی باز و چهار زانو در مقابل دوربین قرار گرفته بود، در حالی که بدن برهنه‌اش به کثافت و نجاست آغشته بود. در ظاهر، آنچه در اینجا در گردش است، دو تصویر با موضوع شکنجه‌اند، ولی واقعیت چیزی فراتر از آن است. همان‌طور که لاتور می‌گوید، همراه این تصاویر، ذهنیت‌ها، توجیه‌ها، ضمایر ناخودآگاه و صفات شخصی نیز به گردش درمی‌آیند. (لاتور، ۲۰۰۵: ۲۰۷) با استفاده از اصطلاح‌شناسی لاتور، (همان) تصاویر ابوغریب را بازیگرانی در مقیاس بزرگی از شبکه در هم تنیده واسطه‌های در گردش در نظر می‌گیرم که در تعامل با یکدیگر، انواع جدیدی از پیوندها و روابط را شکل می‌دهند. در نظر لاتور، گردش، جریانی است از برقراری رابطه میان بازیگران مختلف و معنا بخشیدن به این روابط. به عبارت دیگر، یک بازیگر، در این میان، تنها با در ارتباط بودن و برقراری رابطه با دیگران قدرت می‌یابد. (برای نمونه نک: لاتور، ۱۹۸۸: ۱۶۰)

در قسمت نخست از این بخش، نقش فن‌آوری جدید رسانه‌ای و تصاویری را که در برخورد با یکدیگرند، بررسی می‌کنم. در دومین قسمت، روی نوع خاصی از برخورد تمرکز خواهم کرد: رابطه بین تماشاگری که تصویر شکنجه را می‌بیند و فرد شکنجه شونده تصویر شده. معتقدم برای درک گردش موجود میان تماشاگر و فرد تصویر شده، باید کنشی بصری را تحلیل کرد که به عمل دیدن ساخت می‌دهد؛

ص: ۳۸۳

۱- مورد زندان ابوغریب که در آن، سربازان امریکایی به بدرفتاری و شکنجه زندانیان عراقی پرداختند، برای نخستین بار در بهار ۲۰۰۴ و در پی انتشار تصاویر آزاردهنده‌ای از آن در رسانه‌های ایالات متحده مورد توجه عموم قرار گرفت. این تصاویر را سربازان امریکایی با استفاده از فن‌آوری نوین رسانه‌ای، دوربین‌های عکاسی و فیلم برداری دیجیتال گرفته بودند. به دلیل امکان دسترسی وسیع به این تصاویر در اینترنت از آوردنشان در اینجا خودداری شده است.

یعنی چیزی که «نگاه خیره» (۱) نامیده می‌شود. (برای نمونه نک: مورگان، ۲۰۰۵، ۶ _ ۲: ۲۰۰۷؛ سپانن، ۲۰۰۵) در این مورد، نظر آرجون آپادورای (۲) (۱۹۹۷) درباره تصور اجتماعی و فرهنگی را به کار خواهم بست که به توصیف سازوکار رواج پیوند متصور و برخاسته از تعامل های بصری مختلف با تصویر می پردازد. (نک: بروک، (۳) ۲۰۰۱) (۴) این پرسش را مطرح خواهم کرد که کدام یک از پیوندهای مذهبی ممکن است در خلال کنش تصور میان تماشاگر و تصویر در گردش باشد. در نهایت، به نتایج پایه‌ای درباره گردش و کاربردهای اخلاقی آن در جامعه شبکه‌ای معاصر خواهم پرداخت.

ردگیری گردش ۱

ردگیری گردش (۵)

تحلیل من با مفهومی پایه‌ای از لاتور آغاز می‌شود که در آن، گردش دو تصویر بر پایه یک سری برخوردها میان فن‌آوری، مصنوعات و انسان‌ها شکل می‌گیرد. (نک: ون لون، (۶) ۲۰۰۵: ۹) بر اساس آرای لاتور، فن‌آوری اطلاعات به ما این فرصت را می‌دهد تا پیوندها را به گونه‌ای که پیش‌تر امکان پذیر نبود، ردیابی کنیم. نه به این دلیل که آنها مفهوم جامعه «انسانی» ملموس قدیم را واژگون می‌کنند و ما را به سایبرگ‌ها (۷) یا اشباح «پسانسانی» تبدیل می‌کنند، بلکه به دلیلی کاملاً برعکس. اینکه آنها آنچه را پیش‌تر تنها در عالم واقع حضور داشت، نمایش می‌دهند. (لاتور، ۲۰۰۵: ۲۰۷)

ص: ۳۸۴

۱- The Gaze

۲- Arjun Appadurai

۳- Bruke

۴- دیدگاه لاتور در باب تصور و تأثیرات دیجیتال (نک: لاتور، ۲۰۰۷).

۵- Tracing Circulation

۶- Van Loon

۷- Cyborgs: سایبرگ موجودی زنده است متشکل از اجزای بیولوژیک و مصنوعی (مثلاً بخشی الکترونیکی، مکانیکی یا یک ربات).

در تفکر لا-تور، گردش به شدت تحت تأثیر عاملیت فن آوری است. هر یک از دو تصویر منتشر شده از ابوغریب، به دلیل تبدیل شدن به عملیات فن آوران خاص، توان مند شده اند. به عبارت دیگر، آنها از طریق میانجی ها و جابه جایی های گوناگونی که ارتباط دیجیتال را امکان پذیر می کند، رسانه ای می شوند. فرآیند پخش به وسیله ارجاعات و پیوندهای متقابل بی شماری میان رسانه های جدید و قدیمی تکمیل می شود: ارجاع روزنامه ها و تلویزیون به پایگاه های اینترنتی و برعکس. (نک: ون دایک، ۱۹۹۹: ۱۶۵) به هر حال، همان طور که ون لون (۱) هم بیان می کند، هر رسانه ذاتاً «دو رویه» (۲) است و میان انواع مختلف تصاویر و صورت ها انتقال هایی انجام می دهد. (ون لون، ۲۰۰۵: ۱۱) به این ترتیب، جریان گردش تصویر را می توان به عنوان کثرت مداوم فرآیندهایی توصیف کرد که تنها تا حدی و به طور موقتی در تجمع های نوحاسته تثبیت می شوند. در مورد دو تصویر ابوغریب، این جریان، فرصت های بی شماری را برای بازیگران گوناگون موجب می شود تا به مشارکت با آنها فراخوانده شوند.

دوم اینکه گردش تنها در شرایطی نمایان می شود که در آن، روابط میان تصاویر مختلف به عنوان مصنوعات یافت شود. دو تصویر ابوغریب، عکس هایی هستند که سربازان به وسیله دوربین تلفن همراهشان گرفته اند. لاتور استدلال می کند که: «... اشیا، ابتدا و انتهای یک چرخه انباشتی مشابه را اشغال می کنند، بدون توجه به آنکه دور یا نزدیکند، خیلی بزرگ یا کوچکنند، یا آنکه خیلی قدیمی یا تازه اند... همگی شکل سطح مسطح کاغذی را به خود می گیرند که می توان آنها را بایگانی کرد، به دیوار آویخت و با دیگر اشیا ترکیب کرد». (لاتور، ۱۹۸۷: ۲۲۷)

بازتولید عکس به ویژه در مورد تصاویر زندان ابوغریب که در رسانه های خبری منتشر شده یا در کتاب ها و مقالات مربوط به آن چاپ شده اند، صدق می کند. (نک:

ص: ۳۸۵

۱- Van Loon.

۲- Interfacial.

سونتگ، (۱) ۲۰۰۴؛ دنر، (۲) ۲۰۰۴ در آرشیو تصاویر گوگل در اینترنت می‌توان تصاویر فراوانی از همین واقعه یا کاریکاتورهایی را پیدا کرد که تصاویر «اصلی» را هدف قرار داده‌اند. از خلال همین برخوردهای میان تصاویر، پیوند های بالقوه مختلفی برای گردش امکان پذیر می‌شود. اینکه کدام یک از پیوندها در نهایت محقق می‌شوند، به میزان تغییرپذیری، ترتیب و بافت تصویر بستگی دارد. برای مثال، وقتی دو تصویر ابوغریب را کنار هم قرار دهیم و آنها را از چپ به راست بخوانیم، چنین برداشت می‌شود که هر دو تصویر، روایتگر شکنجه یک فرد مشخص هستند. در تصویر اول، چهره کسی دیده نمی‌شود تا ثابت کند که او همان مرد تصویر دوم نیست. این به آن معناست که تغییر در ترتیب بازنمایی ممکن است روایت را عوض کند که بر پیوندهایی که درباره تصویر شکل می‌گیرد، اثر خواهد گذاشت.

سومین بعد گردش به روابط میان افراد می‌پردازد. در اینجا دو مسیر را می‌توان دنبال کرد: روابط میان تماشاگر و مردان شکنجه شده در تصویر و روابط میان تماشاگرانی که به تصویر فرد شکنجه شونده می‌نگرند. آنچه درباره هر دو گروه از روابط صدق می‌کند، آن است که این روابط در شرایطی قرار دارند که به عواملی چون زمان، مکان یا سرزمینی خاص وابسته نیست. در عوض، از تماشاگرانی که در مکان‌ها و فرهنگ‌های گوناگون زندگی می‌کنند، خواسته می‌شود تا با این تصاویر و البته با یکدیگر در «بستری پیچیده از حوزه‌های عمومی در هم تنیده، هم پوشان و سلسه مراتبی» ارتباط برقرار کنند. (کین، (۳) ۱۹۹۵: ۸، در: ون دایک، ۱۹۹۹: ۱۶۵)

نگاه در گردش ۱

نگاه در گردش (۴)

توانایی تماشاگر در برقراری رابطه با فرد شکنجه شده همواره به این امر وابسته

ص: ۳۸۶

۱- Sontag.

۲- Danner.

۳- Keane.

۴- Circulating Gaze.

است که چه چیز نمایش داده شده است. به عبارت دیگر، چه چیز به طور عمومی در گردش افتاده و توزیع شده است. (نک: بولتانسکی، (۱) ۱۹۹۹: ۱۲۸) عامل دخیل دیگر، شیوه‌های نگرستن به تصاویر است (استرکن و کارترایت، (۲) ۲۰۰۵) و در این مورد خاص، شیوه‌های تماشای تصاویر شکنجه، (برای نمونه نک: سیتون، (۳) ۲۰۰۵؛ چولیاراکی، (۴) ۲۰۰۶) با بهره‌گیری از آرای دیوید مورگان و دیگر پژوهشگران فرهنگ بصری، به موضوع رفتار تماشا کردن با به کار بستن انگاره نگاه خیره خواهم پرداخت. (برای نمونه نک: مورگان، ۲۰۰۵؛ ۲۰۰۷؛ برنان و جی، (۵) ۱۹۹۶؛ برایسون، (۶) ۱۹۸۳) در اینجا، نگاه خیره به عنوان حوزه‌ای بصری _ یک شبکه در درون خود _ است که عمل اجتماعی تماشا کردن را سازمان می‌دهد. (مورگان، ۲۰۰۵: ۳) به نظر مورگان، عناصر مختلفی در این حوزه دخیلند: تماشاگر، تماشاگر همراه، موضوع مورد مشاهده، زمینه‌ای که موضوع تماشا در آن قرار دارد و قواعدی که بر رابطه خاص میان تماشاگران و تماشا شونده حاکم است. این به معنای آن است که نگاه، معناهای خاص، اشکال خاصی از تجربه و مهم تر از همه، روابط خاصی میان شرکت کنندگان در رخداد بصری را فعال می‌کند. نگاه، مشاهده‌گر را به مشاهده شونده و آداب و ساختارهای دیدن را به بافت‌های فیزیکی، تاریخی و مذهبی عمل مشاهده، مرتبط می‌کند. (همان: ۳ و ۴؛ سپانز، ۲۰۰۵)

در مورد تصاویر ابوغریب باید گفت نگاه‌های مختلف بر اساس پیش زمینه تاریخی، فرهنگی، سیاسی، نژادی، مذهبی و اجتماعی تماشاگر ساخته می‌شوند؛ درگیری احساسی، شرایط دیدن، اینکه آیا فرد در خلوت یا در فضای عمومی،

ص: ۳۸۷

۱- Boltanski

۲- Sturken and Cartwright

۳- Seaton

۴- Chouliaraki

۵- Brennan and Jay

۶- Bryson

تصاویر را می‌بیند، در تنهایی یا همراه افراد دیگر، اینکه از چه نوع رسانه‌ای استفاده می‌کند، آداب و ساختار دیدن، اینکه فرد از چه دیدی به تصاویر می‌نگرد: به عنوان ژانر خبری، اطلاعاتی، سرگرمی، تبلیغاتی، منظره‌ای نمایشی یا نوعی آزار. نوع نگاه می‌تواند کاملاً متفاوت باشد. می‌توان نگاهی ویژه، هم دردانه، ویرانگر، مردانه، سادیستی، توریستی، غربی، شرقی و ... داشت.

اگر به عملِ نگریستن دقت کنیم، خواهیم دید که رابطه میان تماشاگر و شکنجه‌شونده به ندرت، رابطه‌ای متقارن است. متقارن نبودن‌ها به واسطه نوع و مراتب متفاوت نگریستن و مشاهده شدن شکل می‌گیرند. آلن سکولا^(۱) در تحلیلش از پرتوهای تاریخی، از «آرشیوهای مجازی»^(۲) سخن می‌گوید که در بردارنده تصاویری از قهرمانان، سردمداران و برگزیدگان اخلاقی یک جامعه در کنار تصاویری از اعضای فقیر، بیمار، نادان، مجرم یا به عبارتی «فروستان»^(۳) جامعه است. (سکولا، ۱۹۸۶؛ لوری،^(۴) ۱۹۹۸: ۴۴) در نظر سکولا، هر یک از پورتره‌ها باید به صراحت یا به طور تلویحی، بر اساس همین سلسله مراتب اجتماعی و اخلاقی، جایگاه مناسب خود را در میان ژانرهای مختلف بیابد. «لحظات شخصی احساسات فردی و به نظاره نشستن نگاه بی حرکت معشوق، در سایه دو نگاه عمومی تر قرار می‌گرفت: نگاهی رو به بالا، به افراد «فراست» و نگاهی رو به پایین، به افراد «فروست» یک شخص». (سکولا، ۱۹۸۶: ۱۰؛ تأکید از متن اصلی)

دو تصویر ابوغریب را می‌توان پورتره‌هایی دانست که در معرض نگاه‌هایی (شخصی یا عمومی) هستند که آرشیوهای مجازی سکولا را برمی‌انگیزند. درست

ص: ۳۸۸

۱- Allan Sekula

۲- Shadow Archives: آکیرا میزوتا در مقاله "The Shadow Archive: From Light to Cinder" چنین

عنوان می‌دارد که دریدا با عنوان "Archive of the virtual" از این اصطلاح یاد کرده است (آکیرا میزوتا، ۲۰۰۰).

۳- Inferior

۴- Lury

نیست که به دلیل پیچیدگی روند گردش، «آرشیوهای مجازی» را تغییر دهیم. عامل دیگر متقارن نبودن را باید در مفهوم نظام فراگیر (۱) جست و جو کرد _ مفهومی که کریستین متز، (۲) پژوهشگر فیلم ابداع کرد و بعدها مارتین جی (۳) آن را بسط داد (۱۹۸۸) _ مفهومی که بیان می کند هر دوره ای با انواع خاصی از ساختارهای بصری مشخص می شود که به برخی از تفاسیر بیشتر میدان می دهند. به نظر من، در دو تصویر ابوغریب، متقارن نبودن ساختاری ملموسی وجود دارد، آن هم در میان بازنمایی های صورت گرفته از فرد شکنجه شونده به عنوان قربانی منفعلی که در معرض نگاه نظاره گر قرار دارد. در تصویر نخست، شکنجه شونده با سری پوشیده و چشمانی بسته، موضوع نگاه خیره و نافذ است و در تصویر دوم، فرد شکنجه شونده با گریز از نگاه به دوربین سعی در دور شدن از چشم تماشاگر دارد. ترکیب هر دو تصویر، بر اساس تعریف سکولا، نگاه فرادستانه ای به شکنجه شونده فرودست را القا می کند.

منبع دیگر متقارن نبودن، متوجه موضوع شناخت است. در برخورد با پرسش از توان شناخت، (۴) دست کم دو رویکرد می توان در پیش گرفت. یکی، برداشت ذهنی و فیزیولوژیکی از تصویر است. مثلاً- اینکه تشخیص می دهیم در تصاویر زندان ابوغریب با انسان طرف هستیم. (برای نمونه نک: پابلیشین، (۵) ۲۰۰۶) توانایی شناخت چنین عنصری، شرط لازم، ولی نه کافی برای فهم تصاویر است. راه دوم شناخت به فهم فرهنگی و اجتماعی تصویر برمی گردد. این رویکرد را می توان «سیاست شناخت» نامید که بیانگر نیاز به شناخته شدن موقعیت فرد به عنوان بازیگر از سوی دیگران است. در یک مدل

ص: ۳۸۹

-
- ۱- Scopic Regime
 - ۲- Christian Metz
 - ۳- Martin Jay
 - ۴- Recognizability
 - ۵- Pylyshyn

جریان شناخت دوجانبه به بازسازی هویت‌ها می‌پردازد و این، یکی از بخش‌های ضروری رابطه دوسویه بین سوژه‌هاست. (برای نمونه نک: فریزر، ۲۰۰۵: ۲۴۳ _ ۲۵۱)

در مورد دو تصویر ابوغریب می‌توان این موارد را در نظر گرفت. نخست آنکه تماشاگر می‌فهمد که هر دو، سوژه تصاویر مرد و در حال شکنجه هستند. در این فرآیند، به این مردان هویت فرد قربانی تخصیص می‌یابد. دوم اینکه تماشاگر درمی‌یابد که عاملان این عمل، سربازان امریکایی هستند که به آنها هویت شکنجه‌گری نسبت داده شده است. این اطلاعات در عکس‌ها نیامده‌اند. در عکس‌ها از شکنجه‌گران خبری نیست و تنها شخصی که تصویر شده، فرد شکنجه‌شونده است. حتی نمی‌توان اطمینان داشت که شکنجه‌شونده‌ها دو انسان مختلفند یا اینکه هر دو یک نفرند. پس تماشاگر برای شناسایی شکنجه‌گر نیازمند دانش زمینه‌ای از این رویداد است. بدون داشتن چنین دانشی نمی‌توان تشخیص داد که عمل شکنجه را سربازان امریکایی انجام داده‌اند که با زندانیان عراقی بدرفتاری می‌کنند و اینکه امثال چنین شکنجه‌هایی زیاد است و این عکس‌ها برای نشان دادن و گردش میان همکاران، دوستان و خویشان گرفته شده‌اند.

استدلال پیچیده‌تر دیگر بر این فرض مبتنی است که شکنجه‌گر و شکنجه‌شونده، هر دو با هویت قربانی و قربانی‌کننده که به آنها داده شده است، شناخته می‌شوند، ولی نگاه تماشاگر، هویت متفاوتی به آنها می‌بخشد. در اینجا هم ذات پنداری، (۱) روندی روان‌شناختی است که در آن، فاعل با ویژگی فرد دیگر همگون می‌شود و به طور کامل یا نسبی در قالب الگوی رفتاری و شخصیتی فرد مقابل جای می‌گیرد. (لاپلانز و پونتیلیس، ۱۹۷۳: ۲۰۵؛ ۲۰۰۶) به تماشاگر این امکان داده شده است تا به شکنجه‌شونده، هویت رنج‌برندگی نسبت دهد، ولی نه اینکه خود را در موقعیت وی قرار دهد. به این ترتیب، هویت قربانی شناخته می‌شود، ولی موقعیت اجتماعی او ناشناخته باقی می‌ماند. (برای نمونه نک: فریزر، ۲۰۰۷: ۲۴۷) به اعتقاد من، انفعال و بسته بودن چشمان قربانی در هر

دو تصویر بر متقارن نبودن رابطه میان ناظر و منظر تأکید می‌کند. هیچ‌یک از قربانیان، نگاهی به سمت ناظر ندارند. این حقیقت نشان‌دهنده ناتوانی شکنجه‌شونده در برقراری ارتباط دوطرفه با تماشاگر است؛ توانایی نسبت دادن هویت و موقعیت اجتماعی به تماشاگر از دید قربانی یا سر باز زدن از پذیرفتن هویتی که تماشاگر به او نسبت می‌دهد.

لوک بولتانسکی (۱) (۱۹۹۹) به ما یادآور می‌شود که روند هم ذات‌پنداری تحت تأثیر طول زنجیره روابطی است که میان تماشاگر، شکنجه‌شونده و عامل شکنجه برقرار است. به نظر بولتانسکی، با بیشتر شدن فاصله میان تماشاگر، شکنجه‌گر و قربانی، وضعیت حساس‌تر می‌شود. (بولتانسکی، ۱۹۹۹: ۶۲) این نظر به ویژه درباره تصاویر ابوغریب صدق می‌کند. به علت جریان گردش پیچیده‌ای که به بخش‌ها و فضاهای رسانه‌ای شده و مختلفی تقسیم شده، انواع مختلفی از فاصله‌های فیزیکی، فرهنگی، اجتماعی و تاریخی میان تماشاگر، شکنجه‌شونده و شکنجه‌گر برقرار شده است و این وضعیت، فرآیند شناخت، سوء شناخت (۲) و هم ذات‌پنداری را هر چه ناهمگن‌تر می‌نماید.

تصویر در گردش ۱

تصویر در گردش (۳)

شیوه لاتوری بر تحلیل شرایط مختلف گردش تأکید دارد؛ شرایطی که در روابط گوناگونی که میان کنش‌گران متعدد وجود دارد (تماشاگران، فن‌آوری‌های رسانه‌ای و عکس‌ها) به عمل درآمده است. این روابط را با توصیف دقیق پیوندهای مشهود و قابل ردیابی نیز می‌توان ترسیم کرد: بحث‌های مکتوب و شفاهی درباره تصاویر، اظهارنظرهای تصویری درباره آنها مثل کاریکاتورهای مربوط به موضوع یا فعالیت‌های سنت‌شکنانه (۴) یا سیاسی (یا هر دو).

ص: ۳۹۱

۱- Luc Boltanski

۲- Misrecognition

۳- Circulating Imagination

۴- Iconoclastic

با گردش پیوندهایی که ردی مشهود و مادی ندارند، چه باید کرد؟ به دیگر سخن، چگونه می توان به گردش پیوندهایی پی برد که قبل از هر چیز، ساخته ذهن هستند؟ مهم تر از آن اینکه چگونه یک تحلیل گر رسانه ای به این پیوندها معنا می بخشد؟

آرجون آپادورای با ادعای آنکه تصاویر را باید مکان هایی برای تصوّر (۱) دانست، بینشی جالب برای حل مسئله پیوندهای نامشهود ارائه می کند:

تصویر، امر تصور شده، (۲) امر خیالی، (۳) اینها اصطلاحاتی هستند که ما را به بینشی جدید و انتقادی در فرآیندهای فرهنگی جهانی رهنمون می شوند: تصوّر به عنوان کنشی اجتماعی. دیگر نه توهم صرف (افیون توده هایی که مشغله واقعی آنها در جایی دیگر است)، نه گریز (از دنیایی که اساساً با اهداف و ساختارهایی ملموس تعریف شده)، نه سرگرمی برای نخبگان (که به زندگی مردمان عادی ربطی ندارد)، و نه هیچ تفکر صرفی (که ارتباطی با گونه های جدید آرزو و ذهنیت فردی ندارد) وجود نخواهند داشت؛ تصور به حوزه ای سازمان یافته از کنش های اجتماعی تبدیل شده است؛ نوعی کار (در هر دو معنای اشتغال و کنشی سازمان یافته و فرهنگی) و نوعی گفت و گو میان مراکز عاملیت (افراد) و زمینه های تعریف شده جهانی برای رخداد. رهایی تصور (در برخی زمینه ها) ارتباط میان رقابت بر سر اقتباس (۴) و وحشت و تهدید کشورها و رقبا را موجب می شود. اکنون دیگر تصور، عنصری اساسی در همه اشکال عاملیت است، خود، نوعی واقعیت اجتماعی و یکی از مؤلفه های کلیدی نظم جهانی است. (آپادورای، ۱۹۹۷: ۳۱؛ حروف سیاه از متن اصلی است؛ حروف ایتالیک به متن افزوده شده اند)

در تفسیر آپادورای، تصاویر را می توان بازیگرانی در نظر گرفت که با دیگر بازیگران ارتباط برقرار می کنند (مثلاً- وقتی تماشاگران با بازنمایی های یک تصویر

ص: ۳۹۲

۱- Sites of Imagination

۲- Imagined

۳- Imaginary

۴- Pastiche play

رابطه برقرار می‌کنند). برخلاف لا-تور، تأکید بینش آپادورای بر تصور به عنوان کنشی اجتماعی است. در نظر آپادورای، تصور، کاتالیزوری است برای تسریع فرآیند ارضای نیازها و آرزوهای تحقق نیافته مشارکتی. علاوه بر آن، تصور می‌تواند خیالاتی بحث برانگیز را رقم بزند که می‌توانند روابط اجتماعی را طراحی و بازتعریف کنند. این شرایط، لزوم تحلیل روابط و پیوندهای خیالی با تماشاگر و تصویری را که به طور بالقوه در کنش فرهنگی و اجتماعی نگریستن فعال شده است، آشکار می‌سازد.

گردش پیوندهای مذهبی^۱

گردش پیوندهای مذهبی^(۱)

پیوندهای پندارین ساخته شده به وسیله تماشاگران _ به صورت خودآگاه یا ناخودآگاه _ کاملاً از خاطراتی ریشه گرفته‌اند که تحت تأثیر بافت های تاریخی، اجتماعی و فرهنگی خاص هستند. (برای نمونه نک: بروک، ۲۰۰۱) پیوندهای مربوط به روابط دینی از جالب ترین آنهاست. در خط سیر ماجرای زندان ابوغریب، واقعیت مسلم آن بود که هر دو مرد شکنجه شده، مسلمان بودند و اینکه عکس‌ها را سربازان امریکایی گرفته‌اند که خود، نماینده ملتی با تأثیرات و میراث قدرتمند مسیحی‌اند.

تحلیل نشان های مذهبی در تصاویر ابوغریب نشان می‌دهد که هر دو این تصاویر، پر از ارجاعات مذهبی هستند؛ ارجاعاتی که بر زمینه‌های تاریخی و فرهنگی استوارند. در تصویر مرد مسلمان سرپوشیده که جبار نام دارد، می‌توان ارجاع به اعدام‌های عمومی را شاهد بود. در این تصویر، نشانه‌های بصری روشنی مبنی بر مجازات مرگ و استفاده از شوک الکتریکی (به عنوان یکی از راه‌های اعدام در ایالات متحده) وجود دارد. اعدام عمومی به عنوان عرفی تاریخی، فرهنگی و/یا سیاسی در هر سه دین سنتی اسلام، یهودیت و مسیحیت وجود دارد. در تمام این ادیان، قربانی را می‌توان شهیدی بی گناه یافت که به دلیل گناه دیگران

ص: ۳۹۳

قربانی می شود یا به عنوان دشمنی شرور که سزاوار نابودی است؛ همان طور که سرپوش در تصویر نخست، یادآور ردهایی است که اعضای سازمان سرّی ضد سیاه پوستان امریکا(۱) در مراسم مجازات یا اعدام سیاه پوستان امریکایی، به جرم آنچه این فرقه بر اساس عقایدشان به آن «گناه کاری نژادی» می گفتند، بر تن می کردند.(۲) مردی که در تصویر دیگر، عریان در مقابل دوربین ایستاده و به کثافت و نجاست، آلوده است، بازنمایی های از تصویر مسیح مصلوب، یا مسیح زیر تازیانه سربازان رومی را تداعی می کند. زندانیان مسلمان تحقیر شده در نظر برخی ناظران، یادآور حافظه بصری مسیحی هستند: با قرار گرفتن در موقعیتی شبیه مسیح که ناعادلانه و در حالی که بی گناه بود، با او بدرفتاری شد و با پستی و اعمال خشونت بدنی، شکنجه دید. (نک: سونتگ، (۳) ۲۰۰۳: ۴۰ _ ۴۶)

جین سیتون،(۴) تاریخ نگار رسانه ای، ارتباط روشنی را میان رسانه و آداب مسیحیت در قبال رنج کشیدن نشان می دهد. من این گونه نگاه را نگاه ویژه (۵) می نامم. سیتون اظهار می کند:

مسیحیت برای روایت و بیان آنچه فواید رنج بردن نامیده می شود، بستری فراهم آورده است. این سنت تأثیری دیرپا داشته است. موضوعاتی که با درد کشیدن و رستگاری مرتبطند، از اجزای ثابت رسانه های مدرن هستند. (سیتون، ۲۰۰۵: ۸۷)

وی در ادامه می افزاید:

پیوستگی هایی هستند که حتی به سختی بازشناخته می شوند. اینها را شاید در سطح ارزش ها بیابیم، ولی آیین های بصری قدرتمندی هم وجود دارند

ص: ۳۹۴

۱- Ku Klux Klan

۲- Ku Klux Klan: نامی است که به چندین سازمان امریکایی داده شده که مدافع برتری سفیدپوستان، ضد سامیان، ضد کاتولیک ها، نژادپرست، ضد هم جنس خواهی، ضد کمونیسم و بومی پرست بودند. این گروه ها، تاریخی پر از کشتار، تهدید، ارباب و سلطه گری علیه گروه های نژادی و اجتماعی دیگر دارند.

۳- Sontag.

۴- Jean Seaton

۵- Emphatic

که سزاوار بررسی‌اند. در ساده‌ترین حالت، ترکیب تصاویر، بن‌مایه‌های هنر مسیحی را به تاراج می‌برد. شیوه‌ای که در اینجا برای ارزیابی رویدادهای واقعی به کار برده می‌شود، پیچیده‌تر از آنی است که پذیرش سطحی ما از حوادث روزانه اجازه دهد آن را به عنوان بخشی از زندگی بپذیریم. (همان: ۸۹)

به هر حال، تصور فرهنگی بر مبنای سنت مسیحی، لایه‌های دیگری نیز به جز تصور رنج‌برنده به عنوان قربانی دارد، چنان که در سنت‌های دینی دیگر هم شاهدیم. بر اساس استدلال دیوید مورگان، در مسیحیت و برای مثال، در هندویسم، سنت دیرپایی در تلقی تصاویر به عنوان بخشی از تفکر و مراقبه وجود دارد. (مورگان، ۲۰۰۵) پیوستگی احساسی را که در رابطه‌ای متفکرانه با تصویر به وجود می‌آید، از راه نگاه غم‌خوارانه نیز می‌توان ساخت و به تماشاگر کمک کرد تا رابطه عمیق‌تری با فرد رنج‌برنده ایجاد کند. (برای نمونه نک: مورگان، ۱۹۹۸) این شرایط، ناظر را به سمت قضاوت‌های اخلاقی و معنوی بر اساس جهان بینی اش و نیز برقراری رابطه با شکنجه‌شونده بر مبنای اصولی انتزاعی تر و کلی تر درباره شیوه برخورد با دیگران فرا می‌خواند.

به علاوه آنکه تصوّر فرهنگی دین محور می‌تواند فرد را به ساختارشکنی و به عبارتی، عمل نابودسازی تصاویر آن‌گاه که در بازگویی «حقیقت» ناکام می‌مانند، تحریک کند و به همین دلیل، خطرناک و/یا اهانت‌آمیزند. (برای نمونه نک: فیدبرگ، ۱۹۸۹: ۴۲۱-۴۲۸؛ مورگان، ۲۰۰۵: ۱۴۱-۱۴۶) تصور سنت شکن را می‌توان به اشکال گوناگون و در ادیان مختلف و جنبش‌های سکولار یافت. تصاویر جنجال‌برانگیزی مانند تصاویر ابوغریب، با بیان لزوم دفاع از ارزش‌های دینی یا جهان‌بینی افراد می‌توانند محرک نگاهی ساختارشکنانه باشند و افراد را به سمت عمل برانگیزانند. درباره تصاویر ابوغریب که در آن، شکنجه‌شونده‌ها، مسلمان هستند، این جریان، به

ویژه زمانی صادق است که به بحث درباره تصور تحریک شده و پیوندهای در گردش پیرامون و به وسیله مسلمانان می پردازیم. مثالی از پیوند سنت شکنانه را می توان در نگاه مسلمانی از جان گذشته یافت که به دلیل عریانی و ناپاکی، شاهد تجاوز به قوانین دینی اش است.

اخلاقیات در گردش ۱

اخلاقیات در گردش (۱)

تحلیل من نشان می دهد که گردش به عنوان منطقی فرهنگی (همان طور که پیش تر توضیح داده شد)، بیشتر بدان دلیل قدرتمند است که ما در جامعه ای شبکه ای زندگی می کنیم. منطق ارتباطی فن آوری نوین رسانه ای این امکان را به ما می دهد تا به چنان منظر رسانه ای همچون رسوایی تصاویر ابوغریب، آن هم در مقیاسی بعید یا حتی تصورناپذیر برای نسل های پیشین، راه یابیم. در این فرآیند گردش، ما به برقراری ارتباط با تصاویر منتشر شده و تفکرات و عقایدی همراه با تصاویر جاری و ساری در اطرافمان وادار خواهیم شد.

پیش تر این بحث را مطرح کردم که برای فهم منطق گردش، باید شرایط روابط موجود میان بازیگران مختلف را تحلیل کنیم که شامل روابط میان تصاویر و فن آوری نوین رسانه ای، تصاویر و دیگر مصنوعات بصری تصاویر و تماشاگران است. در تحلیلی دقیق تر در مورد رابطه موجود میان تصاویر ابوغریب و تماشاگر، ایده کنش بصری را پیش نهادم: عمل نگاه کردن و رابطه آن با تصور فرهنگی.

وقتی موضوع مورد بحث، تصاویری است از مردانی مسلمان که سربازانی آنها را شکنجه کرده اند که خود، نماینده میراث قدرتمند مسیحیت هستند، نقش دین به عنوان منبعی برای تصور فرهنگی بسی اهمیت می یابد. از نگاه یک ناظر،

ص: ۳۹۶

آرمان های دینی می تواند موجب نگاه ویژه باشد: هم ذات پنداری عاطفی با رنجی که قربانی متحمل می شود. یا اینکه می تواند نگاهی مشفقانه را برانگیزد که منعکس کننده ارزش های ژرف زندگی انسانی اند. همچنین می تواند موجب ایجاد نگاه ساختارشکنانه ای شود که عملی سنت شکنانه را نیز برمی انگیزد، لزوم دفاع از عقاید دینی فرد از راه نابودی یا تلاش برای جلوگیری از گردش تصاویر.

از دید لاتوری، تمام روابطی که پیرامون گردش تصاویر شکل می گیرند، فاصله بسیار زیادی تا فراگیر، باثبات و متقارن بودن دارند. در عوض، پیوسته در حال تغییرند و در بهترین حالت، تنها می توانند برای اندک دقایقی در زمان و فضا قبضه شوند. در چنین حالتی، رویکرد لاتوری ابزار خوبی برای اندیشیدن درباره شرایط جدید گردش و متقارن نبودن های بازیگران، طراحان و مصرف کنندگان مختلف در دنیای معاصر است. (برای نمونه نک: کودری، (۱) ۲۰۰۸: ۳ و ۴)

بر اساس آرای زیگموند بومن، این گونه پیوند تصویری را می توان «سیال» نامید. بومن اساس «سیالیت» (۲) را چنین تعریف می کند:

امر سیال... (اصطلاحی که من ترجیح می دهم؛ چون فرآیند بودگی (۳) روابط را نشان می دهد؛ یعنی بیش از خود طرح یا خود ساختار، فرآیند طرح ریزی یا سازمان دهی را به ذهن متبادر می کند؛ چیزی که به طور پیوسته در جریان شدن قرار دارد، ناتمام یا قابل برگشت) خود را به همان اندازه ای در گردآوری روابط باز می نماید که در همواره «جدا نگه داشتن» آنها. (بومن، ۲۰۰۴: ۲۲)

در این دیدگاه، گردشِ تصورِ سیال به عنوان یک کنش اجتماعی چندوجهی،

ص: ۳۹۷

۱- .Couldry

۲- .Liquidness

۳- .Processuality

پراکنده و روان در شرایط کثرت پیوسته تفاسیر رشد می‌کند، مانند مورد تصاویر ابوغریب.

در یک جمع‌بندی، باید دوباره تکرار کرد که تحلیل پویایی‌های گردش در جامعه معاصر از اهمیت بسزایی برخوردار است؛ زیرا گردش بر پیچیدگی و گستردگی مسئله انتقال و انتشار در جامعه شبکه‌ای که در آن زندگی می‌کنیم، تأکید شدیدی دارد. این انتشار می‌تواند انتشار موضوع‌های مادی مثل تصاویر ابوغریب باشد و یا انتشار تفکرهای دینی مرتبط با آن. روند گردش را می‌توان به عنوان زنجیره بی‌پایانی از پیوندها و روابطی که در دل برخوردها حاصل شده‌اند، توصیف کرد. مشکل تعیین چارچوب به عنوان پی‌آمد چنین شرایطی اجتناب‌ناپذیر خواهد شد. کدام پیوندها به طور بالقوه مناسب هستند و از کدام دیدگاه؟ مرز تحلیل روابط مختلف کجاست؟ به نظر من، گردش پیوندها، محرک و پرورنده تفسیر روابط تماشاگران و دیگران تحت شکنجه است. این تفاسیر به وسیله تصورات فرهنگی چندپاره و ناهمگنی مشخص می‌شوند که در عمل دیدن فعال شده‌اند، ولی به سختی می‌توان آنها را به طور عملی پی‌گیری کرد. با این همه، به نظر می‌رسد به واسطه درگیر شدن در زنجیره بی‌پایانی از پیوندهای خیالی در گردش، جهانی مشترک را بنا می‌نهم. باز چنین به نظر می‌رسد که گردش به عنوان فعالیتی فرهنگی در جامعه شبکه‌ای، در شکل دادن به جهان پیرامون نقش بسیار مهمی دارد.

ص: ۳۹۸

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

