



مرکز تحقیقات اسلامی

اصفهان

گامی



عمران
علیه السلام

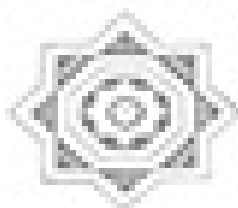
www.ghaemiyeh.com
www.ghaemiyeh.org
www.ghaemiyeh.net
www.ghaemiyeh.ir



مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما

فرهنگ و رسانه های نوین

محمدحسینی



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

فرهنگ و رسانه های نوین

نویسنده:

محمد حسنی

ناشر چاپی:

مرکز پژوهشهای اسلامی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران

ناشر دیجیتال:

مرکز تحقیقات رایانه‌ای قائمیه اصفهان

فهرست

۵	فهرست
۹	فرهنگ و رسانه های نوین
۹	مشخصات کتاب
۹	پیش گفتار
۱۵	فصل اول: مدرنیته و رسانه های مدرن
۱۵	اشاره
۱۵	۱. مفهوم شناسی مدرنیته
۱۵	اشاره
۱۹	الف) مدرنیته، ساختاری اجتماعی _ فرهنگی
۱۹	ب) مدرنیته، رویکردی کلی یا یک حواله تاریخی
۲۱	۲. ویژگی های مدرنیسم
۲۱	اشاره
۲۱	الف) ویژگی های ساختاری
۲۳	ب) ویژگی های بنیادین
۲۳	اشاره
۲۳	یک _ سکولاریسم ۱
۲۳	اشاره
۲۵	۱. انسان
۲۶	۲. طبیعت
۲۷	۳. انگاره تاریخی
۲۹	دو _ اومانیزم
۳۰	۳. سیر تاریخی تجددگرایی و اندیشه مدرن
۳۰	اشاره
۳۱	الف) یونان باستان

- ۳۲ (ب) دوران هیلنستیک
- ۳۳ (ج) قرون وسطا
- ۳۴ (د) رنسانس و دوره مدرنیته (دوران جدید)
- ۳۶ ۴. هنر مدرن و قابلیت های رسانه ای (زیبایی شناسی تجسدگرا)
- ۴۰ ۵. فهم سوپزکتیو، فصل مشترک رسانه ها و فلسفه مدرنیته
- ۴۵ ۶. سیاست و رسانه های مدرن: مسئله قدرت
- ۴۵ اشاره
- ۵۱ الف) توده ها و وسایل ارتباط توده ای
- ۵۵ ب) افکار عمومی
- ۵۸ ۷. نسبت رسانه و سکولاریزاسیون
- ۵۸ اشاره
- ۶۰ ساز و کارهای رسانه در گسترش اندیشه های سکولاریستی
- ۶۰ اشاره
- ۶۰ الف) تقلیل
- ۶۷ ب) تفکیک و تنظیم
- ۶۷ اشاره
- ۷۱ * فرایند رسانه ای شدن
- ۷۴ ج) تکثر
- ۷۴ اشاره
- ۷۷ یک _ نسبت سکولاریزاسیون و تکثر
- ۷۸ دو _ رسانه در جامعه دینی و مسئله تکثر
- ۷۹ سه _ تکثیر (همسان سازی)
- ۸۴ فصل دوم: پست مدرنیسم دوره حاکمیت رسانه ها
- ۸۴ اشاره
- ۸۴ ۱. مفهوم شناسی پست مدرنیسم
- ۸۴ اشاره

- الف) کاربردهای واژه پست مدرنیسم ۱ ۹۲
- ب) ویژگی های نظری پست مدرنیسم ۹۴
- ج) پست مدرن؛ دوره یا وضعیتی جدید ۹۵
۲. پست مدرنیسم و رسانه ۱۰۰
- اشاره ۱۰۰
- الف) کلیات ۱۰۰
- ب) کارکردهای پست مدرنیستی رسانه ها ۱۰۸
- اشاره ۱۰۸
- یک _ خلق دنیای ذهنی؛ منطقی وهمی و باز آفرینی پارادایم ها ۱۰۸
- دو _ غفلت ساختمانند ۱۱۷
- سه _ بازاسطوره سازی ۱۲۴
۳. هنر پست مدرن (هنر در عصر جدید) ۱۲۶
۴. کیش های پسامدرن ۱۲۹
۵. پساخرافه گرایی رسانه ای پست مدرنیته ۱۳۳
۶. پست فمینیسم و نمایش رسانه ای ۱۳۷
۷. دنیای مجازی و فضای سایبر ۱۴۰
- فصل سوم: سنت، رسانه و فضای پیش رو ۱۴۸
- اشاره ۱۴۸
۱. مفهوم شناسی سنت ۱۴۸
۲. تعریف برگزیده از سنت ۱۵۳
۳. ویژگی های فرهنگ و جهان بینی سنتی ۱۵۶
- اشاره ۱۵۶
- الف) غیب باوری ۱۵۶
- ب) محوریت عالم غیب و منشأ اثر دانستن آن در امور ۱۵۸
- ج) توحید و نگاه سلسله مراتبی به هستی ۱۶۰
۴. منشأ شبهه پراکنی علیه نگاه سنتی (دینی) ۱۶۲

۵. مبارزه خاورشناسان با «سنت»ها ۱۶۵
۶. نقش سازمان های «ماسونی» در تخریب هویت ها ۱۷۰
۷. آسیب های تلویزیون دینی در غرب ۱۷۶
۸. مناسب سنت و رسانه ۱۸۰
۹. انسان شناسی دینی مخاطبان رسانه ۱۸۶
۱۰. فرصت های رسانه دینی در قلمرو جهانی شدن ۱۹۱
- کتاب نامه ۱۹۷
- درباره مرکز ۲۰۲

سرشناسه: حسنی، محمد، ۱۳۵۷ -

عنوان و نام پدیدآور: فرهنگ و رسانه های نوین / محمد حسنی .

مشخصات نشر: قم: دفتر عقل: مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما، ۱۳۸۵ .

مشخصات ظاهری: ۲۰۹ ص. : مصور، جدول.

فروست: مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما؛ ۱۰۳۰.

شابک: ۱۴۰۰۰ ریال ۹۶۴-۹۷۸-۹۶۸۷۳-۹-۴

یادداشت: کتابنامه: ص. [۲۰۷] - ۲۰۹؛ همچنین به صورت زیرنویس.

موضوع: رسانه های گروهی -- تاثیر

موضوع: رسانه های گروهی و فرهنگ

موضوع: رسانه های گروهی -- جنبه های مذهبی -- اسلام

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

رده بندی کنگره: P۹۴/ح۵ف۴ ۱۳۸۵

رده بندی دیویی: ۳۰۲/۲۳۴

شماره کتابشناسی ملی: ۱۰۱۹۲۵۵

ص: ۱

اگر شبی چشم بر هم بگذارید و صبح که از خواب برمی خیزید، خود را در سرزمینی دیگر بیابید که به زبان دیگری سخن می گویند، به گونه ای دیگر زندگی می کنند، روابطشان دیگر گونه است و سرزمینشان شرایط متفاوتی دارد، چه می کنید؟

اگر بخواهید خود را معرفی کنید و آنها نه تنها شما را نشناسند، بلکه مسخره کنند و برخی از آنها حتی با شما دشمنی کنند، چه می کنید؟

اگر از آنان تقلید کنید و خود را به شمایل آنها در آورید، هیچ نگویند، ولی اگر بخواهید به زبان خود سخن بگویید و لباس خودتان را بپوشید و بر اساس فرهنگ خود رفتار کنید و مورد تمسخر آنان قرار بگیرید، چه می کنید؟

منطقی ترین تصمیم در این شرایط آن است که نخست بدانید «در کجا هستید». اگر جغرافیای آن سرزمین را بشناسید و با جغرافیای سرزمین خود مقایسه کنید، می توانید تفاوت ها را بشناسید و برخورد مناسب با مردمان آنجا را در پیش گیرید. دوم اینکه باید زبان آنها را بفهمید. سپس با زبان آنها ساختار و محتوای فرهنگی خود را معرفی کنید و با به کار بردن ابزارهای عقلی و عاطفی، آن را اثبات کنید. در مرحله آخر، باید با آنها زندگی کنید و بکوشید تا فرهنگ و نوع برخورد شما برای آنان دغدغه جدی شود تا کم کم در باورهای خود به شک افتند.

در نسبت میان فرهنگ اسلامی با مدرنیته و فرهنگ غربی که چنین شرایطی دارد، باید به چند نکته مهم توجه کرد:

الف) با ظهور انقلاب اسلامی ایران، قدرت دین اسلام و آموزه های الهی آن به نمایش گذاشته شد، ولی این بار این ظهور درخشان در فصلی از تاریخ رخ داد که تمدن حاکم در مغرب زمین، با الگوی اصلی مدرنیته و با ابزار تکنولوژیک، فرهنگ ها و تمدن ها را به تصرف خود در آورده است و جهانیان با معیارهای مدرنیته، هماهنگ شده یا در حال هماهنگی و سازگاری اند.

در واقع، مدرنیته مصداق همان سرزمینی است که انقلاب اسلامی در دوره استیلای آن سر بر آورده است. مدرنیته به فرهنگ های دیگر از جمله فرهنگ دینی و اسلامی به چشم حقارت می نگرد و چنان می نمایاند که دوره زمانی شان گذشته است.

سرزمین فرهنگی و تمدنی غرب که آموزه هایش امروزه جهان شمول شده است، مبانی، مبادی، غایت، روش، جهان بینی و اخلاق کاملاً متفاوتی از فرهنگ اسلامی ما دارد. اکنون ما باید نسبت خویش را با مدرنیته غربی مشخص کنیم و دریابیم این نسبت، شکست و هضم شدن است یا مبارزه و زندگی مسالمت آمیز. پس در آغاز این راه باید ماهیت فرهنگ غرب را بشناسیم. برای مبارزه یا همکاری نیز بایستی خود را بشناسیم و استعدادهای خویش را بازخوانی کنیم.

ب) رسانه ها که امروزه ابزار اصلی گفتمان سازی و هدایت جهت گیری های ذهنی در جوامع هستند، در سرزمین فکری و تمدنی غرب به وجود آمده اند، ولی ابزارهای مناسبی برای ادبیات همان فرهنگ هستند. برای هم زبانی و ایجاد تفاهم با این دنیای جدید و نیز به دلیل توان مندی های بالای این پدیده ها در بیان فرهنگ و حقایق دینی و نقد دنیای مدرن، لازم است این ابزارها را بشناسیم و از آنها در چارچوب اقتضای دینی و ملی بهره مند شویم.

ج) در این پژوهش، همان روندی پی گرفته شده است که فرد بیدار شده در سرزمین

ناشناخته به طور منطقی می پیماید؛ یعنی کوشیده ایم این سرزمین جدید (قلمرو مدرنیته) را بشناسیم. سپس به بررسی ابزار تفاهم در این قلمرو؛ یعنی رسانه ها می پردازیم. بررسی دنیای مدرن در غرب، ما را با موج جدیدی آشنا می کند که بر اثر تزلزل بنیان های مدرنیته در غرب ایجاد شده است و پست مدرنیسم نامیده می شود. آن گاه موضوع رسانه ها را که نقش آنها در قلمرو پست مدرنیسم، دگرگونی و برجستگی یافته است، بررسی می کنیم. سرانجام به خویشتن بازمی گردیم و درباره «سنت» و محدوده فعالیت ابزارهای رسانه ای در تعامل با مفهوم سنت دینی و اینکه چگونه می توانند در خدمت سنت قرار گیرند، بحث هایی را مطرح می کنیم.

د) در پایان باید گفت سرفصل های اصلی این کتاب، خود، موضوع چندین کتاب است و فهم و بررسی آنها مجال بیشتری می طلبد. در این پژوهش، کوشیده ایم پس از تعریف های اجمالی، مباحث اصلی مورد نیاز را تبیین کنیم. امید است این تلاش اندک، برنامه سازان محترم را به کار آید.

اشاره

فصل اول: مدرنیته و رسانه های مدرن

زیر فصل ها

۱. مفهوم شناسی مدرنیته

۲. ویژگی های مدرنیسم

۳. سیر تاریخی تجددگرایی و اندیشه مدرن

۴. هنر مدرن و قابلیت های رسانه ای (زیبایی شناسی تجسدگرا)

۵. فهم سوژکتیو، فصل مشترک رسانه ها و فلسفه مدرنیته

۶. سیاست و رسانه های مدرن: مسئله قدرت

۷. نسبت رسانه و سکولاریزاسیون

۱. مفهوم شناسی مدرنیته

اشاره

۱. مفهوم شناسی مدرنیته

تاکنون تعریف های گوناگونی از مدرنیته و مشتقات واژه «مدرن» شده است، ولی این تعریف ها هرگز نتوانسته اند از مفهوم واقعی این واژگان ابهام زدایی کنند و چه بسا بر پیچیدگی آن افزوده اند. «مدرن» که در تمامی زبان های اروپایی و در بسیاری از زبان های دیگر از جمله در فارسی امروزی رواج دارد، از ریشه لا-تینی «Modernus» است که آن را از واژه «Modo» گرفته اند. در زبان لاتین، واژه «Modo» به معنای «این اواخر، به تازگی، گذشته ای بسیار نزدیک» است. به گمان بعضی از تاریخ نگاران، واژه «Moderni» را رومیان در اواخر سده پنجم در مورد ارزش ها و باورهای مشکوک جدید به کار می بردند؛ ارزش هایی که با باورهای پذیرفته شده قدیمی که با واژه Antiqui مشخص می شدند، در تقابل بودند. (۱)

به باور پژوهشگران، واژه «مدرن» در سده شانزدهم و پس از آن، به دلیل موضوعیت یافتن جدی پدیده های نوظهور در بستری فرهنگی _ فلسفی متفاوت از گذشته، به طور گسترده در اروپا و به ویژه در فرانسه رواج یافت. همین معنا تاکنون با همان معنای اصلی اش؛ یعنی «کنونی و امروزی» رایج است.

بسیاری از اندیشمندان، تأویل واژه مدرن را به تقابل ارزش های نو و کهنه درست

ص:۷

۱- بابک احمدی، معمای مدرنیته، تهران، نشر مرکز، چ ۱، ۱۳۷۷، ص ۳.

نمی دانند و معنای واقعی واژه «مدرن» را در «امروزی کردن» و «چگونه امروزی کردن ارزش های گذشته» می دانند. البته هم این گروه اندکند و هم آنچه در چند سده اخیر معروف است، بیشتر همان نظریه تقابل را تأیید می کند.

از این رو، در تعریف و توضیح واژه «مدرن»، معنای «سنت» نیز به میان می آید. این برداشت، رویکردها و نظریه پردازی هایی را تضعیف می کند که معنای سنت را جدا از واژه مدرن، به ادیان و آداب و رسوم و فرهنگ ها برمی گردانند. هرچند در نگاه تجددگرایان، چه بسا فرهنگ ها و مذاهب و آداب اقوام، مصداقی از سنت تلقی شود، ولی باید دانست آن سنتی که در مقابل مدرنیته یا تجدد قرار می گیرد، همان مفهومی است که در تعریف واژه «مدرن»، محور اساسی است و کهنگی به گذشته مربوط است؛ آن چنان که اکنون در نگاه مدرن کارآیی ندارد.

بر اساس نگرش مدرنیست ها، برای فهم سنت ها و حوزه شمولیت آن، نخست باید تعریف «جدیدها» و «مدرن ها» و قلمرو آنها را بدانیم. آن گاه هرچه را در تقابل و تضاد با این حوزه باشد، در حوزه سنت ها قرار دهیم. برای مثال، فرانسیس بیکن و برخی از نخستین متفکران دوره مدرن، علم را به معنای تسخیر و مبارزه با طبیعت می دانستند. از این رو، آن حوزه معرفتی که نسبت انسان با طبیعت را بر اساس اندیشه حق و تکلیف دینی معنا می کرد و انسان را در چگونگی استفاده کردن از طبیعت «موظف» می دانست، نگرشی سنتی خواهد بود. حتی در این نوع برداشت، بسیاری از اختراع های چینی ها مانند باروت و کاغذ و انرژی بخار و... که قرن ها پیش از اروپاییان به ثبت رسیده، چون بر اساس اندیشه تسخیر افسار گسیخته طبیعت در دوره مدرن نبوده است، دستاوردهای مدرن به شمار نمی آیند.

«واژه مدرن به پشتوانه چنین پیشینه ای، از زبان فرانسوی به زبان های انگلیسی و آلمانی وارد شد و به تدریج، واژگان «مدرنیست» و «مدرنیزه» در سده هجدهم (در آثار

روشن گران) و واژه «مدرنیته» در سده نوزدهم پدید آمدند.»^(۱) مدرنیته که دوره عقل گرایی (خردورزی) در ساحت عالم شهود و بریده از عالم غیب و با هدف بهره برداری، علم گرایی، مادی گرایی و اندیشه پیشرفت خطی شمرده می شد، اساس ساختار زندگی، روابط بشری و برداشت های انسان جدید را دگرگون کرده است. جرمی ریفکین،^(۲) روح حاکم این دوره را که با جنگ دوم جهانی به پایان می رسد، این گونه بیان می کند:

ویژگی عصر مدرن، باور این اندیشه بود که دنیا بر پایه قوانینی تغییرناپذیر و قابل پیش بینی اداره می شود... بشر عصر مدرن، به خود باوراند که عقل بشری می تواند انبوهی از دانش موجود را در قالب نظریه های آزمایش پذیر... به کار بندد... پدر علم جدید، [فرانسیس بیکن] به طبیعت چونان روسپی همگانی می نگریست و معتقد بود باید با اعمال خشونت، آن را تحت فشار قرار داد، قالب گرفت و بدان، شکل مورد نظر خود را بخشید. ... [وی] پذیرفته بود توسل به چنین روشی، این امکان را برای آدمی فراهم می آورد تا به قدرتی دست یابد که بر طبیعت حاکم شود و بدین شکل، بنیان های طبیعت را لرزان سازد.^(۳)

بنابراین، روح حاکم بر «مدرنیته»، همین قائل نبودن هیچ گونه حد و مرزی برای پیشرفت مادی بود؛ یعنی همان رؤیای ساخت بهشت زمینی که در قالب جستارهای اتوپایی از یونان باستان به غرب مدرن به ارث رسیده بود. همچنین نشان دادن اراده، مهارت و فن انسانی به جای دخالت الهی و نیز حذف هرگونه باور غیر مادی و غیرپوزیتیویستی از ساحت دانش و اندیشه جزو مبانی مدرنیته بود. البته برای بسیاری از ملت ها، هنوز این ارزش ها در حال ترویج است؛ جز در خود غرب که دوره مدرنیته وارد مرحله تردید شده است.

دسته بندی تعریف های گوناگون از مدرنیته کار دشواری است، ولی شاید بتوان به

ص: ۹

۱- همان، ص ۵.

۲- Jeremy Rifkin.

۳- جرمی ریفکین، از مدرنیسم تا پست مدرنیسم، به کوشش: مهدی نصیری، ماهنامه سیاحت غرب، شماره ۱۵، ص ۱۰.

صورت کلی آنها را در دو دسته اصلی جای داد:

الف) مدرنیته، ساختاری اجتماعی _ فرهنگی

الف) مدرنیته، ساختاری اجتماعی _ فرهنگی

وجه اشتراک بسیاری از تعریف هایی که از مدرنیته شده، جدا از اختلاف نظرها آن است که «مدرنیته را عنوان کلی و روشن گر شکلی از زندگی اجتماعی معرفی می کنند که باید بتوان وجه تمایزش را از دیگر شکل های زندگی اجتماعی باز شناخت.»^(۱) بنا بر این اندیشه، مدرنیته، شیوه ای از زندگی است که بر اساس مبانی ویژه و با زمینه سازی های خاص تحقق می یابد و می توان تاریخ شروع آن را مشخص کرد و حتی برای پایش (به ویژه از زمانی که تردید در مبانی مدرنیته آشکارا شده است) خط و نشان کشید.

در این نوع تعریف ها از مدرنیته، تأکید بر تفاوت هاست؛ تفاوت های شیوه زندگی در دوران مدرنیته و دیگر شیوه های زندگی در دوران های مختلف تاریخی. در واقع، همین تفاوت هاست که مرزهای زمانی و مکانی تمدن مدرن را مشخص می کند. اینکه نوع اندیشه و تفاوت های خردورزی، روابط اجتماعی، مناسبت های فرهنگی و سیاسی و داد و ستدها و مبانی اقتصادی در این دوره، چه شاخصه هایی دارد و بسیاری مسائل دیگر از این دست، حوزه مدرنیته را به عنوان یک ساختار اجتماعی _ فرهنگی، از دیگر حوزه های تمدنی جدا می سازد.

ب) مدرنیته، رویکردی کلی یا یک حواله تاریخی

ب) مدرنیته، رویکردی کلی یا یک حواله تاریخی

در این تعریف ها، تأکید بر منش اثباتی مدرنیته نیست، بلکه اساس تعریف ها بر مبنای منش سلبی و خصمت نفی کنندگی آن است. «اینجا بر وجه تعیین کننده مدرنیته مانند خردباوری، تأکید چندانی نیست، بلکه مسئله بیشتر چنین مطرح می شود که برای پیشبرد زندگی مدرن چه چیزهایی را باید نفی کرد و کدام شیوه زندگی را نباید

ص: ۱۰

پذیرفت و خواهان فراتر رفتن از آن بود.»^(۱) در همین تعریف، هیولای «نفی» تمدن مدرن غربی، بی رحمانه، بسیاری از مآثر و مبانی فرهنگی را فرو می‌پاشد. بی شک، این هیولای نفی، نیروی محرک قدرت مندی می‌خواهد که همانا جهان بینی سکولار مبتنی بر اومانیزم است.

عناصر اساسی انسان، جهان، مبدأ و معاد که مبانی جهان بینی را شکل می‌دهند و تمام ساختارهای فرهنگی و باورهای عمومی بر پایه آن است، در دوره مدرن _ که انسان رویکردی دیگر گونه به آن عناصر می‌یابد _ تحول مفهومی می‌یابند. به همین دلیل، «انسان» در دوره مدرن از نو تعریف می‌شود (تعریف‌هایی مانند: حیوان ابزارساز، حیوان اقتصادی و...).

همچنین جهان که در گذشته، سایه‌ای از ملکوت عالم بود و قداست ویژه‌ای داشت، در تعریف جدید، به منبعی از انرژی فرو می‌کاهد که به قول فرانسیس بیکن باید به زور بر آن چیره شد و به میزان توان، آن را چپاول کرد. مبدأ و معاد نیز حذف می‌شود. همچنین خدا، چونان «خدای ساعت ساز نیوتون»، ساعت جهان را می‌سازد، کوک می‌کند و سپس آن را رها می‌سازد و خود به استراحت می‌پردازد.

بنابراین، مدرنیته چونان رویکردی کلی، با تحولی هستی‌شناسانه و به شدت فلسفی همراه است. فهم این تعریف که در واقع، با تحول درونی نوع بشر از آسمان به زمین و از بهشت اخروی به اتوبیای زمینی روی می‌دهد، به ماهیت حقیقتی دنیای مدرن و هستی‌شناسی مدرنیته نزدیک تر است.

باید توجه داشت که هم از تعریف نوع اول و هم از تعریف نوع دوم در مباحث آینده، استفاده خواهد شد. در واقع، آنجا که از کلیت فرهنگ و تمدن غرب (مدرنیته) بحث

ص: ۱۱

می شود و سطح بحث به فلسفه و جهان بینی برمی گردد، تعریف دوم بیشتر به کار می آید (چنان که بسیاری از فیلسوفان منتقد غرب، ماهیت غرب را از این مسیر بازشناسی کرده اند) و آن گاه که بحث ها به قلمرو درونی جامعه و مؤلفه های سیاست، فرهنگ و اقتصاد مربوط می شود، به فضای تعریف اول نزدیک می شویم.

۲. ویژگی های مدرنیسم

اشاره

۲. ویژگی های مدرنیسم

زیر فصل ها

الف) ویژگی های ساختاری

ب) ویژگی های بنیادین

الف) ویژگی های ساختاری

الف) ویژگی های ساختاری

بخش زیادی از آنچه از دگرگونی در نوع زندگی و پیدایش شیوه های نوین سلوک بشری با عنوان ویژگی های مدرنیسم دریافته ایم، اموری است که از تعامل با نهادهای اجتماعی مدرن و دقت در آنها در قیاس با نهادها و ساختارهای اجتماعی سنتی فهم کرده ایم. از این رو، به منظور تشخیص عناصری که شیوه های مدرن زندگی را از سامان های سنتی آن مجزا می سازد، باید پیش تر به بررسی عوامل کیفی و کمی دخیل در شکل پذیری این نهادهای اجتماعی مدرن پرداخت.

آنتونی گیدنز در پاسخ به این پرسش که «چگونه می توان انقطاع هایی را تشخیص داد که نهادهای اجتماعی مدرن را از سازمان های سنتی جدا می سازند؟» به جنبه های صوری و عنصری اشاره می کند و سه ویژگی را برمی شمارد که به قرار زیر است:

۱. «صرف شتاب دگرگونی است که عصر مدرنیت را به حرکت در می آورد.» تمدن ها پی در پی می آیند و فرو می پاشند و چه بسا هر کدام به گونه ای از تمدن پیشین خود پویاتر بوده باشد، ولی شتاب در دوره مدرنیت، بسیار سریع تر و بیشتر است. یکی از دلایل مهم این شتاب، تصور اتوپایی (۱) از آینده ای است که اگر چه تضاد و تعارض و

ص: ۱۲

نامیدی در رسیدن به آن بالا- گرفته است، انسان را تا پیش از رسیدن به آن، دچار نوعی سرخوردگی می کند. بشر عصر مدرن، حاضر است بیشتر از همه دوران ها کشتار کند و کشته بدهد؛ بجنگد، همواره در تشویش باشد و تشویش ایجاد کند و... این همه نیز برای رسیدن به رؤیایی است که در ذهن خویش ساخته یا برایش ساخته اند.

هواداران مدرنیته چنان شیفته نقطه پایانی موهوم خویش شده اند که قربانیان جنایت های خویش را نمی بینند و تنها سرعت رسیدن به آن را تشدید می کنند. از همین رو، هرچه زمان می گذرد، فرآورده هایی در دنیای تکنولوژی رخ می نماید که بی گمان یک روی سکه اش، سرعت روزافزون دست یابی به محصول در زمان کمتر و در واقع، تصرف زمان است. این مجموعه، شرایطی برای نوع بشر پدید می آورد که شتاب تجربه کردن را نیز افزایش می دهد. این بدان معناست که آنچه در گذشته، تجربه ای زمان بر شمرده می شد، در این دوره، دست یافتنی تر و به دلیل شتاب سرسام آور، نزدیک تر می نماید.

۲. گستردگی دگرگونی های ناشی از مدرنیته، موضوعی است که تمدن مبتنی بر آن را از تمدن های پیشین متمایز می سازد. در این دوره کافی بود به گونه ای موج مدرنیته به ملت ها و تمدن های دیگر سرایت می کرد تا ساختارهای اجتماعی - فرهنگی و نیز موقعیت های سیاسی آن جامعه دست خوش دگرگونی شود؛ به این معنا که تقدیرش تحت اراده غربی قرار گیرد.

۳. ماهیت ذاتی نهادهای مدرن نیز موضوع جدایی سنت و مدرنیته از نگاهی ژرف تر است. از میان صورت های اجتماعی مدرن، می توان به شیوه های رایج شهرنشینی جدید اشاره کرد.

نظام سیاسی دولت ملی، وابستگی همه جایی تولید به صنایع نیروی غیرجاندار یا کالایی شدن کامل فرآورده ها و نیروی کار، صورت های اجتماعی مدرن هستند که در دوران های پیشین نبودند. (۱)

ص: ۱۳

۱- آنتونی گیدنز، پی آمدهای مدرنیته، محسن ثلاثی، تهران، نشر مرکز، چ ۱، ۱۳۷۷، صص ۹ و ۱۰.

اشاره

ب) ویژگی های بنیادین

زیر فصل ها

یک _ سکولاریسم (۱)

دو _ اومانیزم

یک _ سکولاریسم ۱

اشاره

یک _ سکولاریسم (۲)

سکولار (۳) کسی است که به امور معنوی و مذهبی گرایش ندارد. این واژه را بهدنیوی، مادی و غیرمذهبی نیز ترجمه کرده اند. در فرهنگ آکسفورد، سکولاریسم این گونه تعریف شده است: «اعتقاد به اینکه قوانین آموزش دیگر امور اجتماعی بیش از آنکه _ یا به جای آنکه _ مبتنی بر مذهب باشد، بر داده های علمی بنا شود». (۴)

رایج ترین معادل فارسی واژه سکولاریزاسیون، «جدا انگاری دین و دنیا» است. براین ویلسون در تعریف سکولاریزاسیون می نویسد:

فرآیندی است که در آن، وجدان دینی، فعالیت های دینی و نهادهای دینی، اعتبار و اهمیت اجتماعی خود را از دست می دهد. این بدان معناست که دین در عملکرد نظام اجتماعی به حاشیه رانده می شود و کارکرد اساسی در عملکرد جامعه با خارج شدن از زیر نفوذ و نظارت عواملی که اختصاصاً به امر ماورای طبیعی عنایت دارند، عقلانی می شود. (۵)

نویسنده کتاب ریشه ها و نشانه های سکولاریسم، پس از اشاره به تفاوت سکولاریسم و سکولاریزاسیون و یادآوری این نکته که سکولاریزاسیون، فرآیند و پدیده ای اجتماعی و سکولاریسم، ایدئولوژی و اندیشه است، می نویسد:

آنچه در باب سکولاریسم در دنیای غرب رخ داد، نخست به صورت پدیدار و فرآیند اجتماعی نمایان شد (سکولاریزاسیون) و به تدریج شکل یک ایدئولوژی رسمی را به خود گرفت و با [استقبال] جامعه شناسان، متکلمان و فلاسفه دین و دیگر نظریه پردازان غربی روبه رو شد. (۶)

-۱

Secularism -۲

.Secular -۳

The Belief That Laws Education, Should be Based on Facts, Science Rather Than -۴

.Religion

۵- میر چا الیاده، فرهنگ و دین، برگزیده مقالات دائره المعارف دین، هیئت مترجمان، زیر نظر بهاء‌الدین خرمشاهی، صص

۱۲۷ _ ۱۲۹.

۶- علی ربانی گلپایگانی، ریشه ها و نشانه های سکولاریسم، مؤسسه فرهنگی دانش و اندیشه معاصر، پاییز ۱۳۸۱، چ ۲، ص

۲۲.

خود این کلام، خلاصه ای است از آنچه پس از رنسانس، در غرب رخ داد. (1) به دیگر سخن، سکولاریسم، حذف تمام عواملی بود که سودای تصرف و حاکمیت مطلق سودانگاران انسان جدید را به مخاطره می انداخت. بر همین اساس، باورهای ریشه دار و غیب مدار با هجمه شدید روبه رو شد.

بدین ترتیب، عرصه ها و تعریف های گوناگونی که پیش روی انسان جدید قرار داشت، باید دگرگون می شد:

۱. انسان

۱. انسان

انسان در فرهنگ دینی، موجودی متفاوت از دیگر آفریده هاست که هدفی الهی را در غایت حرکت خویش می یابد و نسبتی ناگسستنی با مبدأ و معاد دارد. این در حالی است که خواسته های انسان مدرن، در برآورده شدن بی حد و حصر غرایز اثیری و حیوانی خلاصه می شود. بنابراین، تعریف «انسان» بایستی در جهت نگاه وی تغییر می کرد. تعریف هایی مانند «حیوان اقتصادی» و «حیوان ابزارساز» در همین دوره مطرح شدند. مهم تر از این تعریف ها، تحول تاریخی بود که هویت انسان را تا حیوانیت محض پایین آورد که «ترانسفورمیسم» یا نظریه «تکامل حیوانی» نامیده می شد. بدین ترتیب،

ص: ۱۵

۱- ویلسون در این باره می نویسد: سکولاریزاسیون اساساً به فرآیندی از نقصان و زوال فعالیت ها، باورها، روش های اندیشه و نهادهای دینی مربوط است که عمدتاً با دیگر فرآیندهای تحول ساختاری - اجتماعی، یا به عنوان پی آمد ناخواسته یا ناخودآگاه فرآیندهای مزبور رخ می دهد؛ در حالی که سکولاریسم یا دنیوی گری یا اعتقاد به اصالت دنیا یک ایدئولوژی است. مبلغان این ایدئولوژی، همه اشکال اعتقاد به امور و مفاهیم ماورای طبیعی و وسایط و کارگروه های مختص به آن را تخطئه می کنند و از اصول غیردینی و ضددینی به عنوان مبنای اخلاق شخصی و سازمانی حمایت می کنند. میرچالیا، فرهنگ دین، ص ۱۲۶

یکی از مهم ترین زمینه های حضور اراده ماورایی که از غیب، امور جهان را تدبیر می کند، از اندیشه انسان حذف می شود.

«این نظریه، به ویژه چنان که در زمینه هایی به جز زیست شناسی به کار گرفته شد، در انهدام معنا و مفهوم تقدس خلقت خداوند سهم بسیار اساسی داشت. در واقع، اندیشه «تکامل»، به انهدام آگاهی مستمر از خداوند به عنوان خالق و حافظ انواع جانداران کمک کرد که در متون مقدس، از جمله در قرآن و حدیث با تعبیر «حی» و «محیی» آمده است. همچنین نظریه تکامل در بیگانه کردن علم از دین و ایجاد جهانی که می توان در آن سیر کرد و شگفتی های آفرینش را بدون کمترین حیرت دینی مطالعه کرد، تأثیر اساسی داشت. این نظریه خیلی سریع از زیست شناسی به دیگر علوم و حتی قلمروهای غیر علمی سرایت یافت، به گونه ای که امروزه در دنیای متجدد، هر کس به واقع (تقریباً) درباره همه چیز با معیار تکامل می اندیشد و سخن می گوید»^(۱).

انسانی که نسل خود را از میمون می داند که به تدریج رشد کرده و صورت انسانی یافته است، چگونه می تواند باور داشته باشد که نخستین انسان، پیامبر خداست و از خاک به وجود آمده و همه اسمای الهی و تمامی دانش ها به وی آموزش داده شده است. بدین ترتیب، فهم اینکه انبیا و اولیای الهی از ما متعالی تر بوده اند، برای انسان جدید بسیار دشوار است.

۲. طبیعت

۲. طبیعت

از مهم ترین جنبه های سکولاریسم، تغییر نگرش انسان به طبیعت بود. حکیمان و عارفان گذشته بدون اینکه مجرد ذات باری تعالی را ماورای هر گونه تعیین و تصویری انکار کرده باشند، بیشتر به جنبه پیوستگی عالم خلقت به مبدأ وجود توجه می کردند و

ص: ۱۶

۱- سید حسین نصر، جوان مسلمان و دنیای متجدد، ترجمه: مرتضی اسعدی، تهران، طرح نو، چ ۴، ص ۲۷۰.

می‌کوشیدند(۱) عالم را چونان سایه و مثال عالم ملکوت نشان دهند و رابطه وجودی میان موجودات و وجود محض (کثرت و وحدت) را بنمایانند؛ در حالی که اندیشه مدرن، طبیعت را به عالم ملکوت پیوسته می‌داند و تحت اراده هیچ قدرت ماورایی نیز تفسیر می‌کند. بدین ترتیب، نگرش مسئولیت محور در بهره مندی از طبیعت، به ایدئولوژی «تصرف» سوداگرانه تبدیل شد.

از این رو، طبیعتی که باید انسان، خود را با آن (در استفاده از آن) هماهنگ می‌ساخت، تنها به مخزنی از انرژی رها شده بدل گشت و از آن پس، همه تلاش های انسان غربی در تمامی جنبه های علمی، فرهنگی و تمدنی به مهار کردن همین مخزن انرژی معطوف شد.

۳. انگاره تاریخی

۳. انگاره تاریخی

فرهنگ و فرهنگ سازان مدرن به دلایل مختلف، برداشت جدیدی نسبت به گذشته و تاریخ پیدا کردند که برخی از این دلایل به شرح زیر است:

الف) مدرنیته و اندیشه مدرن با ایدئولوژی های گذشتگان که معمولاً بر اندیشه (تحریفی یا غیرتحریفی) دخالت عالم غیب در اداره جهان مبتنی است، ناسازگار است. پس تاریخ باید آن گونه طراحی شود یا جنبه هایی از آن چنان مطلق شود که گذشته را سیاه و تاریک و امروز را کامل تر و روشن تر از دیروز تصویر کند. نمونه آن، نگاهی است که در تاریخ نگاری جدید نسبت به قرون وسطا پدید آمد، به گونه ای که آن را سده های تاریکی، ناامنی و استبداد تصویر کرده است.

ب) تا دهه های آغازین تاریخ جدید غربی و شروع رنسانس، هرگز طرح نشده بود که درباره گذشته نیز به صورت ابرکتیو و اختیاری می توان پژوهش کرد. از آن زمان بود که

ص: ۱۷

۱- نک: آیات ۲۳ و ۲۴ سوره ابراهیم.

علم تاریخ، به کمک اصول و مبادی علمی و روش های پژوهشی، به تدریج مدون شد امکان پذیر، بلکه ضروری به نظر آمد. با این حال، وقتی تمدن غربی گسترش یافت، این امر صورت دیگری به خود گرفت؛ به این معنا که همه تمدن ها در برابر تمدن غربی که تمدن فراگیر به شمار می رفت، به تدریج نابود شدند و به صورت تمدن های مربوط به گذشته در آمدند. (۱)

شاید خاورشناسی را بتوان نمونه ای از این نوع برداشت تاریخی غربی به شمار آورد. این نوع نگاه به شرق نیز غرب را مطلق می کند و مآثر تمدنی و فرهنگی شرق را به مرجع غربی ارجاع می دهد. همچنین مبانی استعمار و استعمار را تئوریزه می کند. (۲) اگر استعمار در صورت ظاهر سیاسی، بر زندگی مادی و اجتماعی اقوام مسلط می شود و دارایی ایشان را غارت می کند، خاورشناس روی معارف و علوم و فرهنگ گذشته دست می گذارد تا آنها را تملک کند و به موزه غرب ببرد. (۳)

ج) در هر دوره تاریخی، رخدادهای بی شماری پیش می آید، ولی اینکه تاریخ نگار به کدام رخدادها پردازد و کدام حادثه در نظر او اساسی تر باشد، به جهان بینی و ایدئولوژی وی برمی گردد. در دوره ای که توجه به «خدا» و «امر الهی» از حوزه های مختلف فرهنگ و سیاست و اقتصاد جامعه انسانی حذف می شود و مادی گرایی و قدرت جویی ابزارانگاران، اصل قرار می گیرد، به طور طبیعی، به جای پرداختن به تاریخ پیامبران و سرگذشت رخدادهای ظهور و غیبت اولیای حق، به تاریخ ابزارسازی انسان پرداخته می شود و «تاریخ تمدن» بشری نام می گیرد.

د) چهارمین عامل تحول در تاریخ نگاری، فهم اتوپایی است که در دوره مدرنیته حاکم

ص: ۱۸

-
- ۱- سید حسین نصر، نظر متفکران اسلامی درباره طبیعت، تهران، خوارزمی، ۱۳۷۷، ص ۲۵.
 - ۲- رضا داوری اردکانی، اتوپیی و عصر تجدد، تهران، نشر ساقی، ۱۳۷۹، ص ۵۵.
 - ۳- همو، فارابی، مؤسس فلسفه اسلامی، مؤسسه مطالعات و تحقیقات فرهنگی، چ ۳، ص ۳.

شد. هر چند تحقق بهشت زمینی و رؤیایی انسان متجدد _ آنجا که نه به مرگ می اندیشد و نه رنج خود آگاهی دارد _ به طور منطقی به آینده مربوط می شود، ولی این نگاه به آینده، گذشته را نیز دست خوش تغییر می کند. بدین ترتیب، همچون ترسیم خط راست میان دو خط در هندسه، بشر متجدد نیز برای ساخت مفاهیم در دنیای انتزاعی اش، نگاهش را به نقطه پایانی موهوم خویش معطوف می سازد. از این رو، همه مفاهیم اساسی بر اساس نگرش ها و ساختارهای اتوپایی دگرگون می گردد. از جمله مهم ترین عناصر دگرگون شونده، «تاریخ» است که بر اساس ارزش های حاکم بر نقطه مطلوب پایانی هماهنگ می شود.

دو _ اومانیزم

دو _ اومانیزم

اومانیزم (۱) که به انسان گرایی و اصالت انسان، معنا شده، آن نوع نظام فکری است که انسان را نه تنها در کانون توجه خویش قرار می دهد، بلکه وی را جای گزین شارع مقدس و قانون گذار و محور جهان می پندارد. فرهنگ آکسفورد در ترجمه اصطلاح اومانیزم می نویسد: «این مکتب راه حل مشکلات بشری را بیش از آنکه در حوزه ایمان به خدا بجوید، از رهگذر خرد آدمی می جوید». (۲)

ظهور اندیشه اومانیزم در جهان غرب، دو نوع ظهور اجتماعی داشت:

اول _ دئیسم (۳)

دئیسم، دین را منهای حقایق و احکام وحیانی می پذیرفت. همچنین وجود خدا را چونان موجودی ماورای طبیعی معرفی می کرد که پس از آفریدن جهان، آن را به حال

ص: ۱۹

۱- Humanism.

۲- A System Of Beliefs That Concentrates On Common Human Needs And Seeks Ways Of Solving Human Problems Based On Reason Rather Than On Faith On God (Oxford Dictionary).

۳- Deism.

خود رها کرده است و هیچ گونه نقشی در اداره آن ندارد.

دوم _ آته ئیسم(۱)

آته ئیسم آشکارا وجود خدا را انکار می کرد و هوادار الحاد و بی دینی بود. رشد و گسترش این دو باور، به قرن هجدهم و پس از آن باز می گردد؛ زیرا در این قرن که به «قرن عقل» مشهور است، اومانیت های غربی از رشد شتابنده علم جدید در حوزه طبیعت شناسی سرمست بودند و می کوشیدند بی نیازی خود را از وحی آسمانی اعلام کنند.(۲)

۳. سیر تاریخی تجددگرایی و اندیشه مدرن

اشاره

۳. سیر تاریخی تجددگرایی و اندیشه مدرن

بیشتر تاریخ نگاران، سرآغاز دوران مدرن و عصر تجددگرایی را رنسانس و هم زمان با سپری شدن سده های چهاردهم و پانزدهم می دانند؛ دورانی که متجددان، آن را «قرون وسطا» می خوانند. این باور که به واسطه سنت تاریخ نگاری تجددمآبانه رواج یافته است، هرچند به دلیل گرایش جدی خواص اروپایی به سکولاریسم و مشکلات درونی مسیحیت و کلیسایی، درست می نماید، ولی نمی توان پذیرفت که چنین تحول ژرفی در جهان بینی و ساختار و ساحت اندیشه و نیز چنین چرخش سرنوشت سازی از مفاهیم دینی و باورهای غیبی به سوی مؤلفه های سکولار، دفعی بوده یا به واسطه اندیشه های چند رهبر فکری مانند مارتین لوتر یا گرایش ارباب کلیسا به دنیاپرستی و فساد در دهه های پایانی قرون وسطا به وجود آمده باشد. با ژرف نگری در تاریخ اندیشه غربی چنین برمی آید که اعتقاد به آغاز مدرنیته از دوران رنسانس، برداشت نادرستی است که توجیه ها و پی آمدهای ناگوار دیگری را نیز به دنبال می آورد.

این گرایش انحرافی تا اندازه ای به واسطه دیدگاه های اندیشمند منتقد فرانسوی،

ص: ۲۰

۱- Atheism

۲- ریشه ها و نشانه های سکولاریسم، صص ۵۷ و ۵۸.

رنه گنون و شاگردان و پیروانش همچون سیدحسین نصر و دیگران رشد کرد. اندیشه های گنونی و به ویژه آثار سیدحسین نصر اگرچه بسیار قابل بهره برداری و در برخی موارد، بی نظیرند و در شناساندن مآثر فرهنگی و روشن کردن قابلیت ها، استعدادها و قلمرو باورمندان به علم و کیهان شناسی قدسی مبتنی بر وحی، در رویارویی با تمدن سکولار موفق بوده اند، در شناخت و ماهیت فرهنگ و تمدن غربی مشکلات اساسی دارند. برای مثال، اینان بحران های موجود در غرب را مبتنی بر اندیشه های پسارنسانسی در غرب می دانند و به دوران قرون وسطا و یونان باستان گرایش جدی دارند. این در حالی است که ریشه های سکولاریسم و اومانیزم به همان دوران یونان باستان و حتی اندیشمندان معنویت گرای قرون وسطا باز می گردد.

این نکته در برداشت های نهایی این دو گرایش غرب شناسانه، تأثیر بسزایی داشته است. از این رو، ما در این نوشتار، تجدد را به ریشه اصلی اش باز می گردانیم و به دلیل مجال اندک، تنها به دوران های مختلف اندیشه غربی اشاره می کنیم. تاریخ اندیشه غربی به شش دوره تقسیم پذیر است:

یونان باستان؛ هلنستیک؛(۱) قرون وسطا؛ دوره رنسانس؛ دوره مدرنیته و دوره پست مدرنیته.

در اینجا با نگرشی واقع بینانه، هر دوره را به اختصار توضیح می دهیم:

الف) یونان باستان

الف) یونان باستان

یونان باستان، دوره زندگانی فیلسوفانی مانند: فیثاغورث، آناکسی مندر و آناکسی منس است که به دوره زمانی پیش از قرن پنجم میلادی گفته می شود. بسیاری معتقدند

ص: ۲۱

۱- هلن: یونان؛ هلنستیک: یونانی مآبی.

بزرگان آن دوره پیغمبرند. (۱) برای مثال، فیثاغورث را همان شیث نبی علیه السلام معرفی می کنند. نکته مهم در مورد ساختار اندیشه این دوره آن است که هنوز در آن عصر، فلسفه شکل نگرفته و به قول هایدگر، زبان آنها زبان شعر و دین بود.

بی شک، به دلیل هم زمانی اندیشمندان آن دوره با پیامبران الهی، اندیشه های آنان آمیخته با شعور اشراقی و حقیقت گرا بود، ولی از همان دوره، آهنگ اندیشه های انحرافی که صورت تکامل یافته آن در عصر جدید ظاهر شد، به گوش می رسد. برای مثال، یکی از متفکران همان دوره، مسائلی را مطرح می کند که داروین نزدیک به بیست و پنج قرن بعد بیان کرد. وی گفته است انسان از خاک نیست، بلکه از نسل ماهی است. داروین نیز برای زدودن غایت الهی و مبدأ تعهد برانگیز، انسان را از نسل میمون می داند؛ بدین ترتیب، تخم اندیشه ای را در سرزمین ذهن انسان می کارد که بعدها یکی از اساسی ترین پایه های فرهنگ و تمدن غرب می شود که همان اعتقاد به ترانسفورمیسم است.

(ب) دوران هلنستیک

(ب) دوران هلنستیک

این دوره، دوره درگیری و مبارزه سقراط با سوفسطاییان (۲) است که به شکل گیری سامانه ای از اندیشه سقراطی و افلاطونی و به ویژه ارسطویی می انجامد که ما آن را اندیشه فلسفی می دانیم. افلاطون در همین دوره اندیشه های اتوییک را به گونه ای عالمانه طراحی می کند. هرچند افلاطون در اندیشه هایش، معنویت گرا می نماید، ولی با پایه گذاری اندیشه آرمان شهر سکولار به شیوه حکیمان و فیلسوفان و نه مانند پیامبران الهی، مسیری را می گشاید که تا عصر رنسانس می رسد. او میان سنت دینی و

ص: ۲۲

۱- قطب الدین شیرازی در شرح حکمت لاشراق چنین ادعایی دارد.

۲- کسانی که تلاششان در انکار حق و حقیقت و حتی واقعیت بود تا منافع شغلی شان تأمین شود؛ زیرا آنها وکیل دعاوی بودند.

اندیشه های بریده از وحی شکاف عمیقی ایجاد کرد. به هر حال، دنیاگرایی و اندیشه های اومانیستی در این دوره چنان بود که متجددان پس از رنسانس، خود را به این دوران منتسب می کنند و قرون وسطا را که با مسیحی شدن اروپا نیز هم زمان است، قرون میانه این دو دوره (وسطا) می خوانند و آن را دوره تاریکی می دانند.

ج) قرون وسطا

ج) قرون وسطا

قرون وسطا را سده های تاریکی و انگیزاسیون دانسته اند. حاکمیت مسیحیت و کلیسای کاتولیک بستر اصلی این دوران است. این اندیشه نیز اندیشه ای بسیار انحرافی است؛ زیرا این گونه برداشت به واسطه نگاه سکولار و خودبنیاد بشری و رنسانسی به تاریخ و بر اساس اندیشه تکامل حیوانی پدید آمده است. با ژرف نگری در اندیشه های متفکران قرون وسطا و نیز ویژگی های مسیحیت درمی یابیم همه متفکران و اندیشه هایشان و حتی متن کتاب مقدس، مهم ترین عامل پیدایش سکولاریسم در دوره رنسانس بوده اند؛ زیرا:

یک _ اندیشمندانی مانند سن آگوستین، ادامه دهنده سنت اتوپایی شدند و هرچند آنان اتوپیا را «شهر خدا» نامیدند و کوشیدند دین را در این ناکجا آباد حفظ کنند، ولی این موضوع، ذاتاً دینی نبود. «شهر خدا»ی آگوستین، نوع به ظاهر دینی شده همان اتوپایی بود که سرآغاز اندیشه های افلاطون بود و در پرتو انفعال در برابر همان اندیشه ها پدید آمده بود.

دو _ جمع ناپذیری علم و دین از دغدغه هایی بود که اندیشمندان قرون وسطا را به خود مشغول ساخته بود و این مسئله، به تدریج به تزلزل مسیحیت انجامید.

سه _ متن کتاب مقدس، خود، گام نخست سکولاریسم را برداشته است و برجسته ترین مصداق آن، تضاد میان آگاهی و دین داری در سفر پیدایش عهد عتیق است. (آنجا که خداوند شریعت را بر پایه دست رسی نداشتن به آگاهی بنیان می نهد).

چهار _ ظهور ابن رشد و بازگرداندن میراث گذشتگان غرب به دامان اروپای آن دوره، با مسیحیت و مکتب اسکولاستیک و نیز تلاش های کسانی چون سنت توماس آکوئیناس که

به واسطه ابن رشد و بوعلی سینای مسلمان، اجداد فکری خود به ویژه ارسطو را باز یافتند و زمینه اصلی رنسانس را به وجود آوردند.

(د) رنسانس و دوره مدرنیته (دوران جدید)

(د) رنسانس و دوره مدرنیته (دوران جدید)

به گفته رنه گنون در کتاب بحران دنیای متجدد، «مشرّب هندوان چین به ما می آموزد که عمر یک دوره انسانی که Monrartare نام دارد، به چهار عصر منقسم می گردد. این اعصار، مظهر مراحل فروپاشی تدریجی معنویت اولیه می باشد. این اعصار، همان ادواری است که ادیان و شریعت های باستانی مغرب زمین، آنها را «اعصار طلا، نقره، مفرغ و آهن» نام داده است. در زمان حاضر، ما در عصر چهارم یعنی «عصر ظلمت»^(۱) به سر می بریم»^(۲).

گنون در ادامه، به ناسازگاری دو نگرش دینی برگرفته از مآثر گذشته و نگرش سودجویانه و سکولار جدید می پردازد و خاموشی فروغ سنت و معنویت را مصداق برجسته عصر ظلمت می خواند.

همه فیلسوفان و روشن فکران این دوره پذیرفتند که اندیشه منطقی و محاسبات دقیق و ریاضی وار می تواند گشاینده اسرار جهان و اعطا کننده قدرت خداوندی به بشر باشد تا به مدد آن بتواند طبیعت و حتی طبیعت بشری را به سیطره خود درآورد.

دوره مدرنیته و تجدد، از نهضت اصلاح دینی با مارتین لوتر آلمانی (۱۴۸۳ - ۱۵۴۶ م.) و پستیانی های فتودال های یهودی آغاز می شود و با نهضت علمی کپرنیک و سپس کپلر و نیوتن به پیش می رود. نهضت لوتر به جریان پروتستانتیسم می انجامد که زمینه ها را در

ص: ۲۴

۱- Kaliyuga.

۲- رنه گنون، بحران دنیای متجدد، تهران، انتشارات امیرکبیر، ص ۱۲.

بسیاری موارد برای تجدد و سپس سرمایه داری (۱) فراهم می سازد. همچنین انقلاب علمی کپرنیک، به سکولاریزاسیون طبیعت و نفی خدا و هرگونه باور غیبی و دخالت آنها در عالم شهود می انجامد که شاید بتوان مصداق اصلی اش را همان نظریه «خدای ساعت ساز» نیوتن دانست. به باور نیوتن، خداوند، جهان را آفریده و سپس به حال خود رها ساخته و خودش اکنون در حال استراحت است. بنابراین، بدون هیچ دغدغه ای می توان به تصرف و تغییر خودبنیادانه جهان پرداخت. دکارت، هیوم، کانت و آگوست کنت هر کدام نیز گوشه ای از طرح تجدد را در انداختند و تاریخ مدرنیته را به پیش بردند.

البته «معنای تجدد در طول زمان، در تاریخ غرب یکسان نبوده و دست خوش دگرگونی شده است. در آغاز، واژه مدرن و مدرنیته [همان گونه که پیش تر در تبارشناسی مدرنیته بیان شد] در تمایز از واژه جدید در مقابل کهنه و منسوخ به کار می رفت تا وضعیت پس از قرون وسطا را نه تنها به عنوان وضعی تازه، بلکه به عنوان گسستی از گذشته توصیف کند... بدین سان، مدعای اندیشمندان «مدرن» آن دوران در مقابل «قدما»، آگاهی از وضعی کاملاً جدید و بی سابقه در اروپای عصر رنسانس بود. «رنسانس» و «جنبش اصلاح دین» به ظهور چنین وضعی و آگاهی از آن، اشاره داشتند... در این مرحله از تطور مفهوم تجدد، رنسانس با رجوع به فرهنگ و تمدن باستانی در مقابل قرون وسطای مسیحی، تعیین می یافت یا دست کم، آن فرهنگ و تمدن را در محدوده علایق خود، با گزینش ها و حذف هایی بازیابی می کرد. در مرحله بعدی، در طول سده های شانزدهم و هفدهم، با عصر باستانی نیز تسویه حساب شد و آن عصر نیز جزئی از گذشته به شمار رفت. بدین سان، رنسانس جزئی از تاریخ و وضع مدرن شد. سرانجام در عصر روشن گری بود که آگاهی

ص: ۲۵

از مفهوم وضع مدرن، به طور کاملاً بی سابقه ای به عنوان تجدد تبلور کامل یافت. در این دوران، برداشت تازه ای از آینده و احتمالات آن شکل گرفت که بی حد و مرز و پیش بینی ناپذیر بود. از دامان این برداشت، مفاهیم تازه پیشرفت و عقلانیت و آگاهی شکل گرفتند... به تعبیر دیگر، عصر تجدد، «عصر انسان» است»^(۱).

در واقع، همه دوران ها به نوعی دوران انسان نیز هست، ولی دلیل مهمی که این دوره، عصر انسان نامیده می شود، جایگاهی است که مفهوم بشر یافته است؛ زیرا این جایگاه در نگاه انسان، همان رتبه ای است که در گذشته، «خدا» بر آن تکیه داشت و این، مفهوم واقعی «اومانیزم» است. دگرگونی های دیگری نیز در معنای مدرنیته و تجدد پدید آمد که در شکل فلسفی و اجتماعی و «پست مدرنیسم» ظهور یافته است. به عقیده نگارنده، پست مدرن، غایت و مرحله ای از مدرنیته است و نمی توان آن را دوره جدیدی دانست. با این حال، به دلیل اهمیت وضع جدید مدرن، در بخش های بعدی به آن خواهیم پرداخت.

۴. هنر مدرن و قابلیت های رسانه ای (زیبایی شناسی تجسدگرا)

۴. هنر مدرن و قابلیت های رسانه ای (زیبایی شناسی تجسدگرا)

شناخت هنر مدرن به دو دلیل، لازمه شناخت مدرنیته در قلمرو فرهنگی است. «هنر جدید غرب از یک سو، بازتاب دهنده جریان های ژرف تر فرهنگ غرب و بحران هایی است که غرب جدید با آن مواجه بوده است و همچنان مواجه است. از سوی دیگر، خود از جمله عواملی است که عناصر و اشکال و نیروهای تشکیل دهنده فضای فرهنگی جدید غرب را به وجود آورده اند»^(۲).

هنر در دنیای غرب تا عصر رنسانس، به ویژه در معماری که تجلی گاه اصلی هنر در آن روزگار بوده است، بسیار شبیه هنر مسلمانان بود؛ حتی در بسیاری از موارد، آشکارا از

ص: ۲۶

۱- حسین بشیریه، درآمدی بر جامعه شناسی تجدد، مقدمه.

۲- سید حسین نصر، جوان مسلمان و دنیای متجدد، مرتضی اسعدی، تهران، طرح نو، چ ۴، ۱۳۸۲، ص ۳۱۲.

هنر اسلامی آن عصر تقلید می کردند. تنها تفاوت آشکار این دو گونه از هنر، رویکرد غرب قرون وسطایی به شمایل نگاری (به ویژه تصویرگری شمایل حضرت مسیح علیه السلام و حضرت مریم علیها السلام) و پرهیز هنر اسلامی از آن بود.

در دوره رنسانس، متناسب با اتفاقی که در فرهنگ اروپایی رخ داد؛ یعنی بریدن از عالم غیب و گرایش به عالم شهود و ماده، هنر نیز آشکارا به جای پرداختن به زیبایی ها و لطایف عوالم معنوی و ملکوتی، به ظواهر زمینی و قلمروهای مادی توجه کرد. «در واقع، اومانیزم جدیدی که انسان را در مرکز طرح هستی به جای خدا نشانده، در هنر رنسانس، مستقیم تر از هر وجه فرهنگی دیگر رنسانس، باز تابیده است.»^(۱) نوابغی مانند رافائل،^(۲) میکلانجلو^(۳) و به ویژه لئوناردو داوینچی،^(۴) مصداق برجسته هنرمندان این دوره هستند که قدم های اولیه را به سوی این چرخش عظیم فرهنگی _ هنری (از ملکوت عالم معنوی به ظواهر عالم ماده) برداشتند.

در این عصر، شمایل نگاری که پیش تر نیز در هنر غربی وجود داشت، گسترش یافت تا آشکارا اعلام کند که هنر جدید، هنر پرداختن به ظواهر است و گرایش اصلی آن، تجسد و تجسم است. از آن پس، سبک های مختلف نقاشی با اسلوب های خاص خود، به همراه نام های جدیدی از نقاشان که بیشترشان ایتالیایی و از شمال اروپا بودند، به عرصه هنر رنسانس گام نهاد. دوره های مختلف هنر نقاشی پس از رنسانس به قرار زیر است:

یک _ کلاسیسم که بر تعامل و تناسب طبیعی اندام مبتنی بود؛

ص: ۲۷

۱- همان، ص ۳۱۲.

۲- Raphael.

۳- Michelangelo.

۴- Leonardo Davinci.

دو _ ناتورالیسم یا طبیعت گرایی بیش از حد؛

سه _ دوره رمانتیک که واکنشی در مقابل ناتورالیسم و کلاسیسم بود.

همچنین مکتب امپرسیونیسم ظهور کرد که ظرافت و دقت در استفاده از رنگ و نور، سرلوحه کار در سبک نقاشی آن بود. سبک های پست امپرسیونیسم، اکسپرسیونیسم و کوبیسم با آثار پابلو پیکاسو، نقاشی را به تدریج به عرصه ساختارشکنی و هنر انتزاعی کشاند.

در هنر معماری نیز رخدادهای مهمی پیش آمد که با ساختار اندیشه جدید و فرهنگ آن روز متناسب بود. سبک های عقل مآبانه و طبیعت گرایانه و بازگشت به الگوهای روم و یونان باستان و فرار از مآثری که به واسطه فرهنگ مسیحیت کاتولیک و هنر به نسبت اصیل گوتیک در قرون وسطا به وجود آمده بود، تا آنجا پیش رفت که حتی معماری ساختمان واتیکان را از آثار هنر گذشته پاک کرد و چیزی شبیه قصرهای شاهانه را جایگزین آن ساخت.

به هر حال، «هنر تصویری غرب در عین حال که بی واسطه ترین نشانه یا شاخص انگیزه های ژرف تحول خواهی در روح انسان غربی است، شاخص مراحل گوناگون فرهنگ غربی نیز هست... لازم است توجه داشته باشیم که بخش اعظم هنر [تصویری] جدید غربی، بر مذهب اصالت فرد، ذهن گرایی و محرک های روانی هر نقاش [یا هنرمند] منفرد مبتنی است؛ نه بر معیارهای الهی که تعالی دهنده هنرمند است»^(۱).

با نگاهی به ساختار رسانه ها و بازشناسی عنصر اصلی آنها؛ یعنی صدا و تصویر، نقش برجسته سازی و اصالت بخشی به تجسم و تجسد را که در بستر تحول فرهنگی غرب پس از رنسانس و در قالب هنرهای تجسمی یا دیداری نقاشی و مجسمه سازی تبلور

ص: ۲۸

یافته اند، در شکل گیری رسانه های تکنولوژیک امروزی خواهیم شناخت.

افزون بر هنرهای تجسمی که زمینه ساز بصری رسانه های تصویری شدند و در دوره تجدد موضوعیت جدی پیدا کردند، موسیقی و ادبیات نیز بخش صوتی، کلامی و بیانی هنر مدرن بودند که در رسانه ها نقش اساسی یافتند. «موسیقی در کنار هنرهای تجسمی یا دیداری و نقاشی و پیکره سازی، مکمل این دو هنر است و همچون نقاشی، نقش مهمی در تکوین تعریف اومانستی جدید انسان از خودش ایفا کرده و از جمله مهم ترین هنرهای غرب است...»^(۱) موسیقی برای مخاطب آن، عالمی وهمی و انتزاعی می آفریند و در بهترین کارآیی اش، تخیل انسان را تحریک می کند و این، به آنچه ما از ماهیت رسانه ها و نسبت انکارناپذیر آنها با عالم انتزاع می دانیم، بسیار نزدیک است. برنامه سازان و فیلم سازان می گویند هرکجا تصویر، ناتوان می شود (یعنی نمی تواند مخاطب را به آن محیط مصنوعی مورد نظر کارگردان برساند)، موسیقی به کمک می آید و در آفرینش آن فضای مجازی نقش جدی بر عهده می گیرد.

درباره ادبیات باید گفت نسبت ادبیات (داستانی و محاوره ای) مدرن با وسایل ارتباط جمعی را وقتی می توان فهمید که مثلاً بخواهیم نیازهای روزانه یک شبکه رادیویی یا تلویزیونی یا یک روزنامه را با فرهنگ ادبی و داستانی قرون وسطا پر کنیم. در آن صورت، تناقض های بی شماری پدیدار خواهد شد. از این رو، ادبیات با ویژگی های مدرن است که می تواند در رسانه های مدرن کاربرد داشته باشد. برای مثال، «نول» یا داستان بلند، قالب ادبی جدیدی است که تا پیش از مدرنیته نبود، ولی حالا از همین قالب ادبیاتی در سناریوهای سینمایی، رادیویی و تلویزیونی فراوان استفاده می شود. هم اکنون معروف ترین فیلم های سینمایی که مخاطبان فراوانی را به خود جذب می کنند،

ص: ۲۹

معمولاً از روی نوول های حرفه ای ساخته می شوند. به هر حال، «ادبیات [مدرن] به ویژه در قالب نوول، به تدریج حال و هوایی ایجاد کرد که ضایعه ناشی از فقدان خداوند در جامعه غربی را در روح بسیاری از خوانندگان التیام می داد» (۱) و در بسیاری موارد، جای گزین عبادت و عامل غفلت بیشتر بشر متجدد به ویژه در نمودهای رسانه ای اش گردید.

آنچه در جمع بندی بحث هنر مدرن و توانایی های آن در رسانه ای شدن به ذهن می آید، این است که تمام قالب های هنری غرب به ویژه گونه های پسارنسانسی آن از نقاشی و مجسمه سازی گرفته تا رقص و موسیقی و ادبیات و تئاتر، همگی در آنچه هنر هفتم یعنی سینما خوانده می شود، جمع شده اند. پژوهشگران علوم ارتباطات و رسانه ها می دانند که سینما در ساختار بسیاری از رسانه ها به ویژه رادیو و تلویزیون نیز تأثیر گذاشته و نسبتی انکارناپذیر میان آنها برقرار شده است. افزون بر اینکه هر کدام از هنرها نیز به نسبت، در نوع رسانه مورد نظر، تأثیر اساسی داشته اند.

۵. فهم سوژکتیو، فصل مشترک رسانه ها و فلسفه مدرنیته

۵. فهم سوژکتیو، فصل مشترک رسانه ها و فلسفه مدرنیته

الف) تبادل اندیشه و اطلاعات که از امور ضروری زندگی اجتماعی به شمار می رود، نیازمند ابزارهایی است که واسطه ذهن و اندیشه انسان ها شود و معانی و مفاهیم در قالب نمادهایی با این واسطه ها مبادله گردد.

شناخت انسان از «محیط»، «دیگر انسان ها» و به طور کلی همه موجودات، رابطه مستقیمی با وسایل ارتباطی دارد. در مباحث معرفت شناسی (اپیستمولوژی)، نظریه معروفی وجود دارد که فراگیر نیز شده است. این نظریه، فهم انسان ها را به انطباق

ص: ۳۰

صُوری که از انعکاس اشیای خارجی در ذهن به وجود آمده است، با واقعیت خارجی آن صورت احاله می دهند، ولی پرسش اساسی در اینجا آن است که صور ذهنی چگونه برای انسان شکل می گیرد؟ آیا همیشه چشم واسطه است؟ بویایی نقش دارد؟ آیا به طور کلی، انسان همیشه در رابطه مستقیم با شیء، خارجی است که از آن برای خود صورت ذهنی می سازد؟

پاسخ، منفی است. با توصیف شدن یک شیء یا خواندن کتاب یا مقاله یا شعری یا با دیدن تصویرهایی _ آن گونه که تصویرساز بر مبنای دانسته های خویش پدید آورده است _ و با زدن جرقه ای یا با ترکیب این مؤلفه ها، تصویر در ذهن انسان شکل می گیرد. با این توصیف، وسایل ارتباطی به عنوان عناصر ذهنیت ساز، معرفت شناسی و شناخت انسان را به شدت تحت تأثیر قرار می دهند. همه می دانیم که همین دانسته های انسان مبنای اندیشه، تصمیم، شوق و اراده انسانی است و راهبردهای اصلی زندگی انسان را معین می سازند. ابزار ذهنیت ساز با توجه به اینکه موضوع یا محتوایی که به آن پرداخته اند، به چه چیزی تعلق گرفته است، می توانند در ذهن انسان از یک شیء جزئی گرفته تا کلی ترین مسائل جهان که جهان بینی و سرانجام، خداشناسی است، تحول آفرینی کنند.

نکته دیگری که در شناخت قلمرو کارکردی رسانه ها نقش جدی دارد، آن است که صاحبان رسانه های گروهی به عنوان مالکان وسایل ارتباطی مدرن، نیک دریافته اند ذهن انسان می تواند حتی تصویر اشیا و موجودات و عوالم غیرواقعی و «نیست در جهان» را در خود بسازد و پرورش دهد و حتی آن ذهنیت ها را مبنا و مبدأ اراده ها و تصمیم های زندگی قرار دهد. از این رو، امروزه رسانه های گروهی در غرب با استفاده از عناصر موجود در جهان و ذهنیت های انسان ها و در جهت منافع اربابان خود، انبوهی از برنامه های رادیویی و تلویزیونی و به ویژه آثار سینمایی ساخته اند که تصویری از عوالم و موجودات غیرواقعی را به نمایش می گذارند. این آثار، افزون بر اینکه عامل جذابیت را در خود دارند و «کنجکاوی انسان ها در شناختن» را مخاطب خود قرار داده اند،

معمولاً هدف های خود را در قالب جبهه بندی خیر و شر، توجیه های سیاسی و فرهنگی و دور کردن انسان ها از واقعیت های اجتماعی پی می گیرند.

ب) در مباحث فلسفی و به ویژه در فلسفه اخلاق، مسئله ای هست که از رابطه هست ها و نیست ها و بایدها و نبایدها سخن می گوید. به بیان دیگر، رابطه «جهان بینی و ایدئولوژی» در این بحث ها بررسی می شود. فیلسوفان اسلامی به اجمال، معتقدند میان جهان بینی و شریعت، رابطه جدی برقرار است، ولی از گذشتگان، اشاعره و از غربی ها، هیوم اساساً لزوم این رابطه و وجود آن را انکار می کنند. در مدرنیته نیز که بر آرای متفکرانی همچون هیوم، دکارت و کانت مبتنی است، اساساً انسان را از فهم حقیقت و واقعیت خارجی ناتوان می دانند و به فهم ذهنی و بر مبنای تجربه گرای استقرایی و حس گرایی رو می کنند. در نظر اینان، انسان به تدریج از دایره دغدغه فهم حقیقت خارج شده است و تنها بر اساس بهره مندی خویش از طبیعت تولید علم می کند. به طبع، دانش های برآمده از این فرآیند، متضمن فهم حقیقی عالم نیست. به اختصار، باید گفت مدرنیته برای فهم هر چیزی (ابژه) بیش از آنکه بدان توجه کند، به انسان به عنوان فاعل شناسا (سوژه) رو می کند.

با توجه به آنچه گذشت، شایسته است رابطه جهان بینی و ایدئولوژی یا رابطه هست ها و بایدها بررسی شود. با این توضیح که فهم مدرن از هست ها کاملاً دگرگون شده است و به ذهنیت محدود شده انسان ارجاع می شود و عالم خارج را به صورت جزئی و ناقص و تک ساحتی فهم می کند، تغییر ساختاری ژرفی را که در عرصه ایدئولوژی و رفتار انسانی رخ می دهد، تا اندازه ای می توان پیش بینی کرد. این «هست» های مدرن، دنیای جدیدی را شکل می دهند که بشر را در آن، به اراده های خاص رهنمون می کند. در این جهان، انسان مدرن نه تنها از طبیعت، بلکه از مبدأ و معاد (و اصل بود و نبود آنها) و حتی درباره خویشتن تعریف جدیدی می یابد و بر اساس این تعریف ها، برنامه ریزی و عمل می کند.

رسانه های امروزی، مستقیم یا غیرمستقیم و بدون تعهد خاصی به حقیقت خارجی و تنها بر اساس نگاه جهت دار خویش، پرسش هایی مانند «چه چیزی هست»، «چه چیزی نیست»، «آنچه هست، چگونه هست» و «آنچه نیست، چرا نیست» یا «آنچه هست، در کجای عالم قرار دارد (؛ یعنی جایگاه امور را در نظام سلسله مراتبی خویش برای مخاطب معین می کنند) و با دیگر اجزای آن عالم چگونه مرتبط است»، «چه چیز مفید و چه چیز زیان آور است و چرا» و مانند آن را مطرح می کنند و پاسخ هایی متناسب به مخاطبشان می دهند.

ج) گفته شد که «فهم مدرن»، دنیایی جدید می سازد. رسانه ها نیز جهانی خاص خود می سازند. مک لوهان با جمع این دو عبارت، گفته است: «رسانه، فهم انسان را متحول کرده است.» عبارت معروف او که می گوید: «رسانه، همان پیام است»، در همین مقوله تأمل برانگیز است. وی رسانه را عامل «تحول و ایجاد نوعی از فهم» می داند و آن را با مفهوم پیام که عنصر اصلی ایجاد فهم است، هم سان می انگارد.

فیلم نمایش ترومن، نمونه ای روشن برای توضیح مطالبی است که بیان شد. در این فیلم، یک استودیو تلویزیونی در ابعاد عظیم هست که نمونه ای از یک شهر ساحلی است. ترومن، شخصیت اول فیلم از هنگامی که در رحم مادر بوده تا سنین جوانی و میان سالی، در چنبره مراقبت شدید هزاران دوربین است. همه ساکنان این شهر مصنوعی بازیگرند و ترومن این مسائل را نمی داند. او زندگی به ظاهر طبیعی دارد، ولی آنچه او را می خندانند یا می گریانند؛ به این طرف و آن طرف می برد؛ با این و آن آشنا یا جدا می کند و... (در واقع، تمام روابط اجتماعی او) همه برنامه ریزی شده است. یک شبکه تلویزیونی نیز به طور تمام وقت زندگی او را به طور زنده پخش می کند و میلیون ها انسان که در سراسر کره زمین زندگی وی را دنبال می کنند، یاد شاد و با او غمگین می شوند و... .

ترومن تصور می کند زندگی طبیعی دارد، ولی در حقیقت، دنیای کوچکی که برای او ساخته اند. (در واقع، هست و نیست هایی که برایش شکل داده اند) مبنای اندیشه و عمل

اوست. او بدون اینکه غم و زنجیر شود، توانایی خروج از مرزهایی را که برایش ساخته اند، ندارد و هنگامی که به این دنیا شک می کند و می خواهد به سفر برود، برایش در دریا، توفان و در جاده ها، راه بندها به وجود می آورند تا نتواند خارج شود. کارگردان برای او همسری (دروغین) می سازد و ترومن به او عشق می ورزد. برای او پدر می سازد و پدر او را در دریا غرق می کند و ترومن را به شدت متأثر می کند. پدر او را باز می گرداند و می گوید که به طور معجزه آسایی نجات یافته است و ترومن را در فضایی بسیار احساسی و رؤیایی خوشحال می کند. برای او شرکت و محل کار می سازد و وی را در مقامی خاص قرار می دهد و وظایفی برای او در نظر می گیرد و در همه این احوال، مخاطبان بی شمار با او هم ذات پنداری می کنند.

در واقع، ترومن مراقبت فیزیکی نمی شود، بلکه اراده او و به عبارت بهتر، ذهن و فکر او کنترل می گردد و این کنترل، غیرمستقیم و به واسطه دنیایی است که برای او ساخته اند. اجزای این دنیا در رابطه ای به ظاهر منطقی با یکدیگر عمل می کنند و همین، عامل باورپذیری ترومن می شود، ولی همین که این رابطه منطقی به هم می خورد و در مواردی، استودیو و نقش چند بازیگر دچار مشکل می شود، ترومن نسبت به همه چیز شک می کند و از اینجا، اندک اندک اراده خروج از این شهر (دنیای کاذب) در او شکل می گیرد.

شاید این فیلم درباره نقش رسانه ها در مراقبت انسان مدرن اغراق کرده باشد، ولی آنچه از آن نمی توان گذشت، شبه دنیایی است که رسانه ها از توهم، تخیل، تجسم و رؤیاهای انسانی ساخته اند؛ دنیایی که میان اجزای این دنیا رابطه ای باورپذیر برقرار و انسان مدرن را در خود هضم می کند. از میان اندیشمندان غربی، مک لوهان اساس اثرگذاری رسانه را نه از نظر محتوایی، بلکه بنا بر تحولی می داند که خود رسانه فارغ از محتوای آن بر درک و فهم انسان می گذارد. همچنین اندیشمندان دیگری مانند نیل پستمن، رسانه های گروهی نوین به ویژه تلویزیون را دربردارنده نوعی معرفت شناسی ویژه می دانند که بر

۶. سیاست و رسانه های مدرن: مسئله قدرت

اشاره

۶. سیاست و رسانه های مدرن: مسئله قدرت

مفهوم کلی مدرنیته به تنهایی، بازگو کننده نسبت میان اجزا و ارکان مختلف تمدن مدرن نیست. از این رو، باید با ژرف کاوی واژه «مدرنیته»، گوهر ارتباط دهنده و عامل فهم اجزای تمدن مدرن را یافت و از آن رمزگشایی کرد. تجدد، به ویژه تجلی آن در ساحت اندیشه در این چهار قرن اخیر، خیزشی آشکار به سوی دست یابی به نوعی از قدرت را معرفی می کند که روش دست یابی به آن نه از طریق پیوند با منبع لایزال قدرت، بلکه از مسیر متکثر سکولاریسم و بی هویت کردن عالم طبیعت است و قرار است منبع انرژی این ساختار تولید قدرت باشد. بنابراین، مدرنیته به دست یابی به «قدرت سکولار» احاله می شود.

بدین ترتیب، کشف رابطه ارتباطات و رسانه ها با عالم مدرنیته در بعد سیاست ورزی آسان تر است؛ زیرا:

۱. موضوع اصلی سیاست، قدرت و مسئله اقتدار است.

۲. ذات مدرنیته نیز گرایشی به سمت کسب قدرت است.

۳. رابطه رسانه ها با مسئله قدرت را نیز بسیاری از اندیشمندان حوزه ارتباطات بازشناسی کرده اند. آنان در این باره گفته اند: «ارتباط شکلی از کنش است». این عبارت نزد دانشمندان علوم ارتباطات، عبارتی کلیدی است.

جان ب. تامپسون در کتاب رسانه ها و مدرنیته می نویسد:

از زمانی که آستین این امر را مورد ملاحظه قرار داد که اظهار یک بیان در واقع، اجرای یک کنش است و نه صرفاً گزارش یا توصیف وضعیت، به این حقیقت حساس شده ایم که صحبت کردن به یک زبان، نوعی فعالیت اجتماعی است که افراد از طریق آن با یکدیگر ارتباط یا روابط تازه ای برقرار می کنند، البته اگر ارتباط، شکلی از کنش باشد. (۱)

ص: ۳۵

بنابراین، اگر ارتباط، نوعی کنش یا فعل است که هست، ارتباطگر یا مخاطب به گونه ای از انفعال دچار می شود. شاید از همین روست که در آموزه های دینی، معلم یا سخنران یا اهل قلم، جایگاه والایی دارد. برای مثال، امام صادق علیه السلام فرموده است: «مَنْ أَضْعَى نَاطِقًا فَقَدْ عَبَدَهُ؛ هر کس به سخنان ناطقی گوش فرا دهد، [گویا] او را عبادت کرده است».^(۱)

در این گونه روایت ها، موضع قدرت و موضع پذیرش را در این نوع از ارتباط های سنتی می توان دریافت. بنابراین، ارتباط و موضع قدرت (که بستر را برای اعمال قدرت فراهم می کند)، رابطه ای کاملاً به هم پیوسته دارند. به همین دلیل، صاحبان قدرت به گسترش ارتباط های خویش می پردازند تا از این طریق، اعمال قدرت کنند.^(۲) سازمان ها و نهادها نیز به این دلیل تأسیس می شوند تا عامل اجرایی گسترش «ارتباط» باشند؛ حال ممکن است از طریق این ارتباط، کالا یا دانش و اطلاعات یا اراده برتر یا هر چیز دیگری مبادله شود. رویکرد فرد نیز در یک «رابطه» سازمانی متناسب با «قدرت» اوست. تامپسون در همین زمینه می نویسد:

موضع یا موقعیتی که فرد در درون یک میدان یا نهاد اشغال می کند، با قدرتی که او واجد آن است، رابطه نزدیک دارد. در کلی ترین مفهوم، قدرت به معنای توانایی کنش به سوی هدف ها و علایق خویش است؛ یعنی توانایی دخالت در رویدادها و تأثیرگذاری بر نتایج آنها. افراد در اعمال قدرت، منابع در دست رس خود را به کار می گیرند. منابع [ارتباطی]، ابزارهایی هستند که افراد را به طور مؤثری در پی گیری هدف ها و خواسته ها یاری می کند. از همین رو، افراد می توانند با افزایش و انباشت اقسام گوناگون منابع [ارتباطی]، قدرت خویش را فزونی بخشند...^(۳)

ص: ۳۶

۱- وسائل الشیعه، ج ۱۷، قم، مؤسسه آل البیت، ص ۱۵۳.

۲- نیم نگاهی به فضای تبلیغاتی و رسانه ای دنیا، میزان قدرت طلبی و سوداگری سیاسی را با حجم رسانه هایی اعم از ماهواره، اینترنت، شبکه های مختلف تلویزیونی و رادیویی و مطبوعات و سینما که برای رژیم سیاسی خاص تبلیغ می کنند، کاملاً متناسب نشان می دهد.

۳- رسانه ها و مدرنیته، صص ۱۹ و ۲۰.

تامپسون در ادامه، بحث را این گونه به حوزه سیاست می کشاند:

قدرتی که بدین طریق کلی مفهوم می شود، یک پدیده اجتماعی فراگیر است که خصیصه انواع مختلف کنش و مواجهه، از کنش های مشخصاً سیاسی مقامات حکومتی تا مواجهه این جهانی بین مردم کوچه و خیابان می باشد. اگر ما امروزه به طور معمول، قدرت را با قدرت سیاسی یعنی با کنش های افرادی که به نفع حکومت عمل می کنند، تداعی و مرتبط می کنیم، بدین خاطر است که حکومت ها به صورت مراکز بسیار مهم قدرت متمرکز در جهان مدرن در آمده اند.^(۱)

بدین ترتیب، ارتباطات عامل دست یابی و نفوذ قدرت می گردد و مخاطب را در مقام پذیرش قرار می دهد. رسانه ها نیز که مصداق مدرن ارتباط هستند، اگرچه ارتباطی در عالم مجازی برقرار می سازند، ولی بدان سبب اهمیت می یابند که طرف این ارتباط، نه جسم آدمی، بلکه فکر و ذهن اوست. چه چیزی برای سیاست مداران مدرن بهتر از اینکه به جای اعمال قدرت پر هزینه و دردسرساز فیزیکی، ذهن انسان ها را تسخیر کنند و آنان را در مقام پذیرش قرار دهند.^(۲) پس بی جهت نیست که امروزه هرچه قدرت سیاسی بیشتر باشد، رسانه های آنها متکثرتر و حجیم ترند و حضور آنها بیشتر است.

بزرگ ترین خبرگزاری ها و شبکه های رادیو - تلویزیونی از آن امریکاست. پشتیبانی اصلی اینترنت نیز در امریکا قرار دارد. نخستین ماهواره به نام تله استار نیز در سازمان فضایی امریکا و برای تقویت امواج تلویزیونی در ژوئیه ۱۹۶۲ م.^(۳) به فضا پرتاب شد. پس از امریکا، حضور در سپهر اطلاعاتی و جریان های رسانه ای به اروپا تعلق دارد و

ص: ۳۷

۱- همان، صص ۲۰ و ۲۱.

۲- امروزه آنچه به عنوان جنگ های «سایبرنتیکال» مطرح است، با همین مبنای یعنی انرژی و سخت افزار کمتر و بازده بیشتر شناخته می شود.

۳- Telstar.

اروپا به همان میزان، در سیاست جهانی پس از امریکا قرار می گیرد. دلیل اینکه شوروی سابق و روسیه امروزی، با وجود رقابت تسلیحاتی بسیار نزدیک با امریکا (به ویژه در سلاح های استراتژیک)، در سیاست جهانی حضور جدی ندارد، در نبود حاکمیت ارتباطات رسانه ای در این کشور است. فروپاشی شوروی سابق با هدایت همین رسانه های غربی (اعم از کتاب، فیلم، ویدئو و ماهواره) سرعت گرفت. بی سبب نبود که هیتلر می گفت: «سینما را به من بدهید و همه ارتش را از من بگیرید.» او نیک می دانست که برای حاکمیت بر ملت ها، تسخیر اندیشه ها مهم تر از سلطه بر بدن هاست.

با این برداشت که رسانه، مخاطب را در ارتباط با قدرت محض قرار می دهد، می توان به نقد تقسیم بندی انواع قدرت در دیدگاه مایکل مان پرداخت. او قدرت را به قدرت های «اقتصادی»، «سیاسی»، «قهری» و «نمادین» (قدرت رسانه ای) تقسیم می کند. باید گفت رسانه ها در رابطه تنگاتنگ با هر چهار نوع از قدرت هستند. تامپسون نیز با این نظر موافق است. «این تمایزها پیش از هر چیز منش تحلیلی دارند... ولی در واقع این اشکال مختلف قدرت به طور کلی به شیوه های پیچیده و جابه جاشونده در هم تداخل می یابند.»^(۱)

بنابراین، نفس «ارتباط» و «ارتباطات» در تحکیم هرگونه قدرت و نیز در اعمال آن موضوعیت اساسی دارد. پس از نقش ارتباطی رسانه، به موارد ملموس تر استفاده از رسانه های ارتباطی در فضای اطلاعاتی و کاربری های سیاسی آن می رسیم. امروزه رسانه ها برای قدرت های سیاسی غربی، نقش تولیدکننده و بازیابنده مشروعیت سیاسی را ایفا می کنند. «به هر حال، چنان که ماکس وبر و گروه دیگری از جامعه شناسان اشاره کرده اند، ظرفیت یک حکومت در اعمال قدرت مشروع، به ظرفیت آن در اعمال در شکل متمایز، ولی مرتبط، وابسته است که آنها را به عنوان قدرت های قهری و نمادین

ص: ۳۸

قدرت قهری، انرژی بالا، وقت زیاد و هزینه هنگفت می خواهد، درحالی که نرم افزار آن محدود است، ولی برعکس، هزینه قدرت نمادین، پایین تر و نقش نرم افزاری آن با بازدهی بالاست. همین مسئله مبنای جنگ ها و نبردهای سایبرنتیکال است که افق حرکت رسانه ها در جهان سیاست را ترسیم می کند.

سازوکارهای رسانه ای پس از این جهت گیری راهبردی شکل می گیرند. مهم ترین نظریه پردازی های علوم ارتباطی درباره کاربرد رسانه ها، دانسته یا نادانسته، متأثر از ایدئولوژی های سیاسی خاص هستند که البته ایدئولوژی لیبرال - سرمایه داری، حضوری قیاس ناپذیر با دیگر جهان بینی ها و ایدئولوژی ها در این قلمرو دارد. به همین دلیل، میزان حضور واژه ها، عنوان ها و گرایش های مربوط به بازار در کتاب های علوم ارتباطات فراوان یافت می شود. حتی می توان گفت «منطق بازار» است که بر نظریه های کاربری رسانه ها حاکمیت دارد. در سطحی دیگر و در کاربری سیاسی رسانه ها نیز نوعی عوام فریبی و «بی خبری» در عین حضور در فضای متراکم اطلاعاتی حاکمیت دارد. نظریه های موجود در فضای کاربری رسانه ای، شکل پیشرفت همین مفاهیم هستند. برای مثال، یکی از شاخص ترین این نظریه ها، نظریه «برجسته سازی» است.

ورنر سورین و جیمز تانکارد در کتاب نظریه های ارتباطات توضیح می دهند که چگونه این تکنیک که مبتنی بر تغییر جهت ذهنی و برهم ریزی نظام اولویت بندی موضوع های اساسی است، نتیجه انتخابات ریاست جمهوری امریکا در سال ۱۹۸۰ م. را در آخرین روزها به سود رونالد ریگان در مقابل جیمی کارتر تغییر داد. دو روز پیش از انتخابات، رسانه های خبری، داستانی را ساختند مبنی بر اینکه ممکن است گروگان های امریکایی در ایران آزاد شوند. با گذشت زمان، روشن شد آنها آزاد نشده اند. در واقع، رسانه های

ص: ۳۹

خبری با ساختن داستان آزادی گروگان ها، آگاهی عمومی از موضوع گروگان گیری را بالا بردند؛ «یعنی برای بسیاری از افراد عامه ممکن است موضوع گروگان ها از موقعیت پایین در فهرست موضوع های مورد علاقه آنها، به موقعیت بالا در آن فهرست رسیده باشد؛ چنان که در جدول دیده می شود. بدیهی است که به احتمال زیاد، افزایش اهمیت موضوع گروگان ها در اولویت های مردم علیه کارتر عمل کرده است؛ زیرا بسیاری از افراد چه بسا بحران گروگان گیری را یکی از بزرگ ترین شکست های مدیریتی او شمرده باشند» (۱).

زمان ازمان ۲ زمان ۳ چند روز پیش از انتخابات اولویت های عموم

۱. تورم ۲. جنایت ۳. بی کاری ۴. آلودگی ۵. بحران گروگان ها خبر آزادی اجتماعی گروگان ها از سوی رسانه هاروز انتخابات اولویت های عموم ۱. بحران گروگان ها ۲. تورم ۳. جنایت ۴. بی کاری ۵. آلودگی

مثال دوم درباره، شیوه های تأثیر رسانه های جمعی بر توده ها، نظریه «مارپیچ سکوت» از الیزابت نوثل نئومان (۱۹۷۳) – (۱۹۸۰م) است. خلاصه این نظریه آن است که انسان ها عموماً نمی خواهند جزو دسته اقلیت باشند. «نوثل نئومان استدلال می کند سه ویژگی ارتباط جمعی؛ یعنی تراکم، همه جایی بودن و هم صدایی، در ایجاد اثرهای قوی بر افکار عمومی با هم ترکیب می شوند» (۲). رسانه ها موضوع مورد نظر خود را چنان تبلیغ می کنند که گمان می شود «بیشتر افراد جامعه این گونه فکر می کنند یا تصمیم می گیرند». «در مورد یک موضوع مناقشه انگیز، افراد درباره توزیع افکار عمومی حدس هایی می زنند. آنها می کوشند تعیین کنند آیا در اکثریت قرار دارند یا خیر. سپس می کوشند

ص: ۴۰

۱- ورنر سورین و جیمز تانکارد، نظریه های ارتباطات، ترجمه: علی رضا دهقان، تهران، دانشگاه تهران، ۱۳۸۱، چ ۱، ص ۳۲۵.

۲- همان، ص ۳۹۶.

تعیین کنند آیا تغییر افکار عمومی در جهت موافقت با آنهاست یا خیر. اگر احساس کنند در اقلیت قرار دارند، گرایش می یابند که درباره موضوع سکوت کنند.» (۱) از سوی دیگر، هرچه ساکت تر بمانند، دیگران احساس می کنند که دیدگاه متفاوت و خاص وجود ندارد و به ناخودآگاه، نظری را تصور می کنند که اکثریت به آن توجه دارند. در این میان، افراد به رسانه ها رجوع می کنند تا توزیع افکار عمومی؛ یعنی گروه حداکثر و گروه های حداقل را بیابند. رسانه های گروهی می توانند بر مارپیچ سکوت به سه صورت، اثر بگذارند:

۱. تصویرهای انسان ها در مورد باور یا باورهای مسلط را شکل دهند؛

۲. برداشت مربوط به باورهای رو به رشد را شکل دهند؛

۳. این تصور را به وجود آورند که شخص چه باوری را باید ابراز کند که منزوی نشود.

ترس از «انزوا» که در دنیای پر ارتباط و به هم پیچیده مدرن می تواند خسارت جدی بر روح و زندگی شهروندان این دهکده جهانی وارد آورد، به تدریج سبب روی کار آمدن برخی آرا و گمان ها و حذف باورهای دیگر می شود. بدین گونه حاکمیت سیاسی لیبرال _ سرمایه داری به واسطه رسانه ها از هر گونه تحول علیه خود جلوگیری و راه را برای پیشبرد خواسته هایش باز می کند.

رسانه ها نیز از نظر تغییر در ساختار زندگی و هم از نظر تلقین اندیشه ها و تصورها، نقش مؤثری در شکست ساختارها و ریشه های فرهنگ دینی و سنتی و رشد اندیشه های تجددمآبانه داشته و دارند.

الف) توده ها و وسایل ارتباط توده ای

الف) توده ها و وسایل ارتباط توده ای

انقلاب صنعتی در اروپا، آغاز حاکمیت مدرنیته و سرآغاز بزرگ ترین دگرگونی در شیوه زندگی انسان غربی است. گسترش سریع کارخانه ها برای تولید انبوه کالا، همچنین نیاز به کارگران بسیار، خالی شدن روستاها و گسترش شدید شهرنشینی و فراوانی جمعیت،

ص: ۴۱

تفاوت داشتن شرایط حرفه ای کار با شبکه نامستقل و به هم پیوسته، افزایش وابستگی های گروهی و روابط جدید فرد _ دولت، دگرگونی در روابط اجتماعی و چگونگی برخورد با موضوع ها و حتی دگرگونی ساحت فکر و اندیشه، زندگی انسان غربی را به کلی دگرگون ساخت؛ به گونه ای که کم کم جوامع دارای هویت فرهنگی و تاریخی را به جوامع توده ای و انسان ها را به صورت اجزایی از چرخه ماشینیزم بدل کرد.

صاحبان سرمایه سالاری تکنولوژیک، وجود آداب، فرهنگ ها و سنت های گذشته را به چند دلیل با سیاست سوداگری خویش ناسازگار می دیدند:

۱. به دلیل مقاومت درونی این فرهنگ ها در برابر تبدیل شدن به سیستم جدید زندگی و روابط کار و سرمایه و نوع جدیدی از سکونت انبوه و روابط اجتماعی؛

۲. به سبب الگویی از مصرف کالا که فرهنگ غربی به همراه داشت.

از این رو، به مبارزه با ساختارهای فرهنگی گذشته پرداختند و به دلیل سستی سنت های موجود در غرب و تشویش مذهبی و تحریف دین، در این کار به سرعت پیش رفتند. این دوره را با نام «عصر روشن گری» می شناسیم. جامعه غربی در این دوره، فائوست وار،^(۱) بسیاری از گنجینه های فکری _ فرهنگی خود را از دست داد تا «قدرت تکنیکس» به دست آورد. یکی از این گنجینه ها، «تسلسل حافظه تاریخی» است. «تسلسل حافظه تاریخی» آن است که هر فرد، خود را متعهدانه حلقه ای از زنجیره ای تاریخی ببیند که نقشی متناسب با جایگاهش بر عهده دارد. «این درست بر خلاف وضع جوامع انبوه و ساخت زدایی شده در دنیای استعمار زده است که در نخستین گام «حافظه تاریخی» شمرده می شود و فرد، خود را «آتمی» تنها و سرگردان در میان انبوه توده های انسانی می یابد که هیچ پیوندی با گذشته ندارد و به ناچار هیچ پیوندی با امروز خویش نمی تواند بیابد. این اوج از خودبیگانگی انسان است. جامعه ای که از چنین عناصری ترکیب یافته، توده ای انباشته از آحاد ناپیوسته و «مستقل» [از ریشه های حقیقی] است... .

ص: ۴۲

۱- فائوست، نماد قدرت طلبی شیطانی است. در ادبیات غرب آمده است فائوست روح خود را به شیطان فروخت تا قدرت تسخیر و پرعقاب به دست آورد.

در جامعه شناسی معاصر، در تداوم سنت تکامل گرایی سده نوزدهم، فروپاشی ساختارهای سنتی و منفرد شدن اعضای جامعه ایندیویدویشن،^(۱) پدیده ای لازم با توسعه اجتماعی و اقتصادی قلمداد می شود.^(۲)

پیش از رواج مفهوم «توده»، مفاهیم «انبوه خلق» و «عامه یا همگان» که نخستین بار در آثار گوستاو لوبون و گابریل تارد به کار رفته اند، با وجود برخی تفاوت ها، تا حدودی همین معنای توده را بازگو می کردند و بهترین معرف پدیده های گروهی پس از انقلاب صنعتی بودند. ویژگی مشترک این مفاهیم، ناظر بر شاخص هایی از جامعه جدید بشری است که با ویژگی های شخصی هر کدام از افراد تشکیل دهنده آن، به کلی متفاوت است. «به عقیده لوبون، سه چیز علت پدیده رفتار انبوه خلق است: نخست، احساس قدرت شکست ناپذیری است که انبوه خلق را ابتدایی تر می سازد و توجه به مجازات و ترس از مجازات را در او تضعیف می کند. [این همان ویژگی است که به روحیه عدم مسئولیت پذیری در واژه «توده» ارجاع می شود.] دوم، پدیده سرایت و تقلید است و سوم، تلقین پذیری زیاده از حد است. سرایت نیز معلول همین تلقین پذیری است.»^(۳)

همین ویژگی های انبوه خلق را با اندکی تغییر می توان ویژگی های «توده» دانست. این ویژگی ها که لوبون برمی شمارد، به ویژه تقلید پذیری و تلقین پذیری و ویژگی های ذاتی خود مفهوم «توده»، اساس زمینه کار رسانه های مدرن است. بی جهت نبود که در سال های پس از جنگ دوم جهانی، کارشناسان ایالات متحده امریکا برای یک جا معرفی

ص: ۴۳

۱- Individuation

۲- عبدالله شهبازی، زرسالاران یهودی و پارسی، استعمار بریتانیا و ایران، مؤسسه مطالعات و پژوهش های سیاسی، ج ۱، چ ۱، ۱۳۷۷، ص ۱۴.

۳- کاظم معتمدنژاد، وسایل ارتباط جمعی، تهران، مؤسسه چاپ و انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی، ۱۳۵۴، ص ۱۶۴.

کردن روزنامه و رادیوها و تلویزیون ها و سینماها از اصطلاح «وسایل ارتباط توده ای»^(۱) استفاده می کردند و برای نگارش ساده تر، به اختصار، اصطلاح «وسایل توده ای»^(۲) را به کار می بردند.

«اصطلاح وسایل ارتباط توده ای به زودی از قلمرو مطالعات دانشمندان امریکایی و کتاب ها و مقالات خاص آنان خارج شد. برای نخستین بار در سال ۱۹۴۸ م. در کنفرانس «آزادی مطبوعات» که به ابتکار سازمان ملل متحد و با شرکت کارشناسان بسیاری از کشورهای جهان در ژنو تشکیل شده بود، این اصطلاح به صحنه بین المللی راه یافت و با تعریف و تحلیلی که نمایندگان ایالات متحده امریکا در جلسه های کنفرانس درباره [آن اصطلاح] بیان کردند، مقدمات نفوذ آن در دیگر ممالک جهان نیز فراهم گردید»^(۳).

اگر امروزه واژه «گروهی یا جمعی» را به جای توده ای برای وسایل ارتباطی به کار می برند، به سبب تحول در «جامعه توده ای» یا وسایل ارتباط توده ای نیست، بلکه کاربرد واژه «گروهی یا جمعی»، قراردادی است که به سبب بار منفی و گاه ایدئولوژیک لفظ «توده» دارد. امروزه بخش زیادی از بحث های علوم سیاسی، جامعه شناسی سیاسی و روان شناسی سیاسی، درباره افکار عمومی است. بنابراین، در حالی که موضوع توده و شکل زندگی توده ای، تهدیدی برای سرمایه داری شده بود، رسانه ها به واسطه ویژگی های توده، آن تهدید را به فرصتی در جهت خواست سرمایه داران تبدیل کردند و افکار عمومی را جهت دادند.

ص: ۴۴

۱- Media Of Mass Communication

۲- Mass Medua

۳- همان، صص ۹۷ و ۹۸.

شکل گیری مفهوم «توده» با عقبه فرهنگی تکثرگرایی، فردگرایی و فراموشی هویت تاریخی، بستری فراهم کرد تا رسانه ها با فرستادن پیام های یکسان، هم زمان و بی شمار، نوع جدیدی از «آگاهی» را شکل دهند. این آگاهی نه تنها به معنای مثبت و مفید آن، بلکه به معنای نوعی شکل دهی به فهم عمومی ظهور یافته است. شناخت این مسئله، به بازخوانی تحولی که نخست در حوزه عمومی و سپس در ساحت ساختار و عناصر اندیشه رخ داد، بازمی گردد.

در فرآیند تحول رسانه ها، عمومی بودن افراد و رویدادها به سهیم بودن آنها در یک محل واحد وابسته بود. یک رویداد هنگامی به صورت رویداد عمومی در می آمد که آن را در برابر گروهی که در ایجاد آن حضور داشتند، اجرا کردند، به گونه ای که برای مثال، در اروپای قرون وسطا، اعدام در برابر گروه تماشاگران اجرا می شد. تامپسون از این ویژگی به عنوان «عمومیت سنتی در شکل هم حضوری» یاد می کند. این عمومیت، صدا، سیما (جلوه های شنیداری و رفتاری و شاید بوییدن، حس کردن) و نیز واکنش های طبیعی دیگران را به چشم خود و بدون واسطه نگریستن شامل می شد. تحول رسانه ها اشکال تازه ای از عمومیت آفرید که کاملاً با عمومیت هم حضوری متفاوت است. ویژگی بنیادین این اشکال تازه چنان است که عمومیت افراد، کنش ها و رویدادها، دیگر به سهیم شدن در محلی واحد وابسته نیست. هر کنش یا رویدادی می تواند با پخش مستقیم یا با ضبط شدن و ارسال به دیگرانی که در زمان و محل وقوع رویداد، حضور فیزیکی ندارند، عمومی شود. بدین ترتیب، شکلی از «عمومیت رسانه ای» با نقش بسیار تعیین کننده در جهان مدرن ظهور می یابد. (۱)

دیگر نیازی نیست برای بیان یک مطلب، خلق یک اثر، نمایش یک فیلم و تبلیغ کالا و... در گردآوری تماشاگران بکوشیم و برای هر گروهی به فراخور اندیشه و سطح سواد و مسلک آنها به نوعی خاص سخن بگوییم یا برنامه اجرا کنیم، بلکه با ابزار رسانه ای، برای همه پیامی یکسان می فرستیم. انسان ها پس از انقلاب صنعتی و شکل گیری توده ها و کلان شهرها، تقدیری یکسان و چه بسا بر اساس استانداردهای بین المللی، سواد، بهداشت، حقوق و حتی زبان یکسانی یافته اند و نیز زمینه ای یکسان برای دریافت پیامی واحد در درون خود فراهم می بینند؛ به ویژه اگر آن پیام ها بر غرایز حیوانی انسان مبتنی باشد که این مسئله، آن یکسانی را در دست رس تر خواهد ساخت.

بنابراین، ویژگی های اجتماع ها و ساختارهای انسانی پس از انقلاب صنعتی از یک سو و نیز ظهور و شکل گیری رسانه ها با ویژگی های خاص از سوی دیگر، در شکل گیری نوعی از «عمومیت رسانه ای» و پیوند و استحکام تدریجی این پیوند با اذهان و اندیشه انسان ها، به ظهور پدیده ای می انجامد که امروزه «افکار عمومی» خوانده می شود.

عمومیت رسانه ای با سه ملاحظه جدی از عمومیت سنتی متمایز می گردد. این ملاحظه ها، حوزه کارکردی عمومیت رسانه ای را برجسته تر می نمایند:

یک _ پیام های یکسان: پیام های رسانه ای در زمان و مکان واحد برای مخاطبان بی شمار به طور یکسان منتشر می شود.

دو _ تبادل یک سویه: ارتباط رسانه ای یک سویه است و برعکس آنچه در عمومیت سنتی و در اجتماع ها شکل می گرفت که به صورت گفت و گو، پچ پچ، کف زدن و هورا کشیدن نمود می یافت، در ارتباط رسانه ای، طرف فعال و منفعل (القا کننده و پذیرنده)، نقش خود را جابه جا نمی کنند، بلکه رسانه پیوسته در مقام القایی و مخاطب در مقام پذیرندگی قرار دارد.

سه _ عمومیت رسانه ای به سادگی و به وسیله همگان عملی نیست. ارتباط رسانه ای بر شکل گیری نهادی بزرگ با ترکیبی از اندیشمندان، نویسندگان، مجریان و کارشناسان

مبتنی است که لازمه ایجاد آن، داشتن سرمایه فراوان است. تفاوت اصلی میان کشورهای دنیا در حوزه خبری و اطلاعاتی، به فن آوری بر نمی گردد؛ زیرا امروزه فن آوری های ارتباطاتی، بین المللی شده اند، بلکه مشکل ریشه دارتر آن در حوزه اقتصاد است. برای مثال، ایران با وجود برخورداری از نیروهای توانا و داشتن پیام های جدید برای دنیا و حتی ضرورت گسترش حوزه پیام رسانی (که رسالت تاریخی ماست)، سرمایه کافی برای ارتقای کیفی برنامه ها و هزینه لازم برای راه اندازی شبکه های دیگر و منابع مطمئن برای فرستادن ماهواره و تکمیل فرستنده ها را ندارد.

همین سه مؤلفه و به ویژه نهادی بودن شکل گیری عمومیت رسانه ای، شاهره های اطلاعاتی و خبری و به طور کلی، شریان های پیام رسانی دنیا را در اختیار سرمایه داران جهان قرار داده است. ما در جهانی زندگی می کنیم که هر کدام از فیلم های هالیوودی در آن، به اندازه کل هزینه سالیانه تولید فیلم در کشور ما، بلکه چندین برابر آن بودجه صرف می کنند و این کار را با اعتماد کامل انجام می دهند. البته آنان مخاطب خویش را جذب می کنند و موازنه فرهنگی ملت ها را به سود خویش تغییر می دهند. شبکه های رادیو _ تلویزیونی نیز مانند سینما هستند و حتی می توان گفت سرمایه داران بر شبکه های رادیویی و تلویزیونی احاطه بیشتری دارند. (۱)

پیوند ثروت و قدرت (سیاسی) نیز در نتیجه این گونه هدایت اذهان عمومی (افکار عمومی) پدید آمده است. قدرت سیاسی، ثروت می خواهد تا رسانه ها را در اختیار بگیرد و ثروتمندان، قدرت سیاسی می خواهند تا بر ثروت خویش بیفزایند و منابع بیشتری را در اختیار گیرند.

ص: ۴۷

۱- برای مطالعه بیشتر و دقیق تر در این زمینه نک: هربرت شیلر، وسایل ارتباط جمعی و امپراتوری امریکا، ترجمه: احمد میرعابدینی، تهران، انتشارات سروش.

۷. نسبت رسانه و سکولاریزاسیون

رسانه، واقعیتی است که بازنمایی و حتی بازسازی واقعیت نیز می‌کند. البته این بازسازی واقعیت بسیار پرحجم و متکثر است. تجربه روزانه ما از واقعیت‌های زندگی، محدود و مشروط و با کُنندی است و با همه جنبه‌های وجودی انسان گره خورده است. انسان طبیعی بسته به سعه ظرفیت وجودی اش، از عقل و وهم، حس و خیال و گاه شهود بهره می‌برد؛ حال آنکه تجربه رسانه‌ای انسان، سریع، متکثر و حجیم است و در عین حال، تنها از طریق حس شنیداری و دیداری به دست می‌آید.

نکته مهم تر اینکه با توجه به بحث‌های روان‌کاوانه و آرای اندیشمندان، رسانه‌ها به ویژه رسانه‌های سمعی و بصری همچون سینما و تلویزیون، از میان عقل، وهم، حس و خیال و شهود که بهره‌برداری هماهنگ از آنها لازمه تکامل انسان است، تنها بر وهم تکیه می‌کنند. در واقع، سینما و تلویزیون، مخاطبان خود را از میان قوه وهمیه انسان‌ها برمی‌گزینند. ادراک وهمی انسان، دومین مرحله رشد ادراکی انسان پس از شکل‌گیری حواس در انسان است که از چند ماهگی آغاز می‌شود. انسان پس از تولد به تدریج می‌تواند «حس» کند، ببیند، لمس کند، بشنود، ببوید و مزه را بچشد، در حالی که میان صورت‌های ذهنی که از این حواس در ذهنش شکل می‌گیرد، نمی‌تواند ارتباط برقرار کند. «وهم» ارتباط میان این صورت‌های ذهنی را که از حواس در ذهن شکل می‌گیرد، برقرار می‌کند و اوهام به وجود می‌آیند. سپس در کودکی و نوجوانی، تخیل به وجود می‌آید و رشد می‌کند. در ادامه، قوه تعقل بر بستر حس و وهم و تخیل شکل می‌گیرد. آن‌گاه متناسب با همین رشد تکوینی، حقوق و تکالیف تشریحی نیز برای انسان وضع می‌شود. برای مثال، سن تکلیف در اسلام در دوره‌ای است که قوه عاقله انسان در حال شکل‌گیری و تکامل است و انسان تمام پتانسیل‌ها را برای درک عقلی در وجود خود دارد.

گفتیم که «وهم»، گام‌های نخستین ادراکی انسان است و در مقابل خیل گسترده معانی،

ناتوان است. رسانه، انسانی را که به مقام تعقل رسیده است، به حوزه مقام وهم باز می گرداند و سپس به القا و اقناع می پردازد. البته این بدان معنا نیست که مخاطب رسانه از قوای دیگر خالی می شود، بلکه بدین معناست که قوای دیگر در خدمت وهم در می آیند.

آنچه بیان شد، برای روشن گری درباره نقش رسانه در سکولاریزه کردن جنبه های مختلف وجودی انسان بود. فارغ از اینکه چه واقعیت هایی از طریق رسانه به مخاطب می رسد، خود رسانه نیز واقعیتی است که فارغ از محتوایش در روابط انسانی و شکل زندگی مدرن تأثیر مهمی گذاشته است. در ادامه، تنها به واقعیت های رسانه ای در زمینه جریان سکولاریزاسیون می پردازیم.

نقش رسانه ها و به ویژه تلویزیون در سکولاریزه کردن جنبه های گوناگون حیات بشری، نقش دامنه داری است. این جریان، در رادیو تلویزیون ایران اسلامی در سه سطح قابل دسته بندی است:

۱. برنامه هایی که به صورت سخنرانی یا گفت و گو یا مستند همراه با نریشن به تبلیغ اندیشه های سکولاریستی می پردازند. این شکل، آشکارترین نوع پرداختن و تبلیغ یا نقد کردن سکولاریسم است که البته تبلیغ آن در جامعه ما وجود خارجی ندارد و معمولاً بیان اندیشه های سکولارها به عنوان مقدمه ای بر نقد آرای آنهاست.

۲. سکولاریسم می تواند محتوای برنامه تلویزیونی باشد، ولی از قالب هایی بهره برد که این مسئله را در بستر روایی دیگری قرار دهد، مثلاً فیلم سینمایی یا تلویزیونی باشد که هرچند در کل مبلّغ سکولاریسم است، ولی این مسئله در قالب یک داستان رخ می دهد. این شکل از تبلیغ رسانه ای سکولاریسم، پیام را اندکی غیرمستقیم می کند.

۳. موضوع، سکولاریسم نیست و چه بسا صاحبان رسانه یا برنامه سازان قصد بیان چنین مفاهیمی را نداشته باشند، ولی رسانه به واسطه نهادی بودنش و نیز اقتضاها و ماهیتش و نیز اندیشه ها، مبانی فکری و نوع جهان بینی و ساختار آموزشی و محتوا و نوع

تحصیلات برنامه سازان، برنامه را در وجوه پنهان و ناپیدا، مبلغ سکولاریسم می سازد. این شکل، رایج ترین، پنهان ترین و در عین حال اثرگذارترین شیوه ارتباط رسانه و سکولاریسم است.

بیشتر محصولات رسانه ای غرب و بسیاری از برنامه های رادیو _ تلویزیونی داخلی به این لایه از حضور فرآیند سکولاریزاسیون آلوده هستند. در اینجا برای روشن تر شدن این ارتباط و به دلیل اهمیتی که این بحث دارد، به مهم ترین روش ها و کارهای رسانه در گسترش اندیشه های سکولاریستی می پردازیم که بیشتر در سطح سوم رخ می دهد.

ساز و کارهای رسانه در گسترش اندیشه های سکولاریستی

اشاره

ساز و کارهای رسانه در گسترش اندیشه های سکولاریستی

زیر فصل ها

الف) تقلیل

ب) تفکیک و تنظیم

ج) تکثر

الف) تقلیل

الف) تقلیل

مهم ترین و اثرگذارترین جنبه رسانه، در عرفی سازی یا دنیوی سازی مفاهیم عالی غیبی و الهی است. رسانه هایی همچون سینما و تلویزیون، مناسب ترین ابزار برای تقلیل کیفیت ها به کمیت ها هستند. تقلیل رسانه ای به این معناست که شأن امری نه در مقام خودش، بلکه در سطحی نازل تر و متناسب با بیان رسانه ای معرفی شود. بیان رسانه ای از نوع سرگرمی است و اگر مخاطب عامی سرگرم نشود، در دام رسانه نمی افتد. این سرگرم شدن به واسطه انرژی بسیار کمی که از انسان می گیرد و سرخوشی کاذب و تخدیری که پدید می آورد، مطلوب انسان است؛ به ویژه اینکه مسئولیتی نیز متوجه انسان نمی سازد. شأن سرگرم شدن، شأن مصرف کنندگی کامل است و مخاطب سرگرم، هیچ تولیدی ندارد و در کمال انفعال است و آسان طلب می شود. (۱)

ص: ۵۰

۱- مطالبی که در مقدمه، در مورد مفاهیم «وهم» و تعلق محصولات رسانه ای و به ویژه فیلم و سریال به این مقام بیان شد، به

همین بحث آسان طلبی، بی مسئولیتی و یا به عبارتی «کودک سازی» انسان های بالغ، گره خورده است.

این جنبه از تولید رسانه ای که به نوعی گرایش مخاطب نیز به آن معطوف است، هنگام رویارویی با موضوع های اساسی، به سود رسانه و در راستای تقلیل سطحی و مبتذل کردن آن موضوع ها حکم می کند.

ادیت فرون، تلویزیون را «غول خجالتی» می نامید که نمی تواند کاملاً به موضوع های داغ بپردازد و گفت و گوی عمیق و خیلی ویژه را نمی تواند با شدت لازم ارائه دهد. به همین دلیل، با آنکه به طور رسمی، سانسوری در این رسانه صورت نمی گیرد، ولی شبکه های بزرگ تلویزیونی در عمل، به نوعی خودسانسوری دست می زنند.^(۱)

درباره نسبت تلویزیون و سرگرمی باید گفت: «اگر تلویزیون، وسیله ای است برای سرگرم ساختن، وقت گذرانی و تفریح [که هست]، در این صورت، رسالت ذاتی این وسیله ارتباطی، تعیین و انتقال محتوا و حدود ارزشی هر آن چیزی است که از راه این وسیله با مخاطب آن مبادله می شود. دقیقاً خطر اصلی و عامل تعیین کننده انهدام فرهنگی در همین جا رخ می نماید. خطر تلویزیون در نظامی که رسالت این وسیله ارتباط جمعی، ایجاد سرگرمی، تفریح و شادی [و سرخوشی] در بیننده است، در این است که بخواهد به مقولات اساسی نظیر علم، سیاست، دین، فرهنگ و اخبار و... بپردازد».^(۲)

شاید در این مورد، هیچ پژوهشگری همچون نیل پستمن به ژرفای خطر موجود توجه نکرده باشد. او با نگارش سه کتاب تکنوپولی؛ زندگی در عیش، مردن در خوشی و زوال دوران کودکی (به ویژه این دو تای اخیر) کوشید دو نکته اساسی را گوشزد کند:

۱. رسانه سرگرمی ساز، نوع جهان بینی و معرفت شناسی انسان را نابود می کند؛

۲. تلویزیون از امور مهم، اموری مبتذل و سطحی می سازد؛ زیرا مخاطب، سرگرمی

ص: ۵۱

۱- نک: صص ۳۶۴ و ۳۶۵.

۲- نیل پستمن، مقدمه بر زندگی در عیش، مردن در خوشی، ص ۱۷.

می خواهد.

عموم انسان ها، تلویزیون را برای سرگرمی می خواهند و آمار مخاطبان برنامه های صدا و سیما این باور را تأیید می کند. البته این امر، مسئله ای مطلق نیست و رسانه در شرایطی متفاوت می تواند کارآیی دیگری نیز داشته باشد، ولی در شرایط طبیعی، اصالت با سرگرمی است.

آلدوکس هاکسلی که زُمان دنیای متهور نو وی آینده غرب را تصویر می کند، در توصیف جوان های سال ۱۹۵۹م. امریکا می نویسد:

... انسان های جوانی که اکنون (در سال ۱۹۵۹ م.) دموکراسی را چنان بی ارزش می انگارند، ممکن است در بزرگی به مبارزه برای کسب آزادی به پا خیزند، ولی می دانید شعار آنان چه خواهد بود؛ فریاد «تلویزیون و همبرگرم را به من بدهید، ولی از مسئولیت های ناشی از آزادی با من سخن مگویید». شعار تلویزیون به جای آزادی، جای شعار یا مرگ یا آزادی را خواهد گرفت. (۱)

چنین رسانه ای با چنین محدودیت و اقتضایی اگر بخواهد ساده انگارانه و بی ملاحظه و بدون پیش زمینه و کارشناسی های لازم، به امر دین و امور باور محور پردازد (به ویژه اینکه این امور جلوه نمایشی رسانه ای ندارند)، بی گمان فاجعه به بار خواهد آمد و امور مقدس، به ورطه سطحی انگاری و توجه به جنبه های نمایشی و رسانه ای و حذف امور عمیق و مبنایی خواهد افتاد. این تفکیک امور، بدترین ضربه را بر پیکره دین مداری وارد کرده است و از ژرف ترین جنبه های حرکت شوم سکولاریزاسیون به شمار می رود. تازه، این آغاز راه است و این مسیر به پیچیدگی هایی دچار می شود که به شدت گرفتن برداشت های سکولاریستی می انجامد. مهم ترین این پیچیدگی ها، گرفتار آمدن جنبه های تفکیک شده در مارپیچ سکوت است.

اگر یک امر دینی را به جنبه ظاهری، سطحی، فولکلور و نمایشی اش و جنبه معناگرا و اصلی تقسیم کنیم، رسانه به ویژه رسانه های بصری به جنبه های نمایشی رومی کند و معمولاً از بیان ژرفای امور ناتوان می ماند. حاصل آنکه با توجه به مسائلی که بیان شد و

ص: ۵۲

با توجه به اینکه اهل تحقیق کمتر مخاطب تلویزیون قرار می گیرند، جنبه ظاهری، نمایشی و سطحی امر دین و سیاست و فرهنگ، به صورت اندیشه حداکثری در جامعه معرفی می شود و به تدریج، خود را مطلق می کند؛ یعنی عرصه را برای بخش اصلی تنگ می کند و به کنج کتاب خانه ها و جلسه های محفلی یا دانشگاهی و حوزوی می فرستد.

تفکیک جنبه های مختلف امر قدسی و بزرگ نمایی و کوچک نمایی و جابه جایی جایگاه هر یک از این جنبه ها، یکی از روش های ترویج جریان سکولاریسم بوده است. اگر هم به صورت برنامه ریزی شده از سوی دشمنان نبوده است، دست کم خود مسلمانان، ناآگاهانه آن را عملی کرده اند. برای مثال، در سنت عزاداری امام حسین علیه السلام، آنچه در طول صدها سال به صورت سنتی و در پیوند با دستگاه امام حسین علیه السلام و دستگاه فقاقت امتداد یافته بود، کم کم به سوی جنبه های نمایشی گرایش می یابد و از حریم خویش خارج می شود. تا آنجا که حتی رهبر معظم انقلاب و بسیاری از دل سوزان فرهنگ شیعی صدا به اعتراض بلند کرده اند. به راستی، این همه آهنگ های جعلی و تقلیدی از ترانه های مبتذل که وارد مداحی ما شده است، برچه اساسی و از چه گذرگاهی بوده است؟ این جریان فراگیری که مراسم عزاداری ما را از شکل وزین خود خارج ساخته و در بسیاری از آنها دیگر از منبر و عظم و تفسیر خبری نیست و تنها به جنبه های نمایشی و موسیقایی (و گاه انحرافی) بسنده می شود، چگونه رواج یافته است؟ میلیون ها نسخه لوح های فشرده ای که امروزه در دست جامعه مذهبی ماست و تنها عامل جذابیت آنها، موسیقی ناکجا آبادی است، هیچ ربطی به عزاداری امام حسین علیه السلام ندارد. به جرئت باید گفت رسانه ها در این امر دخیل هستند؛ چه توطئه دشمن باشد یا نباشد، اقتضای تکنولوژی همین است و ایراد بر خوش بینانی است که ساده انگارانه به این پدیده ها می نگرند.

اصالت «سرگرمی» و «وهم» محوری، به تدریج ساختار دفاع فرهنگی را در جوامع انسانی در مقابل فرآورده های رسانه ای از میان می برد و دیگر، این صاحبان رسانه ها هستند که اقدامات مراقبتی را اجرا می کنند. رسانه ها با توجه به شعاع نفوذشان، تأثیر

بسیار گسترده ای دارند، ولی مشکل آنجاست که رسانه ها هر موضوعی را مطرح می کنند، در حالی که ابزار ابلاغی همه آنها را کاملاً ندارند. امروزه، تمامی موضوع های مورد علاقه جامعه، موضوعی نیست که در تلویزیون مطرح نشود و این بدان معناست که برداشت افکار عمومی از این موضوع ها، از طریق تلویزیون شکل می گیرد. امروزه، تلویزیون به صورت شبکه معرفتی انسان ها در عصر حاضر در آمده است. اگرچه در نوشته های پستمن، رویکرد دینی وجود ندارد، ولی ناخواسته متوجه نقش رسانه ها و به ویژه تلویزیون در سکولار کردن جامعه شده است. او حتی گاه به صورت مستقیم، به بحث های دینی اشاره می کند. در جایی می گوید:

هیچ یک از بنیان گذاران مذهبی، نه موسی علیه السلام، نه عیسی علیه السلام و نه محمد صلی الله علیه و آله و نه حتی بودا و لوتر، هرچه را مردم می خواستند، به آنان هدیه نمی کردند، بلکه چیزی را عرضه داشتند که برایشان ضروری و مفید بود. تلویزیون [که اکنون خود به مرجع مذهب و مذهب ساز تبدیل شده است،] این وظیفه را ندارد که آنچه را مردم بدان نیازمند هستند و برای آنها ضروری و مفید است، به آنها عرضه کند؛ زیرا تلویزیون، دوست دار مصرف کننده است. (۱)

تلویزیون، مخاطب را از رنج طبیعی رشد فکری و عقلانی باز می دارد؛ زیرا هرچه مخاطب می خواهد، در مقابل او می ریزد و مخاطب را در میان سیل اطلاعات مفید و نامفید رها می کند؛ بدون اینکه مسئولیتی را متوجه او سازد. شیب طبیعی گرایش های مخاطب نیز به سمت خلسه و سرگرمی و سرخوشی است که در موضوع های جدی مانند مذهب و سیاست _ که ناخود آگاه انسان را متوجه مسئولیت هایش می کنند _ کمتر یافت می شود.

ص: ۵۴

انسان، طبیعت، تاریخ و مبدأ و معاد که اساسی ترین موضوع های هستی اند، همگی با توجه به ابزارهای مدرن ارتباط جمعی بازتعریف می شوند و انسان سکولار، طبیعت سکولار، تاریخ سکولار و حتی خدای سکولار تحویل جوامع می دهند. مرتبه انسان که در حقیقت، خلیفه الهی است، در حد حیوان ها (با اندک تفاوت) تنزل می یابد تا آنجا که در برنامه های کودک و نوجوان، سگ و گربه و موش و کرگدن به جای انسان می نشینند و همان افعال روزانه انسان مدرن را انجام می دهند. حتی اگر بخواهیم اندکی عمیق تر بیندیشیم، بیشتر فیلم های سینمایی غربی و به ویژه هالیوودی که براساس مبارزه دو جریان مختلف ساخته می شوند، در واقع، اصل تنازع بقا یا همان قانون جنگل را در پوسته ای تزئین شده تبلیغ می کنند؛ به گونه ای که امروزه تمام تلاش شبکه های تلویزیونی، ارضای خور و خواب و خشم و شهوت انسان مدرن است و این بدان معناست که مخاطب رسانه های مدرن در ورطه حیوانی خویش محدود شده است.

در مورد طبیعت نیز ماجرا چنین است. طبیعت آن گونه بازنمایی رسانه ای می شود که انکار وجود هرگونه جنبه ماورایی و شئون کایناتی را در خود می پروراند و طبیعتی برهنه به مخاطب عرضه می کند. خدای رسانه ای نیز بیشتر از آنکه همه کاره جهان باشد و هستی همه هستی ها به دست او تلقی شود، موجودی است البته نورانی و بزرگ در کنار موجودات دیگر. در نگاه غربی، خداوند تجسم می یابد و حتی به ویژه در اندیشه یهودی مغلوب نیز می شود. ولی جنبه های پنهانی این برداشت، خطرناک تر است؛ زیرا بسیاری از برنامه های تربیتی و روان شناسی در صدا و سیمای کشور ما مبلغ این نگاه هستند؛ به ویژه آن گاه که همه موارد به اصطلاح علمی (که بیشتر برگرفته از اندیشه های غربی است) بیان و در پایان، یاد خدا یا توکل و توجه به معنویات نیز ذکر می شود. این نمونه ای است از فضای رسانه ای که رسانه های غربی را به تسخیر خود در آورده است.

به طور خلاصه باید گفت شعار رسانه های مدرن این است: «همه چیز سرگرم کننده اش خوب است». پس همه چیز باید به آستانه سرگرم کنندگی تقلیل یابد تا بدان توجه شود

ب) تفکیک و تنظیم

اشاره

ب) تفکیک و تنظیم

به طور کلی، سکولاریسم نوعی تفکیک و تنظیم است؛ تفکیک امور معنوی و مادی و تنظیم و تنزل شأن امور معنوی و برجسته سازی امور مادی و دنیوی. در واقع، جنس سکولاریسم از جنس تفکیک و تنظیم امور است. البته تجزیه و ترکیب نه صرفاً مفید و مورد تأیید است و نه صرفاً زیان آور و منحرف، بلکه الگوی اصلی حاکم بر آن ارزش گذار واقعی است.

هر تجزیه و تقسیم، از نظر منطقی، محکوم یک نگرش یا به عبارت بهتر نظام ارزشی خاص است و پیچیدگی امور ناشی از همین است. چه بسا یک تقسیم بندی از نظر منطقی و عقلی درست باشد و در عین حال، نامطلوب و منحرف کننده باشد. برای مثال، اگر در جامعه ای اسلامی، انسان ها را به دو دسته مسلمانان سیاه پوست و سفیدپوست تقسیم کنند، این تفکیک از نظر منطقی درست است، ولی در دل این تفکیک، جهت و ارزش منفی نهفته است. همین ارزش منفی پنهان است که پوسته به ظاهر درست این تفکیک را می شکند و پی آمدهای منفی دیگری در جامعه به بار می آورد.

وسایل ارتباط جمعی، امور زندگی جدید را به صورت تجزیه ای جهت دار، پر شاخه و اغواگر از هم تفکیک می کنند. پروسه تقلیل و تنظیم نیز در همین مرحله رخ می دهد. تنظیم عبارت است از چینش امور و تعیین اهمیت و جنبه و دلیل اهمیت و به طور کلی، تعیین جایگاه امری در میان امور. تجزیه و ترکیب امور در غرب مدرن، محصول مستقیم مبانی فکری، فرهنگی و فلسفی تمدن غربی است که سکولاریسم و اومانیزم، اساس آن را تشکیل می دهد.

برجسته سازی که پیش تر در بحث ارتباطات اجتماعی بدان اشاره شد، کلیدی ترین عنصر در مرحله تنظیم امور در رسانه است. مک گامبز و شاو، اولین مطالعه ساختارمند را در مورد فرضیه برجسته سازی در سال ۱۹۷۲ م. گزارش کرده اند. آنها با تمرکز بر

فعالیت های سیاسی، این فرضیه را مطرح کردند که رسانه های گروهی برای هر مبارزه سیاسی، اولویت هایی را تعیین می کنند و بر اهمیت نگرش ها درباره موضوع های سیاسی اثر می گذارند. بی تردید، آنچه در مورد سیاست بیان شده است، در همه موارد دیگر نیز مصداق دارد و رسانه ها در تعیین اولویت های زندگی مخاطبان تأثیر بسزایی دارند.

پژوهشگران علوم ارتباطات رسانه ای معتقدند تغییر نگرش ها و اندیشه ها، به طور مستقیم رخ نمی دهد، بلکه آن گونه که جوزف کلاپر در کتاب اثرات ارتباط جمعی بیان می کند، ارتباط جمعی در حالت عادی، به عنوان علت ضروری و کافی برای مخاطب عمل نمی کند، بلکه تا حدودی از طریق رشته ای از عوامل میانجی عمل می کند و برجسته سازی یکی از مهم ترین این عوامل است.

فانکاوزر، پژوهشگر امریکایی که به شناخت رابطه میان پوشش خبری و درک عموم از اهمیت موضوع ها علاقه مند بود، در پژوهشی، رابطه میان افکار عمومی و محتوای رسانه ها و نیز رابطه محتوای رسانه ها با واقعیت را در مجله های خبری تایم، نیوزویک، یواس نیوز اند ریپورت در طول دهه ۱۹۶۰ (از نظر شمار مقاله ها در هر موضوع) بررسی کرد. اولین رابطه؛ یعنی رابطه میان درجه بندی عموم از اهمیت موضوع ها و محتوای رسانه ها در جدول نشان داده شده است. این جدول، ارتباطی قوی میان رتبه بندی عموم از یک موضوع، به عنوان موضوع مهم و میزان پوشش رسانه ها در آن موضوع نشان می دهد. موضوع هایی که عموم رتبه بالایی به آنها داده بودند، همان موضوع هایی بود که رسانه های گروهی (دست کم سه مجله خبری یاد شده) آن را زیر پوشش قرار داده بودند.

میزان پوشش مجله های خبری به موضوع های مختلف در دهه ۱۹۶۰م. و رتبه موضوع ها به عنوان مهم ترین موضوعی که امریکا با آن مواجه است.

موضوع شمار مقاله ها رتبه پوشش رسانه ها رتبه اهمیت موضوع از نظر مردم جنگ ویتنام ۸۶۱۱۱ روابط قومی و شورش های شهری ۶۸۷۲۲ اعتراض های دانشجویی ۲۶۷۳۴ تورم ۲۳۴۴۵ تلویزیون و رسانه های جمعی ۲۱۸۵۱۲

جنایت ۲۰۳۶۳ مواد مخدر ۱۷۳۷۹ محیط زیست و آلودگی ۱۰۹۸۶ استعمال دخانیات ۹۹۹۱۲ فقر ۷۴۱۰۷ انحطاط اخلاقی ۶۲۱۱۸ حقوق زنان ۴۷۱۲۱۲ علم و جامعه ۳۷۱۳۱۲ جمعیت ۳۶۱۴۱۲

فانکاوزر در بخش دوم پژوهش خویش، رابطه میان پوشش رسانه و واقعیت را بررسی کرد. این تحلیل را نمی توان در یک جدول خلاصه کرد، ولی الگویی که فانکاوزر به آن رسید، این بود که پوشش رسانه ها با حقایق امور ارتباط زیادی ندارد. (۱)

نکته مهمی در نسبت میان نوع رسانه گروهی و توانایی در برجسته سازی یا تقلیل دهی وجود دارد که این موضوع را در ادامه در مقایسه تلویزیون با مطبوعات پی می گیریم.

اخبار در رادیو و تلویزیون، به صورت خطی است؛ یعنی برنامه های تلویزیونی محدودیت زمانی دارد و از برابر دیدگان مخاطب می گذرد و مخاطب به ناچار باید در یک زمان هر آنچه را تعیین شده است، ببیند و بشنود، ولی مطبوعات غیرخطی عمل می کنند؛ یعنی خواننده روزنامه می تواند جریان مطالعه را متوقف کند، به عقب برگردد و یا بخش های پیچیده را چندبار مرور کند. به عبارت دیگر، ابتکار عمل در انتخاب موضوع مطالعه تا حدودی به دست مخاطب است. او در مقابل خود انتخاب های متعددی می بیند که می تواند بر اساس اولویت های خویش برگزیند. از سوی دیگر، بنا بر پژوهش های الیهوکاتز و مایکل گورویچ، روزنامه بیش از هر رسانه دیگری برای آگاه شدن از اوضاع جهان، اعتماد به نفس، ثبات و هم نوایی اجتماعی و کمتر از همه، برای سرگرمی و گریز (که در تلویزیون مصداق بیشتر می یابد) به کار می رود. بخش مهم نتایج بررسی های کاتز و گورویچ آن است که روزنامه ها بیشترین تأثیر را در برجسته سازی موضوع ها دارند.

بنابراین، تلویزیون با توجه به آنچه در بخش تقلیل بیان شد (که بنا بر اقتضای سرگرمی سازی اش، موضوع ها را تا آستانه تخدیرگری و آسان سازی پایین می آورد) و

ص: ۵۸

نیز با توجه به ویژگی خطی بودنش، توانایی تنظیم امور را دارد، ولی مطبوعات و به ویژه روزنامه ها به این دلیل که موضوع ها را همراه با میزان برجستگی شان در مقابل دیدگان مخاطب می گذارند، این امکان را به او می دهند تا موضوع ها را قیاس کند یا به عبارت بهتر، قیاس انجام شده را بپذیرد و ذهن خود را بر اساس آن تنظیم کند. در بررسی هایی که درباره برجسته سازی انجام شده، تفاوت نتایج تلویزیون و روزنامه ها کاملاً مشهود است تا جایی که دانلیان و ریز (۱۹۸۹م). در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که «در کل، رسانه های نوشتاری، اولویت های شبکه های تلویزیونی را هدایت کردند، نه برعکس» (۱).

اندیشه، منش و سلوک دینی انسان، بر اولویت بندی و تنظیم دقیقی از امور مبتنی است. رتبه بندی امور حتی در ریزترین مسائل زندگی نیز مشخص شده و لازمه هماهنگی با دین نیز عملی شدن این اصل اساسی است؛ یعنی حتی اگر تفکیک و تقسیم امور، درست و با جهت دهی دینی باشد و اندیشه های وارداتی و غیر دینی در این تجزیه دخیل نباشند و مبنای قرآن و روایات و عقل کلی نگر باشد، باز هم رسانه ای همچون رادیو و تلویزیون از نظر ساختاری نمی توانند تفاوت شایستگی ها و اولویت ها را چنان که باید و شاید، بنمایانند. حتی تلویزیون، اهمیت ها را یکسان می نمایاند. در واقع، رادیو و تلویزیون همه امور را در امتداد زمان برجسته می کنند.

میزان اهمیت موضوع ها در عالم واقع

موضوع ها

ص: ۵۹

موضوع ها

اقتضائات رسانه

خواست مخاطب

اقتضائات رسانه

خواست مخاطب

*** فرایند رسانه ای رشدن ***

* فرایند رسانه ای رشدن

میزان اهمیت موضوع ها

در تلقی رسانه ای و ذهن مخاطب

موضوع ها

ص: ۶۰

این نمودارها برای تفاهم بیشتر در مورد آن چیزی است که بیان شد و فارغ از اراده انسانی برای اولویت دادن به مسئله ای خاص است؛ البته پیش از اینکه رسانه ای بخواهد امری را مهم و امر دیگری را ساده جلوه دهد (که در این صورت، حتی می تواند نمودار را کاملاً معکوس کند). رسانه می تواند از کاه، کوه بسازد؛ از غرب، فرعون و خدای کاذب بسازد و در عین حال، خداوند تبارک و تعالی را در حد یک بشر پایین بیاورد یا حتی امور موجود را حذف کند و اموری عدمی را در جهان دیگر پدید آورد. رسانه می تواند از خود، خدا و پیامبر بسازد، سوپرمن بسازد و معجزه هایی نشان دهد که موسی و عیسی علیهما السلام هم حیران بمانند. رسانه می تواند فوتبال را به پاشنه آشیل ذهن انسان ها تبدیل کند. رسانه می تواند در بادکنک شهوت انسان بدمد و از میل کم و قابل کنترل جنسی، به تعبیر قرآن کریم، «میل عظیم» بسازد:

وَ اللَّهُ يُرِيدُ أَنْ يُتُوبَ عَلَيْكُمْ وَ يُرِيدُ الَّذِينَ يَتَّبِعُونَ الشَّهَوَاتِ أَنْ تَمِيلُوا مَيْلًا عَظِيمًا. (نساء: ۲۷)

و خدا خواهد تا بر شما ببخشد، و کسانی که از خواسته ها [ی نفسانی] پیروی می کنند، می خواهند شما دستخوش انحرافی بزرگ شوید.

رسانه می تواند جهان بینی انسان ها را تغییر دهد و این تغییر، به واسطه ماهیت آن و نیز به واسطه کارکردهای آن است. متأسفانه، رسانه مدرن این «می تواندها» را محقق می کند و یکی از مهم ترین سرشاخه های سکولاریزاسیون را با ظریف ترین ابزارهای تکنیکی به اجرا در می آورد.

گفته شد که برجسته سازی در تلویزیون با محدودیت ها و موانعی روبه روست. بر اساس پژوهش هایی که در سال ۱۹۸۶ م. انجام شده است، تلویزیون، آگاهی عمومی از یک مسئله را هنگامی شکل می دهد که پوشش بسیار گسترده باشد. در واقع، باید حجم

با این حال، اگر تلویزیون بتواند در برجسته سازی موضوع نیز تا حدودی کارآمد باشد، در تنظیم امور (نسبت به هم و نسبت به هدف غایی)، آن هم در تنظیم دینی امور نمی تواند کاملاً موفق باشد. تلویزیون در این زمینه، توانایی ها و محدودیت هایی دارد که شناخت این توانایی ها و محدودیت ها، مأموریت اصلی این پدیده را در هماهنگی با دین به شایستگی تبیین می کند.

در واقع، امکانات تبلیغی در پیوند با هم می توانند در تنظیم امور و تبلیغ جنبه های مختلف دین موفق باشند. پس در این هماهنگی ها هر عنصری باید جایگاه و روابط خویش با عناصر دیگر را بشناسد. رسانه، امور انسانی را بازسازی می کند و مراحل این بازسازی، همان تجزیه و ترکیب است. تفاوت ایدئولوژی ها و اندیشه های مختلف در همین تجزیه و ترکیب ها نمایان می شود و امروز، رسانه ها ابزار ایدئولوژی و بلکه خود ایدئولوژی هستند.

تفکیک و تنظیم امور بر اساس اندیشه های وارداتی، مهم ترین عامل در رشد فهم سکولار از زندگی در ذهن مخاطبان رسانه هاست. این آسیب، متأسفانه دامن گیر رسانه ملی ایران نیز هست. هم اکنون از رسانه ملی، سریال ها و برنامه هایی پخش می شود که مذهبی و دینی هستند. در این برنامه ها که معمولاً در ماه رمضان و ایام محرم بیشتر پخش می شود، بازیگران تا حدی به امور دینی پای بند هستند. نمایش آداب و ظواهر دینی نیز در این سریال ها تا حدودی برجسته می شود و حضور کارشناسان روحانی و دینی در این دو برهه آن هم در برنامه های دینی چشم گیر است. با این حال، اگر برنامه به گروه اجتماعی مربوط باشد، دین در این گونه برنامه ها تشریفاتی می شود و روان شناس و کارشناس و هنرمند دعوت شده در این برنامه ها، بر اساس

ص: ۶۲

آموزه های غربی کارشناسی می کند و در سریال های گروه اجتماعی، جایی برای دین وجود ندارد. در بسیاری از آنها، شخصیت ها غذا می خورند، می خوابند، برمی خیزند، صحبت می کنند و روابط اجتماعی دارند، ولی سیمای یک انسان دین دار را ندارند؛ نه نمازی می گذارند و نه به امور دینی توجهی دارند. مهم تر اینکه همه موفقیت ها و شکست ها و فراز و فرودشان به هیچ وجه در نسبت با دین و دین داری تبیین نمی شود. اگر گفته می شود فضای عمومی سریال های تلویزیونی، سکولار است، بی گمان، به همین دلیل است؛ یعنی در جنبه مثبت فیلم که مخاطب با آن هم ذات پنداری می کند، سیمای زندگی دینی وجود ندارد. دوم اینکه هماهنگی با دین و باور به غیب در ماجرای سریال جایی ندارد. جز اینکه در گوشه ای از ماجرا، پیرزنی تسبیح به دست بنشیند و دعا کند و مانند آن.

ج) تکثر

اشاره

ج) تکثر

امیرمؤمنان علی علیه السلام می فرماید: «إِذَا إِزْدَهَمَ الْجَوَابُ، خَفِيَ الصَّوَابُ»^(۱) در روایتی دیگر نیز به جای «خفی»، «نفی»^(۲) و در روایتی نیز به جای «الصواب»، «الثواب»^(۳) آمده است. ترجمه این سه نقل از روایت علی علیه السلام چنین است که هرگاه پاسخ ها همانند و زیاد شود، پاسخ درست پنهان می ماند (یا حذف می شود).

در فهم تکثر رسانه ای و انفجار اطلاعاتی، با وجود بحث ها و نظرها و کتاب های فراوان، هیچ کلامی همچون کلام علی علیه السلام چنین باطن فضای متکثر فرهنگی، خبری و رسانه ای دنیای مدرن را بیان نمی کند. ابن ابی الحدید در شرح نهج البلاغه در تفسیر این

ص: ۶۳

۱- نهج البلاغه، حکمت ۲۴۳.

۲- عیون الحکم، ص ۱۳۴.

۳- بحار الانوار، ج ۱، چاپ بیروت، ص ۲۲۳.

حدیث می نویسد که اگر در مجلسی عمومی، فردی پرسشی مطرح کند و همه آنان با هم پاسخ دهند و همه به وجود آید، بی گمان، پاسخ درست در میان پاسخ ها گم می شود؛^(۱) یعنی پرسشگر نه تنها پاسخی نمی گیرد، بلکه گنج تر و پریشان تر می شود.

بی تردید، وضع بشر امروزی با دنیایی از پرسش ها و ابهام ها و حیرانی ها در مقابل سیل بنیان کن رسانه و تریبون ها، مصداقی از این بیان حکیمانه امیرالمؤمنین علی علیه السلام است. بشر امروزی (انسان مدرن) در رویارویی با موضوع ها و در پاسخ به نیازها و پرسش های اساسی اش، امکان تأمل درباره آنها و انصراف ارادی از آنها را دارد، ولی با توجه به موضوع ها و پرسش های متکثری که کاملاً با نیازهای کاذب در آمیخته و تفکیک آن برای عموم انسان ها ناممکن است (حتی گاه نیاز کاذب، حقیقی تر و واقعی تر از نیاز حقیقی جلوه می کند) و نیز پاسخ های پرشمار، هم زمان، رنگارنگ و پرحجم پیش رویش، به تدریج خلع سلاح (از اراده خود آگاهانه) می شود و بر اساس ناخود آگاه خود زندگی می کند. انسان ناخود آگاه اگرچه پرسش دارد، ولی «وضعیت» او چنان است که پاسخ دهی برای او منتفی است.

گاه پرسش می شود که غرب با این مظاهر توتالیتاری و میلیتاریستی و سودانگاری و بی رحمی و نظام اطلاعاتی که حتی مخالفانش را در سرزمین های دیگر راحت نمی گذارد، چگونه است که در درون خود منتقدانی دارد که آزادانه مانند نوام چامسکی حرف می زنند و مانند الیوراستون و مایکل مور فیلم می سازند و آزادانه می نویسند. در پاسخ به این گونه پرسش ها باید گفت آنها خط قرمزهایی دارند که مهم ترین این خط قرمزها اندیشه یهودیت و صهیونیسم است؛ چنان که در فرانسه، عبور روزه گارودی از این خط قرمز، وی را به محاکمه _ در به اصطلاح مهد آزادی _ کشاند. منتقدان غربی هرگز

ص: ۶۴

۱- شرح ابن ابی الحدید، بیروت، دارالاحیاء الکتب العربی، ۱۳۷۸، ص ۱۷۶.

اجازه ندارند به این موازین بی توجه باشند. البته شاید خود غرب در درون خود منتقدانی برای رهبری گروه‌ها و جریان‌های معترض می‌پروراند تا هنگام لزوم بتواند ابتکار عمل را در مهار توده‌ها در دست گیرد؛ چنان‌که در بعد نظری بسیاری معتقدند جریان پست مدرنیسم، به نوعی به دست گرفتن هدایت افکار نخبگان از سوی مدرن‌هاست یا دست کم نتیجه‌اش همین است.

اگرچه این پاسخ‌ها درستند، ولی آنچه غرب و به ویژه اتاق فکر رسانه‌های غربی را وا می‌دارد که انتقادات و مواضع منتقدان را در میان محصولات فراوان فرهنگی ارائه کنند، آن است که در ازدحام رسانه‌ای، حرف‌های درست گم می‌شود؛ یعنی خواهان به خواسته خویش نمی‌رسد و گوهر در میان سنگ ریزه‌ها گم می‌شود. برخی جامعه‌شناسان از این مسئله، با عنوان «رشد تراکم اطلاعاتی» یاد کرده‌اند. حتی برخی گفته‌اند مخاطب ارتباط جمعی، نه یک گیرنده، بلکه یک «قربانی» است.

اورین کِلپ _ جامعه‌شناس _ در توضیح شکاف روزافزونی که میان حجم اطلاعات و معنا رخ می‌دهد، معتقد است اطلاعات به کاهش «عدم اطمینانی» اشاره دارد که می‌توان آن را به طور جزئی اندازه‌گیری کرد؛ حال آنکه معنا به فهم اطلاعات در حد رسیدن به الگویی معنادار مربوط می‌شود. کِلپ برای روشن شدن مسئله، کیفی بزرگ را که قطعه‌های پازل از سوراخ آن پایین می‌افتد، مثال می‌زند و می‌گوید مخاطبان ارتباط جمعی مانند کسانی هستند که زیر قیف نشسته‌اند و می‌کشند قطعه‌های پازل را کنار هم بگذارند. البته این کار بسیار دشوار است؛ زیرا نه تنها قطعه‌ها سریع‌تر از توانایی چینش ما به پایین می‌افتند، بلکه حتی خیلی از آنها اساساً به معمایی که ما در حال کار با آن هستیم، مربوط نیستند. (۱)

در واقع، حرف کِلپ این است که در فضای رسانه‌ای موجود، مخاطب اطلاعاتی

ص: ۶۵

می گیرد، ولی آنها را نمی فهمد. هرچه فراوانی، سرعت و تراکم اطلاعات بالا می رود، بشر از «وحدت» و «هماهنگی» فاصله می گیرد و روح او نیز پاره پاره می شود.

یک _ نسبت سکولاریزاسیون و تکثر

یک _ نسبت سکولاریزاسیون و تکثر

لازمه باور داشتن «توحید» به عنوان اساسی ترین اصل دین، باورمندی به هماهنگی تمامی اجزا و ارکان جهان هستی در یک نظام سلسله مراتبی وحدانی است که در مقابل جریان سکولار قرار دارد. شاید بتوان از سویی، عرفی سازی و سکولاریزاسیون عالم و آدم و از سوی دیگر، توحید را دو کفه یک ترازو دانست که هرچه یکی از آنها بیشتر موجودیت داشته باشد، دیگری سهم بیشتری از عدم دارد؛ یعنی وجود یکی، نبود دیگری را در پی می آورد.

تکثر فرهنگی و بحث هایی همچون پلورالیسم و نسبییت معرفت و اخلاق، متأثر از کم رنگ شدن فرهنگ توحیدی است؛ زیرا بستری را آماده می کنند که مسیر آن آشکارا به سمت کانون لائسیته است.

شاید پرسیده شود که آیا امکان دارد رسانه در بخش محتوایی و حتی ساختاری بدون تنوع و تکثر باشد؛ زیرا در غیر این صورت، یکنواخت و ملال آور می شود. در پاسخ باید گفت:

۱. امروزه پدیده ای به وجود آمده است که لازمه اش نوعی از تکثر است که با دین داری نمی سازد. این مشکل دین داران نیست، بلکه مشکل طراحان این پدیده است. بنابراین، اگر تکثر و پراکنده گویی و نبود هماهنگی لازم از لوازم جدایی ناپذیر رسانه مدرن است، پس می توان نتیجه گرفت که از میان دین داری و نهاد رسانه تکنولوژیک، باید یکی را پذیرفت. اینجاست که بایستی به دور از محافظه کاری، پاسخ روشنی به تمامی پی آمدهای احتمالی بدهیم.

۲. هر تنوع و تکثری لزوماً نامطلوب نیست؛ حتی تکثر لازمه حیات مادی و معنوی انسان است. تکثری که ما از آن سخن می گوئیم، در واقع، تکثر «جهت هاست»، نه تکثر مصداق ها. از این رو، برنامه های بی شمار و شبکه های فراوان تلویزیونی و رادیویی و

مطبوعات بی شمار می توان داشت البته با حفظ جهت و جایگاه.

در مورد رسانه ها به دو نوع اساسی از تکثر منفی می توان اشاره کرد:

۱. تکثر جهت ها یا همان کثرت گرایی به معنای پلورالیستی که معتقد است هر جریان و مکتبی، بهره ای از حق و حقیقت دارد و هیچ دین و آیینی نمی تواند مدعی باشد که بر حق است و دیگران بر باطلند. در این نحله، معیاری وجود ندارد و حق و باطل معنای واقعی خود را از دست می دهند.

۲. تکثر به این معنا که تولیدات رسانه ای با چنان سرعت و حجم بالایی عرضه شوند که مخاطب توان هضم و تدبیر درباره آنها را نیابد. در واقع، وقتی تراکم اطلاعات بالا می رود، مخاطب خلع سلاح می شود. این سرعت بالا می تواند در رسانه، هم جنبه طولی و هم جنبه عرضی داشته باشد.

جنبه طولی سرعت رسانه ای به این معناست که مثلاً در برنامه ای یا در شبکه ای، پیام ها، مفاهیم، آیتم ها و تصاویر و گفتارها چنان با ضرباهنگ بالا عرضه شود که مخاطب هرگز نتواند بر رسانه و مفاهیم آن چیره باشد. سرعت بالای ضرباهنگ در بسیاری از فیلم های (به ویژه) امریکایی، اصولاً به این دلیل است تا موضوع چالش برانگیزی را در غفلت و ناتوانی مخاطب به ناخودآگاه او القا کنند.

در جنبه عرضی سرعت رسانه ای نیز فراوانی رسانه های گروهی و تکثر شبکه ها، سایت ها، ماهواره ها و روزنامه ها اهمیت جدی دارد. البته این نوع تکثر، منفی نیست و شاید از برخی جنبه ها مثبت نیز ارزیابی شود، ولی با وضع موجود رسانه ها، این مسئله جز سردرگمی و بی پاسخ گذاردن پرسش های حقیقی انسان امروز، نتیجه ای ندارد.

دو _ رسانه در جامعه دینی و مسئله تکثر

دو _ رسانه در جامعه دینی و مسئله تکثر

تکثر رسانه و نیز تکثر در رسانه در جامعه دینی باید در عین حال، یکپارچه باشد. در واقع، نگرش دینی مستلزم چنان نظام معرفتی است که کثرت را عین وحدت و در شعاع آن دریابد. البته آن نوع معرفت و شناختی که با وحدت جمع پذیر باشد، از نظر ماهوی با

تکثری که به صورت مطلق هست، تفاوت دارد.

مشکل رسانه های گروهی با این کار که مثلاً جهت برنامه ها را به صورت کلی با جهت الهی هماهنگ کنیم، حل نمی شود. این امر هرچند از زیان های آن می کاهد و بر جنبه های مفید آن می افزاید، باز هم نوعی از تکثر پنهان را در درون خود دارد و آن اینکه پیام، یکسان است و مخاطب، یکسان نیست. اگر بپذیریم که غذای روح آدمیان در امور جزئی با یکدیگر متفاوت است و نیز بپذیریم که رسانه در حد کلیات نمی ماند و وارد جزئیات روح آدمی می شود، باید گفت آنچه در رسانه ساخته و پرداخته می شود، با موقعیت معنوی و نیز مصلحت تکاملی انسان سازگاری ندارد. برای مثال، در کشور ما بسیاری از تولیدات تلویزیونی، به ویژه سریال ها و فیلم ها از مرتبه معنوی بسیاری از مردم پایین تر است. حتی اگر فرد مؤمن باشد و فیلم یا سریال یا هر برنامه دیگری نیز جنبه دینی داشته باشد، باز هم «جهت ها» یکسان نیست و این برنامه به عنوان یک ورودی نامطلوب و عامل کثرت نامفید و بلکه زیان بار شناخته می شود. ریزش ها و فترتی که در فرهنگ عمومی کشور ما به ویژه پس از جنگ پدید آمد، ناشی از همین شیب رسانه های منفی بود.

سه _ تکثیر (همسان سازی)

سه _ تکثیر (همسان سازی)

رسانه ها پیام های واحدی را برای مخاطبان متکثر پخش می کنند. از یک سو، این پدیده ها گنجایش هر نوع پیامی را ندارند. از سوی دیگر، رسانه جایگزین کلاس درس و دانشگاه و ابزار کار نیست، بلکه ما به ازایی برای «اوقات فراغت» است؛ اوقات فراغتی که بر اساس تعریف رایج آن، «اصالت» دارد و همه تلاش های بشر، در جهت تقویت و رسیدن به آن است. اوقات فراغتی که فراغت از «مسئولیت» و «خودآگاهی» است؛ خودآگاهی و مسئولیتی که شرط انسانیت است. در واقع، انسان امروزی و مدرن در اوقات فراغت خویش به نوعی از انسانیت می گریزد. همه این عوامل، در کنار منافع صاحبان سرمایه و رسانه سبب می شود فرهنگی واحد و در نتیجه روش ها و

شاخص‌هایی واحد بر جریان رسانه‌ای حاکم باشد. این، خود، سبب می‌شود حتی محتوا و روش‌های برنامه‌سازی هم در سراسر دنیا یکسان شود.

«دهکده جهانی» اگرچه در برگیرنده فراوانی‌ها و تنوع‌های بی‌شمار است، ولی ساختار و به‌ویژه کدخدایی واحد دارد یا دست‌کم می‌خواهد داشته باشد. جهانی‌سازی و امپریالیسم فرهنگی، ترجمان همین خواسته ذاتی نظام سرمایه‌داری است. دانیل سی‌هالین (۱) و پائولوماسین (۲) امریکایی‌کردن، جهانی‌کردن و سکولاریزه‌کردن را در یک پروسه و پروژه می‌دانند که همانا چیرگی سیستم‌های رسانه‌ای آمریکا بر دیگر کشورها و فرهنگ‌ها و از جمله اروپا است. از نظر آنها، همانندسازی درجه‌بالایی از هم‌گرا شدن رسانه‌های جهانی به سمت اشکالی است که نخستین بار در آمریکا ظهور یافته‌اند.

زمانی آمریکا در میان کشورهای صنعتی، تقریباً تنها کشور دارای سیستم پخش برنامه‌های تجاری بود، ولی اکنون پخش برنامه‌های تجاری، در حال تبدیل شدن به یک هنجار است. مبارزه‌های انتخاباتی، رسانه‌محور و فردی شده است و بهره‌گیری از مهارت‌های مشابه بازاریابی تولیدات مصرفی، به‌گونه‌اشابهی در عرصه سیاسی کشورهای اروپایی، به امری معمول تبدیل می‌شود. مفاهیم امریکایی «حرفه‌ای شدن ژورنالیستی» و آزادی مطبوعات که در رسانه‌های خصوصی ریشه دارد، در اوایل جنگ سرد به‌گونه موثری در قالب سیاست «نهضت مطبوعات آزاد» گسترش یافت و در سال‌های پایانی این دوره، از طریق نفوذ فرهنگی به شیوه‌های متفاوت، مانند آموزش حرفه‌ای، پژوهش‌های دانشگاهی در دانشگاه‌های آمریکا و مؤسسه‌های پژوهشی خصوصی و رسانه‌های فراگیر جهانی همچون هرالدتربون و سی‌ان‌ان و محصولات

ص: ۶۹

۱- Danidl C.Hallin

۲- Paolo Mancini

فرهنگی عمومی طنز (مثل فیلم «همه مردان رئیس جمهوری») این روند تقویت شد.

امروزه، مشاوران تبلیغاتی امریکایی در سراسر جهان فعال هستند. همچنین مؤسسه های امریکایی به شرکت های تلویزیونی در زمینه تولید اخبار، مشاوره می دهند. در فعالیت های نوین علمی، گرایشی هست که انواع نفوذ و استیلایی که نظریه امپریالیسم فرهنگی شناسایی کرده است، زیر عنوان گسترده تر و پیچیده تر «جهانی سازی» قرار گیرند. با این رویکرد، دیگر تنها یک کشور به سبب صدور و تحمیل گمانه های اجتماعی و فرهنگی خودش سرزنش نمی شود، بلکه در این رویکرد، به یک سری از روابط مرتبط و پیچیده در میان کشورهای مختلف و سیستم های ارتباطاتی آنها توجه می شود. در واقع، دلیل استفاده از اصطلاح «جهانی سازی» به عنوان جایگزین سیطره و امپریالیسم فرهنگی، آن است که در تجزیه و تحلیل مفهوم جهانی سازی، امکان درهم آمیختگی منابع بیرونی نفوذ (همچون روش های علمی) با روندهای داخلی دگرگونی های اجتماعی فراهم می شود. (۱)

ایجاد اتحادیه های بین المللی، بازارهای مشترک جهانی و نیز گسترش روش های سخت افزاری و جهت دار شدن توقع مخاطبان «عوام»، پیروزی سحرآمیزترین، جذاب ترین و پرشمارترین تولیدکننده رسانه ای دنیا؛ یعنی امریکا را در پی داشته است. اتحادیه اروپا در سال ۱۹۸۹ م. با ایجاد تلویزیون بدون «الزامات درون مرزی» درصدد ایجاد یک بازار مشترک پخش برنامه برآمد که لازمه اش همسان سازی رژیم های تنظیمی در سراسر این قاره بود. این مسئله، به همراه قانون اروپا سبب شد چندگانگی خط مشی های ارتباطی و الگوهای ارتباط میان رسانه ها و سیستم های سیاسی _ ملی از میان برود. پایان این تلاش، بین المللی کردن مالکیت رسانه ها و گسترش شرکت های

ص: ۷۰

۱- سیاحت غرب، دانیل سی هالین، پائولوماسین، «امریکای کردن، جهانی کردن و سکولاریزه کردن همسان شدن سیستم رسانه ای امریکا و اروپا»، ش ۱۱، سال دوم.

رسانه ای چند ملیتی است. (۱) همه این مسائل، بستری آماده برای رفع هرگونه محدودیتی است که به «بازار تجاری» آسیب می رساند. همچنین زمینه ای برای ورود کالای فرهنگی آمریکایی است. این بدان معناست که حتی روند سکولارسازی اروپا متوقف نشده و سیر قهقرایی و یکسان سازی فرهنگی آنجا را نیز دربر گرفته است؛ چه برسد به کشورهای شرقی و جهان سوم که به شدت در بعد رسانه ای منفعل تر از اروپاییان هستند.

از طرفی دیگر، درباره مفهوم اکثریت در فرهنگ غرب و عقلانیتی که این اکثریت بنا بر آن تصمیم می گیرد، باید گفت به باور دکارت، عقل آن چیزی است که میان همه انسان ها به یکسان تقسیم شده است. منظور او از عقل، همان عقل مادی و حسابگر است که انسان را با جوه حیوانی و حداقلی خویش پیوند می دهد. در واقع، تولیدات رسانه ای از نظر ماهیت رسانه و نیز ساختار ترکیبی مخاطبان، به عقل متعارف مادی و فهم عادی گرایش دارد. این یک جنبه از همسان سازی با محتوای «عرفی سازی» است. جنبه دیگر آن در جامعه رخ می دهد که کاهش جایگاه نهادهای اجتماعی و مدنی و مذهبی است. در واقع، نوع ارتباط رسانه با مخاطبان به واسطه رنگارنگی، آسان سازی ارتباط و اقناع و سرخوشی کاذبی که ایجاد می کند، سبب افول نهادهای اجتماعی و نیز تقویت فردگرایی می شود.

حال اگر بدانیم نهادهای اجتماعی که در پرتو رسانه های مدرن در وضعیت نامطلوبی هستند، همان مراجعی هستند که با جهت گیری متعهدانه به رشد مادی و معنوی انسان توجه دارند، فاجعه ای که انسان مدرن را تهدید می کند، آشکارتر می شود؛ یعنی نه تنها رسانه ها و به ویژه تلویزیون برای خود و مخاطبان فراوانش، عامل نوعی از عرفی سازی

ص: ۷۱

(همسان سازی) است، بلکه تهدیدی برای نهادهایی (مثل مسجدها، کانون های فرهنگی و کتاب خانه ها است که در جامعه به حفظ و رشد تفاوت های مثبت انسانی می پردازند.

امروزه در جامعه ایرانی، تجلی جلوه های مدرنیته و اخلاق غربی در دورترین روستاهای کشور، بیشتر به واسطه رسانه ملی است که برنامه سازی هایش بر اساس فرهنگ شهرنشینی در تهران است. ازاین رو، از بیننده شهرستانی و روستایی نمی توان انتظار داشت که برنامه های سطحی و غیرجذاب و کلیشه ای شبکه های استانی را ببیند؛ با توجه به اینکه همان شبکه های استانی نیز برای جذاب شدن، از شبکه های سراسری تأثیر می پذیرند و صد البته که شبکه های سراسری نیز از فرهنگ واحد رسانه های جهانی تأثیر پذیرفته اند.

ص: ۷۲

اشاره

فصل دوم: پست مدرنیسم دوره حاکمیت رسانه ها

زیر فصل ها

۱. مفهوم شناسی پست مدرنیسم

۲. پست مدرنیسم و رسانه

۳. هنر پست مدرن (هنر در عصر جدید)

۴. کیش های پسامدرن

۵. پساخرافه گرایی رسانه ای پست مدرنیته

۶. پست فمینیسم و نمایش رسانه ای

۷. دنیای مجازی و فضای سایبر

۱. مفهوم شناسی پست مدرنیسم

اشاره

۱. مفهوم شناسی پست مدرنیسم

مفاهیمی چون «پست مدرن»، «پست مدرنیسم» و «پست مدرنیته» حتی نزد کسانی همچون لیوتار، جنکز، استفن کاتر و دیگران که از بنیان گذاران و مفسران پست مدرن به شمار می روند، تعریف روشنی ندارد. اکبر احمد در این باره می نویسد:

تعاریفی که تاکنون درباره این پدیده ارائه شده اند، همانند خود آن دچار ابهام، چند پهلویی، گسستگی، کنایه، استعاره، ایجاز، ابهام و... هستند. در بهترین حالت می توان گفت پست مدرنیسم و پست مدرنیته اولاً فاقد هرگونه بیان روشنی هستند و ثانیاً خاستگاه آنها نامشخص است. آیا یک دوران تاریخی است (پست مدرنیته)، یک سبک امروزی و روزآمد است؟ آیا یک مفهوم فلسفی یا یک نگره معماری است؟ یک سبک هنری است و یا یک پدیده اجتماعی؟... (۱)

این پیچیدگی و ابهام در کنار دو عامل دیگر افزایش می یابد. یکی اینکه امروزه بسیاری از نویسندگان بجا یا نا بجا از این واژه استفاده می کنند و استادان رشته های گوناگون، بحث های خود را به نوعی به این واژه ها پیوند می دهند. فاجعه آمیزتر آن است که بخواهند مرزهای تاریخی را نیز درنوردند و برای آن عقبه تاریخی بسازند و بدین گونه بر دشواری های فهم

مفهوم پست مدرن و مشتق های آن بیفزایند. امبرتو اکو همین دغدغه

ص: ۷۳

۱- پست مدرنیته و پست مدرنیسم، تعاریف، نظریه ها و کاربردها، مجموعه مقالات، ترجمه: حسینعلی نوزری، تهران، نقش جهان، چ ۲، ۱۳۸۰، ص ۲۲۴.

را این گونه بیان می کند:

متأسفانه پست مدرن به صورت واژه ای همه فن حریف در آمده است. به باور من، این واژه امروزه در مورد هر چیزی که شخص استفاده کننده آن دوست دارد، به کار برده می شود یا [آن را] بر هر آنچه دلش بخواهد، اطلاق می کند. علاوه بر این، به نظر می رسد تلاش زیادی می شود تا این واژه را عطف به ماسبق سازند. ابتدا این واژه ظاهراً به نویسندگان یا هنرمندان خاصی اطلاق می شد که در دو دهه گذشته فعال بودند. سپس به تدریج به اوایل قرن اخیر برده شد. پس از آن، حتی بسیار دورتر از آن کشانده شد. این روند برگشتی و رو به عقب، همچنان ادامه دارد. به زودی شاهد خواهیم بود که مقوله پست مدرن حتی نویسندگان و شخصیت هایی چون هومر را نیز دربربگیرد.^(۱)

عامل دیگری که بر ابهام مفهوم پست مدرن می افزاید، ترجمه های نادرست، گرایش ها و تفسیرهایی است که گاه با ترکیبی از اندیشه های بومی ارائه می شود و تشخیص سره از ناسره را برای مخاطبان دشوار می سازد. حتی ترکیب لغوی پست مدرن نیز روشنی لازم را ندارد. «پست (Post)» گاهی به معنای «گسستن از»^(۲) یا «تداوم و استمرار اجزا و عناصر» یا به مثابه «دیالکتیک گسست و استمرار» به کار می رود. همچنین برای اشاره به «در تقابل با»^(۳) «متفاوتاز و متفاوت با»^(۴) و «در واکنش به»^(۵) به کار می رود. به طور خلاصه، می توان گفت «Post» در ترکیب «Post Modern»، ترکیب بی چون و چرایی ندارد.^(۶)

بدین ترتیب، افتادن در وادی تفاوت های تفسیری و نظرگاه های ناسازگاری که بنا بر ماهیت سیال و اقتضای پست مدرن است، راه به جایی نمی برد و بهتر است با نگاهی کلان تر، جهت اصلی پیدایی پست مدرن و مشتق های آن را بررسی کنیم.

ص: ۷۴

۱- همان، ص ۱۲۳.

۲- Break From.

۳- Opposition.

۴- Difference To And From.

۵- Response To.

۶- جان آره گینز و بوریمیز، سیاست پست مدرنیته، در آمدی بر فرهنگ و سیاست معاصر، منصور انصاری، تهران، گام نو،

۱۳۸۱، ص ۲۰.

با نگاهی به آثار اصلی پست مدرن ها به نظر می رسد از حیث کلی، پست مدرن، «واکنشی» در برابر واقعیت های دنیای مدرن است. وجود نارسایی، کاستی، تضاد و تعارض در آمال مدرن و واقعیت های دنیای متجدد، نوعی واکنش را در برابر دگرگونی ها و نا بسامانی های موجود برانگیخته است که چشم پوشی از جنبه های این رویکرد، پست مدرن یا پست مدرنیته یا پست مدرنیسم خوانده می شوند.

رابرت آودی با اشاره به جنبه فلسفی آن می نویسد:

پست مدرن به مجموعه پیچیده ای از واکنش هایی مربوط می شود که در قبال فلسفه مدرن و پیش فرض های (۱) آن صورت گرفته اند؛ بدون آنکه در اصول عقاید اساسی، کمترین توافقی بین آنها وجود داشته باشد. فلسفه پست مدرن [اگر برای آن فلسفه ای قائل باشیم]، اساساً به معارضه با شالوده گرایی، (۲) ماهیت گرایی (۳) و رئالیسم برخاسته است. (۴)

از این رو، فلسفه پست مدرن از دیدگاه آوی، خوشه ای پیچیده شامل این عناصر است: ضد معرفت شناختی، ضد ماهیت گرایی، ضد واقع گرایی، مخالفت با برهان ها و رویکردهای استعلایی، نفی تصویر موجود از شناخت به مثابه بازنمایی دقیق، نفی نظریه توصیف های کلی و نفی های دیگری که بر پیکره فلسفه مدرن وارد می کند. (۵)

استیون کانر برای تبیین این واکنش، به جنبه های اجتماعی، سیاسی و اقتصادی پست مدرن اشاره می کند و معتقد است که پست مدرنیته بیانگر سقوط یا دگرگونی تند و

ص: ۷۵

۱- Preassumptions.

۲- یا ساختار گرایی **Foundationalism** به معنای اعتقاد و تلاش برای دست یازیدن به معنایی واحد بر اساس تأویل گرایی مدرن.

۳- Essentialism.

۴- پست مدرنیته و پست مدرنیسم، ص ۲۹.

۵- البته به اعتقاد نگارنده غربی، امروزه فرهنگ و تمدن آنچنان است که اگر فیلسوفان امروز و صدوپنجاه ساله اخیر غرب همه یک جا تصمیم بگیرند که سهروردی بخوانند و تمام مبانی فکری گذشته را باطل اعلام کنند، تأثیری در حوزه تمدنی غرب رخ نمی دهد. غرب مدرن، فلسفه و حتی علم اندیشه و عقل را برای کسب قدرت می خواست و اکنون که این درخت مشکوک ثمر داده است تکنولوژی و وجوه تمدنی، حتی کندن درخت از ریشه (های فلسفی اش) تغییری ایجاد نخواهد کرد.

رادیكال در شیوه های مدرنیته سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی است که از میانه قرن نوزدهم تا میانه قرن بیستم در بیشتر کشورهای صنعتی غرب، وجه غالب و مسلط را دارا بود.

جرمی هاوثرن^(۱) نیز به جنبه هنری و ادبی پست مدرن می پردازد و کاربردهای مختلف واژه پست مدرنیسم را از جنبه تفاوت ها با سبک ها و نگرش های مدرنیستی، این گونه بیان می کند:^(۲)

۱. اشاره به ادبیات و هنر غیررئالیستی و غیرسنتی دوران پس از جنگ جهانی دوم؛

۲. اشاره به هنر و ادبیاتی که برخی از ویژگی های معین مدرنیستی را به مرحله افراط می رسانند.

ویژگی های مدرنیستی در هنر که در پست مدرنیسم به افراطی ترین شکل می رسد، به قرار زیر است:

۱. نفی بازنمایی؛

۲. نفی رایحه هنری؛

۳. نفی هماهنگی میان اجزای اثر هنری، چونان یک کل اندام وار؛

۴. نفی شخصیت، بن مایه یا طرح اصلی (Plot)؛

۵. نفی همراهی و همکاری با خواننده و در عوض، مقابله با خواننده و آزرده وی؛

۶. نفی خود معنا و اعتقاد به اینکه هرگونه تلاش برای درک و شناخت جهان، امری پوچ، بی ارزش و بی فایده است.^(۳)

ص: ۷۶

۱- Jeremy Hawthorn

۲- همان.

۳- پست مدرن، پست مدرنیته و پست مدرنیسم. شاید برای خواننده محترم این پرسش پیش آید که چرا در مطالب گذشته در توضیح مفهوم پست مدرن از عنوان جداگانه استفاده شد. این واژه ها چه تفاوتی با هم دارند. شاخصه های پست مدرن، پست مدرنیته و پست مدرنیسم چیست؟ پست مدرنیسم بیشتر به سبک های ادبی و جنبه هنری و انتزاعی با آن ویژگی هایی که بیان شد اشاره دارد که در طول نیمه دوم قرن بیستم ظهور یافته اند. به نظر می رسد جنبه سلبی و نقادانه پست مدرنیسم، از پست مدرنیته و پست مدرن کمتر و رقیق تر است. پست مدرنیته نیز بیشتر به جنبه های سیاسی، اجتماعی و اقتصادی نظر دارد و حوزه های مختلف تمدنی را بررسی می کند و پست مدرن به اندیشه های نظری و رویکردهای فلسفی در نقد مدرنیته می پردازد. البته این تفکیک واژه ای، معمولاً نادیده گرفته می شود و بیشتر از همان واژه پست مدرنیسم یاد می کنند. حتی آن چنان که استیون کانر بیان می کند، این مشتق ها هر کدام کاربردی از کاربردهای واژه پست مدرنیسم هستند. ما نیز در این نوشتار

تأکیدی بر این تفکیک نداریم و بیشتر از پست مدرنیسم استفاده می کنیم.

به باور اکبر احمد، هرگونه اقدام برای درک عصر پست مدرنیسم مستلزم چند پیش شرط اساسی است:

۱. زیر سؤال بردن پروژه مدرنیته و ناباوری یا ایمان نداشتن به آن؛

۲. روحیه کثرت گرایی و پلورالیسم؛

۳. شک و تردید عمیق برای هرگونه راست کیشی سنتی؛

۴. نفی نگرش به جهان به مثابه کلیتی به هم پیوسته، منسجم و همه شمول؛

۵. نفی انتظار هرگونه راه حل های نهایی و پاسخ های قطعی. (۱)

به طور خلاصه، نخستین ویژگی پست مدرنیسم، واکنشی است که در برابر مدرنیته و مدرنیسم به شکلی نقادانه، معترض و تخریبگر از خود نشان می دهد. محور و بستر این اعتراض ها و نقدها و ساختار شکنی ها، توقع هایی است که در چند سده گذشته برای بشر به وجود آمده است. درست زمانی که تکنولوژی به بلوغ خود نزدیک می شد، وقوع جنگ های جهانی، بحران شدید زیست محیطی، بیماری های نوظهور، بحران معنا و معنویت و هویت، افسردگی، بحران های اجتماعی و تضادهای طبقاتی و نژادی و تولید سلاح های نامتعارف

ص: ۷۷

۱- پست مدرنیته و پست مدرنیسم، ص ۲۳۲.

چنان ضربه ای بر پیکر این باورها و توقع ها وارد کرد که حوزه های اجتماعی، فلسفی و هنری را یک باره با بحران اساسی روبه رو ساخت.

لیوتار که شارح پست مدرن شناخته می شود، تقریباً همین توقع ها و کلی نگرایی های اتوپایی را محور اندیشه های خود قرار داده است. چنان که بیان خواهد شد، وی به جای اینکه اساس مدرنیته و تفکر مدرن را زیر سؤال ببرد، توقع های بشر و به تعبیر خودش، فرا روایت ها را بازخواست می کند.

آنتونی گیدنز نیز نابسامانی های مدرنیته را به بحرانی که در برابر عملی نشدن توقع ها و انتظارات (با وجود برنامه ریزی های کامل و نبود خطای انسانی) وجود دارد، برمی گرداند و می نویسد:

خطاهای طراحی و خطاهای اجراکننده، مهم ترین عناصر به بارآورنده خصلت ناموزون مدرنیسم نیستند. مهم ترین عوامل دخیل در این قضیه، همان هایی اند که پیش از این با عنوان پی آمدهای ناخواسته و بازاندیشی یا گردش دانش اجتماعی [می شناختیم]... هرچقدر هم یک نظام، خوب طراحی شده باشد و هرچقدر اجراکنندگان کارآمد باشند، پی آمدهای کار بست و کارکرد آن در زمینه های عملکرد نظام های دیگر و فعالیت عام بشری را نمی توان کاملاً پیش بینی کرد.^(۱)

این ویژگی پیش بینی ناپذیری، به ویژه در نبود خطای طراحی و خطای اجرا، به شکست طرح اتوپایی اشاره دارد که برای بشر جدید تصور شده بود.

از همین جا می توان یکی از تفاوت های اساسی مدرنیته و پست مدرنیته را دریافت و گفت مدرنیته از فلسفه و اندیشه و تغییر جهان بینی بشر آغاز شد و به حوزه تمدنی و سیستم های اجتماعی رسید، در حالی که پست مدرن اگرچه در حوزه اندیشه و فلسفه نیز گفته هایی دارد، خاستگاهش اجتماع و مسائل اقتصادی و دیگر مسائل تمدنی (یعنی ملموس ترین مسائل انسانی) بوده است.

ص: ۷۸

ویژگی دیگر اندیشه پست مدرن آن است که انتقادهای، اعتراض ها و واکنش هایی که به مدرنیته و مدرنیسم وجود دارد، درون _ مدرن است.

در واقع، پست مدرنیسم از حوزه مدرنیسم خارج نمی شود. اینکه برای مثال، ذهنیت گرایی دکارتی در پست مدرن نفی می شود، ملاک خروج از اصل مدرن بودن نیست. اگر مبانی اندیشه تجدد را اومانیزم و سکولاریسم (با گرایش کسب قدرت) بدانیم، خواهیم دید پست مدرنیسم نه تنها مدرن است، بلکه می توان گفت تشدید ویژگی های مدرن نیز هست.

«خود بنیادی» یکی از واژه های روشنی است که می تواند نقطه اتصال مدرن و پست مدرن را به خوبی بیان کند. در مدرنیته، خود بنیادی مدرن تشدید می شود و هیولای نفی مدرن با این ویژگی، در برخی از ویژگی های غیراصولی مدرن تردید می کند. شاید بتوان بسیاری از جنبه های پست مدرنیسم را بر اساس حرکت از «من قاعده مند» مدرن به سمت «من بی قاعده» پست مدرن تفسیر کرد. پس کلیت پست مدرن را می توان نوعی «واکنش مدرن» نامید و پست مدرن چیزی بیش از این نیست. برخی پست مدرن ها چنان به چهره پردازی پست مدرنیسم پرداخته اند که وانمود می کنند دوره جدید، دوره کاهش تضادها و جنگ ها و دوره صلح و مداراست.

با این توضیح، در ادامه با اشاره به کاربردهای مختلف واژه پست مدرنیسم با این حوزه فکری بیشتر آشنا می شویم و نیز «واکنش مدرن» را در آنها بازخوانی کنیم.

الف) کاربردهای واژه پست مدرنیسم ۱

الف) کاربردهای واژه پست مدرنیسم (۱)

۱. نخستین کاربرد اصطلاح پست مدرن را می توان به فدریکو داونایس در سال ۱۹۳۴ م. نسبت داد. او از پست مدرن به معنای جریان ضد مدرنیستی در برخی اشعار امریکای

ص: ۷۹

۱- برگرفته از کتاب سیاست پست مدرنیته، درآمدی بر فرهنگ و سیاست معاصر، صص ۲۵ _ ۲۹.

لاتینی و اسپانیایی بین سال های ۱۹۰۵ و ۱۹۱۴ م. استفاده می کرد.

۲. در میانه همین دوران و در سال ۱۹۳۹ م. آرنولد توین بی آن را به مثابه دوره ای تاریخی به کار برد. پست مدرن از نظر او، عصر پیروزی جامعه توده ای پس از سال ۱۹۱۴ م. بود. کاربرد پست مدرن به مثابه یک دوره تاریخی، در سال ۱۹۵۹ م. با رایت میلز و در متن کلاسیک او در تحلیل جامعه شناختی از آن بازیابی شد.

۳. سومین کاربرد را به طور هم زمان برنارد اسمیت (۱۹۴۵ م.) و جوزف هانت (۱۹۴۵ م.) وضع کردند. این کاربرد بیشتر به معنای واکنش رئالیستی به زیبایی شناسی انتزاعی مدرنیستی و سبک های معماری است. این برداشت از اصطلاح پست مدرن در حوزه های نقد و تحلیل ادبی کاربرد گسترده ای یافته است.

۴. کاربرد فلسفی از پست مدرن بر مبنای «هیچ انگاری» فرهنگ غربی قرن بیستم و به ویژه نیمه دوم این قرن است. در این معنا، پست مدرنیسم و هیچ انگاری به هم نزدیک می شوند.

۵. برنارد ایندیکس در سال ۱۹۳۹ م. از این اصطلاح به چیزی مانند بلا یاد کرد و آن را در اشاره به ناتوانی سکولاریسم در ایجاد جانشینی قابل قبول برای مذهب به کار برد.

۶. در دهه ۱۹۷۰ م. و در علوم اجتماعی، کاربرد دیگری از اصطلاح پست مدرنیسم برای اشاره به اندیشه های پساساختارگرایان در فرانسه و ضدبنیادگرایان در امریکا به کار رفت. بر این اساس، زمان، معرفت، اخلاق و زیبایی شناسی، بنیادها و شالوده های مطلق ندارند و حقیقت، نسبی و مشروط و بی معیار است. چندپارگی و پلورالیسم و قیاس ناپذیری در اصول معرفت و فرهنگ، متعلق به همین تلقی پست مدرنیستی است.

۷. این مفهوم در علوم اجتماعی از جمله در اندیشه های نئومارکسیست ها نیز بیشتر به جنبه روبنایی سرمایه داری بی سازمان متأخر و به جنبه فرهنگی آن اشاره دارد.

۸. همچنین به فرآیندهایی گفته می شود که بر مبنای آنها عوامل فرهنگی مانند مصرف گرایی در سطح اجتماعی تأثیر می گذارند. این کاربرد بر مبنای فروپاشی مرزهای

میان فرهنگی و فرهنگ نخبگان و فرهنگ برتر شکل گرفته است.

(ب) ویژگی های نظری پست مدرنیسم

(ب) ویژگی های نظری پست مدرنیسم

برخی شاخص های نظری این جریان به قرار زیر است: (۱)

۱. انتقاد از نظام های سرمایه داری و سوسیالیسم بوروکراتیک (به ویژه در آرای هربرت مارکوزه)؛

۲. انتقاد از مبانی فلسفی اندیشه غربی و بینش تکنیکی حاکم بر عصر جدید (به ویژه در آرای هایدگر)؛

۳. افشای ماهیت سیطره جویانه عقل دکارتی (سوژکتیویته و ذهنیت گرایی افراطی) و علم جدید (به ویژه در آرای فوکو و هایدگر)؛

۴. انتقاد از تمرکزگرایی فرهنگی تفکر مدرن و باورمندی به محترم شمردن فرهنگ ها و تمدن های پیش از مدرن یا غیر مدرن؛ همچنین درس آموزی از آنها و باور داشتن به نوعی تکثر فرهنگی و مخالفت با «صنعت فرهنگی» و «فرهنگ توده ای» (به ویژه در آرای آدورنو و هورکهایمر به عنوان بنیان مکتب فرانکفورت)؛

۵. ایجاد زمینه برای گذر از ساحت اندیشه راسیونالیستی و تکنیکی مدرن به سوی اندیشه معنوی در برخی جنبه ها (مانند آرای هایدگر)؛

۶. بازیابی نسبی مقام صور شهودی و اشراقی معرفت که به صورت نوعی گرایش به شرق و آیین های شرقی، به ویژه بودیسم، هندو، ویشنو و شینتو ظهور یافته است و در

ص: ۸۱

۱- نک: شهریار زرشناس، مدرنیته، آزادی، پسا مدرنیسم، فرهنگ سرای اندیشه، چ ۱، ۱۳۷۸، صص ۶۰ و ۶۱. برای آگاهی بیشتر نک: ایگتون تری، خاستگاه مدرنیست ها؛ محمد مددپور، خودآگاهی تاریخی؛ بارنزویکو، تاریخ اندیشه اجتماعی؛ الکساندر کویره، دکارت و

۷. انتقاد شدید از مبادی تجربی و تکنیکی علم جدید و افشای اعتباری بودن تصویر ترسیم شده از جهان در دانش های جدید؛

۸. چیرگی نوعی یأس انگاری اضطراب آلود از آینده مدرنیته و انتقاد شدید از باورمندی به اصل ترقی عصر روشن گری.

چنان که پیش تر اشاره شد، حوزه پست مدرنیسم ناشفاف تر از آن است که بتوان با شاخص هایی معین، آن را بازشناسی کرد. آنچه گذشت، تنها جنبه هایی برای خروج از این ابهام و نزدیک شدن به شناخت پست مدرنیسم، آن هم در بُعد نظری است.

ج) پست مدرن؛ دوره یا وضعیتی جدید

ج) پست مدرن؛ دوره یا وضعیتی جدید

امروزه بحث ها درباره پست مدرنیسم، پیکره پیچیده و در هم تنیده ای از اندیشه هایی است که در اواخر دهه ۱۹۶۰ م. آشکارا سر برآورد. فرانسه، مهد پیدایش و تکامل اندیشه های پست مدرن است و اندیشه ورزان این جریان، مانند: فوکو، دریدا، لیوتار، بودریار، لاکان، دلوز و گاتاری، فرانسوی بودند. پست مدرنیسم و اندیشه های پست مدرن به دلیل وجود بسترهایی که پیش تر نیز به آنان اشاره شد، گسترش چشم گیری یافت. این وضعیت بیشتر به همان واکنش عمومی برمی گردد که در مقابل بت متزلزل مدرن در همه جای جهان گسترش یافته بود. بشر در پی گریزگاهی می گشت تا از بحران روزافزون مدرنیته بیرون شود. از سوی دیگر، زبان این واکنش که با حقیقت و گفتمان های اصلی مدرنیته متناسب بود، سبب شد به زودی در سراسر اروپا، امریکا و در میان دانشگاهیان، رسانه ها و به ویژه هنرها، واژه «پست مدرن» به کار رود و هر کسی از ظن خود یار آن شود.

در میان بحث های مربوط به پست مدرنیسم، این پرسش ریشه ای وجود دارد که آیا پست مدرنیسم، دوره ای تاریخی است که در امتداد مدرنیسم آمده است یا وضعیت جدیدی است که در درون مدرنیته ایجاد شده است یا اینکه گونه سومی در این زمینه

به باور بسیاری، پست مدرنیسم، دوره و مرحله جدیدی در تاریخ به شمار می رود. حتی کسی همچون چالز جنکز معتقد است برای آغاز دوره پست مدرنیسم و گذار از مدرنیته، تاریخ معینی هم وجود دارد. «درست در ساعت سه و سی و دو دقیقه بعد از ظهر روز پانزدهم ژوئیه ۱۹۷۲ م. با مرگ ناگهانی عصر مدرن در معماری، پست مدرنیسم در معماری پا به عرصه وجود گذاشت». اعضای این گروه فراوانند و بنای عقیده عموم نیز بر همین اساس قرار دارد؛ زیرا بسیار شنیده ایم که مردم برای اثبات برخی گفته هایشان می گویند: «بشر دیگر از دوره مدرنیسم گذشته و وارد عصر پست مدرنیسم شده است».

با اندک تأملی می توان فهمید پست مدرنیسم نه تنها دوره ای تاریخی نیست، بلکه در کل حتی دوره تشدید جنبه های مدرنیته نیز نیست. آنچه بیشتر از همه خودنمایی می کند این است که پست مدرنیسم، شرایطی از مدرنیته است که به ظهور، تعمیق و تحمل ناپذیر شدن بحران های مدرنیته نظر دارد. استینار کوال می نویسد:

هنوز در این خصوص، بحث های فراوانی وجود دارد که آیا پست مدرنیته، گسست از مدرنیته شمرده می شود یا تداوم و استمرار آن است. نویسندگان پست مدرن ترجیح می دهند تاریخ را به گونه ای بنویسند که آرا و عقاید آنان، بی اندازه تازه و جدید به نظر برسد... (۱).

به نظر نگارنده، کوال در ادامه این مقدمه اصلی ترین دلیل را بر رد نظر «دوره تاریخی بودن» پست مدرن بیان می کند:

پست مدرن، بیانگر یک نظریه نظام مند، یا فلسفه ای جامع و فراگیر نیست [که مبانی ایجاد یک تمدن را تشریح کند و به همه پرسش ها پاسخ دهد]. اساساً قائل [و متعهد] به نظریه مدون و فلسفه کلی یا جامع نیست، بلکه برعکس به دریافت ها، تشخیص ها، شناخت ها، تعبیرها، تفسیرها و برداشت های متفاوت و متنوع از

فرهنگ رایج و ترسیم‌نمایی از کثرت پدیده‌های مرتبط به هم عقیده دارد. (۱)

هر تمدنی بر مبنای فرهنگی پدید می‌آید که آن فرهنگ، نخست خود را به اثبات رسانیده است و مطلق می‌کند. دوم اینکه در ابطال و نفی همه اندیشه‌های موازی می‌کوشد. سوم آنکه با یک سازوکار منطقی در ایجاد ساختاری یک پارچه و سازگار، برای پاسخ‌گویی به انواع نیازهای بشری تلاش می‌کند. تمدن مدرن به همین شکل پا گرفت؛ حال آنکه پست مدرنیسم هرگز خود را متعهد و باورمند معرفی نمی‌کند. پست مدرن نمی‌گوید آمده‌ام تا بنای جدیدی بر پا کنم. از این رو، هیچ ابزار و مصالحی برای ساخت بنا به همراه ندارم، ولی آمده‌ام تخریب کنم (البته با قدرت تخریبی محدود). از این رو، در حمله‌های خود تنها پیکر فرتوت فلسفه مدرن و استدلال‌های جهان‌شمول قرن هفده و هجدهمی را نابود می‌کند. شاید بتوان گفت اندیشه‌های پست مدرن در برخی موارد و در برخی جنبه‌ها می‌تواند به صورت اندیشه آماده‌گرای نقش‌کنند، ولی هرگز نمی‌تواند انسان را از دایره زندگی مدرن بیرون ببرد و دوره‌ای جدید را با همه ویژگی‌ها و نیازمندی‌هایش برپا کند.

تمدن مدرن محقق شده است (۲) و به تعبیر آنتونی گیدنز، دیگر جلوی مدرنیته را با اندیشه‌های پست مدرن نمی‌توان گرفت. بشر دیگر قدرت انتخاب ندارد. پست مدرن از ساحت اندیشه و برداشت‌ها فراتر نمی‌رود.

روزگاری، فرهنگی بود که نتیجه آن، تکنولوژی و تمدن تکنیکی شد، ولی اکنون این تکنولوژی است که به پیش می‌رود و بشر را در پی خود می‌کشاند. این کشانده شدن نیز تعلیقی برای بشر ایجاد کرده و چه در ادبیات و شعر و چه در سینما، بازتابی گسترده یافته است. فیلم دیوار که مانیفست گروه پینک فلوید به شمار می‌رود، نمونه‌ای

ص: ۸۴

۱- همان.

۲- پی آمدهای مدرنیته، صص ۲۰۲ و ۲۰۳.

گویاست. افزون بر این، آثاری مانند سه گانه ترومن شو، ماتریکس، سری بیگانه و صدها فیلم دیگر، نگرانی و وحشت انسان مدرن متأخر را از رویایی با ماشین که خود ساخته است و اکنون مستقل از انسان حرکت می کند، باز می نمایند.

عبارت جالبی از ژاک الو، همین معنا را بیان می کند. او می گوید: «تکنولوژی هرگز به سوی چیزی پیشرفت نمی کند؛ زیرا از پشت به آن فشار وارد می شود».^(۱) این بدین معناست که دیگر عنصر هدایت گری پیش روی تکنولوژی قرار ندارد و فرمان این ماشین سرکش از دست علم و فلسفه خارج شده است. حقیقت آن است که در دوره های مختلف تاریخی، به دلیل گستردگی و سادگی ابزار زندگی و کمی سیستم های اداره جامعه جنبه های تمدنی، شرایطی وجود داشت که فاصله اندیشه و عمل را نزدیک می کرد و اندیشه اندیشمندان و نظر نظریه پردازان تمدنی، به زودی در عرصه عمل تحول می آفرید، ولی آنچه برخی اندیشمندان غربی و شرقی با عنوان «پایان دوره فلسفه در غرب» بیان کرده اند، به این معناست که بر اساس فلسفه و اندیشه غربی، تمدنی بنا نهاده شد و سامانه های پیچیده ای شکل گرفت که این ماشین تمدنی به تدریج از بستر فلسفی خویش اعلام استقلال کرد.

به تعبیر دکتر علی شریعتی، ماشین در پی استقلال از انسان، به پیش رفت و اکنون شرایطی شکل گرفته است که نه تنها فلسفه و فرهنگ، مقدرات تکنولوژی را تعیین نمی کنند، بلکه این تکنولوژی است که مسیر فرهنگی و عرصه های ذهنی و عینی انسان ها را ایجاد می کند و به هم مرتبط می سازد. روزگار ما به تعبیر نیل پستمن، عصر تکنوپولی (تسلیم فرهنگ به تکنولوژی) است. بشر امروز دیگر نمی داند تکنولوژی، او را به کدامین سو می برد و آینده اش چگونه خواهد بود. این گونه بیان در بسیاری از آثار

ص: ۸۵

پست مدرن هم دیده می شود.

اگر پست مدرن، دوره جدید تاریخی نیست، پس چیست؟ پاسخ برگرفته از اندیشه های فرانسوا لیوتار، اندیشمند فرانسوی، آن است که پست مدرن یک «وضعیت جدید» در تجدد است. او وضعیت پست مدرن را جلوه ای از تجدد می داند. «اینک تنها اثری را می توان مدرن دانست که پست مدرن باشد. پست مدرنیسم نه پایان و فرجام مدرنیسم، بلکه مدرنیسم در شکل آغازین آن است»^(۱).

لیوتار که از اندیشمندانی همچون مارکس، فروید، لاکان، نیچه، هایدگر و... تأثیر پذیرفته است، در کتابی با عنوان وضعیت پست مدرن، مفهوم پست مدرن را روشن گر حوزه های فلسفه و جامعه شناسی معرفی کرد. به باور لیوتار، عناصر مشروعیت بخش برای علم که علم را به مثابه منجی یا در اندیشه هگلی، به مثابه نظام کلی دانش بشری معرفی می کرد، دیگر نابود شده اند. لیوتار در این کتاب، دوره مدرن (از اواخر قرن هجدهم) را تحت قدرت سلسله ای از «فرا روایت ها»ی جهانی ساز و کلیت بخش در فلسفه و سیاست معرفی می کند. لیوتار مشکل دوره مدرن را همین اسطوره سازی ها و وعده هایی می داند که به بشر داده شده است؛ توجیه هایی که همه فرهنگ ها را در مقابل فرهنگ مدرن، پست و پلشت معرفی می کند و یک تعریف جهانی و مطلق برای بشر ارائه می دهد. در واقع، لیوتار، تعهدهایی را که مدرنیته در مقابل نوع بشر به عهده گرفته و عموم انسان ها را در ساخت تمدن مدرن به تحریک واداشته است، موجب پیدایش وضعیتی می داند که پست مدرن می نامد.

به باور لیوتار، بدبختی مدرنیته و تنزل آن، به فرا روایت ها یا به تعبیر بهتر، مواضع تعهدزا و بده کاری های مدرنیته برمی گردد. وضعیت پست مدرن در اندیشه لیوتار، مرحله ای از تجدد است که در آن باید فرا روایت ها و بده کاری ها (بهشتی که قرار بود

ص: ۸۶

برای بشر ساخته شود) را با چیز دیگری در ذهن بشر جایگزین کرد یا به طور کلی از ذهن بشر پاک ساخت و چنان کرد که بشر فراموش کند یا خود را به فراموشی بزند یا اینکه بپذیرد که همین است و بس.

۲. پست مدرنیسم و رسانه

اشاره

۲. پست مدرنیسم و رسانه

زیر فصل ها

الف) کلیات

ب) کارکردهای پست مدرنیستی رسانه ها

الف) کلیات

الف) کلیات

پست مدرنیسم و فضای پست مدرن چنان با رسانه ها پیوند دارد که اگر پست مدرنیسم را به حاکمیت رسانه ها تعبیر کنیم، چندان بی راهه نرفته ایم. هنر، ذهنیت، تخیل، اتوپیا، ضد اتوپیا، ادبیات، کولاژ، اسطوره سازی، طنز، سرخوشی هیچ انگارانه، بازی زبانی، نگرستن به ماورا، ناخودآگاهی، شعر تخیلی و ده ها کلیدواژه به کار رفته در ادبیات پست مدرن، چنان حوزه رسانه ها را نشانه رفته اند که جدایی این دو از هم بسیار دشوار می نماید. اندیشمندی مانند اکبر احمد که بیشتر به حوزه سیاسی و اجتماعی پست مدرنیسم نظر می کند و در آغاز و انجام سخن و مثال هایش همواره به رسانه ها اشاره دارد، همچنین لیوتار که به مباحث نظری پست مدرن می پردازد و کلامش همواره به حوزه ادبیات و ذهن و روایت و فرا روایت اشاره می کند و در قلمرو کارکردی رسانه ها جای می گیرند، هر دو از پیوند این دو حوزه خبر می دهند.

دلیل این امر نیز آن است که هدف رسانه، ذهن بشر است و پست مدرنیسم نیز چنان که پیش تر بیان شد، به دلیل ناتوانی در مقابل واقعیت های مدرن و ناتوانی در تغییر وضع موجود، به وادی ذهنیت گرایی فرومی افتد و اثرگذارترین ابزار ذهنیت پرداز بشری، یعنی رسانه ها و به ویژه سینما و تلویزیون را حوزه فعالیت خویش قرار می دهد.

به نظر می رسد چون فاصله اندیشه تا عمل بشر در مدرنیته و با محوریت تغییر وضع موجود طولانی شده است، به فضای سایبر (مجازی) می گراید تا از عمل در این فضای کاذب، خواست های فطری و غریزی خود را تا حد امکان برآورده کند. از همین

جاست که محور ارتباطی پست مدرنیسم و عالم مجازی و فرآورده‌هایی همچون خانواده مجازی، اجتماع‌های مجازی، دولت مجازی، دوست مجازی، کلوپ مجازی، مسافرت مجازی، شغل مجازی و... شکل می‌گیرد و به تدریج، انسان را از واقعیت‌های زندگی جدا می‌کند و به ورطه غفلت می‌کشاند.

دُمینیک استریناتی درباره رابطه سینما و پست مدرنیسم می‌نویسد:

مباحثات پست مدرنیستی به وضوح ناظر به هنرهای تصویری و بصری و بدیهی‌ترین فیلم‌هایی است که در آنها جست‌وجو برای نشانه‌های پست مدرنیسم بر سبک، ظواهر، نماهای دیدنی، چشم‌اندازها، تأثیرها و جلوه‌های ویژه و تصاویر یا ایماژها تأکید دارد. البته به بهای نادیده گرفتن محتوا، ماهیت، جوهر یا ذات، روایت یا داستان و تفسیر یا شرح اجتماعی. (۱)

این مسئله، بیان دیگری است بر فرو افتادن در دنیای مجازی ساخته شده از آجرهای ایماژ و تصاویر و وصله پینه کردن جلوه‌ها و ذهنیت‌های تصویر شده و دور شدن از عرصه واقعیت‌های اجتماعی. استریناتی سپس با اشاره به آثاری از سینما، فیلم‌هایی را که به عمد از واقع‌گرایی دوری می‌ورزند و به کیفیت‌های سطحی و امور صوری و پیش‌پاافتاده محدود می‌شوند، عامل ایجاد رویکرد همگانی در سینما به سمت افول و قهقرا معرفی می‌کند. فیلم‌های اسپیلبرگ مانند سه گانه ایندیانا جونز و پارک ژوراسیک و سری فیلم‌های بازگشت به آینده، نمایشگر پاره‌ای از عناصر پست مدرنیسم هستند. ترکیب تخیلی بودن، طنز بودن، اکشن و فرو ریختن نظم طبیعی زمان و مکان از ویژگی این فیلم‌هاست. یکی از نمونه‌های برجسته این به هم ریختگی در ساختار و معنا در فیلم مشهور و پست مدرن پلیس تیزهوش و بی‌باک (محصول ۱۹۸۲ م.) دیده می‌شود. در این فیلم که درباره لوس آنجلس سال‌های آغازین قرن بیست و یکم است، سبک‌های

ص: ۸۸

۱- گروهی از نویسندگان، پست مدرنیته و پست مدرنیسم تعاریف نظریه‌ها و کاربردها، حسینعلی نوذری، تهران، نقش جهان، چ ۲، ۱۳۸۰، ص ۵۵۰.

معماری دوره های مختلف تاریخی را در کنار ساختمان هایی می بینیم که بیانگر ویژگی های آسمان خراش های معاصر و در عین حال، نگاه همه جانبه به معبدهای عهد باستان است. زبان تکلم در خیابان نیز از نوعی خاص است. فیلم به گونه ای گمراه کننده بیانگر حضور هم زمان در سه زمان گذشته، حال و آینده است. ژانر فیلم نیز در هم آمیخته است و به سیاق رایج نیست. (۱)

از این دست آثار، در سینمای غرب و به ویژه هالیوود فراوان می توان دید. فیلم شهر تاریک نیز از آثاری است که افزون بر اینکه اصالت یافتن ذهن آدمی را در دنیای پست مدرن می نمایاند، به هم ریختگی ساختاری و زمانی و مکانی را نیز در خود دارد. در این فیلم، اربابان حاکم بر این ناکجا آباد بریده از زمان و مکان عادی (شهر تاریک، سرزمین کوچک و مسطحی است که در فضا شناور است و روی هیچ سیاره ای قرار ندارد) برای حفظ منافع خویش، حافظه مردمان را همواره تغییر می دهند. این تغییر که با دو اهرم تغییر سریع فضای زندگی انسان ها همچون ساختمان ها و نیز تغییر حافظه مردمان با تزریق آمپولی در سر آنها هم زمان است، با مرور تصویرها و ترکیب آنها در ذهن انسان ها نمایش داده می شود. در واقع، تصویر در این دنیا به جای واقعیت می نشیند و عنصر هویت بخش می شود؛ یعنی تفاوت میان تصویر و واقعیت از میان می رود.

این واقعیت پست مدرن، این امکان را پدید می آورد که با ترکیب این واقعیت های مجازی، نوع جدیدی از واقعیت و نوع خاصی از روابط به وجود آید. استنیار کوال، ویژگی شاخص پست مدرن به ویژه در عرصه هنر را همین درهم آمیختگی و امتزاج هنر کولاژ (Collage) می داند:

ص: ۸۹

ویژگی شاخص هنر پست مدرن تاکید بر کلیشه، تقلید هزل آمیز از سبک های مختلف و اختلاط و امتزاج رنگ های مختلف [کولاژ] است. هنر در دنیای پست مدرن [و نیز آثار رسانه ای به عکس مدرنیسم] نه متعلق به چارچوب ارجاعی و معیار داوری خاصی است و نه به پروژه یا اتوپایی خاصی تعلق دارد. کثرت چشم اندازها به تجزیه و پراکندگی تجربه می انجامد و کولاژ به صورت اصلی ترین تکنیک هنری عصر ما درمی آید. سبک های متعلق به دوران ها و فرهنگ های مختلف، در کنار هم قرار گرفته و با هم ترکیب و مونتاژ می شوند. (۱)

در بسیاری از فیلم های مربوط به این دوره، آثار معماری گذشتگان و برخی تکنولوژی های پیشرفته آیندگان و لباس های قرون وسطایی، فضای شبه اروپایی پس از انقلاب صنعتی در کنار هم قرار می گیرند.

اگر کارکرد پست مدرن در حوزه فلسفه، نفی مبانی فلسفی دوره مدرن بوده است، در حوزه ادبیات و رسانه و هنر، به احضار همه آثار تمامی دوران ها و ترکیب خودبنیادانه و بی معیار آنها و نه انکار آنها می پردازد؛ یعنی همان چیزی که استریناتی از آن با عنوان «نوستالژی قهقرایی» یاد می کند. در واقع، ادبیات و رسانه در دوره پست مدرن در پی انکار نیست؛ زیرا با این انکار و نفی، بشر به تأمل و رنج خودآگاهی می رسد، بلکه در پی اقناع و استغراق همه انواع ذهنیت های متکثر و روزافزونی است که در دوره مدرنیته به وجود آمدند. از این رو، بدون ارجاع به اندیشه و معیاری خاص، به آفرینش اثر می پردازد.

در این عرصه، حتی سنت هم نفی نمی شود و البته پرستش نیز نمی شود. معمولاً در حوزه ادبیات، ژمان نام گل سرخ اثر امبرتو اکو مطرح است که پر از نقل قول ها و استنادهای پنهان و ناپیدای برگرفته از متن های مختلف و اشاره ها و تلمیح های فراوان به متون دیگر است. این همه، واکنشی در برابر عقلانیت و ذهنیت گرایی مدرن است که طرحی واحد را دنبال می کرد.

ص: ۹۰

«واقعیت» و «تصویر» در بررسی تلویزیون و در حوزه نظریه های مدرن، همواره به عنوان دو عنصر متضاد که با یکدیگر در حال کشاکش هستند، موضوع بحث قرار می گیرند، ولی در گفتمان پست مدرنیسم، این دو مفهوم، پایگاه هستی شناسانه متفاوتی ندارند؛ یعنی میان تصویر و واقعیت، تفاوتی نیست.

در مدرنیسم، اصل تمایز و تفاوت و مقایسه عناصر مختلف، شناخت و تولید معنا را معین می کرد، در حالی که در پست مدرنیسم، ترکیب مداوم، انفجار از درون و فروریختگی سبب پیدایش و استخراج معانی می شود. اگر در مدرنیسم، حس کردن تصویر به تفاوتی وابسته بود که از مرجع آن تصویر می شناختیم، در پست مدرنیسم، درهم آمیختگی مداوم تصویر با مرجعش، شناخت جدید را به وجود می آورد. بنابراین، صورت خیالی، هم مجرد است و هم واقعیت اصیل. هم تصویر و هم مرجع تصویر است.

بدین ترتیب، شناخت واقعیت اصیل از تصویر و صورت خیالی، امری بی معنا خواهد شد. جان فیسک در مقاله «تلویزیون و پست مدرنیسم» با آوردن مثالی در توضیح این مطلب می نویسد:

وقتی مارگارت تاچر جلو دوربین لبخند می زند یا دست تکان می دهد، تکه ای از واقعیت خود را نمایش می دهد. در واقع، تصویرهای او، زندگی واقعی اش نیستند. تصویر تلویزیونی او را پیش از آرایش چهره و موها نمی بینیم. او را چنان که زندگی می کند، نمی بینیم. در واقع، ما تجربه واقعی و دقیقی از او نخواهیم داشت. از سوی دیگر، لبخند، آرایش و تفسیر او از رخدادها بدون دوربین و وجود تماشاگران بی معنا بود. پس لبخند و تفسیر او با رخدادهای اجتماعی و ابزارهای گیرنده تلویزیونی هم زمان است. در این هم زمانی، هیچ برتری از نظر هستی شناسی میان این پدیده ها نیست. هر یک از واقعیت های فوق با نبود واقعیت های دیگر به طور هم زمان همراه است. بنابراین، وقتی کسی به تاچر رأی می دهد، به یک زن واقعی رأی می دهد که تصویرهایش در سراسر کشور انگلستان بازتولید شده است. به بیان دیگر، آنها آرایشی هستند که به تصویری اعطا شده است و میزان درستی این تصویر را می توان با یک شخص واقعی (تاچر) آزمایش کرد. پس تاچر چه در یک صفحه تلویزیونی تجربه شده باشد و چه در یک انجمن سخنرانی کرده باشد، صورتی خیالی است. این صورت خیالی، غیرواقعی نیست؛ چون او در واقع نیز می تواند سخنرانی ها و اعمال سیاسی را اجرا کند. صورت خیالی، تکذیب کننده واقعیت نیست، بلکه در مرز میان تصویر و واقعیت قرار دارد. قدرت سیاسی تاچر همان قدرت

تصویری اوست. به اجرا در آمدن این قدرت نیز مستلزم رساندن آن پیام به توده مردم است. (۱)

آنچه در مورد درهم آمیختگی تصویر و واقعیت و نبود معیار، از سخن جان فیسک بر می آید، به روشنی در فیلم باشگاه مشت زنی اثر دیوید فینچر ظهور دارد. شاید هیچ فیلم یا اثر ادبی در غرب به اندازه این فیلم، این جنبه از پست مدرن را رو نکرده باشد. فیلم در مورد جوانی است که در کمال روزمرگی و افسردگی، در دنیای ماشین زده به سر می برد. پس از مدتی، شخصیت سرکشی وارد زندگی او می شود و وی را به دنیای ساختارشکنی و هنجارشکنی می برد. در پایان فیلم، این جوان درمی یابد آن شخصیت وجود خارجی نداشته است و در واقع، ناخودآگاه او یا به عبارتی صورتی وهمی بوده است که نه تنها برای او منشأ اثر بوده، بلکه نقش فرماندهی او را نیز ایفا کرده است. هر رسانه ای در پست مدرن نیز به همین ترتیب و چونان واقعیتی محض، بلکه برتر و بیشتر از آن، منشأ اثر می شود.

ایدئولوژی «بدون ایدئولوژی بودن» و نداشتن «واقعیت» (به معنای گذشته)، در فرهنگ پست مدرن به معنای از دست رفتن کلیت و عنصر هماهنگ کننده و پیدایش جزئیات به هم پیوسته یا به هم چسبیده در تجربه و تصویر است. به باور جان فیسک، فرهنگ پست مدرن، فرهنگی است شامل قطعه ها و جزئیات مختلفی که این اجزا در مجموعه های به هم پیوسته ثابتی بدون نظارت اصول خارجی (ایدئولوژی و عنصر کلی نگر هماهنگ کننده) ترکیب خود را می یابند.

امروزه مسئله «دنیاهای»، موضوع بسیاری از فیلم ها و آثار رسانه ای دیگر از جمله ادبیات است. این امر، نمونه برجسته ای از درهم آمیختگی و از دست رفتن شیرازه زمان و مکان و کنار هم قرار گرفتن عناصری است که در واقعیت ناممکن است.

فیلم طبقه سیزدهم، نمادی از نسبت رسانه ها و دنیای پست مدرن است. ابزار الکترونیک

ص: ۹۲

در این فیلم، انسان را به دنیایی دیگر در زمان و مکان و مناسباتی دیگر می برد. همین تم در فیلم ماتریکس رخ می دهد. فیلم هری پاتر، شکل دیگرگونه ای از تداخل دنیاهاى مختلف در کنار هم را نمایش می دهد. تمامی این گونه آثار رسانه ای، آن بخش از محصول پست مدرن هستند که موضوعشان «پست مدرنیته» است. البته بخش اندکی از موضوع ها و محتوای دنیای پست مدرن و رسانه ای جدید، به این امر اختصاص می یابد.

اینکه تلویزیون با برنامه های خود، انبوه اطلاعات و تصویرها و ایماژها و احساسات را به صورت ترکیب و کولاژ از اجزای پراکنده و گوناگون گرد هم آورده و بر اساس آن، برنامه های مختلف خود را بر پایه درهم آمیختگی تکنیک ها و شبیه سازی ها تولید می کند، به این معناست که دنیایی که در آن به سر می بریم، دنیای پست مدرن افسار گسیخته است؛ دنیای حاکمیت مجازها و اثرگذاری سطحی ترین جلوه ها که البته به شکلی جادوگرانه، انسان را تسخیر کرده اند.

اکبر احمد در کتاب پست مدرنیسم و اسلام می نویسد:

من معتقدم در حالی که جامعه شناسان و فیلسوفانی مانند گلنر و گیدنز و لیوتار و بودریار در اروپا می کوشند تا عصر پست مدرن را که ما در آن به سر می بریم، تعریف و تبیین کنند، ولی چهره های موجود در رسانه های عمومی مانند مدونا و رشدی در زندگی خود، آن را برای میلیون ها نفر تجسم عینی می بخشند. ما از راه نظریه پردازی های گروه نخست و چهره های عمومی گروه دوم، به عصر پست مدرن آگاهی یافته و چیزهای زیادی درباره آن فرامی گیریم. (اگرچه ممکن است این دو جریان از اطلاق عنوان پست مدرن به خود بسیار بیزار باشند؛ همان گونه که رشدی در مصاحبه ای نشان داد).^(۱)

اکبر احمد هشت ویژگی اساسی برای پست مدرنیسم قائل است. وی دومین ویژگی را انطباق پست مدرنیسم با عصر رسانه ها می داند. (البته هفت ویژگی دیگر نیز مستقیم یا غیرمستقیم در برنامه سازی، تنظیم امور و به طور کلی روح رسانه ها کاملاً مؤثرند). به باور او،

ص: ۹۳

پست مدرنیسم در هم زیستی و انطباق با عصر رسانه هاست. رسانه ها، در بسیاری جنبه ها، پویایی محوری، روح زمانه و ویژگی تعیین کننده، پست مدرنیسم به شمار می روند. رسانه ها به گونه ای پیوسته و بدون وقفه و با روش های مختلف موجب سرگرمی، آموزش، تربیت و حتی انحراف ما می شوند. (۱) اکبر احمد، هربرت مارشال مک لوهان را آغازگر هشدارهای جدی و توجه به حضور همه جانبه و قدرتمندانه رسانه ها می داند؛ مک لوهانی که در آغاز کتاب برای درک رسانه ها می نویسد:

امروز پس از گذشت بیش از یک قرن از تکنولوژی الکتریکی، شبکه ها و سیستم مرکزی عصبی خود را در سطح عرضه ای جهانی گسترش داده ایم و تا آنجایی که به سیاره ما، یعنی زمین مربوط می شد، مکان و زمان را از میان برداشته ایم. (۲)

اکبر احمد در جایی دیگر می نویسد:

امروز ماهیت و تأثیر رسانه ها به عنوان جریانی اساسی برای درک قدرت و سلطه در سطحی گسترده پذیرفته شده است. تصاویر تلویزیونی همان اندازه می توانند برای یک کشور تهدید کننده باشند که ناوگان عظیم تسلیحاتی که به محاصره آن پرداخته اند یا هجوم بمباران موشک هایی که بر سر آن می ریزند. کشتار دانشجویان در میدان تیان من پکن از طریق ماهواره ها به آنتن های تلویزیونی و از آنجا به تلویزیون ها در خانه های تمامی جهانیان در اقصی نقاط کره زمین منتقل گردید و بازتاب آن نیز منفور شدن حکومت چین بود. (۳)

تحلیل گران و نظریه پردازان بسیاری به فراوانی رسانه ها و کثرت گفتمان ها یا به عبارت دیگر، به ماهیت چندرسانه ای و چند گفتمانی پست مدرنیسم به عنوان ویژگی های شاخص و نفوذ کننده در پست مدرنیسم اشاره کرده اند. بی تردید می توان سینما، تلویزیون، اینترنت، ماهواره و تلویزیون های تعاملی را تجلی پست مدرنیسم دانست.

با توجه به آنچه گذشت، می توان به دو مطلب اساسی در حوزه ارتباط رسانه ها و

ص: ۹۴

۱- همان، ص ۲۳۴.

۲- همان.

۳- همان، صص ۲۳۴ و ۲۳۵.

الف) کارکردهای پست مدرنیستی رسانه ها در اصلی ترین مصداق های آن؛

ب) نظریه های ارتباطات و فراگردهای ارتباطی در فضای پست مدرنیستی.

ب) کارکردهای پست مدرنیستی رسانه ها

اشاره

ب) کارکردهای پست مدرنیستی رسانه ها

کارکردهای پست مدرنیستی رسانه ها فراوان است و ما در این مجال اندک، تنها به سه کارکرد پست مدرنیستی رسانه ها اشاره می کنیم:

یک _ خلق دنیای ذهنی؛ منطقی وهمی و باز آفرینی پارادایم ها

یک _ خلق دنیای ذهنی؛ منطقی وهمی و باز آفرینی پارادایم ها

زیستن در دنیای مجازی، تنها اثری در کنار دیگر آثار و مسئله ای در کنار دیگر مسائل زندگی پدید نمی آورد، بلکه کلیت زندگی و حتی فهم انسان را تغییر می دهد. منظور از فهم، روال طبیعی ادراک است که در وضعیت پست مدرن از مجرای واقعی و طبیعی خود خارج می شود و سبک و سیاقی خاص می یابد. این دگرگونی فهم و ادراک پست مدرن و مجازی، حتی متفاوت از آن تحول انگیزی است که مک لوهان بر آن پای می فشارد. مک لوهان نسبت خاصی را که رسانه در مقابل مخاطب می یابد و جایگاهی را که در زندگی او دارد و نسبتی را که با جنبه های وجودی او برقرار می کند، عامل تحول فهم انسان می داند.

در واقع، مک لوهان آن چنان که خود می گوید، به محتوای رسانه اهمیتی نمی دهد و اثرگذاری رسانه را از ناحیه ماهیت تکنولوژیک رسانه می داند. این در حالی است که نگاه دقیق تری هست و آن اینکه اثرگذاری رسانه و تحول آفرینی آن هم از ناحیه ماهیت و جایگاه رسانه و هم از طریق محتوای آن رخ می دهد. باید گفت دنیای مجازی با همه فراگیری و اثرگذاری اش از این دو طریق ناشی می شود.

تنفس در دنیای مجازی به واسطه گسترش تکنولوژی رسانه ها، موجودیت زیستن را به خود مبتلا می کند. اشتباه است اگر گمان شود تفاوت این تکنولوژی ها با گذشته، تنها

در سرعت و کیفیت تبادل سیگنال ها و داده هاست. پدیده رسانه مدرن تا آنجا تحول آفرین است که اندیشمندانی همچون دیوید رایزمن، تمدن ها را به سه دسته سنت راهبر، درون راهبر و دگراهر تقسیم می کنند و ملاک این تقسیم بندی را نوع ارتباطات رسانه ای می دانند. همچنین آنها را به ترتیب، پیرو فرهنگ های شفاهی، مکتوب و صوتی - تصویری توصیف می کنند. مک لوهان نیز تمدن شفاهی، کهکشان گوتنبرگ (مخترع چاپ و آغازگر تمدن مکتوب) و کهکشان مارکنی (مخترع بی سیم و رادیو و آغازگر عصر ارتباطات نوین و تکنولوژیک) را دوره های مختلف تاریخی می شمارد.

رسانه ها تحول آفرین هستند، ولی به چه دلیل اختراع برادران لومیر (سینما) و ترکیب آن با اختراع مارکنی (رادیو) که بسیار ساده تر از اختراع هایی همچون ماشین و دستگاه های دیگر بود، چنان شعاع اثرگذاری پیدا کرد که دگرگونی های فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و حتی حوزه های تمدنی را به شدت تحت تأثیر خود قرار داد؟

مارک پاستر در کتاب عصر دوم رسانه ها می نویسد:

مسئله در این نوآوری های فنی، صرفاً «کار آیی» افزون شده تبادل نیست که راه های جدیدی را برای سودآوری افزایش یافته در کار و تولید و عرصه های جدید برای مصرف و گذران اوقات فراغت مهیا می کند. آنچه در این نوآوری ها مطرح است، دگرگونی گسترده و دامنه دار فرهنگ و روش ساخته شدن هویت هاست. (۱)

پس سر و کار رسانه با هویت است؛ با ذهن، فهم، آگزیتم ها، پارادایم ها، تصورها و تصویرسازی ها؛ یعنی با دگرگونی در آنهاست که اخلاق، رفتار و اندیشه انسان دگرگونی می پذیرد.

در اینجا، تنها به دو پدیده از میان آثار رسانه ها که در فرهنگ پست مدرن برجستگی دارد، اشاره می کنیم؛ نخست اثر ساختاری رسانه (فارغ از نوع محتوا) و دوم، اثری

ص: ۹۶

محتوایی است که با باز آفرینی پست مدرن مفاهیم دینی و فرجام شناسانه، جهت دیگر حرکت بشر را ترسیم می کند.

اثر ساختاری رسانه این گونه است که قرار گرفتن در دنیای مجازی و استفاده دایمی از رسانه های فراگیر، به تدریج انسان را از داشتن رویکرد اقتضایی باز می دارد. با این توضیح که اگر عمل و اندیشه و ادراک انسان در حالت طبیعی بر اساس زمان و مکان، حالت ها و دیگر اقتضاها تنظیم می شد، در فرهنگ رسانه ای شده پست مدرن، این عوامل حساس تخریب می شوند و مخاطب منفعل رسانه های همه جایی و همه وقتی، دیگر ادراک به معنای واقعی را از دست می دهد.

ریچارد استیورس در مقاله «تنهای تنها در دنیای جدید» می نویسد:

تلویزیون، در روند و تأثیر کلی خود، زمان واقعه را از بین می برد. [به همین دلیل،] شخص با بُعدی از مخاطب مواجه می شود که نامشخص است؛ زمانی نامتناهی برای توصیف یک واقعه. تلویزیون برخی واقعیات را به ما توضیح می دهد، اما شیوه عمل به گونه ای است که نهایتاً چیزی از آن دستگیرمان نمی شود و فرد هرچه به تماشای تلویزیون می نشیند، در عین اینکه به آن علاقه مند می شود، ولی زندگی نیز برای او معنا و مفهوم خود را از دست می دهد... مشخصه بارز انسان ها همان گونه که کی یرکه گارد بیان می کند، همانا پیش بینی هایی است که انسان نسبت به آینده دارد؛ چه در غیر این صورت، گذشته معنا و مفهومی پیدا نمی کند. تصاویر تلویزیونی، نه مفهومی از گذشته دارند و نه درکی از آینده و در حقیقت، زمان حال را به صورتی پایدار و ابدی خلق می کنند.^(۱)

همچنین والتر بنجامین درباره نفی فهم اقتضایی در رسانه های پست مدرنی می نویسد:

وقتی یک کار یا اثر هنری از بافت و متن اصلی تاریخی و فرهنگی خود جدا می شود و به صورتی مصنوعی و با تکیه بر تکنولوژی در جایی دیگر و برای استفاده های تلویزیونی باز تولید می شود، در حقیقت، بسیاری از

ص: ۹۷

۱- نک: WWW.Bashgah.net، ریچارد استیورس، مقاله «تنهای تنها در دنیای جدید»، ترجمه: خسرو محتشم، ۱۵/۱۱/۸۲. البته رسانه ها کلام کی یرکه گارد را به خوبی می دانند، به ویژه در دوره فقر محتوایی که در آن زیست می کنیم. به همین دلیل، هم گذشته می سازند و هم به ویژه آینده.

معانی و مفاهیم نهفته در خود را از دست می دهد. رسانه های دیداری و به ویژه تلویزیون وانمود می کنند که وجودشان برای شرح حقایق است و این موضوع را به ویژه در برنامه های خبری، بیانیه ها، تاک شوها و شوهای تفریحی و سرگرم کننده، به گونه ای اغراق آمیز عرضه می کنند. در واقع، این عمل با خروج واقعیت خارجی از جایگاه فرهنگی و موقعیت آن به نوعی بازسازی می شود. حقیقت تا زمانی که آن را زنده نگه می داریم، باقی است، ولی رسانه های دیداری با پاک کردن همین معانی، در ترکیبی دوباره، حقیقت را مانند یک صحنه منطقی متشکل از تصویرهای گوناگون بازسازی می کنند، ولی این بازسازی با ابزاری است که توانایی بازسازی درصد کمی از آن حقیقت تحقق یافته را داراست. نتیجه، حذف نود درصدی حقایق است. وانگهی آن مقدار درصد ارائه شده نیز باید از مجرای ماهوی رسانه بگذرد؛ رسانه ای تکنولوژیک و دیداری که اقتضاهای خود را دارد. (۱)

ریچارد استیورس پس از شرح مفهوم زدایی و ادراک زدایی طبیعی رسانه ها به نکته بسیار مهمی توجه می دهد و به دست کاری رسانه ها در هویت انسان ها اشاره می کند. سپس می پرسد:

آیا این شکلی از استبداد نیست؟ فردگرایی مدرن [که در نتیجه انزوای انسان غرق شده در رسانه هاست] بر پایه استبداد غیرسیاسی استوار است... انزوای روانی افراد، پیش شرط استبداد غیرسیاسی است. ضعف روانی، تلاقی شخصیت و بی هویتی افراد، آسان ترین راهکار برای متمرکز کردن قدرت دولت و اعمال بوروکراسی و فن آوری محسوب می شود. اگر اینها ابزاری در دست رسانه ها نباشند، فردگرایی نوین [پست مدرن] ناکارآمد جلوه خواهد کرد. قدرت زیبا و ظریف رسانه های جمعی قادر است به طور معجزه آسایی، ضعف را به جای قوت در مصرف کننده القا نماید و فروپاشی شخصیت و مصرف گرایی و بی هویتی او را آزادی قلمداد کند. رسانه های جمعی در واقع، استبداد را در چهره انسانی و مهربان و دل سوز به ما تحمیل می کند. (۲)

نکته دوم درباره یکی از جریان های محتوایی در رسانه های نوین، یعنی مسئله آخرالزمان و منجی آخرالزمانی است. بررسی موضوع «منجی» (۳) بدونفهم و بررسی مفهوم «آخرالزمان»، بیهوده است. از این رو، در ادامه به بررسی این موضوع می پردازیم، البته نه

ص: ۹۸

۱- به نقل از: جان فیسک، تلویزیون و پست مدرنیسم، www.Bashgah.net

۲- همان.

۳- Apocalypse

در فرهنگ شیعی، بلکه در فرهنگی که آخرالزمان را به گونه ای دیگر فهم می کنند و بی تردید، به منجی خاص خود می رسند. پس فهم مفهوم آخرالزمان بر شناخت منجی مقدم است. نیچه، مفهوم «آبر انسان» خود را که با منجی آخرالزمانی مطرح شده در غرب امروز بسیار شبیه است، با جمله «روح مسیح در کالبد قیصر روم» توصیف می کرد. چند دهه پس از مرگ نیچه که بسیاری او را طلایه دار اندیشه «پست مدرن» می دانند، کپی برداری های فراوانی از مفهوم آبر انسان او شد و به ذهن بحران زده و در جست وجوی رهایی انسان مدرن تزریق شد تا روح آنها به مدد این مسیح زره پوش تحت ویندوز! پالایش شود.

همان گونه که کی یر که گارد می گفت، ویژگی انسان ها، پیش بینی هایی است که درباره آینده دارند. مسئله آینده از شاه کلیدهایی است که بر همه جنبه های زندگی انسان اثرگذار است؛ زیرا انسان ها وضعیت امروز خود را با تصور از آینده تعریف می کنند. هر تمدن و هر دوره تاریخی با نگاه به آینده خویش تعریف شده است. حتی می توان تمدن ها و دوره ها را با شاخصه اندیشه اتوپیایی خاص هر دوره متمایز کرد. یونان را با اتوپیای افلاطونی، قرون وسطا را با شهر خدای آگوستین، رنسانس و دوره مدرن را با اتوپیا های توماس مور، کامپانلا و بیکن و شاید دوره پست مدرن را (اگر بگوییم پست مدرن در قالب دوره زمانی متفاوتی تحقق می یابد) با آخرالزمان پست مدرن.

از اواخر دهه نود میلادی، رشد سریع تولیدات آخرالزمانی از سوی اربابان یهودی رسانه های غربی و به ویژه هالیوود، اراده جدی اربابان دنیای جدید را برای آفرینش مدلی از آینده آشکار کرد. بی شک، ظهور انقلاب اسلامی ایران، فروپاشی شوروی، زوال قدرت امریکا و رویکرد نوع بشر به معنویت و معنا و نیز ناامیدی از الگوهای مدرن و نگرانی هایی که بشر امروز بدان دچار آمده است، دلایل اساسی این تولیدهای رسانه ای برای دستگاه رؤیاسازی غرب (هالیوود) بود.

باور به آخرالزمان چنان در میان اقوام و مذاهب پذیرفته شده است که راهی جز اعتراف

به فطری بودن آن باقی نمی گذارد. از سوی دیگر، بشری که قصد توبه و بازگشت به فطرت خویش را دارد، شکفت نیست که به آخرالزمان توجه ویژه کند. پدیده ای که کارل گوستاو یونگ نیز با طرح «ضمیر ناخودآگاه مشترک» و «کهن الگو» به نوعی دیگر، همین مفهوم را تأیید می کنند. (۱)

آخرالزمان را می توان در سه برهه و حول محور منجی دید. برهه اول، دوره پیش از ظهور منجی و دوره فتنه ها و آشوب ها و تردیدها و به عبارتی، دوره عسرت یا به تعبیر هندوها دوره «کالی یوگا» است. این دوره، دوره ابتلائی انسان و سلسله فتنه هاست. برهه دوم، عصر ظهور منجی و دوره نبرد خیر و شر (حق و باطل) است. مرحله سوم نیز دوران پس از پیروزی حق بر باطل است.

نکته مهم اینکه در تمام ادیان الهی و بسیاری از اسطوره های کهن اقوام و ملت ها، یک رویارویی بزرگ میان ضدمنجی یا به اصطلاح «آنتاگونیست» با منجی جهان (۲) و یاران او رخ خواهد داد. یاران ضدمنجی با همه ظلمت ها و نیروهای اهریمنی، پیرو او خواهند بود و یاران منجی نیز هم پای او.

در این میان، امروزه پروژه آینده سازی بر عهده هالیوود است. آنان که با این دستگاه ذهنیت ساز امریکایی آشنا نیستند، نیک می دانند که هالیوود، ساده ترین مفاهیم را به پیچیده ترین شکل ممکن بیان می کند. البته نوع این پیچیدگی برای ایجاد دشواری در فهم، محصول رسانه نیست، بلکه این کار به منظور تجزیه و تفکیک و سوژه یابی های

ص: ۱۰۰

۱- کارل گوستاو یونگ، روان پزشک سوئیسی و بنیان گذار روان شناسی تحلیلی، روان انسان را به سه بخش اصلی تقسیم می کند: ۱. ایگو یا ذهن خودآگاه؛ ۲. ناخودآگاه؛ ۳. آرشی تایپ یا ضمیر جمعی مشترک. وی ضمیر یا ناخودآگاه جمعی را روان موروثی یا دانشی می داند که انسان با آن به دنیا می آید، ولی با این حال، هرگز به طور مستقیم از آن آگاه نیست، ولی بر ویژگی های رفتاری اش، به ویژه بر رفتارهای عاطفی اش تأثیرهای زیادی دارد. او از آن، با عنوان کهن الگو یا تصورات اساطیری نیز یاد می کند.

۲- Sarior.

گوناگون و ایجاد زمینه برای اقناع کامل مخاطب است.

مفاهیم آخرالزمانی هالیوود در دسته بندی های مختلفی بیان می شود. موارد زیر از آن جمله اند: آخرالزمان هستی شناختی (یا طبیعی)؛ آخرالزمان تکنولوژیک؛ آخرالزمان فانتری (آخرالزمان در فضاها و نیروهای ناشناخته و رمز گونه)؛ آخرالزمان دینی و آخرالزمان اسطوره ای.

در آخرالزمان طبیعی، طبیعت رام مسخر در دست انسان، به دلیل اسراف مدرن و سلطه طلبی های شیطانی انسان جدید از نظم طبیعی خود خارج می شود و سرپیچی انسان مدرن را با شورش علیه انسان پاسخ می دهد. رخدادهایی همچون گردباد، سیل، زلزله، آتش فشان و به ویژه برخورد شهاب سنگ های عظیم با کره زمین، این شرایط را توصیف می کنند. هر کدام از این رخدادها، دست مایه بسیاری از آثار سینمایی دو دهه اخیر بوده است. فیلم هایی همچون برخورد عمیق از نوع سوم اثر استیون اسپیلبرگ، آرماگدون، قله دانته، دنیای آبی و...، آخرالزمان را از نظرگاه طبیعی بررسی می کنند.

نخستین دلیل روی آوردن دستگاه رسانه ای غرب به عنوان شاخک های حس گر تمدن جدید به این آثار، آن است که احساس می کردند آخرالزمان بر طبیعت سایه انداخته است و نوع بشر در فطرت خویش آن را می یابد. قرآن کریم نیز بارها به فروپاشی طبیعت و حرکت کوه ها و تبخیر دریاها و... در مورد قیامت اشاره می کند. اگر بدانیم بر اساس آموزه های روایی، در عصر آخرالزمان و به ویژه در هنگامه ظهور، بخشی از قیامت رخ می دهد، فطری بودن این گرایش رسانه ای را بهتر می فهمیم. البته تولیدکنندگان آثار فرهنگی غرب متأسفانه این مسئله وجدانی و فطری را بسان دیگر گرایش های فکری شان به گونه ای بازسازی می کنند که از حوزه فرهنگی غرب خارج نشود و همواره در جهت برآورده کردن سوداگری آنها باشد. دلیل دوم، واکنشی است که نفس بشر امروز در قبال دستاوردهای تخریبگر تکنولوژیک خود از طبیعت می بیند؛ آلودگی های رادیواکتیویته، افزایش دما، زلزله ها و سونامی و... واکنش هایی هستند که نه تنها در

ذهن تخیلات بشر، بلکه در مقابل دیدگاه انسان قرار دارد. افزون بر این، روند رو به رشد این فجایع را نیز درک و بر همین اساس، دنیای آینده را همراه با فجایع طبیعی بسیار تصور می کند.

در آخرالزمان تکنولوژیک، انسان نه تنها با آثار طبیعی دستاوردهای تکنولوژیک خود، بلکه با خود تکنولوژی درگیر می شود. این جدال همواره روزافزون می شود؛ زیرا انسان با روند اتوماسیون و تکنولوژی های رایانه ای و هوش مصنوعی و سپردن حساب و کتاب ها و حتی تصمیم گیری ها به تکنولوژی، به تدریج، به ابزارهای تکنولوژی استقلال می دهد. همچنین شخصیت آنها را از ابزار دست انسان بودن خارج می سازد و آن را در کنار و به تدریج در مقابل انسان قرار می دهد. شاید این امر، تحقق عبارت ای. اف شوماخر است که می گفت: «انسان در جدال با طبیعت، پس از غلبه بر طبیعت (به وسیله ابزار تکنولوژیک)، سرانجام خود را در جناح بازنده خواهد یافت».

آثار سینمایی فراوانی در این باره ساخته شده است که این حس باطنی غرب را آشکار می سازد. فیلم های دکتر فرانکشتین، ترمیناتور (۱ و ۲ و ۳)، سه گانه ماتریکس، روز ششم و جزیره از این جمله اند. همچنین فیلم هایی که درباره تغییر ژنتیک و تکنولوژی دست کاری بشر در آفریده های خداوند است و پی آمدهای وحشتناکی به بار می آورد. گودزیلا و پارک ژوراسیک نمونه های معروفی از این نوع آثار هستند. نوع انسان در این گونه آثار دچار بحران هویت است و در مقابل ماشینی که خود ساخته، منفعل می شود.

آخرالزمان فانتزی هالیوود درباره موجوداتی ناشناخته، ماورایی، فضایی و خیالی است که از سوی کهکشان ها یا اعماق زمین یا از فضاها ناشناخته دیگری، زمین و زمینیان را تهدید می کنند. فیلم های روز استقلال، عنصر پنجم، مجموعه جنگ ستارگان و ساخته اخیر استیون اسپیلبرگ، یعنی جنگ دنیاها از این دست آثار رسانه ای غرب هستند.

رویارویی آنتاگونیست و منجی در تمامی آثار یادشده و در شاخه های مختلف آثار آخرالزمانی، نقش محوری دارد. در تمامی آثار، بدون استثنا، منجی، امریکایی است و

آنتاگونیست، موجود بد ترکیب و زشتی است که (اگر گرایش شرقی نداشته باشد)، بی گمان تداعی کننده یک موجود غربی نیست.

در آخرالزمان اسطوره ای، فضایی رمزآلود و افسانه ای طراحی می شود که از آن، آنتاگونیست سر بر می آورد. منجی و یارانش نیز در همان فضا و با همان ویژگی های افسانه ای تعریف می شوند. در این آثار، از دنیای مدرن امروزی خبری نیست و آنتاگونیست و منجی هیچ کدام به فضای امروز تعلق ندارند، بلکه بیشتر فضاهای کهن و باستان را تداعی می کنند. جادو و قدرت ماورایی و مثل همیشه نبرد خیر و شر (منجی و آنتاگونیست) در این گونه آثار نقش محوری دارند. آثاری مانند مومیایی (سه گانه مومیایی)، بازگشت مومیایی، عقرب شاه و جدی تر و عمیق تر از همه، سه گانه معروف ارباب حلقه ها نمونه هایی گویا از این طیف آثار هستند.

مهم ترین رویکرد هالیوود به مسئله آخرالزمان (از نظر موضوعی)، رویکرد دینی است. آخرالزمان دینی (۱) جریان یهود و صهیونیسم هم بیش از همه به این گرایش اهمیت می دهد. این رویکرد سینمایی و رسانه ای غرب نیز همچون رویکردهای دیگر به مسئله آخرالزمان، دو دسته مفاهیم تعریف می کند که در قالب خیر و شر قرار می گیرند، ولی در اینجا مفاهیم دینی اند. جبهه شر را شیطان، ضد مسیح یا دجال و یارانشان تشکیل می دهند و جبهه خیر را مثلاً یک کشیش با یک قدیس و مریدانش بر عهده می گیرند.

در این گونه فیلم ها، چنان دیگر آثاری که پیش تر اشاره شد، جبهه شر، برخاسته از مشرق زمین است و شیطانی است و جبهه خیر که مظلوم واقع می شود، در مغرب زمین و به ویژه امریکا قرار دارد و رو به مسیح دارد. نکته دیگر اینکه نبرد خیر و شر یا شیطان و مسیح در حد فاصل شرق و غرب واقع نمی شود، بلکه این شیطان است که از

ص: ۱۰۳

محدوده خود خارج می شود و به غرب می رود و آنجا را محل جنایت های خود قرار می دهد. این ترفند، مخاطب را اقناع می کند که واکنش جریان خیر و امریکایی، یک حرکت دفاعی است و نه هجومی. به ظاهر تمام جریان های رسانه ای که به این مقوله نظر دارند، این تم را محور قرار می دهند. فیلم هایی مانند: جن گیر (۱ و ۲)، طالع نحس، حلقه، پایان روزگار و فیلم جنجال برانگیز فرانکشتین از این جمله اند.

در اینجا باید به دو نکته مهم در این زمینه اشاره شود: اول اینکه این آثار و بسیاری دیگر از آثار رسانه ای غرب همچون بخش های مختلف یک پازل، یکدیگر را در بازنمایی و تحقق مقصود غرب یاری می کنند؛ یعنی همه آنها را باید در مجموع نگریست. دوم اینکه ساده انگاری است اگر تنها آثاری روشن فکرانه، پر پیچ و خم و درهم و برهم و کولاژگونه ای را که از به هم پیوستن تصویرهای بی ربط و کلام های پراکنده به وجود آمده است، مصداق آثار رسانه ای پست مدرن بدانیم. نباید اجازه داد عادت های نظری و فضای تنگ و تاریک و خطرناک تحلیل های غربی، ما را مبتلا کند. اگر پست مدرنیسم، واکنشی مدرن به مدرنیته باشد (که هست)، باید آثار رسانه ای همراه و هماهنگ با این تعریف را آثار پست مدرن خواند. از این رو، بازخوانی سکولار مفهوم «آخرالزمان» بی شک اثری پست مدرن است.

دو _ غفلت ساختمند

دو _ غفلت ساختمند

«غفلت» در ذات تمدن غرب، جایگاهی اساسی دارد. در واقع، هیولای «نفی» که ساختارها و پذیرفته های الهی و معنوی و حقایق غیبی را در اندیشه مدرن انکار می کرد، به نوعی انسان جدید را از حقایق اساسی غافل می ساخت؛ حقایقی که هم وجود دارند و هم نقش اساسی در زندگی بشر (حتی در زندگی منکران این حقایق غیبی) ایفا می کنند.

غفلتی که در پست مدرن مطرح می شود، با آن غفلت ذاتی تمدن غرب _ در عین داشتن تأثیر و تأثر _ متفاوت است. غفلت پست مدرن، گذر از حقایق غیبی و انکارآموزه های

الهی نیست؛ زیرا این غفلت، پیش تر برای انسان سرگشته رخ داده است، بلکه غفلتی در سطح فرو نشانیدن خودآگاهی انسانی و تغافل درباره اموری است که انسان واپسین دوره مدرن را گرفتار کرده است و او را آزار می دهد. البته یکی از ساحت های آزاردهنده انسان پست مدرن در این دوره، بحران معناست، ولی این مسئله نیز از درون حسگرهای مادی دریافت شده است و در فعلیت و معرفتش چندان جدی نیست.

سرگشتگی، حیرت، افسردگی و نگرانی روزافزون، تن فرسوده بشر بحران زده را فرومی پاشد. فهم این واقعیت، خود، موجب رنج روزافزونی است که بر پیچیدگی های درونی انسان امروزی می افزاید. از سویی، اربابان دنیای جدید نیز از اینکه این سیر افزایش رنج های نبود آرامش و اطمینان خاطر، به یک تصمیم جمعی خود آگاه یا ناخودآگاهی بینجامد که با ثروت اندوزی و قدرت طلبی آنان ناسازگار باشد، به شدت در هراسند. آنها نیز می دانند که موریانه های برآمده از تاریکی های نفسانی و شهوت تسخیر و سلطه، پیکر نحیف تمدن غربی را می خورد و روح به بند کشیده بشر به زودی به واسطه این فروپاشی آزاد می شود و بهشت ساختگی آنان از میان خواهد رفت.

بنابراین، هم بردگان مدرن رنج می برند و هم اربابان آنها از این آگاهی بردگان به رنجشان، در عذابند. این فصل مشترک، به پاسخ مشترکی انجامیده و پدیده ای به نام «صنعت سرگرمی» ظهور یافته است که چونان مسکن موقت ذهن انسان عمل می کند. «صنعت سرگرمی»، فارغ از پیچیدگی ها و گوناگونی هایش، محصول هایی موقتی تولید می کند. پس باید پیوسته تولید و عرضه شوند. همچنین این مسکن ها چنانند که تنها هنگام مصرف اثرگذارند و پس از قطع مصرف، بعضی آثار آنها نیز از میان می رود و سپس آثاری زیان بار در پی دارند. به همین دلیل، بشر مدرن همواره در استرس است. از این رو، جنبه های مختلف زندگی نیز آمیخته با صنعت سرگرمی عرضه می شوند (آموزش مجازی، روان درمانی با هیپنوتیزم، اتوماسیون و... این موضوع را عملی کرده اند). پس از این مقدمه کوتاه، به مصداق هایی از آثار رسانه ای اشاره می کنیم که

هوشمندانه، جامعه آینده غرب را ترسیم می کنند.

فیلم سینمایی توازن در پی آن است که تصویری از آینده غرب را به نمایش بگذارد؛ آینده ای که فاصله اش را تا امروز نه با تحول و انقلاب ها و حتی فروپاشی های احتمالی، بلکه با شدت یافتن همان عناصر امروزی تمدن، پر کرده است. البته این روش در میان تصویرگران آینده، به ویژه در حوزه ادبیات و سینما رایج بوده است؛ زیرا ذهنیت محدود آنها، خارج از قواعد غرب و مدرنیته را نمی تواند تصویر کند. از این رو، همین عناصر امروزی تمدن را به شکلی تشدید می کنند و جامعه ای می سازند که نمایشگر آینده باشد. این مسئله را به ویژه در ماشین و ابزارها و معماری به خوبی می توان دید. در میان نکته های مهم این فیلم، روابط حاکم بر این دنیای جدید، بیشتر جلب توجه می کند. در این فیلم با جامعه ای روبه رو هستیم که در آن، ابراز احساسات و محبت، مجازات اعدام را به همراه دارد و در عین حال، نظم خدشه ناپذیر و خشک و بی روحی بر آن حاکم است. شهروندان این جامعه، برای حفظ ثبات اجتماعی و نیز جلوگیری از ارتباط عاطفی با دیگران و آمادگی کامل برای قرار گرفتن در نظم اجتماعی خاص آن جامعه، ماده ای به نام «پرودیوم» به خود تزریق می کنند تا هرگونه اعتراض درونی را که نتیجه نوعی غفلت از مسائل اساسی و آزاردهنده است، سرکوب کنند. پرودیوم، عامل اصلی یکسان سازی در این جامعه نیز هست و مصرف کنندگان را _ که تمام شهروندان را دربرمی گیرد _ چونان براده های جذب شده آهن یا انسان های سحرشده، با حالت ها و رفتارهای همسان می بینیم.

همچنین در رمان دنیای متهور نو اثر مشهور آلدوکس هاکسلی که تصویرگر آینده تمدن مدرن است، ماده ای مانند پرودیوم به نام «سوما» وجود دارد. سوما ماده ای است که آرام بخشی را در کنار غفلت آفرینی و خلسه ای که ایجاد می کند، می آفریند. سوما و پرودیوم برای ثبات آن جامعه هیچ انگار حیاتی اند و اگر نباشند، نظم آن جوامع تهدید می شود. مراحل این تهدید نیز با اندکی تأمل آشکار می شود. فهم و خودآگاهی درباره

«وضع موجود» (که در حقیقت، جز جهان «بردگی مدرن» و دنیای سراسر بحران زده و آماده انفجار و اعتراض چیزی نیست) برای بشر رنج آور است. این رنج اگر همه گیر شود، بشر را به فکر تغییر وضع موجود می اندازد و برای این تغییر، در پی پارادایم خواهد گشت. به طبع، الگوها و مکتب های بشری پیشین و شکست خورده برای او پذیرفتنی نیست و چه بسا راهی جز باور به عالم غیب و گرایش به معنویت نخواهند یافت. نتیجه این وضع، فروپاشی ساختارهای تمدن ماشینی موجود و ظهور جوانه های تمدن عدالت محور خواهد بود.

با این حال، چرا این اتفاق نمی افتد؟ پاسخ این است زیرا در وضع موجود، سوما و پرودیوم وجود دارد و اگر نبود، فروپاشی حتمی بود؛ چنان که بخشی از این تمدن (بلوک شرق) که سوما و پرودیوم نداشت، فروپاشید. جالب اینکه در مقابل رمان ضد اتوپیای دنیای متهور نو که آینده تمدنی امریکایی را تصویر می کند، رمانی همچون ۱۹۸۴ نوشته جرج ارول هست که در زمان خود، آینده شوروی را می کاوید. در آنجا عامل مهار انسان ها، فیزیکی و بیرونی بود و از سوما و پرودیوم خبری نبود. از این رو، احتمال فروریزی آن ساختار وجود داشت. امروزه نهان خانه تمدن غرب پوسیده است و این ماده «سوما» است که با سرخوشی کاذب و فراموشی مسائل رنج آور، «آگاهی» انسان ها را مسخ و ظاهر تمدن را حفظ کرده است.

سوما و پرودیوم، تمثیل چه پدیده ای هستند؟ نمونه ای دیگر، فیلم تأمل برانگیز شهر تاریک است. این فیلم از آثار پست مدرنیستی غرب است که به ظاهر، بخشی از درون مایه تمدن غرب را به شکلی نمادین افشا می کند. آنجا نیز چیزی شبیه پرودیوم و سوما وجود دارد؛ «آمپولی» که در «سر» انسان ها تزریق می شود. (۱) پس از تزریق آمپول،

ص: ۱۰۷

۱- دقت شود که چرا در سر انسان ها تزریق می شود. پرودیوم نیز در قسمت بالای گردن تزریق می شد.

تمام ذهنیت های پیشین انسان به ذهنیت های دیگری تغییر می کند که در محتوای آمپول هست و به شکل مرور سریع تصویرها در ذهن انسان نمایش داده می شود. در شهر تاریک، ذهن انسان ها و جسم و عمل آنها در اختیار سازنده اصلی آمپول ها (امپراتور) قرار دارد. بی تردید، در میان آثار رسانه ای غرب، نمونه هایی از این دست فراوان است که ما به همین بسنده می کنیم.

حال اگر بپذیریم که در اتوپیاها و ضد اتوپیاها تصویری و نوشتاری، عناصر تمدنی، امتداد اجزای امروزی تمدن هستند. آن گاه سوما، پرودیوم آمپول سحرآمیز «شهر تاریک» و... تمثیلی از چیست و قدرت خود را از چه به دست آورده اند که این همه، نقش اساسی ایفا می کنند؟ برای فهم بهتر پاسخ، یک بار دیگر کارکردها و ویژگی های این پدیده ها را یادآوری می کنیم:

۱. استفاده از آنها برای قرار گرفتن در نظم اجتماعی و کار روزانه لازم است تا با نوعی فراغت از مسائل و نیز فراغت از اندیشه و فراموشی مسئولیت ها و قابلیت های فطری و حتی جسمی، به اربابان جامعه خدمت کنند.

۲. استفاده نشدن از آنها به ایجاد فرصت اندیشیدن و بازگشت به خود و در نتیجه، ابراز احساسات حقیقی و نیز فهم و آگاهی کلی از جامعه ای می انجامد که در آن زندگی می کند و این، سرانجام به فهم تضادهای موجود در جامعه کمک می کند.

۳. این پدیده ها، انسان ها را بسیار شبیه به هم می کنند. به عبارت دیگر، عامل یکسان سازی هستند.

۴. این پدیده ها وابستگی می آفرینند و نوعی اعتیاد می آورند. البته نه اعتیاد جسمی، بلکه اعتیاد ذهنی و روحی.

۵. این پدیده ها در دست رس همگان است. دست رسی به آن بسیار آسان و هزینه آن بسیار اندک یا حتی رایگان است.

۶. استفاده از آنها، موجه، رایج و همه گیر است؛ چنان که کسی درباره اصل استفاده از

آنها بحثی ندارد.

بی تردید، این ویژگی‌ها نشان دهنده مصداق امروزی این عناصر نمادین است که جز «صنعت سرگرمی» چیز دیگری نیست. به ویژه آن نوع سرگرمی که با شدت و ضعف، تمام این ویژگی‌ها را دارد؛ یعنی «سرگرمی رسانه‌ای». رسانه‌ها به ویژه در بعد سرگرمی، فراگیر، در دست رس، متداول و اعتیادآور هستند. بسیاری از اندیشمندان نیز همسان سازی و یکسان سازی فرهنگ‌ها را در پرتو رشد رسانه‌ها و فراگیر شدن آنها می‌دانند. برای نمونه، برابر اعلام یونسکو، گسترش رسانه‌ها و هجده جهانی سازی، بیش از ۲۰۰۰ زبان محلی را از میان برده است و بسیاری از زبان‌ها و گویش‌ها نیز در معرض خطرند. صنعت سرگرمی (حتی در کشور ما) این گونه توجیه می‌شود که انسان پس از خستگی روزانه از انواع آلودگی‌ها و فشارهای عصبی، باید با این پدیده‌ها، رنج‌ها را فراموش کند. از این رو، بایستی «سرانسان‌ها را گرم کرد».

متأسفانه در جامعه ما، همه در پی آنند که مفاهیم و مقاصد خود را با «سرگرمی» به جامعه تزریق کنند. نهادهای دینی و فرهنگی در پی ساخت فیلم و بازی‌های رایانه‌ای هستند. در هیئت‌های مذهبی نیز رگه‌هایی از سرگرمی سازی رسوخ پیدا کرده است. امروزه سی‌دی مجلس‌های مداحی که به شیوه پاپ غربی و البته با لباس حزب‌اللهی و بسیجی است، بسیار به چشم می‌خورد که آسیب فرهنگی جامعه ماست.

نکاتی در مورد سرگرمی رسانه‌ای

۱. سوما و پرودیوم و آمپول‌های مختلف، در فیلم‌ها «تزریق» می‌شدند، ولی تلویزیون که سرگرمی ساز اصلی دوره ماست، «تماشا» می‌شود. تلویزیون هیچ‌گاه «دیده» نمی‌شود، بلکه «تماشا» می‌شود. فرق دیدن و تماشا کردن، در اندیشیدن است. اگر اندیشه باشد، دیدن است و اگر نباشد، تماشا کردن خواهد بود. عالمان علم ارتباطات و نیز جامعه‌شناسان و روان‌شناسان تردیدی ندارند که تلویزیون معمولاً تماشا می‌شود؛ یعنی در آن اندیشه و تأملی نیست. پژوهش‌ها نشان داده است «تماشاگر تلویزیون» از «انسان

ص: ۱۰۹

خواهیده» نیز انرژی کمتری مصرف می کند.

۲. سرگرمی رسانه ای از بسیاری جنبه ها با مواد تخریبی قابل مقایسه است؛ زیرا عطش (تماشای بیشتر) می آورد. هرگز مخاطب رسانه ها را نمی توان با شیوه یکسانی، در مدتی طولانی سرگرم کرد، بلکه باید شیوه ها را پیچیده تر، جلوه های بصری و پیچیدگی های مستغرق کننده را بیشتر و داستان ها را جذاب تر کرد؛ حتی کمیت ها را باید بالا برد. بی گمان، طنزهای نود شبی در سیمای ملی کشورمان، فیلم ها و سریال ها و دیگر برنامه های سرگرم کننده چند سال گذشته، اکنون مشتری چندانی ندارد.

در واقع، سرگرمی، آب شوری است که در پاسخ به نیاز آرامش خواهی و فراغت جویی از فشارهای روانی روزانه به بشر داده می شود. بی شک، این آب شور بر تشنگی و وابستگی و در نتیجه، بر فشارهای روانی و حیرت و بحران او می افزاید و این، بحران همه گیر بشری را تشدید می کند. البته باید دانست تحمل بشر نیز اندازه ای دارد و سوما و پرودیوم و سرگرمی تا وقتی کارآیی دارند که بتوانند این موجود پیچیده؛ یعنی انسان را زیر نفوذ و قدرت ذهنی و پوشالی خود بگیرند. فروپاشی این تمدن اگرچه تدریجی است، ولی سرانجام، دفعی و ناگهانی است؛ زمانی که دیگر، سوما کارآیی ندارد. به راستی، سوما و پرودیوم چه هنگام و در چه شرایطی از کارآیی می افتد؟

۳. علم آموزی با ابزار سرگرمی نیز از لطیفه های پست مدرنی است که به همان اندازه «آرامش بخشی به وسیله سرگرمی»، متناقض گوست. در داستان تأمل برانگیز پینوکیو، او که از علم آموزی می گریخت، به شهر بازی یا شهر سرگرمی می رود و به جای دانشمند شدن، به حیوان تبدیل می شود. (۱) علم آموزی در آموزه های دینی ما، همراه با سختی و حتی رنج هجرت توصیف شده است، ولی در پست مدرنیسم چنین نیست.

ص: ۱۱۰

این پرسش را در اینجا مطرح می‌کنیم که چرا غرب می‌خواهد ما را به واسطه رنجی که می‌آورد، از «خودآگاهی» فراری دهد؟ چرا تمدنی که آمده بود آرامش، اطمینان، صلح و پیشرفت و تکامل ایجاد کند، چنان نفرت انگیز شده است که صاحبان تمدن می‌گویند: «به تمدن و مسائل آن و تناقض های درونی آن نیندیشید و اعصاب خودتان را خرد نکنید. فقط «سرگرم» باشید».

سه _ بازاسطوره سازی

سه _ بازاسطوره سازی

عبارت تاریخی «روح مسیح در کالبد قیصر روم» از نیچه نکته ای کلیدی دارد و آن اینکه «ابر انسان» آخرالزمانی برآمده از هیچ انگاری، نه مسیح است و نه قیصر. مسیح، نمادی از اندیشه و تمدن پیش از رنسانس است. به ویژه تداعی گر دوران قرون وسطاست. قیصر نیز با همه قدرت طلبی سکولارش، نمادی از مدرنیته و تمدن تسخیرگر و افزون خواه است. شاید نیچه هنگام بیان این مطلب به این عبارت مشهور که سند معتبری برای مدرن ها در گسترش سکولاریسم است، نظر داشت که می‌گفت: «کار مسیح را به مسیح و کار قیصر را به قیصر بسپار».

بشر عصر پیچیدگی ها و بحران های متقاطع و متراکم، نیک می‌داند که مسیح دو هزار سال پیش به تنهایی به کار او نمی‌آید؛ زیرا شیطان های انسان نما و تمدن قدرت طلب با اربابان ستمگر، شایسته ارشاد مسیحایی نیستند. از سوی دیگر، قیصر نیز اگر به تنهایی باشد، همان می‌شود که بشر امروز بدان مبتلاست. در فطرت انسان معاصر، جوانه ای در حال شکوفا شدن است که قدرت معنوی و الهی را (که موجب خضوع انسان گردد و راه را از بی راه تشخیص دهد و به واقع دل سوز بشر باشد) در کالبدی از قدرت قهری می‌طلبد و این، خواسته بحقی است.

نیچه اگر با اندیشه شیعی آشنا می‌بود و مهدی عج الله تعالی فرجه الشریف را می‌شناخت، از بیان خویش شرمسار می‌شد؛ زیرا او هرچه نیک خویی می‌جست، در وجود موعود شیعه می‌یافت. موعود شیعه هم ذوالفقار دارد و هم بیان مهرآمیز؛ هم از مادر به انسان مهربان تر است و

هم معاندان و ستمگران روزگار را قتل عام خواهد کرد؛ هم علیم و حکیم و رحیم و حلیم است و هم قهار و منتقم.

صاحبان اتاق فکر هالیوود دریافته اند که اسطوره های گذشته چه اسطوره های باستانی و چه اسطوره های قرون وسطایی و چه تعصب های جاهلیت مدرن (همچون باور به اسطوره ساینتیسم)، کارآیی خود را از دست داده اند و باید برای این دوره، اسطوره های جدید بنا کرد.

انسان ها، به ویژه غربیان، جهان نگرایی خویش را از زاویه اسطوره ها دریافت می کنند. از این رو، تخریب اسطوره ها، بحران هویت آنها را تشدید می کند. اسطوره های جدید همه از جنس «ابر انسان» نیچه اند تا آنجا که یکی از همین اسطوره ها، یعنی «آرنولد شوایتزینگر» خود را ابر انسان نیچه می دانست. آرنولد پس از دریافت چند مقام قهرمانی در زیبایی اندام، به ساختن فیلم پرداخت و در فیلم هرکول در نیویورک،^(۱) خودش را آرنولد قلچماق نامید و قهرمان آدم های توسری خورده امریکایی شد. او به تدریج، خودش را با نیچه هم تراز دانست و گفت: «فکر می کنم پس از نیچه، من تنها کسی هستم که آوازه اش در کوه های آلپ پیچیده است و من همان ابر انسانی هستم که نیچه از آن بسیار سخن رانده است».^(۲) بعدها همین اسطوره سازی از یک بدن ساز فاسد که در آثار پورنو نیز نقش ایفا کرده است، فرماندار بزرگ ترین ایالت امریکا را می سازد.

مطلب دیگری که در اینجا شایسته است بدان اشاره شود، درباره فرقه «کابالا» است. البته در مورد آن، در گفتارهای بعدی بیشتر سخن خواهیم گفت. کابالا فرقه ای مخوف است که از دل یهود بیرون آمده است و پیشینه جادوگری و مبارزه با ادیان را دارد. رهبر این فرقه که امروزه در عمل، بر هالیوود حکومت می کند، یک یهودی به نام فیوال

ص: ۱۱۲

۱- هرکول یک اسطوره باستانی غربی است.

۲- به نقل از: آیدین آغداشلو، کارکرد اجتماعی در سینما در امریکا، www.iranpress.com

گروبرگر است. او سال‌ها پیش، نام خود را به فیلیپ برگ تغییر داد و به کمک معشوقه سابق و همسر امروزی اش، سازمانی به نام «مرکز آموزش کابالا» تأسیس کرد و خود را رهبر طریقت کابالا خواند. (۱) عبارت شعارگونه «کابالا، هالیوود را فرا گرفته است»، این روزها همه جا به چشم می‌خورد. به تازگی، روزنامه تایمز لندن گزارش مفصلی از جشن بزرگی منتشر کرد که در دفتر مرکزی فرقه کابالا- برگزار شده بود. در این جشن، صدها تن از مشاهیر لوس آنجلس و هالیوود حضور داشتند. مدونا یکی از افراد سرشناس این جشن، به تازگی نام خویش را به «استر» (نام ملکه اسطوره ای یهودی) تغییر داده است.

مدونا، یک نماد فرهنگی از هرزگی جنسی مدرن است. (۲) آرنولد، نماد خشونت و وحشت و شهوت و دیوید بکام (که او نیز به تازگی کابالیت شده است)، نماد غفلت و مصرف گرایی سرسام آور و نمونه های دیگری از این دست، همه اسطوره های عصر پست مدرن هستند. اینها هرگز اسطوره نمی شدند، مگر به واسطه رسانه ها.

نسبت رسانه ها و پست مدرن، شاخه های بسیار دیگری نیز دارد و مباحثی همچون نفی روایت های مدرن، اخلاق رسانه ای پست مدرن و بحث های بی شمار دیگری در این قلمرو وجود داشت که مجال پرداختن به آنها نیست.

۳. هنر پست مدرن (هنر در عصر جدید)

۳. هنر پست مدرن (هنر در عصر جدید)

در ادامه، به تفاوت های اساسی میان هنر مدرن و پیشامدرن، نگاهی گذرا خواهیم داشت و سپس به ویژگی های اساسی پست مدرنیسم در عرصه هنر می پردازیم. یکی از تفاوت های اساسی میان هنر مدرن و پیشامدرن آن است که در هنر مدرن، زیبایی هنری

ص: ۱۱۳

۱- نک: www.shahbazi.org. مقاله «اسطوره ها جان می گیرند».

۲- همان.

بر زیبایی طبیعی تقدم دارد. از دوره رنسانس به بعد، هنر پیش از آنکه خود را به مقیاس های افلاطونی؛ یعنی تقارب و تناسب، هماهنگی و کمال و مانند آن محدود کند، به بیان احساسات و حالت های درونی آدمی می پرداخت. در هنر پیشامدرن، اساس هنر بنا بر غایت آن مورد توجه قرار می گرفت، ولی در هنر مدرن، ذهنیت هنرمند و مخاطب اثر هنری با اهمیت شمرده می شود. در هنر پیشامدرن، خلاقیت و تخیل چنان که در مدرنیسم به آن پرداخته می شود، مورد توجه نیست.

از روزگار افلاطون، «حقیقت» غایت علم دانسته می شد و از این رو، هنر که به نوعی علم ادراکی و محسوس بود، از حقیقت که در ساحت معقول بود، فاصله گرفت، ولی در عصر حاضر، فعالیت هنری، فراگردی شهودی و واجد حقیقت خاص خویش است که از حقیقت علم جدا شده است.^(۱)

در دوره های پیشامدرن و تقریباً در بیشتر آثار تمدنی، هنر و زیبایی هنری، بخش جدایی ناپذیر زندگی مردم بود. از ابزار زندگی گرفته تا معماری و ابزارهای صنعتی، همه تبلور آن جلوه زیباشناسانه ای بودند که آن را هنر می نامیم. واژه «تکنیک» نیز که برگرفته از «تخنه» یونانی است، برخلاف عصر مدرن که تنها به معنای «فن آوری صنعتی معطوف به بهره مندی» کاربردی رایج یافته است، هم به معنای فن و هم به معنای هنر و ترکیبی از این دو به کار گرفته می شد. به همین دلیل، هنر در گذشته بدون هیچ تلاش اضافه ای، به صورت طبیعی با زندگی مردمان درمی آمیخت. تنها در دنیای مدرن است که تکنیک تنها به فن آوری گفته می شود و جنبه هنری آن _ که خود تفسیری از جایگاه معنوی آن اثر در عالم معنا بود _ به مسئله ای جنبی بدل گشت. به همین دلیل، از سده هفدهم به بعد، هنر به تدریج در حوزه معرفتی مستقلى به نام زیبایی شناسی بحث شد.

افزون بر این، در دوران پیشامدرن، هنر و زیبایی، امور عینی و برون ذات بود، ولی در

ص: ۱۱۴

۱- محمد ضمیران، اندیشه های فلسفی در پایان هزاره دوم، تهران، انتشارات هرمس، چ ۱، ۱۳۸۰، صص ۳۰ و ۳۱.

عصر جدید، هنر و زیبایی دارای منشی ذهنی و درونی تلقی شد. از همین رو، ذوق، مبنای اثر هنری به حساب آمد و تجربه زیبایی شناسانه که جنبه فردی داشت، در کانون توجه قرار گرفت. از این زمان، به قول کانت، غایت هنر، امری درونی و مستقل دانسته شد؛ یعنی وقتی به زیبایی چیزی حکم می کنیم، در واقع، زیبایی را غایت و هدف قطعی معرفی می کنیم. (۱)

خلاصه اینکه هنر در تلقی مدرن، از حقیقت و واقعیت و فن آوری تفکیک شد و به امری ذهنی و شخصی بدل گشت و حوزه ای مستقل و خودبنیاد بنا نهاد. این امر با توجه به ویژگی هایی که از مدرنیته گفته شد، هماهنگ و قابل پیش بینی بود. استقلال هنر مدرن از حقیقت و واقعیت و خودبنیادی و خودپایداری، آن را به ورطه فرم گرایی و نوآوری و برخورد انقلابی با «فرم» کشاند، ولی هنر پسامدرن بر خلاف هنر مدرن که بر وحدت اثر هنری تأکید دارد، بر کثرت گرایی و نداشتن استقلال تکیه می کند.

نبود مبنای واحد و حتی نفی معیارهای تأویل گرایی موجود در پساساختارگرایی، به عنوان بستر معرفت شناسانه پست مدرن می تواند توضیح و توجیه مناسبی برای تکنیک های هنر پسامدرن و تکثر و پراکندگی در مضمون های موجود در قالب های مختلف آن باشد.

یکی از ویژگی های دیگر رویکرد پسامدرن به هنر آن است که امور غیرهنری (اموری که در فرهنگ مدرنیته غیرهنری تلقی می شدند) را در نظر می گیرد و امور اجتماعی - سیاسی را در هنر بازتاب می دهد. این مسئله با کاربردهایی از واژه پست مدرنیته که در نقادی و تضاد با پی آمدها و کاستی های مدرنیته آمده است، هماهنگی دارد. در واقع، پست مدرن ها چون خود را در برابر واقعیت های موجود و هیولای تخریب گر

ص: ۱۱۵

تکنولوژیک، نظامی گری های بی سابقه و کشتارهای میلیونی انسان ها و ده ها موضوع دیگر از این دست، بی اراده می یابند، چاره ای جز فرورفتن به وادی امور انتزاعی ندارند. طبیعی است بشری که واقعیت ها او را آزار می دهند، به دنیای فراواقعیت رو کند. هنر که در دوره مدرنیته، از حقایق، جدا و ذهنی و فردی شده بود، بستر مناسبی برای این فراواقعیت و انتزاع پست مدرن به وجود آورد. به همین دلیل، بازتاب پسامدرنیته را در هنر دوره جدید به خوبی می توان دید.

حضور مسائل سیاسی _ اجتماعی در هنر پست مدرن، به ویژه در سینمای پست مدرن آشکار است. دیوید فینچر، نام آشنای سینمای امریکا، از برجسته ترین پست مدرن های فیلم ساز است. وی همواره واقعیت های موجود در درون جامعه غرب را به چالش فرامی خواند. فیلم های هفت، بازی و به ویژه باشگاه مشت زنی او به خوبی سیاهی، پیچیدگی و تناقض های درونی جامعه غربی را باز می نماید. البته در میان فیلم سازان غربی، کم و بیش منتقدان و معارضانی هستند، ولی کم هستند آنهایی که بحران های موجود را نه تنها به ساختار سیاسی یا فرهنگ روبرنایی، بلکه به ماهیت فرهنگ و تمدن مدرن ارجاع دهند.

۴. کیش های پسامدرن

۴. کیش های پسامدرن

فرهنگ مدرن که با کمیت های مختلف برآمده از آن، با طغیان عقل خودبنیاد علیه وحی و عقل الهی آغاز شده بود، به تدریج، به تدارک فلسفه ای انتقادی روی آورد تا همه کاستی ها و فترت های برخاسته از بطن خرد مستقل از وحی را به مهار بشر درآورد. منظومه سازی های فکری و طراحی ایدئولوژی هایی که پس از قرن نوزدهم اوج گرفت، همچنین ظهور اندیشه هگلی و نقدهای صریح مارکس و نیز پیدایی اگزستانسیالیسم با اثرگذاری های فراوانش در اروپا و تبدیل شدن فلسفه به پدیدارشناسی، از پی آمدهای همین رویکرد غرب در ساحت اندیشه است.

به عنوان نتیجه گیری باید گفت غرب که چنین گرفتار فلسفه های ضد مابعدطبیعی و ضد دینی شده، از اوایل قرن حاضر، شاهد تجدید مطلع تدریجی حکمت جاودان خرد نیز بوده است؛ حکمتی که به کل با فلسفه جدید غرب مخالف است و آن را از نگاه

ص: ۱۱۶

فلسفه و حکمت، انحرافی از میراث ابدی بشر می‌داند. این مکتب، با نام اندیشمندانی همچون رنه گنون فرانسوی، (۱) آنانداک، کوماراسوامی، (۲) عالم مابعدالطبیعه و تاریخ هنر نیمه سریلانکایی و نیمه انگلیسی، فریتهوف شوان، (۳) عالم مابعدالطبیعه آلمانی همراه است و چهره‌هایی همچون بورکهارت، (۴) مارتین لینگز، مارکوپالیس (۵) و... نیز جزو ایندسته اند. (۶)

متأسفانه آنچه در مورد بازگشت به حکمت معنوی در غرب بیان شده، در فضای فرهنگی و فکری غرب بسیار ناچیز است. امروزه هرچند نظام پرستش علم تجربه محور و دوران فلسفه دوره مدرن با اندیشه‌های پست مدرن و پسا ساختارگرا یا شالوده شکنان با نقدهای درونی و فروپاشی چارچوب‌های معنایی و فکری، گذشته است، ولی بشر به جای بازگشت به دامن دین، به هر چیزی دست می‌یازد که او را در خلسه‌ای از ناخودآگاهی از درد و رنج و سرگردانی و خودآگاهی رها کند. البته شاید انسان دوره جدید در نپیوستن به جبل متین دین چندان مقصر نباشد؛ زیرا به نظر می‌رسد دین حقیقی هرگز به او عرضه نشده است و هنوز برای او در مورد دین برحق، حجت تمام نشده است. به هر حال، وضعیت کنونی غرب در بازگشت دوباره به دین اسف بار است و این تأسف، در انحراف این گرایش بسیار قوی به سوی خرافه و ادیان ساختگی ذهن گرا و خلسه آور است.

کلیسای کاتولیک نیز در پیدایی این وضع، نقش بزرگی دارد؛ زیرا از رنسانس به این سو، همواره در موضع انفعال به سوی دنیاگرایی بوده است. بسیاری از این گرایش‌ها

ص: ۱۱۷

۱- Rene Guenon.

۲- Ananda K. Coomaraswamy.

۳- Frithjof Schuon.

۴- T. Burckhart.

۵- Marco Pallis.

۶- سید حسین نصر، جوان مسلمان و دنیای متجدد، ترجمه: مرتضی اسعدی، تهران، طرح نو، ۱۳۸۲، چ ۴، صص ۳۵۹ و ۳۶۰.

که به شکل نهضت های فرقه ای و خارج از چارچوب کلیسا رخ داده اند، حرکت هایی در جهت دنیوی سازی و سکولار کردن نفس دین بوده اند.

این پدیده ها افزون بر نهضت های دینی قرن نوزدهمی همچون مورمونیزم (۱) که امروزه پیروان زیادی در غرب به ویژه ایالات متحده امریکادارد، یا پیدایش اشکال به نسبت امروزی تر و «استدلالی»تری از مسیحیت همچون مذهب وحدت گرایی، (۲) «ادیان تازه تأسیسی» را شامل می شود که در چند دهه اخیر در غرب کسانی بدان پرداخته اند و خود را معلمان بزرگ روحانی یا به اصطلاح گورو (۳) می نامند. اصطلاح گورو به معنای معلم از زبان سانسکریت گرفته شده است و با تعبیر «شیخ» به معنای صوفیانه آن در عربی، هم معناست. این «ادیان جدید» را کشیش هایی تأسیس کرده اند که از کلیسای سنتی موجود گسسته و در صدد ایجاد «ادیانی» خاص برای خودشان بوده اند. پیدایش این پدیده در غرب، بیشتر برخاسته از گرایش به مرموزات و علوم غریبه (۴) بوده است.

در چند دهه اخیر، کارهایی همچون سحر و جادو که از سوی کلیسای سنتی تحریم شده بود، بار دیگر اقبال یافته است. کسانی در غرب پیدا شده اند که می کوشند به سحر و جادو دست بیابند. به ویژه تلاش ویژه ای در دست یابی به ادیان کهن پیش از مسیحیت اروپا، همچون درویدها یا دروئیدها (۵) پدید آمده است. از این رهگذر، آیین ها یا «ادیان جدید» آمیخته با عصبیتی پدید آمده اند که همچون امریکا و اروپای شمالی، هر جا ادیان سنتی ضعیف گشتند، این «ادیان جدید» رواج یافته اند. (۶)

رویکرد دیگری از کیش های پسامدرن که جلوه آشکارتری در غرب یافته است، بازیابی

ص: ۱۱۸

۱- Mormoonism

۲- Unitarianism

۳- Guru

۴- Occultism

۵- Druids

۶- جوان مسلمان و دنیای متجدد، ص ۲۰۹.

ادیان باستانی و گرایش های توده ای به سمت مکتب های شرقی با هدف «مددخواهی» و «هدایت جویی» است. از آغاز قرن بیستم و به ویژه با تبلور یافتن عینی جهت گیری های پسامدرن، یعنی پس از دو جنگ خانمان سوز جهانی درون مدرنیته که هیچ انگاری و تهی بودن تمدن غرب از معنا ملموس تر گردید، بسیاری از انسان های تشنه تجربه های روحانی و معرفت دینی که نمی توانستند آنچه را در وجود خود می طلبند، در ساختارها و محتوای دینی غرب بیابند، به ادیان شرقی رو کردند. در این میان، گروه های اندکی به اسلام روی آوردند، ولی به واسطه بستر فرهنگی و تبلیغات دامنه دار رسانه ای سرمایه سالاران که از ایجاد بیداری عمیق در غرب به شدت وحشت دارند، گرایش اصلی به سمت آیین هایی ساختگی همچون، هندو، بودا شینتو، ویشنو و... بوده است. امروزه در غرب، گرایش به ذن و یوگا رواج یافته و معتقدانی نیز دارد. ویژگی معنادار این گونه آیین ها در نسبت با فرهنگ پست مدرن، «ذهن گرایی» است. مسئله «رهایی» که امروزه در مکتب های افراطی و نوظهور مسیحیت پروتستان نیز مفهومی خاص یافته و در به غفلت و انحراف کشاندن مسیحیان به ویژه در مسائل اعتقادی _ سیاسی بسیار مؤثر است، در این گونه مکتب های ذهن گرای شرقی، جایگاهی اساسی دارد.

«رهایی» و خروج از خود، به معنای فراموشی همه دردها و رنج هایی است که انسان بدان مبتلاست، ولی رنج غربی چیست که با تمسک به این آیین ها می تواند از وجود انسان مدرن خارج شود؟ رنج بشر غرب آن است که به تازگی دریافته است تمدن ماده گرا و تکنیکی بدون معنا و خدا، نه تنها آن چیزی نیست که خواسته های درونی او را برآورده سازد، بلکه چیزی است که در بسیاری جنبه ها، عامل نابودی او شده است. این خودآگاهی و درک وضعیت رو به زوال غرب، چیزی است که سرانجام به ابطال جادوی سرمایه داران تمدن غربی می انجامد. از این رو، اربابان مدرن، ادیان ساختگی و آیین هایی را که به فراموشی و رهایی و خالی شدن انسان از این دغدغه ها کمک می کنند، تبلیغ می کنند و به اینکه نام آن چیست و از کجای دنیاست، توجهی ندارند.

شبکه های فراوان تلویزیونی و رادیویی، مجله های تخصصی و فیلم های بی شمار سینمایی، امروزه به صورت جریانی هماهنگ، مبالغ آیین های غفلت انگیز ذهن گرا شده اند. از این میان، آیین بودا برجستگی خاصی یافته است. فیلم هایی همچون بودای کوچک، دود مقدس، آخرین امپراتوری و فیلم هایی که درباره تبت و سرزمین بوداییان ساخته شده است، نمونه هایی از انبوه تولیدات رسانه ای غرب در این زمینه اند. امروزه بنگاه های تبلیغاتی غرب با استفاده از آموزه های این مکتب ها به مخاطبان خود می آموزند که چگونه هیپنوتیزم وار از همه چیز و همه کس خالی شوند و تمرکز پیدا کنند. از این رو، پدیده «غفلت مضاعف» در غرب شکل گرفته و به عاملی برای پیشبرد اهداف غرب، بدون مزاحمت جریان ها و وجدان های بیدارگرا تبدیل شده است.

۵. پساخرافه گرایی رسانه ای پست مدرنیته

۵. پساخرافه گرایی رسانه ای پست مدرنیته

دوره مدرنیته به واسطه ویژگی عریان ساز سکولاریزاسیون خویش، هرچه به تعریف خود، خرافه، افسون، راز، ابهام و تقدس بود، از عرصه اندیشه درون و عالم بیرون زدود. به باور آگوست کنت، پدر علم جامعه شناسی، بشر در طول تاریخ، نادانی ها و ابهام هایش را به ماورا و خداوند نسبت می داد و خرد مدرن به تدریج با ابهام زدایی و کشف علل همه معلول های جهان، خدا را حذف می کند. البته امروزه خلاف این برداشت ثابت شده است. اگر واقع گرا باشیم، درمی یابیم که مدرنیته هیچ گاه افسون و تقدس را از زندگی انسان حذف نکرده، بلکه متعلق آن را جابه جا کرده است. در دوره مدرن، تقدس به ذهن انسان سکولار و در نتیجه، علم و عمل وی منتقل شد (مفهوم اومانیزم). آن گاه به تدریج که در این علم و ذهن و عمل مدرن، به صورت جدی تردید شد، «افسون و ابهام و تقدس» در جایگاه دیگری قرار گرفتند و مسائل اصلی دوره پست مدرن را به وجود آوردند. این جایگاه جدید که افسون و تقدس به آن تعلق گرفته، بی گمان، مفهوم «قدرت» است.

پیش تر و در شناخت نسبت مدرنیته و سیاست بیان شد که مسئله اصلی مدرنیته،

«قدرت» است؛ آن هم قدرتی که با کنار زدن محافظان فکری و عقیدتی طبیعت و بهره مندی و بلکه چپاولگری و غارت آن به وسیله علم مدرن و تکنولوژی حاصل شود. پس قدرت مدرنیته، قدرتی با واسطه است و رابطه اش علم جدید و تکنولوژی است. در دوره پست مدرن، بشر به این واسطه بی ایمان شد، ولی سرسختانه تر به قدرت دل بست. اساساً دغدغه اصلی اش در تردید نسبت به این واسطه قدرت در دوره مدرنیته، این بود که چرا دست یابی به قدرت این همه دردسرساز است. امروز بشر در پی قدرتی بی واسطه و در دست رس است که بر آن تسلطی کامل داشته باشد. واسطه های مدرن قدرت که ابزار تکنولوژیک بودند، برای سازندگان؛ یعنی انسان ها، دشواری و تهدیدهای جدی فراوانی ایجاد کردند. بحران زیست محیطی، خطر انهدام زیست بوم های بشری، دشواری ها و هزینه های فراوان دریافت تکنولوژی، واهمه جدی از استقلال ماشین از انسان به ویژه با ظهور رایانه و دیگر ابزارهای هوشمند، اتوماسیون و قرار گرفتن این ماشین در مقابل انسان از جمله این تهدیدها هستند.

انسان مدرن در دوره پست مدرن، مقصود نهایی خود را بی پرده اعلان کرده و آن قدرت بی واسطه، در دست رس، همیشگی و بدون هزینه است. با این حال، پرسش این است که این قدرت در کجا یافت می شود؟ جایگاه های این قدرت مدرن، در جادو، پیش گویی و قدرت های ماورایی نهفته است.

در آثار چند دهه اخیر در حوزه سینما، تلویزیون و ادبیات، افزایش فیلم ها و رمان های جادوگری و پیش گویی چشم گیر است. ظهور دوباره آنچه چندی پیش خرافه خوانده می شد و این گونه می پنداشتند که مدرنیته در جدال با آنهاست، تناقض در دنیای غرب نیست، بلکه آشکار شدن باطن پنهان مدرنیته است. امروزه کسانی هری پاترها را می سازند که خود جزو گردانندگان چرخ های مدرنیته و پست مدرنیته هستند. آنها گرایش اصلی و باطن خویش را با آثارشان نمایان می سازند.

جادوگری نه هزینه و نه بی آمدهایی از نوع بی آمدهای مدرن دارد، هرچند بی آمدهایی

ویران گرتتر از آنچه انسان تصور می کند، در پی خواهد داشت. جادو نیز از جادوگر خویش جدا نمی شود تا در مقابل او قد علم کند و برایش مخاطره آمیز باشد. جادو با جادوگر متحد می شود. جادو، تصرف ملحدانه در عالم طبیعت و عملی کاملاً شیطانی است. امروزه در غرب، شیطان پرستی رواج چشم گیری یافته است و مکتب ها، کلوپ ها، سایت ها و کتاب های فراوانی دارد. این وضعیت، نشان دهنده یک جریان گریز و فرار همه جانبه و آشکار از دنیای منطق های علمی به سوی دنیای قدرت های ملحدانه است.

اکنون جادو و پیش گوئی و دیگر خرافه های پسامدرن در دنیای کنونی به صورت طبیعی حضور ندارد، ولی رسانه ها در دنیای خود آن را به وجود می آورند و بر اذهان انسان ها حاکم می کنند. در واقع، رسانه ها، اسطوره ها را می سازند و انسان ها برای تحقق آنها، خودآگاه و ناخودآگاه گام برمی دارند. اسطوره های دوره پست مدرن، جادوگران و پیش گویند. مارتین ماربرو در تبیین نسبت تلویزیون و اسطوره می نویسد:

تلویزیون، وسیله ای برای به تصویر کشیدن اسطوره های مشترک جامعه است. به باور من، اسطوره... تعبیر انسان شناختی عمیقی دارد که عبارت است از اینکه اسطوره، منبع وحدت فرهنگی یا مایه از بین رفتن ترس و اضطراب عمیق یا مانع هراسیدن از آشفتگی و پریشانی است. اسطوره ها ما را راستگار و آزاد می کنند و ما نمادها و نشانه های انگیزه دار بودن خود را در اسطوره هایمان می جوئیم... این تلویزیون [و سینما و ادبیات] است که به طرح و معرفی اسطوره های جامعه می پردازد و به یک دست شدن آنها شتاب می بخشد.^(۱)

بدین ترتیب، دنیای پست مدرن با دنیای خرافه نسبتی نزدیک می یابد و اسطوره های خرافی به وسیله رسانه ها در دنیای پست مدرن انتشار می یابد تا نگرانی ها و پریشانی های ناشی از بی مبنایی و بی قاعدگی فکری انسان معاصر را به شکلی کودکانه التیام بخشند. البته ماجرای خرافه گرایی یا به عبارت بهتر، پساخرافه گرایی به عنوان هایی

ص: ۱۲۲

۱- استورات ام. هورر _ نات لاند بای، رسانه، دین و فرهنگ، ترجمه: مسعود آریایی نیا، تهران، انتشارات سروش، چ ۱، ۱۳۸۲، ص ۱۴۷.

که به صورت سنتی «خرافه» خوانده می شوند، محدود نمی شود. اگر به امور غیر مقدس، تقدس بخشیده شود، گروه دیگری از خرافه و افسون به وجود می آید. در واقع، تلویزیون و سینما و دیگر رسانه های گروهی چنین فرآیندی را در دنیای غرب و به مراتبی نازل تر در کشورهای دیگر دنبال می کنند.

به باور باربرو، به اعتقاد روشن فکران، افسون و راز، اندکی در جهان باقی خواهد ماند، ولی در نظر اکثریت عظیمی از مردم، رسانه ها به واسطه ملودرام ها، ستاره سازی و امکان پخش بازی های المپیک و جام جهانی و شورانگیزی ورزش هایی که در آن دو حریف قوی با هم به رقابت می پردازند، رازآمیز، افسون بار و هیجان انگیز می شوند.

رسانه ها تا حدودی تمایز میان امر مقدس و نامقدس را از میان برده اند. رسانه ها، حصار را که دین پیرامون امر مقدس ایجاد کرده است و به حفاظت از آن می پردازد، فرو ریخته اند. این امر، به ویژه در مورد تلویزیون صادق است که راز و افسون را به حوزه امور غیر مقدس وارد ساخته و امری را که زمانی مقدس به شمار می آمد، اینک غیر مقدس کرده است. برای نمونه، آگهی های تبلیغاتی حتی کوچک ترین و عادی ترین امور روزانه را نیز رازآمیز می کنند. حتی کارهای ساده ای چون شست و شو، نظافت، اتوکشی تغییر شکل داده و صورت شاعرانه و تا حدودی ماورایی به خود گرفته است. اینک تبلیغات، چگونه یک شیشه نوشابه کوکاکولا را تبدیل به منبع سحرانگیز و افسون گری از قدرت، عقل، زیبایی و مایه حیات و جوانی می کند، جای تأمل و ژرف اندیشی دارد. (۱)

عبارت های باربرو، انسان را به یاد کارتون های بامزی، ملوان زبل، پروفیسور بالتازار و فیلم های دیگری از این دست می اندازد؛ آنجا که کوزه ای از عسل، یک قوطی اسفناج یا

ص: ۱۲۳

قطره ای از یک محلول شیمیایی، کاری شگفت انگیز و سحرآمیز می کند. گویا اربابان سرمایه و تولیدکنندگان کالا، مسلک و مذهب جدیدی از مقدسات جدید برای مصرف کنندگان به وجود آورده اند. برجسته ترین مناسبات این مذهب جدید، مصرف گرایی بیشتر و جهت دار برای تولید قدرت به جای تعالی روح و ارتقای مقام انسانی است.

۶. پست فمینیسم و نمایش رسانه ای

۶. پست فمینیسم و نمایش رسانه ای

اندیشه فمینیستی «کلاسیک» با الگوی اصلی اش؛ یعنی ایستادگی در برابر فرهنگ مردسالاری در طول قرن بیستم گسترش جهانی یافت. مبنای استدلال های این مکتب، مقابله با هرگونه انقیاد زنان بر اساس هر نوع اندیشه ای است که با اصول آرمانی و آزادی خواهانه اندیشه فمینیسم ناسازگار باشد. در امریکای شمالی که خواستگاه اصلی جنبش فمینیسم است، تلاش کلاسیک زنان، نخست، معطوف به داشتن حق رأی، اداره زندگی خانوادگی و سرانجام، دست رسی به شغل بود. به طور کلی، خواسته های آنان بیشتر در تساوی حقوق مدنی با مردان جامعه خلاصه می شد، ولی اعتراض زنان به نقش حاشیه ای و امور دینی مسیحیت، محسوس نبود و زنان در پی بازخوانی ایدئولوژیک و دینی از خود با ادبیات فمینیستی نبودند. البته فمینیستی که در این دوره در رسانه ها اشاعه می شد، بیشتر به جسم و مسائل جنسی زنان توجه داشت تا روح و اندیشه و مسائل اقتصادی آنان. از این رو، رسانه ها در دموکراتیک کردن جنبش زنانه و دامن زدن به مسائل مدنی آنها کمتر وارد می شدند.

به تدریج، فمینیسم از حوزه کلاسیک خود خارج شد و روح آزادی خواهانه موجود در جامعه مدنی نوین غربی را به حوزه دین، فلسفه، حقوق، ادبیات، علوم و اقتصاد و معیشت تعمیم داد. بدین ترتیب، فمینیست ها به فکر ساخت بنیان ها و بازآفرینی ایدئولوژیک برای توجیه برداشت های خود افتادند. برای مثال، هر کدام از امواج (مراحل) سه گانه فمینیسم مدعی بودند در فرآیند تکاملی قرن های گذشته ریشه دارند که شیرزنان مطرح شده در کتاب مقدس، داستان ها، شعر، هنر و فیلم را مظهر پیشرفت

به تازگی، زنان فمینیست برای یافتن قاعده و مبنایی برای هویت زنانه خود از طریق زبان انجیل به جست و جو برآمده اند. آنها به صورت جدی در صدد باطل کردن کلیشه هایی هستند که بر گمانه های فرهنگ رسانه ای مبتنی است. آنان این کار را از طریق بازسازی هویت زنانه خود و با استفاده از زبان مقدس متون دینی مردسالارانه انجام می دهند، (۱) به گونه ای که تمام نقش های مثبت مردان را برای خود بازخوانی می کنند.

اگر در فیلم ها و سریال های غربی و به ویژه امریکایی، حضور جنسی و جلوه های زنانه، مادرانه و خواهرانه، جای خود را به هویتی جدید داده است که در واکنش و اثرگذاری بر دگرگونی ها و رهبری جریان خیر و شر، برجسته تر است یا دست کم در اندازه مردان جلوه گری می کند، نتیجه همین تغییر کلیشه هاست که در تمامی جنبه ها درباره نقش زن مطرح است. برای نمونه، امروزه نقش پلیس زن به شدت پررنگ شده است. گویا جریان فمینیستی متأخر دریافت کرده است که بدون همه ملاحظه ها و نداشتن مناسبت های جسمی و روحی زنان با این نوع مشاغل، زن را در مبارزه با شرور، برابر با مردان یا برتر از آنها بنمایاند؛ زیرا مبارزه با شر را امری مطلوب و مقدس یافته و همین توجه کافی است تا زن را در آن عرصه، برتر نمایش دهد. البته مسئله به همین جا متوقف نمی شود؛ زیرا هم زمان با این تغییر، یعنی قرار گرفتن زن در کارکرد جدید، آن جلوه های کلاسیک گذشته از وی رخت برمی بندد. برای مثال، زن بازیگر نقش اول سریال پرونده های راکد (در شبکه ۳ سیما) نه جلوه و زیبایی زنانه دارد و نه رفتار و گفتارش زنانه است، بلکه حتی موهایش نیز همچون مردان، کوتاه آرایش شده است. از این نمونه ها، در ادبیات و تصویرهای رسانه ای امروزی فراوان یافت می شود.

فمینیسم پست مدرن، اقتدار انجیل را برای کسب اعتبار بیشتر آن اصول علمی که نظریه اش را شکل می دهد، زیر سؤال می برد (۱) و دیگر حاضر نیست نقش «موجود تسلیم شده» را بپذیرد. فیلمی همچون سکوت بره ها با درون مایه فمینیستی اش، به مبارزه با همین ایده انجیلی برمی خیزد و سکوت بره ها (منظور زنان هستند) را چنان نفرت انگیز به تصویر می کشد که مخاطب را به واکنش روانی وا می دارد. در این فیلم، زن قهرمان پلیس (جودی فاستر) در نقش خیر و دکتر لکتر مرد (آنتونی هاپکینز) در نقش شر تصویر می شوند. این تصویرگری چنان است که هر دو طرف خیر و شر را به نوعی مطلق می کند.

باید دانست ظهور فمینیسم در غرب، نتیجه طبیعی عواملی بود که یکی از مهم ترین آنها، ضعف ها و تناقض های فراوان موجود در متون مقدس مسیحیت و یهودیت در مورد زنان بوده است. این تناقض ها از همان سفر آفرینش عهد عتیق آغاز می شود، آنجا که زن را موجودی شر و متناسب با شر و عامل گمراهی آدم معرفی می کند. افزون بر اینکه باید دانست ستم به زنان و نگاه تحقیرآمیز و ابزارانگارانه به زن آن گونه که در تاریخ غرب بوده و هست، همانندی در تمدن ها و فرهنگ های دیگر ندارد. از این رو، واکنش زنان در این دو سده پس از انقلاب صنعتی با نام فمینیسم، قی کردن همه آن پیشینه مسمومی است که معده تاریخ غربی در خود داشته است.

این مطلب بدین دلیل بیان شد که بسیاری از روشن فکران همان گونه که کوشیده اند رنسانس و پروتستانتیسم و سکولاریسم را به فرهنگ ایرانی _ اسلامی ما پیوند دهند، خواسته اند به نوعی جریان فمینیسم را نیز وارد جغرافیای فرهنگی ما کنند، در حالی که هیچ کدام از زمینه های ظهور فمینیسم (در غرب) در فرهنگ و تاریخ ما نبوده است. به همین دلیل، در ایجاد یک جریان

ص: ۱۲۶

اجتماعی در ایران همواره شکست خورده اند. امروزه رسانه های مدرن نه تنها جنس زن را بر اساس نگاه کلاسیک فمینیسم، بلکه بر اساس رویکردی ستیزه جویانه و در نقش هایی کاملاً ناسازگار با فطرت و خلقت زنانه تصویر می کنند و زن را نه در تعامل، بلکه در تقابل بی مورد با مردان قرار می دهند. فیلم و سریال های غربی سرشار از این گونه تم هاست که با فرهنگ ایرانی و اسلامی ما ناسازگار است و این امر، پی آمدهای فراوانی به همراه داشته است و در آینده خواهد داشت. متأسفانه برخی تولیدات داخلی نیز به جای آنکه در تقابل با این گونه اندیشه های انحرافی برآید، متأثر از فضای عمومی جهانی به سمت فمینیسم و پست فمینیسم در حرکت است.

سریال خواب و بیدار، نمونه برجسته ای از این رویکرد و جریان مخاطره آمیز است که بایستی مورد ارزیابی مسئولان رسانه قرار گیرد. کارگردان و نویسنده این سریال حتی در سریال ولایت عشق نیز نقش زنان را با افزودن شخصیت های غیرواقعی و ماجراجو به سمت ناصوابی هدایت کرده؛ یعنی معیارهای امروزی زنان را به گذشته تاریخی نیز منتسب ساخته است. این مسئله به دلیل پیشینه سازی برای حضور متفاوت و ساختارشکنانه زنان، آن هم در شکل مذهبی اش، خطرناک تر به نظر می رسد.

۷. دنیای مجازی و فضای سایبر

۷. دنیای مجازی و فضای سایبر

از آنجا که زندگی در دنیای مجازی، همکاری در فضای سایبر و حضور جدی رسانه ها به ویژه اینترنت در زندگی امروزی، پیوندی ناگسستنی با پست مدرنیسم و مفاهیم اساسی آن دارد، لازم است به تأملی درباره ریشه ها و پی آمدهای این قلمرو جدید پردازیم.

در پارادایم اطلاعاتی، فرهنگ جدید مجازی به یمن کنار گذاشتن مکان ها و نابودی زمان پدیدار شده است. در فرهنگ مجازی، مجاز واقعی، نظامی است که در آن، خود واقعیت (هستی مادی _ نمادین) یک سره در انگاره سازی مجازی و در جهانی خیالی

فرو رفته است که در آن، نمادها تنها استعاره نیستند، بلکه تجربه واقعی را تشکیل می دهند. در این فرهنگ، از سویی کارکردها و ارزش های مسلط در جامعه به طور هم زمان در جریان اطلاعات سازمان دهی می شوند. از سویی دیگر، ارزش ها و منافع مسلط بدون ارجاع به گذشته یا آینده شان در چشم انداز بی زمان شبکه های رایانه ای و رسانه های الکترونیکی ساخته می شوند. همه بیان ها از همه زمان ها و از همه مکان ها در یک آبرمتن (مثلاً آرشیو رسانه) درهم می آمیزند و بسته به منافع فرستنده و روحیه گیرنده، پیوسته در هر زمان و هر مکان آرایش مجدد می یابند. این فضای مجازی و عالم فراواقعی، واقعیت انسان پست مدرن می شود؛ زیرا در چارچوب این نظام های نمادین بی زمان و بی مکان است که مقوله ها ساخته می شوند و تصویرهایی پخش می شوند که رفتار را شکل می دهند؛ سیاست را ایجاد می کنند؛ رؤیاهای بارور می سازند و کابوس ها را دامن می زنند. (۱)

زندگی در فرهنگ مجازی با پشتوانه ساختاری و محتوایی غربی، سه خطر اساسی را برای دولت _ ملت ها و خرده فرهنگ ها پدید می آورد. که عبارتند از: بحران های هویت، مشروعیت و اقتدار.

دولت های ملی مدرن، زیر تاراج شبکه های جهانی ثروت، قدرت و اطلاعات، بخش بزرگی از حاکمیت و استقلال خود را از دست داده است. مبانی هویت ساز و سرچشمه های مشروعیت، مورد تردید و تشکیک قرار گرفته اند. امروزه ساختارهایی همچون دولت دموکراتیک، جامعه مدنی، قرارداد اجتماعی و دیگر نمادهای مدرنیته در برابر نماد اصلی پست مدرنیسم، یعنی حاکمیت «مجاز» و دنیای مجازی تضعیف شده اند. پرسش این است که چگونه این فضای مجازی و واقعیت غیرواقعی با تمدن

ص: ۱۲۸

۱- نک: WWW.Bashgah.net، «فرهنگ مجازی در عصر اطلاعات»، سخنرانی محمد سلطان فر استاد دانشگاه و مدیر مسئول روزنامه های ایران نیوز و صبح اقتصاد در مرکز گفت و گوی تمدن ها، ۲۱/۷/۱۳۸۳.

غرب که اساسش را قدرت و سیطره طلبی شکل می دهد، پیوند می خورد شان پ. ویلبر در تأملی درباره تبارشناسی واژه «مجاز» می نویسد:

در زبان روزمره، کلمه «مجازی» بیشتر اوقات ظاهراً به معنای چیزی است که واقعی، موثق یا متناسب به نظر می رسد، ولی واقعاً چنین نیست. گرچه ممکن است همان اثرات را داشته باشد.

این کلمه حتی در شکل عوامانه اش به این نکته اشاره دارد که چه بسا «به نظر رسیدن» و «بودن»، با هم خلط شوند. «مجازی» در زبان انگلیسی از «فضیلت و حسن» ریشه می گیرد. از همین رو، هم در قدرت و هم در اخلاقیات ریشه دارد. ویژگی امر مجازی در این است که می تواند منشأ اثر باشد یا حتی در نبود «اثر واقعی»، خود را به عنوان اثر مطرح کند. امروزه، دیگر بُعد اخلاقی این واژه حذف شده است و «منشأ اثر بودن» آن لحاظ می شود. حال و هوای اسرارآمیز «مجازی»، به پنهان کردن تمایز میان اثرات واقعی قدرت و اثراتی که مثل اثرات واقعی اند، کمک می کند. (۱)

در واقع، در دوره ای که ابزار قدرت واقعی، هزینه و نیروی فراوان می طلبد و پی آمدهای آن نیز در دسرساز است، «فضای مجازی» که با ابزار تکنولوژیک جدیدی تحقق پذیر است، به کمک جویندگان به قدرت می آید تا با هزینه کمتر و بدون ابزار قدرت واقعی، قدرت نمایی کند.

نیل پستمن درباره فضای مجازی می گوید: «فضای مجازی، تعبیری است مبتنی بر این فرض که خودآگاهی آدمی در چنین محلی قرار می گیرد». (۲) این تعریف پستمن از فضای مجازی، همچون توضیحی است که مک لوهان درباره کارکرد رسانه ها می دهد. به باور مک لوهان، انسان به واسطه وسایل نوین ارتباطی، بخشی از وجود و خودآگاهی خود را به بیرون از وجود خود می فرستد؛ یعنی جایی که رسانه ها هدایت می کنند. در واقع،

ص: ۱۲۹

-
- ۱- شان پ. ویلبر، مقاله «دنیای مجازی، جامعه، هویت»، ترجمه: امیر نیک فرجام، نیم سالانه زیبا شناخت، ش ۱۱.
 - ۲- نیل پستمن، مقاله «فضای مجازی و سؤالات پیش رو»، ماهنامه سیاحت غرب، سال دوم _ ش ۱۷، آذر ۱۳۸۳، مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما، ص ۱۵.

انسان که تصمیم‌ها و اندیشه‌های خود را به صورت متمرکز در وجود خود و با مراقبت دقیق انجام می‌داد، اکنون به جایی رسیده که دست کم بخشی از مهار خود را به جایی بیرون از خود واگذار کرده است. این فضای حاکم بر مهار ذهنیت‌ها و تصمیم‌گیری‌ها و اندیشه‌ها و مقوله‌ها همان فضای مجازی است، ولی چرا آدمی به جایی رسیده است که مهارش به دست دیگری افتاده است؟ نیل پستمن در این باره می‌نویسد:

تکنولوژی‌های جدید از هر نوعی که باشد، به نوعی معامله می‌ماند که در آن آدمی غالباً نیروهای روحی و معنوی خود را برای دست‌یابی به نیروهای مادی و جسمانی تعویض می‌کند و این بده‌بستان‌ها در همه تکنولوژی‌ها از صنعت چاپ گرفته تا تلگراف و کامپیوترها قابل مشاهده است. پس انسان پسامدرن به اختیار خود، اختیار از کف داده و برده شده است. (۱)

پستمن، خرید و انجام عملیات بانکی در خانه را مثال می‌زند که چگونه پایان زندگی اجتماعی را محتمل ساخته و مسئولیت و حس حیات جامعه را به مخاطره انداخته است و حتی از انسان نیز تعریف جدیدی ارائه کرده است.

ژان بودریارد (۲) که دست‌یازیدن بی‌قید و شرط به ماشین را موجب تحریف شخصیت آدمی می‌داند، در مورد اینترنت به عنوان برجسته‌ترین پارامتر «دنیای مجازی» می‌نویسد:

من بر این عقیده‌ام که با گسترش چنین پدیده‌ای که با گسترش فضای مجازی همراه می‌گردد، اخلاق و سیاست به ماهیت‌هایی مجازی مبدل می‌شوند. چنین گسترشی هر چیز و هر مفهومی را مجدداً در فضای شکل‌گرفته بازنویسی می‌کند و اهداف و آرمان‌های بشری را در چنین فضایی بی‌ارزش می‌سازد... این رویداد، نه خطری مرگ‌بار بلکه معرف نوعی بی‌ثباتی محسوب می‌شود. در چنین فضایی، همه در پی برقراری ارتباطند. آنچه می‌خواهند، ابراز می‌دارند، اما اصلاً نمی‌دانند که در چنین فضایی چه بر سر حرف‌هایشان می‌آید. از این رو، من بر این باورم که چنین رسانه‌هایی، همه چیز را به نوعی خنثی می‌سازند... در چنین نظامی است که تصویر فرد از خودش، ماهیتی مجازی (و نه حقیقی) می‌یابد... آنچه در این فضا برای انسان جذاب است و توجهش را سخت به خود معطوف می‌سازد، نه جست‌وجوی اطلاعات و دست‌یابی بر دانش، بلکه میل به

ص: ۱۳۰

۱- همان، ص ۱۶.

۲- Jean Baudrillard نظریه پرداز، نویسنده و منتقد برجسته فرانسوی.

مخفی شدن و یافتن راهی برای ناپدید شدن در شبکه است. (۱)

افزون بر مطالبی که بیان گردید، انسان عصر مجازی به پی آمدهای دیگر این عصر نیز دچار است که آنها را برمی شماریم:

۱. آسان طلبی: بر اساس اتوپسای غرب، نقطه آمال تکنولوژیک آن است که انسان در خانه بنشیند و با اراده خویش و با کم ترین کار فیزیکی (حداکثر فشار دادن یک دکمه) همه امور خود را انجام دهد. جدای از اینکه این امر شدنی است یا خیر یا اساساً با طبیعت آدمی سازگار است یا نه، فضای مجازی، گام مهمی در رسیدن بشر به این مرحله آسان طلبی است. انسانی که با این فضا خو گرفته باشد، به تدریج، در مقابل هر تحرکی، از خود واکنش نشان می دهد و در واقع، بر اینرسی خود می افزاید.

۲. گوشه گزینی: میل به پنهان شدن که بودریارد نیز بدان اشاره دارد و نیز فرار از همکاری فعال اجتماعی، از دیگر پی آمدهای زندگی در فضای مجازی است که یکی از پی آمدهای آن فرار از هرگونه «مسئولیت» است.

۳. ضعف روحی در رویارویی با حقایق و واقعیت ها: این مسئله دوسویه است. از سویی انسان برای گریز از تلخی های عالم واقع به دنیای مجازی می آید و از سوی دیگر، این دنیای مجازی با او چنان می کند که برخورد با واقعیت های زندگی معمولی برای او دشوارتر می شود.

۴. اعتیاد: شاید بتوان مشکل اعتیاد به فضای مجازی به ویژه اینترنت را به دو نوع تقسیم کرد. در بیان دیوید گرینفیلد (۲) درباره اینترنت، اولی یک مشکلاولیه دانسته شده است که در آن، خود اینترنت کانون الگوی اعتیادی قرار می گیرد. مشکل دوم نیز در جایی است

ص: ۱۳۱

۱- «گسترش تکنولوژی و تعمیق فضای مجازی»، گفت و گو با ژان بودریارد، سیاحت غرب، ش ۱۶، سال دوم، آبان ۱۳۸۳، صص ۱۷ و ۱۸.

۲- David Greenfield.

که مشکل موجود (رفتار اعتیادی) با کاربرد اینترنت وخیم تر می شود. در دست رس بودن، هزینه پایین، گم نامی، نداشتن محدودیت زمانی، نبود مراقبت و کمبود مسئولیت ها همگی از عوامل تشویق افراد به استفاده از اینترنت هستند. (۱) وی نتیجه می گیرد: «گونه های قدیمی رفتارها و مصارف اعتیادی همچون قمار، بورس بازی و اعمال جنسی، در مقایسه با سرعت و کارایی اینترنت رنگ باخته اند». (۲)

تغییرهای مهم عصبی - شیمیایی در هر گونه عمل لذت بخش، ثابت کرده اند که دارای پتانسل اعتیادآوری در سطح رفتارها هستند. نتیجه همه آنها یکی است؛ به ویژه با توجه به تأثیر بالقوه آنها بر زندگی افراد که در مورد رفتار اعتیادی می تواند بیشتر باشد. هر زمان که رفتار بسیار لذت بخشی برای انسان بتواند بدون دخالت او ایجاد شود (همان گونه که در اینترنت ایجاد می شود)، این رفتار آمادگی بیشتری برای سوءاستفاده شدن دارد.

در مواد مخدر، پتانسل اعتیاد آورنده بر اساس سرعت جذب آن مواد به بدن انسان است، ولی در مورد اینترنت، سرعت دست یابی بدان است که آن را اعتیاد آور می کند. (۳)

۵. غفلت یا حاکمیت ناخودآگاهی: به طور کلی، ذهن انسان از دو بخش خودآگاه و ناخودآگاه تشکیل شده است. اینکه رسانه به عنوان ورودی های عالم مجازی تعیین می کند که چه چیزی را ببینیم و بشنویم و چه چیزی را نبینیم و نشنویم؛ به چه چیز بیاندهشیم، چگونه بیاندهشیم و چگونه نتیجه بگیریم، به گونه ای است که به تدریج بخش ناخودآگاه انسان فعال و بخش خودآگاه و انرژی بر ذهن انسان در پایین ترین سطح فعالیت قرار می گیرد. این مسئله؛ یعنی حاکمیت ناخودآگاهی و زوال خودآگاهی، پی آمدهای فراوانی

ص: ۱۳۲

۱- استفاده از شبکه های ماهواره ای نیز به همین گونه است.

۲- دیوید گرینفیلد، «اعتیاد مجازی»، ماهنامه سیاحت غرب، سال دوم، ش ۱۸ دی ۸۳، ص ۲۱.

۳- همان، صص ۲۲ و ۲۴.

دارد که غفلت، اولین و سپردن اراده خود به دیگران، سرانجام آن است. (۱) به تازگی پژوهشگران امریکایی اعلام کرده اند در ده سال گذشته، فراگیری درس ریاضی در دانش آموزان امریکایی به واسطه استفاده بیش از حد از رسانه ها، نزدیک به ۲۰ درصد کاهش یافته است. این نمونه، بیانگر اندیشه گریزی معتادان رسانه های عصر مجازی است.

آنچه بیان شد؛ نمونه هایی از پی آمدهای فراوان پرداختن به فضای کاذب و غیرواقعی سیگنال های الکترونیکی به عنوان کشت های تمدن مجازی است. این بیان ها به شکل بسیار حادث تر و صریح تر در سخنان بسیاری از دانشمندان غربی بیان شده است. حتی فیلم های بسیاری همچون سه گانه ماتریکس دقیقاً بر اساس اسارت انسان در فضای سیگنال ها و دیتاهای الکترونیکی است. در فیلم ماتریکس وقتی نئو (شخصیت اول فیلم) وارد فضای مجازی رایانه و سفر و یک های دیتابیس ها می شود، خود را اسیر دنیایی جدید و شخصیت ها و روابط حاکم بر آنجا می یابد. پی آمدهای حاکمیت رسانه ها بر ذهن انسان بسیار پر دامنه است. برای مثال، مک لوهان آن چنان که در نظریاتش و در کتاب برای درک رسانه ها و آیینه های جیبی دارد، بر آن است که رسانه ها نوع اندیشه یا فرآیند اندیشه انسان را تغییر می دهند.

شاید این گونه خطرهای بیان شده در بیان نویسندگان غربی و حتی داخلی اغراق آمیز باشد، ولی دست کم به ما یادآوری می کند که در استفاده از رسانه ها دچار خوش بینی غیرواقعی نشویم و متوجه پی آمدهای ابزار تکنولوژیک باشیم. نیل پستمن روش خوبی را برای این گونه یادآوری ها بیان می کند:

وقتی با تکنولوژی جدیدی روبه رو می شویم، هر چه می خواهد باشد، باید سه پرسش را پیش خود مطرح کنیم؛ اول اینکه این تکنولوژی آمده است تا چه مشکلی را از ما حل کند؟ دوم اینکه چنین مشکلی، واقعاً مشکل چه

ص: ۱۳۳

۱- نک: «موجودیت غرب و رسانه های تکنولوژیک» از همین نویسنده که به همت مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما به چاپ رسیده است.

کسانی است؟ سوم اینکه اگر به راستی این تکنولوژی، مشکلی را از سر راه بشر برمی دارد، خالق چه مشکلات جدیدی برای آدمی است؟^(۱)

ص: ۱۳۴

۱- «فضای مجازی و سؤالات پیش رو»، ص ۱۹.

فصل سوم: سنت، رسانه و فضای پیش رو

زیر فصل ها

۱. مفهوم شناسی سنت

۲. تعریف برگزیده از سنت

۳. ویژگی های فرهنگ و جهان بینی سنتی

۴. منشأ شبهه پراکنی علیه نگاه سنتی (دینی)

۵. مبارزه خاورشناسان با «سنت»ها

۶. نقش سازمان های «ماسونی» در تخریب هویت ها

۷. آسیب های تلویزیون دینی در غرب

۸. مناسب سنت و رسانه

۹. انسان شناسی دینی مخاطبان رسانه

۱۰. فرصت های رسانه دینی در قلمرو جهانی شدن

۱. مفهوم شناسی سنت

۱. مفهوم شناسی سنت

پیش تر بیان شد که مفهوم سنت _ در برداشت متجددانه از آن _ پس از تعریف تجدد و مدرنیته پدید آمد. اندیشه و جهان بینی جدیدی که از جهان و انسان پدید آمده بود، مدرنیته و تمام آنچه را با این نحله جدید هماهنگی و سازگاری نداشت، در تعریف جدیدی از سنت قرار داد. بدین ترتیب، به ویژه در دوره روشن گری، سنت و سنت مداری مورد حمله متجددان قرار گرفت و به واپس گرایی و دگماتیسم متهم گردید.

رخدادی که به بحث و جدال سنت و تجدد دامن زد، چیزی بود که در عمل و در قلمرو اجرای طرح های توسعه تجدد رخ داد. نخست گمان می شد اراده معطوف به تصرف سکولارانه جهان، اراده ای لایتناهی است، ولی تاریخ معاصر، خلاف آن را

ثابت کرد. این اراده، نه تنها به همه جا سرایت نکرد و همه اقوام را زیر سیطره خویش درنیاورد، بلکه در خود غرب دچار تردید جدی گردید. روی دادن این اتفاق در غرب و نیز شکست طرح های توسعه غربی در جوامع به اصطلاح در حال توسعه و گاه واکنش این کشورها به تزریق نامناسب تجدد، این پرسش جدی را پیش آورد که «مانع» چیست؟ «اگر طرح توسعه، با احساس کُندی در سیر تجدد مورد پیدا کرد، ناتوانی بسیاری از کشورها در اجرای برنامه های توسعه، پژوهندگان را به این فکر انداخت که قاعدتاً باید چیزی که به چشم ظاهر نمی آید و در برنامه قابل پیش بینی نیست، مانع راه

باشد. این مانع را معمولاً «سنت» می خوانند» (۱).

جریان فرهنگی هجده به سنت های اقوام و ملیت ها، ریشه سیاسی و اقتصادی آشکار شده ای دارد. هدف اصلی این حرکت های استعماری، گسترش سیطره سیاسی - اقتصادی غرب، به قیمت درهم شکستن ساختارهای اجتماعی و نظام های موجود در کشورهای غیر غربی و هضم ساخت اجتماعی آن جوامع در اقتصاد سرمایه سالار است. نظام های اقتصادی و سیاسی موجود که هر یک به مقتضای ویژگی های فرهنگی، تاریخی و شرایط جغرافیایی بر مدار خاصی از تولید و مصرف سازمان یافته اند، برای سازگاری با مقتضیات نظام غربی نمی توانند به شکل گذشته خود باقی بمانند. بنابراین، در هم کوبیده می شوند.

بدین ترتیب، این ساخت های اجتماعی که مانع سلطه غرب می شوند، با ادبیات خاص و هجده ای روشن فکرانه و ژورنالیستی هدف قرار می گیرند. در این میان، سنت به گونه ای تعریف می شود که:

۱. ساختارهای شکل یافته بر اساس فرهنگ بومی جامعه را مانع پیشرفت معرفی و تعریف کند، هرچند در واقع، این گونه نباشد.

۲. تمامی موارد و مؤلفه های منفی در اذهان عمومی را به نوعی به همین مفهوم تازه تعریف شده سنت نسبت داده شود.

جنبه معرفتی کشورهای غیر غربی از دو حال خارج نیست: یا کشورهای هستند که در حقیقت، سنت (به معنای حقیقی و دین محور آن) در آنها زنده است. در این صورت، نظام اجتماعی بر اساس معرفتی شهودی و شناختی عقلی شکل می گیرد؛ یا اینکه سنت در این کشورها زنده نیست و آنچه هست، قالب یا تقلبی از آن است. در نتیجه، از

ص: ۱۳۶

شهود الهی و حمایت عقلی بی بهره هستند. قالب سنت، همان ظاهر عملی آن است که با وجود پیشینه الهی اش، به دلیل بی توجهی، از جنبه های معنوی به صورت آداب و رسوم قومی، قبیله ای و مانند آن درآمده است. تقلب سنت نیز همان بدعت هایی است که جنبه های روحانی و معنوی ندارد، ولی به نام سنت در جامعه باقی مانده و به صورت عادت های اجتماعی تداوم یافته است. پشتوانه معرفتی رفتار اجتماعی اگر شکل عادت و رسم داشته باشد، همان شناخت حسی _ عاطفی است که بر اثر تکرار و تمرین ایجاد می شود و با مخالفت (هرچند به زور تحمیل شوند) از میان نمی رود. (۱)

از نظر متجددان، سنت در همه حالت ها و صورت هایش، اعم از سنت های دینی که از معرفت شهودی و عقلی برخوردارند یا اینکه از شهود دینی و معرفت عقلی، بی بهره و در قالب یا تقلبی از سنت باشند، باید دگرگون شوند. اگر رسوم و عادت ها از حیات عقلی و دینی بی بهره باشند، غرب در تبدیل آنها مشکل چندانی نخواهد داشت، ولی اگر دارای معرفت دینی و عقلی باشند، دگرگونی آنها اگر ناممکن نباشد، دشوار است. البته غرب در زمانی با کشورهای دیگر روبه رو شد که در بیشتر آنها چیزی جز قالب یا تقلب سنت باقی نمانده بود. یاسپرس در این باره می نویسد:

این ملت ها هنگامی که زیر پای ماشین جنگی اروپا پای مال شدند، از نظر تربیت معنوی در پایین ترین مرتبه قرار داشتند. اروپا با چین و هندوستانی شکفته و بیدار روبه رو نگردید، بلکه با ملت هایی مواجه شد که هویت خود را از یاد برده بودند. (۲)

از آنجا که در کشورهای غیرغربی، عادت ها و رسوم حتی وقتی از حیات عقلی و دینی بی بهره اند، دارای پوشش دینی قالبی یا تقلبی هستند، غرب نیز برای ایجاد دگرگونی در آنها، ناگزیر از پوشش دینی سود می جوید. به همین دلیل، مبلغان مذهبی با اولین

ص: ۱۳۷

۱- حمید پارسانیا، حدیث پیمان، انتشارات معارف، چ ۵، ۱۳۸۰، صص ۱۶۶ و ۱۶۷.

۲- کارل یاسپرس، آغاز و انجام تاریخ، ترجمه: محمدحسن لطفی، تهران، خوارزمی، ۱۳۶۲، ص ۱۸۵.

کاروان های تجاری و نظامی و با حمایت سیاست مداران و سرمایه داران غربی، راهی کشورهای غیرغربی شدند. این حرکت در جوامعی که بر اساس آداب ها و رسوم قومی، نظام اجتماعی خود را سامان داده بودند یا آنکه بار معرفتی ضعیفی داشتند و قدرت مقاومت در برابر مبلغان مذهبی را نداشتند، پی آمدهای گسترده ای را به باور می آورد. البته در کشورهای اسلامی که سنت در آنها تا حدودی زنده بود یا آنکه دست کم قدرت برهانی و استدلالی در دفاع از سنت ها وجود داشت، این حرکت ناکام ماند. (۱)

گستره اندیشه و سیاست غرب در مبارزه با سنت های جوامع غیرغربی به همین اندازه نبود و سیاست های فرهنگی دیگری نیز پی گیری شد، مانند:

الف) ابداع فرقه های جدید؛

ب) احیای فرقه های فرسوده ضعیف؛

ج) تشدید اختلاف میان فرقه ها.

آنچه در دایره سنت معرفی می گردد، در سه دسته اصلی که بیان شد، قابل شناسایی است:

یک _ سنت های زنده و بالنده بر اساس شناخت عقلی و معرفت شهودی بر گرفته از دین؛

دو _ سنت های قالبی که بر اساس فضای دینی شکل گرفته اند، ولی به تدریج از معنا تهی شده و به صورت قشری و مرده در آمده اند؛

سه _ سنت های تقلبی و قالب های شکل گرفته بر اساس مبانی انحرافی و قشری با ظاهری شبیه دو نوع سنت پیشین.

با این توضیح، سنت از نوع اول را به عنوان گزینه درست، پویا و برتر می پذیریم. در

ص: ۱۳۸

بخش بعدی، در فهم معنای این سنت بیشتر می‌کوشیم.

۲. تعریف برگزیده از سنت

۲. تعریف برگزیده از سنت

به باور ما، از میان بیان‌های مختلف درباره سنت، آن تعریفی نزدیک به واقع است که سنت را حقیقتی آسمانی، الهی و مقدس و واقعیتی پویا و پرنشاط، مجرای زندگی و مسیر افاضه‌های متجدد می‌داند. در واقع، تعریف ما از سنت، تعریف آن در درون فرهنگ و نگاه دینی است. سنت در این تعریف، با دین و شریعت هم‌معناست و با اراده تشریحی خداوند هماهنگ است. سنت، شیوه‌ای از زیستن است که عقل به تنهایی عهده‌دار شناخت آن نیست، بلکه وحی و شهود دینی نیز در تبیین آن دخیل است. انسانی که از شهود و معرفت باطنی الهی محروم باشد، سنت را با دو منبع «عقل» و «نقل» می‌شناسد.

سنت، شیوه‌ای از رفتار است که بر اساس آن، معاش و معاد آدمی تأمین می‌شود و رستگاری انسان به دست می‌آید. در حقیقت، سنت، منطق معرفت و علم خالص دینی است؛ زیرا سنت برای جویندگان شهود و سالکان طریق وصول، همان نقشی را بر عهده دارد که منطق برای جویندگان علم. همان‌گونه که منطق در صحنه دانش حصولی، مسیرهای فکری را تعیین می‌کند، سنت نیز در پهنه آگاهی حضوری و شهودی که دانش راستین است، طریق وصول را نشان می‌دهد. (۱)

تفاوت منطق و سنت در آن است که منطق، مسیرهای ذهنی را نشان می‌دهد و سنت، گذرگاه‌های عملی زندگانی را. این تفاوت برآمده از تفاوت در نوع معرفت حاکم بر این دو مسیر است؛ یعنی معرفت حصولی که بر مجرای مسیر ذهنی است و معرفت

ص: ۱۳۹

۱- حمید پارسانیا، سنت، ایدئولوژی، علم، مرکز آموزش و پژوهش سازمان تبلیغات اسلامی، چ ۱، ۱۳۸۰، صص ۳۱ و ۳۲.

حضور و شهودی که حقیقت سنت بدان مربوط است. در معرفت حضوری، انسان برای رسیدن به حقیقت، ناگزیر باید به تبدیل و تغییر هستی و وجود خود دست یازد و این تبدیل و تغییر، خواهان شیوه‌ای از زیستن است که سنت عهده دار آن است. این شیوه از زیست، همان طریق تزکیه است که در متن رسالت پیامبران آمده است:

همان گونه که در میان شما از خودتان رسولی فرستادیم که آیات ما را برای شما تلاوت می‌کند، شما را تزکیه می‌کند، به شما کتاب و حکمت می‌آموزد و آنچه را از نزد خود نمی‌توانستید بیاموزید، به شما می‌آموزد. (بقره: ۱۵۱)

پیامبران با تزکیه، فلسفه نمی‌آموزند، بلکه حکمت می‌آموزند که همراه شهود است. کتاب می‌آموزند؛ همان کتابی که آصف بن برخیا به بیان قرآن، با فراگرفتن علمی اندک از آن، تخت بلقیس را در زمانی کمتر از چشم برهم زدن، از سبأ به یمن آورد. نبی با آوردن آیات الهی و تزکیه انسان‌ها، حقایقی را می‌آموزد که آنها بدون ارتباط با وحی، هرگز نمی‌توانند فراگیرند. (۱)

اتکای بر وحی در سنت، تفاوت‌های اساسی میان اندیشه اومانستی و سنتی ایجاد می‌کند. برای مثال، در قلمرو علم، مبانی آن دو کاملاً مخالف با یکدیگرند. در اندیشه سکولاریستی و اومانستی، بشر از جهل آغاز می‌کند. از مرحله «هیچ نمی‌دانم» به هیچ‌مبنایی ندارم؛ یعنی از مرحله‌ای که به مبانی گذشته‌اش، از جمله معرفت مسیحی بی‌اعتقاد و بی‌اعتماد می‌شود؛ پس از خود آغاز می‌کند و خود را دایرمدار عالم و معیار سنجش قرار می‌دهد. عبارت معروف «من می‌اندیشم، پس هستم» از دکارت که سرآغاز علم مدرن است، همین مفهوم را می‌رساند؛ یعنی بشر بی‌بنیاد غربی برای یافتن مبنای علم از هیچ می‌آغازد، ولی در آن سوی قلمرو شناخت، نگاه سنتی دینی است که از علم کامل؛ یعنی وحی آغاز می‌کند. «وحی»، مظهر آن علمی است که همه دانش‌های مفید و

ص: ۱۴۰

حتی در نگاه دینی، سرآغاز رشد عقل نیز پیروی از وحی است و عقل با حرکت در این مسیر وحیانی رشد می یابد و کامل می شود. چنان که حضرت سیدالشهدا علیه السلام فرموده است: «لَا يَكْمِلُ الْعَقْلُ إِلَّا بِاتِّبَاعِ الْحَقِّ؛ عقل جز با پیروی از حق کامل نمی شود» (۲) و برجسته ترین مصداق حق، همان «وحی» است. پس نقطه آغاز علم غربی، جهل است؛ زیرا معیار را عقل جزئی نفسانی قرار داده و ابزار آن را حواس ظاهری پنداشته است، در حالی که نقطه آغاز در سنت قدسی و دینی، علم کامل و جامع است که پشتوانه ای برای گسترش دین در تمامی جنبه های زندگی است. همچنین پشتوانه تولید علوم کاربردی و بهره مندی از آن در زندگی فردی و جمعی است.

از این دست تفاوت ها میان نگاه سنتی و مدرن، فراوان است. به ویژه در عرصه کاربرد، این فرق ها آشکارتر می شود. البته اندیشه مدرن دست کم در دو سده توانسته است به عرصه عمل بیاید، ولی تعریفی که از سنت ارائه شد، هنوز نتوانسته یا فرصت نیافته است تا جلوه عملی خود را به نمایش بگذارد. تاکنون جلوه های ناقص، کوتاه مدت و گاه آمیخته با اندیشه های نادرست آن را شاهد بوده ایم. حکومت ناب دینی نیز که تنها در حکومت نبوی و علوی جلوه گر بوده است، حتی در زمان آن بزرگواران، هرگز اجازه نیافته است تا سنت به معنای حقیقی را در جنبه های مختلف تمدنی اجرا کند.

مفهوم «سنت»، افزون بر صورت تمدنی، در فرهنگ شیعی به دو حقیقت پویای دیگر نیز منتسب است:

۱. «سنت» به مفهوم سیره عملی پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله و ائمه اطهار علیهم السلام که در کنار قرآن

ص: ۱۴۱

۱- لارطب و لایابس الّا فی کتاب مبین انعام: ۵۹.

۲- بحار الانوار، ج ۷۵، ص ۱۲۷.

و عقل، از منابع فقه شیعی در استخراج احکام دینی است.

۲. «سنت» به مفهوم سنت های الهی که بر تکوین عالم و آفرینش کاینات و نیز بر اداره امور پدیده ها و دگرگونی احوال آنها (فردی و جمعی) حاکم است. این سنت های الهی بنا بر آیات قرآن، نه تغییرپذیرند و نه تبدیل پذیر، بلکه امور ثابت و بادوام هستند.

نکته مهم آن است که در طول سال هایی که بحث سنت و تجدد و جدال آنها در میان بوده است و با وجود تعبیرها و تعریف های حتی ضددینی از سنت و هجمه های تبلیغاتی ناجوان مردانه علیه اندیشه سنتی، هیچ گاه اندیشمندان اسلامی در دفاع از «سنت»، تردیدی به خود راه نداده اند. علت این امر آن است که تعریف سنت نزد ایشان با دو حق یقینی و قدسی پیوند خورده است و آن دو حق، دو مفهوم یاد شده از سنت است؛ یعنی سنت های الهی و سنت های پیشوایان معصوم علیهم السلام.

۳. ویژگی های فرهنگ و جهان بینی سنتی

اشاره

۳. ویژگی های فرهنگ و جهان بینی سنتی

زیر فصل ها

الف) غیب باوری

ب) محوریت عالم غیب و منشأ اثر دانستن آن در امور

ج) توحید و نگاه سلسله مراتبی به هستی

الف) غیب باوری

الف) غیب باوری

آنچه در تمامی سنت های فرهنگی منتسب به دین، مشترک است، باور به جهانی است که هرچند از دیده ها نهان است، ولی به یقین وجود دارد. وجود عالم غیب و ملکوت، در میان سنت های فرهنگی و تمدن های مختلف، باورمندی تشکیکی (با شدت و ضعف) دارد. در برخی فرهنگ ها، عالم غیب، حضور چندانی در زندگی ندارد و در برخی فرهنگ ها مانند اسلام، هرچند توجه به دنیا و امور مادی بسیار است، ولی محور اصلی مبانی و معیارهای فرهنگی به عالم غیب برمی گردد. حتی در فرهنگ اسلامی، امور مادی به امور غیبی وابستگی دارند و غیب الغیوب که حق «تعالی» است، مبدأ فیض است و فرشتگان، واسطه گسترش این فیض به عالم ماده هستند.

نمازهای باران مؤمنان و داستان های واقعی درباره انبیا و ائمه اطهار علیهم السلام و عالمان راستین و حتی مردم عادی، نمونه

هایی از این دریای بی کران ارتباط با غیب است. در

ص: ۱۴۲

قرآن کریم، امور نادیدنی به چشم ظاهر در محدوده عالم غیب دانسته شده و آن گاه که به علم مطلق و بی نهایت خداوند متعال اشاره دارد، آمده است:

اوست خدایی که جز او معبودی نیست؛ همو که عالم به غیب و آشکار است... (حشر: ۲۲)

علم غیب نیز که به واسطه تقرب به غیب الغیوب، به انسان عطا می شود، قلمرو گسترده ای است که به بی نهایت غیبی ناظر است.

به طور کلی، عالم شهود، حجابی است که عالم غیبی را از دیده نهان می دارد، ولی نشانه هایی بر جای می گذارد تا جویندگان حق، راه را از طریق آنها بیابند. در سنت دینی، این نشانه ها به واسطه باورمندی و ایمان، اصالت می یابند و بسیاری از بحث هایی که اندیشمندان متجدد سکولار داشته اند، بر سر همین نشانه هاست. در واقع، متجددان به این دلیل که مبنای عالم غیب را نمی فهمند، نشانه های رسیدن به آن عالم را نیز موهوم می دانند.

(ب) محوریت عالم غیب و منشأ اثر دانستن آن در امور

(ب) محوریت عالم غیب و منشأ اثر دانستن آن در امور

اندیشه اصیل سنت دینی، تنها به باور به وجود عالم غیب محدود نمی شود، بلکه برای مؤمن این آغاز راه است. این نگاه، عالم غیب را محور همه امور می داند. «سنت های الهی» که نمونه ای از اراده الهی (غیب الغیوب) و تسری آن به عالم شهود است، از اساسی ترین مبانی فکری در سنت دینی به شمار می رود.

در حکمت دینی نیز تلاش حکیمان بر این بوده است تا عالم بالا را رقم زننده امور عالم شهود و ماده تفسیر کنند. برای مثال، حکیمان مسلمان در بحث «نفس کلی» گفته اند: «نفس کلی، محرک نخستین افلاک است و به فلک اول حرکت شبانه روزی می بخشد... او (نفس کلی) فاعل تمام افعال عالم است و هر تغییری که به وقوع می پیوندد، مسبب آن همان نفس کلی است»^(۱).

ص: ۱۴۳

۱- سید حسین نصر، نظر متفکران اسلامی درباره طبیعت، تهران، خوارزمی، ۱۳۷۷، ص ۹۵.

در دایره اندیشه دینی، یکی از منابع اصلی علوم و بلکه منبع اصلی علم (حتی در علوم طبیعی)، کتاب های مقدس و به طور کلی، «وحی» است. از همین رو، فرمول های امور مربوط به انسان و طبیعت در جایی رقم می خورد که دست عقل انسانی از رسیدن به حقیقت آن کوتاه است. برای مثال، اخوان الصفا که گروهی از دانشمندان مسلمان در گذشته های دور بوده اند، منابع علوم خود را چنین می دانستند: «اول، کتبی در علوم ریاضی و طبیعی که علما و فلاسفه سلف تصنیف کرده اند؛ دوم، کتب منزل مانند تورات و انجیل و قرآن و الواح دیگری که به وسیله وحی ملکوتی بر پیامبران نازل شده است؛ سوم، کتاب طبیعت [تأمل در خلقت خداوند]... و چهارم، کتاب الهی که فقط اصفیا و افراد مطهر و پاک از آن آگاهند و عبارت است از ملائکه...» (۱).

به طور کلی، عنوان هایی مانند: روح، ملائکه، سنت های الهی، تقدیر، دُعا و استجابات آن، بر اساس حقایق عالم و برای بیان تسری اراده غیبی در زندگی انسان هاست. در نگاه دینی، فرشتگان وجود دارند و برای مثال، در تشکیل ابرها و باریدن باران و حتی شمردن قطره های باران نقش ایفا می کنند یا اینکه اجسام به ظاهر بی جان نیز از نوعی شعور و معرفت برخوردارند و پیوسته در حال تسبیح حضرت حق هستند.

آفرینش دائمی و افاضه فیض لحظه به لحظه از سوی حضرت حق که در آیه شریفه «يَسْئَلُهُ مَنْ فِي السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ كُلَّ يَوْمٍ هُوَ فِي شَأْنٍ؛ هر چه در آسمان ها و زمین است، از او درخواست می کند؛ هر زمان، او در کاری است». (الرحمن: ۲۹) نیز به آن اشاره شده است، کاملاً با نظریه «خدای ساعت ساز» نیوتن ناسازگار است. نیوتن می گفت خداوند، جهان را چونان ساعتی آفریده و آن را پس از کوک کردن، رها کرده است و دیگر کاری به آن ندارد. از سوی دیگر، چون این ساعت کوک شده است، خود به خود و بدون تدبیر و دخالت لحظه به لحظه خداوند کار می کند. حتی در بیان نیوتن آمده است که خداوند

ص: ۱۴۴

در حال استراحت است. البته این دیدگاه نیوتن در میان سخنان برخی از گذشتگان نیز آمده است؛ چنان که اخوان الصفا در جلد دوم رسائل خویش و در پاسخ این دسته که اراده خداوند را محدود به عالم بالا دانسته اند و دست خدا را از دخالت در امور دنیای مادی کوتاه می‌پندارند، می‌گویند: «شنیده ایم بعضی کوتاه نظران گمان برند که عنایت پروردگار متعال از فلک قمر تجاوز نمی‌کند. اگر این اشخاص با دقت در حال موجودات می‌نگریستند و تأمل می‌کردند، بر آنان روشن می‌شد که خیر و رحمت او تمام موجودات را از کوچک و بزرگ فرا گرفته است».^(۱)

ج) توحید و نگاه سلسله مراتبی به هستی

ج) توحید و نگاه سلسله مراتبی به هستی

هدف کلی جهان بینی ها و دانش ها و سیر و سلوک ها در سنت دینی، درک و سپس وصال به توحید است. دکتر سیدحسین نصر در کتاب نظر متفکران اسلامی درباره طبیعت می نویسد:

حکما و عرفا بدون اینکه تنزه و تجرد ذات باری تعالی را ماورای هرگونه تعیین و تصویری انکار کرده باشند، بیشتر به جنبه پیوستگی عالم خلقت به مبدأ وجود توجه کرده و به لسان تشبیه و تمثیل کوشیده اند عالم را به عنوان سایه و مثال عالم ملکوت جلوه گر سازند. [آن چنان که همین دغدغه و موضوع، علم کیمیا را پدید می آورد] و رابطه وجودی بین موجودات و وجود محض و کثرت و وحدت را بنمایانند.^(۲)

درست برعکس این نظر را اشاعره داشتند. آنها مخالف پیوستگی آفریده ها به آفریدگار بوده اند. اشاعره بیش از هرچیز به انفصال میان محدود و بی نهایت یا عالم و مبدأ آن توجه داشته و سلسله مراتب وجود و مراحل آن مانند نفوس و عقول مجرد را انکار کرده اند. آنها همه شئون و مراتب هستی را در مقابل ذات باری تعالی، عدم صرف می دانند و واسطه ای میان انسان و خدا قائل نیستند.^(۳) این برداشت اشاعره، سرانجام به

ص: ۱۴۵

۱- نظر متفکران اسلامی درباره طبیعت، صص ۹۲ و ۹۳.

۲- همان، ص ۲۵.

۳- همان، ص ۲۴.

رفع و دفع مسئولیت از انسان می انجامد و انسان را رها می سازد. اگر در بسیاری از کشورهای اسلامی، فرهنگ غرب با کمترین مقاومت وارد حیات فردی و جمعی مسلمانان شد و دین داری را نیز بر مبنای تعریف خویش تغییر داد، به دلیل رواج باورهای همچون باورهای اشاعره بود.

سنت علمی در جهان تشیع بر پیوستگی و ماهیت سلسله مراتبی دانستن عالم وجود تکیه دارد. آنچه آن که گاه گفته اند: «طبقات اسفل عالم، مانند عضو بدن، به طبقات اعلی پیوسته اند و همه به کلمه الهی باقی اند و هستی خود را [هرآن] از آن کسب می کنند...؛ چنان که یک شهر یا یک حیوان یا یک انسان واحد است، عالم نیز واحد است».^(۱)

جالب اینکه «عدد» که امروزه وسیله بیان کثرت است، در سنت های علمی گذشته، جنبه وحدت گرا نیز داشته است. «عدد» در اندیشه فیثاغورث یکی از این نمونه هاست. «عدد فیثاغوری افزون بر کمیت، دارای جنبه کیفی و تمثیلی نیز هست و نمی توان آن را در ریاضیات جدید تنها با کثرت و تجزیه و تحلیل مرتبط ساخت. این عدد، هرگز از مبدأ خویش جدا نمی شود و اگر با موجودی مطابقت یابد؛ [چون در این سنت فکری، پدیده ها با اعداد مطابق می شوند]، آن را به وحدت تأویل می کند... . انطباق شیئی با یک عدد، به منزله ایجاد رابطه ای است میان آن شیء و مبدأ اولیه وجود، به وسیله ارتباط درونی که کلیه اعداد را به عدد واحد پیوسته است».^(۲)

به طور کلی، در اندیشه توحیدی، عالم، پیکره ای واحد است و اجزایش در یک تناسب و پیوستگی با یکدیگر قرار دارند.

ص: ۱۴۶

۱- همان، ص ۷۶.

۲- همان، صص ۸۱ و ۸۲.

۴. منشأ شبهه پراکنی علیه نگاه سنتی (دینی)

۴. منشأ شبهه پراکنی علیه نگاه سنتی (دینی)

مسئله استهزای دین داران و باورهای آنان از دیرباز یکی از مانع‌های موجود بر سر راه گسترش دین‌مداری و از دغدغه‌های دین‌مداران بوده است. تخریب فرهنگ‌های سنتی در نگاه روشن‌فکران غرب‌گرا نیز تا حدود زیادی با همین استهزای تاریخی هم‌ریشه است. از این رو، اگر خاستگاه این تمسخرها روشن و تفسیر شود، عملیات روانی تجددگرایان نیز ریشه‌یابی خواهد شد.

ریشه رفتار منافقان، کافران و متجددان علیه فرهنگ‌های دینی و سنتی در کلی‌ترین شکل خود، به ویژگی‌های فرهنگ و فهم سنتی برمی‌گردد. از میان ویژگی‌های سنت نیز آنچه در این زمینه اهمیت ویژه دارد، «باور به غیب» است. غیب‌باوری چنان‌که در ویژگی‌های سنت بیان شد، نیمه‌ای پنهان از عالم را وارد زندگی می‌کند که این نیمه پنهان در نگاه مادی و سکولار نه تنها وجود ندارد، بلکه به شدت انکار می‌شود و جالب اینکه این اندیشه‌ها، در آرای برخی توجیه علمی نیز می‌یابد. نتیجه طبیعی این تفاوت آن است که «سکولار» وقتی به زندگی «غیب‌باور» می‌نگرد، (بر اساس نگاه مادی) مناسبات توجیه ناپذیر غیرمنطقی فراوانی می‌بیند که استهزای آن‌گونه رفتار را سبب می‌شود. قرآن کریم بارها به استهزای مؤمنان از سوی کافران و منافقان اشاره می‌کند (جالب اینکه این استهزا از سوی اهل کتاب نیست و قرآن تنها کافران و منافقان را استهزاکننده معرفی می‌کند؛ زیرا اهل کتاب نیز با وجود تفاوت‌هایی که دارند، غیب‌باورند). یکی از این موارد، سوره بقره است. سوره بقره با تأکید بر غیب‌باوری مؤمنان و پرهیزکاران آغاز می‌شود:

این کتاب بی‌هیچ‌شکی، راهنمای پرهیزگاران است؛ آن کسانی که به جهان غیب ایمان آرند و... آنها به عالم آخرت [یکی از جلوه‌های برجسته غیب] یقین کامل دارند. (بقره: ۲-۴)

در آیات بعدی، این ویژگی‌های مؤمنان با ویژگی‌های کافران و منافقان، قیاس و بحث استهزای مؤمنان از سوی آنان مطرح می‌شود:

و چون به آنها گویند ایمان آورید چنان‌که دیگران ایمان آورده‌اند، پاسخ دهند که چگونه ما

ایمان آوریم به مانند بی خردان... چون به اهل ایمان برخوردند، گویند ما ایمان آورده ایم و چون با شیطان های خود خلوت کنند، گویند ما در باطن با شما ایم و ما مؤمنان را استهزا می کنیم. (بقره: ۱۳ و ۱۴)

مؤمن و کافر در دو دنیای متفاوت می زیند. آنان گرچه به ظاهر در یک جهان تعامل می کنند، دو عالم خاص به خود دارند. از این رو، دستگاه و روابط منطقی هر یک برای دیگری عجیب می نماید. در این میان، مؤمن، کافر را می شناسد، ولی کافر، مؤمن را نمی فهمد. در واقع، کافر دنیای کوچکی دارد که فهم آن دشوار نیست؛ زیرا همه روابطش بر اساس عالم شهود و خواهش های نفسانی است، در حالی که دنیای مؤمن، عالم غیب و شهود و باور به رابطه این دو است. پس کسی که غیب باور نیست، محاط است و محاط، محیط را نمی فهمد و درک نمی کند. از این رو، در نگاه او، رفتار مؤمن، ناسازگار، پوچ و بیهوده است. امروزه نیز در کشورهای غربی اگر یک مسلمان در معرض دید همگان نماز بگذارد، واکنش های متفاوتی می بیند. البته یک کاتولیک معتقد، او را مسخره نمی کند، ولی انسان های بی باور به تمسخر او خواهند پرداخت. مسلمان وقتی نماز می گزارد، خم می شود، سجده می گزارد و با خدایش که او را می بیند و صدایش را می شنود، راز و نیاز می کند، ولی ناباوران به غیب چون آن نیمه پنهان عالم را نمی بینند و حضور خدا را احساس نمی کنند، از خود می پرسند این فرد در مقابل چه کسی چنین مؤدبانه کرنش می کند. چون پاسخ این پرسش را نمی فهمند، ایراد را متوجه آن شخص می کنند و می پندارند که او نادان است.

همین مبنای ساده، نقطه عزیمت تمامی آثار رسانه ای نوشتاری، شنیداری و دیداری است که علیه نگاه سنتی ساخته شده اند. کافی است حوزه سنت های الهی، فلسفه احکام و عبادت ها و رخدادهای آینده و فلسفه تاریخ را جزئی از مسائل غیبی یا در ارتباط مستقیم با غیب تعریف کنیم. آن گاه با بررسی آثار رسانه ای استهزاکننده و تخریب گر خواهیم دانست که علت اصلی چنین رویکردهایی، نشناختن و نفهمیدن و باور نداشتن به حوزه مسائل غیبی است. یکی از نمونه های اثرگذاری رسانه ای علیه سنت در سال های اخیر، فیلم ها و سریال هایی است که در دفاع از زن، آزادی ها و حقوق او و نیز

با تأکید فراوان بر حضور او در اجتماع ساخته شده اند، ولی آیا دقت کرده ایم که چرا با توجه به حضور شصت درصدی دختران در دانشگاه‌ها و فعالیت بی سابقه آنها در شغل‌های مختلف، روزه‌ها و بحران‌های خانوادگی فراوانی مانند طلاق، فساد و بی بندوباری در خانواده‌های ایرانی در حال گسترش است؟ چرا نبود تفاهم در زندگی‌های مشترک در حال افزایش است؟ چرا آمار دختران دم بخت نزدیک به دوبرابر پسران در شرف ازدواج است؟ در اینجا این پرسش پیش می‌آید که آیا در شناخت حقوق زن راه صواب را پیموده ایم یا افراط و تفریط کرده و از جریان‌های فمینیستی تأثیر پذیرفته ایم؟

در واقع، آثار رسانه‌ای که بر این اساس ساخته شده اند، چون علت حکم الهی را در این مسائل نمی‌فهمند و سنت‌های الهی را نمی‌دانند، رویکردی سکولار و تمسخرآمیز می‌گیرند. خلاصه اینکه اگر با نگاه مادی و عرف دنیای جدید به رفتار مؤمنان نگاه کنیم، برخی رفتارهایشان مسخره‌آمیز خواهد بود. در روایتی از رسول اکرم صلی الله علیه و آله آمده است: «الْمُؤْمِنُ هَيِّنٌ لَيْتِنُ حَتَّى تَخَالَهَ مِنَ اللَّيْنِ أَحْمَقُ؛ مؤمن، رام و ملایم است، چندان که پنداری احمق است».^(۱)

درباره راه حل این معضل باید گفت تا زمانی که مؤمن و کافر و منافق در دنیا هستند، این استهزا در قالب‌های مختلف وجود خواهد داشت. پس بایستی یا کافر و منافق وجود نداشته باشد یا اسلام و مؤمنان چنان قدرت بگیرند که کافران و منافقان جرئت آشکار کردن اهانت‌های خود به مؤمنان را نداشته باشند. در این میان، رسانه دینی باید به موارد زیر توجه کند:

الف) اگر استهزا شونده، رفتار و واکنش انفعالی از خود نشان دهد، تمسخرکننده

ص: ۱۴۹

۱- محمد محمدی ری شهری، میزان الحکمه، ج ۱، قم، انتشارات دارالحدیث، ص ۳۹۵، ح ۱۴۲۰.

تحریک می شود. رسانه دینی در برخورد با این گونه مسائل باید از موضع قدرت و فعالانه وارد عرصه ها شود و به سبب نوع برخورد مخالفان و دشمنان، از باورها و نمایش حکیمانه آنها کوتاه نیاید.

ب) رسانه دینی بایستی علت موضع گیری های غیرباورمندان و دشمنان را به صورت های مختلف در قالب میزگرد، مستند، سینمایی و... برای مخاطبان مسلمان شرح دهد تا مؤمنان در برخورد با این شبهه ها و تمسخرها منفعل نباشند و نیز در پاسخ گویی به شبهه ها از پشتوانه فکری، نظری و حتی عاطفی کافی برخوردار باشند.

ج) رسانه های دینی در معرفی باورها و رفتارها و به ویژه مناسک دینی باید تأمل فراوان داشته باشند و ظرفیت جامعه و نیز جامعه جهانی را ملاحظه کنند. مهم تر از آن، محدوده ظرفیت رسانه و حدود قالب های شنیداری و دیداری را بشناسند تا توقع بی جا از رسانه نداشته باشند. به دلیل اهمیت نمایش مناسک دینی در رسانه ها و به ویژه تلویزیون و سینما، یکی از بخش های بعدی را به این مهم اختصاص داده ایم.

۵. مبارزه خاورشناسان با «سنت»ها

۵. مبارزه خاورشناسان با «سنت»ها

با ظهور نخستین مراحل غرب زدگی و تردید در ارزش های سنتی جامعه، فضای اجتماعی نوینی شکل می گیرد. در این فضا، با فراموشی آموزه های دینی و سنت های الهی، همه مظاهر اجتماعی موجود همچون واژگان و عبارت ها، پوششش، تولید، مصرف، هنر و معماری و... دچار آشفتگی می گردند. غرب با استفاده از این موقعیت، همه امکانات موجود در جامعه را به گونه ای در خدمت هدف های سیاسی و اقتصادی خود درمی آورد که راه بازسازی و سامان دهی دوباره آن را برای همیشه می بندد.

آموزه های خاورشناسان و انتقال نظام آموزشی غربی، بخشی از تلاش غرب برای بازسازی هویت باستانی این جوامع است؛ به صورتی که راه هرگونه بازگشت به سنت را می بندد. آموزش های عملی غرب در این دوره به گونه ای نیست که توان لازم را برای تأمین نظام صنعتی مستقلی در عرض قدرت های موجود ایجاد کند، بلکه در جهت

ایجاد وابستگی هرچه بیشتر کشورهای استعمارزده به غرب است. بنابراین، آموزش های غربی کمتر در جهت انتقال تکنولوژی و بیشتر در جهت انتقال نظریه های انسان شناختی و جامعه شناختی غرب است؛ زیرا این گونه آموزش ها بدون انتقال زمینه های اقتدار صنعتی غرب، تنها دارای نقش تخریبی علیه ساخت سنتی جامعه خواهند بود. (۱)

نخستین آموزه های غرب برای کشورهای غیر غربی، نشر آیین مسیحیت بود. البته غرب در انتقال مسیحیت، آرمان و غرض دینی را دنبال نمی کرد، بلکه مسیحیت موجود را که با ماهیت خودش سازگار بود، با سازمان آموزشی کلیسا به خدمت می گرفت. سپس در قالب مسیحیت یا در پوشش فرقه های مذهبی و دینی، نخستین تنش های معرفتی را به جامعه غیر غربی وارد می کرد. این تنش ها که با حضور قدرتمند سیاسی، نظامی و اقتصادی غرب همراه بود، نخستین مراحل غرب زدگی را در پی می آورد و سپس آموزش های بعدی وارد می شد. محتوای اصلی این آموزش ها را خاورشناسان _ نه کشیشان _ فراهم می کردند و همراه با تغییر مواد آموزشی، سازمان های آموزشی نوینی جای گزین کلیسا می شد، مانند لژهای فراماسونری یا مدرسه ها و کالج های غربی که آموزش اشراف زادگان و نخبگان کشورهای غیر غربی را بر عهده داشت. (۲)

تبلیغ ارزش های مورد نظر خاورشناسان از مسیحیت، به دو صورت آشکار و پنهان صورت گرفت. صورت آشکار آن در تبلیغ مستقیم بود که خود مسیحیت یا فرقه های آن را تبلیغ کردند. آنچه تأثیر بیشتر و فراگیرتری داشت، صورت پنهان این توطئه ها بود. دو نفر مسلمان را در نظر بگیرید که یکی مخاطب سینما و تلویزیون است و دیگری نیست. بدون تردید، برای مخاطب تلویزیون و سینما مثلاً روز یکشنبه با دیگر روزها

ص: ۱۵۱

۱- حدیث پیمان، ص ۱۷۸.

۲- همان، ص ۱۷۹.

متفاوت است؛ زیرا موج فیلم‌هایی که بر اساس ارزش‌های مسیحیت پخش می‌شود، روز یکشنبه را به عنوان روزی متفاوت در ژرفای ناخودآگاه مخاطب مسلمان تثبیت کرده است، ولی برای مسلمانی که مخاطب رسانه‌ها نیست، روز یکشنبه با دوشنبه و سه‌شنبه تفاوتی ندارد. این مثال، نشانی از موج عظیمی است که رسانه‌های غربی به راه انداخته‌اند و مرزهای اعتقادی مسلمانان را به سود مسیحیت تغییر می‌دهند.

امروزه بسیاری از برنامه‌سازان و فیلم‌سازان داخلی، در آثارشان به ناخودآگاه، اثرپذیری‌های خود را از این موج بازمی‌نمایند. این تأثیرپذیری‌ها در موارد زیر نمایان است: در مراسم تشییع و تدفین مردگان، آداب زندگانی و گفت‌وگوهای روزانه و مهم‌تر از همه، نقش نداشتن دین در عرصه‌های مختلف زندگی، شکست‌ها و پیروزی‌ها و به‌طور کلی بی‌باوری به سنت‌های جاری الهی در زندگی فردی و اجتماعی انسان‌ها.

در ادامه، به دلیل نقش تعیین‌کننده خاورشناسان و سازمان‌های ماسونی در شکل‌گیری وضعیت جدید جوامع غیرغربی و نیز به دلیل نقش آنها در زدودن «سنت» و ارزش‌های مبتنی بر آن، ماهیت و کارکرد اجتماعی آنها را به اختصار بررسی می‌کنیم.

غرب پس از رنسانس و پیش از آنکه به شناخت شرق دست زند، نخست به بازشناسی خود پرداخت؛ زیرا شناختی که پیش از این در سده‌های میانه (قرون وسطا) وجود داشت، شناختی دینی و آسمانی بود و این شناخت از دیدگاه انسان بی‌باور به غیب، هیچ‌گونه ارزش علمی ندارد.

ویژگی جهان بینی آن است که همه عرصه‌های فردی و جمعی انسان را معنا می‌بخشد و به عبارت دیگر، به همه چیز مربوط می‌شود. بنابراین، با تغییر جهان بینی انسان جدید از افق علوی به عالم مادی، همه مفاهیم انسانی نیز باید سکولاریزه شوند و معنای جدید بیابند. از این رو، انسان مدرن به عوامل مادی و سرانجام به یونان باستان رجوع کرد؛ در تبیین مسائل طبیعی به پوزیتیویسم روی آورد و در تحلیل مسائل اجتماعی به جای استفاده از منابع معنوی، به ریاضیات توسل جست. البته خود مذهب نیز از این هجمه

بی بهره نماند. رنسانس مذهبی به صورت پیرایش گری های لوتری و کالوینی و از آن پس، تفسیرهای انسانی نوینی که پاپ و مسیحیت تحت تأثیر شرایط اجتماعی جدید از مذهب ارائه می دادند، بخشی از این حرکت جدید شد. پس از آنکه غرب با توجه به افق معرفتی نوین، به نگرش جدیدی از خود دست یافت، کوشید این شناخت از خود را به دیگر فرهنگ ها و تمدن ها گسترش دهد و این تصمیم، نقطه آغاز جریان خاورشناسی شد.

از نظرگاه دینی، هر سنتی از افق آسمانی در زمین پیدا می شود و به زمان (تاریخ) و مکان (جغرافیا) رنگ الهی و معنوی می بخشد. به عبارت بهتر، از زمان و مکان، تعریفی معنوی و حقیقی به دست می دهد. تاریخ ما، تاریخ انبیای الهی و مکان های مذهبی ما معرّف جایگاه معنوی است؛ از حج ابراهیمی و مواقف آن گرفته تا طور سینای موسی کلیم الله و کربلای اباعبدالله و از دریایی که فرعون را غرق می کند تا زمینی که قارون را می بلعد و از کوه آن، ناقه صالح در می آید و هزاران مثال دیگر، به جغرافیای عالم، معنایی حقیقی و باطنی می بخشد.

خاورشناسان در برداشت مدرن با انکار صریح و بی پرده حقایق ملکوتی و با بی توجهی کامل و معنادار به این مسائل و بی معنا خواندن گزاره های غیبی، به تحلیل و تبیین شرق و سنت های شرقی پرداختند. به طور طبیعی، پای بندی آنها به شاخص ها و انگیزه های مادی و محسوس تمدن های مختلف موجب می شود تا جنبه های الهی و آسمانی این تمدن ها همگی در قالب زمینی توجیه شوند.

اثرگذاری منفی تعریف سکولار خاورشناسان از فرهنگ، تاریخ و تمدن ما تا بدان جاست که ما برای یافتن هویت تاریخی و فرهنگی خود به آثار آنان رجوع می کنیم. پی آمدهای این رجوع ها، در شبکه انتشارات و سیستم آموزشی و تولیدهای رسانه ای ما نمود می یابد و به تدریج، ما نیز از هویت خود، فهمی سکولار و به دور از حقیقت پیدا می کنیم.

خاورشناس هرگز در پی شناخت حقیقت نبوت و سنتی ترسیم شده از سوی وحی نیست. او آن گاه که درباره یک سنت و آیین شرقی به کاوش می پردازد، درباره حق یا

باطل بودن آن آیین و سنت نمی اندیشد؛ زیرا در ظرف اندیشه او، بی معنا بودن این قضایا از پیش حتمی است. این حقیقت، لازمه اصلی روش های حس گرایانه غربی است. به همین دلیل، اعتراف یا انکار کردن خاورشناسان، نقش تعیین کننده ای درباره آن نمی تواند داشته باشد. ویژگی ابزاری دانش خاورشناس، او را اعم از اینکه عاشق کاوش ها و تحلیل های علمی خود بوده است یا آنکه مزدور مستقیم سیاست و اقتصاد غربی باشد، در خدمت منافع غرب قرار می دهد. (۱)

استفاده نظام سیاسی و اقتصادی غرب از خاورشناسان سه جنبه دارد:

۱. غرب با بهره گیری از خاورشناس که همچون دیده بانی برای غرب عمل می کند، شناخت مورد نیاز نظام سلطه کشورهای شرقی را برای ارتقای کیفیت و راه های نفوذ و گسترش قدرت خود به دست می آورد.

۲. غرب از تبلیغ و نشر فرضیه های خاورشناسان که با عنوان دیدگاه های علمی عرضه می شود، به منظور تخریب اندیشه سنتی کشورهای استعمارزده و تغییر مرزهای اعتقادی به سود خود بهره می برد.

۳. کشورهای استعمارزده در شرایط انفعالی خاصی قرار گرفته و شخصیت خود را فراموش کرده اند. این به دلیل برخورد مرعوبانه با غرب است که به حالتی بریده از هویت خویش و به صورت اتم های منفرد درآمده اند تا شناس نامه جدیدی را که اکنون نیازمند آنند، برای تعریف متجددانه از خود دریافت دارند. غرب نیز با بهره گیری از کاوش های خاورشناسان به این نیاز پاسخ می دهد و با بهره مندی از فرآورده های آنها، به بازسازی هویت قومی کشورهای استعمارزده می پردازد.

جریان استعمار که یک پارچگی امت اسلامی را مانع سیاست های خویش می دید، به

ص: ۱۵۴

مرزبندی های قومی، قبیله ای و فرقه ای در کشورهای اسلامی دست یازید و برای توجیه کشورهای تازه تأسیس، قومیت های تازه ای آفرید که شناس نامه خود را از گورستان تمدن های پیش از اسلام، همچون سومری ها و فینیقی ها و آثار فراعنه مصر و استخوان های مردگان بابل و بقایای تخت جمشید درآوردند. این در حالی است که نشانه های زنده یک فرهنگ مشترک، به مدد اسلام و فرهنگ جامع آن در همه این سرزمین ها حضوری فعال داشت.

انتقال دیدگاه های خاورشناسان به کشورهای غیرغربی، امری پی گیر بود و قرار بود در دراز مدت در روح نظام آموزشی و متن آموزش های کلاسیک حضور یابد، ولی پیش از آنکه آموزش های خاورشناسان و دیدگاه های غربی در سطح گسترده و نهادینه شده در کشورهای غیرغربی نفوذ کند، سازمان های مخفی ماسونی نقش مهمی را در انتقال دیدگاه های غربی بر عهده گرفتند.

۶. نقش سازمان های «ماسونی» در تخریب هویت ها

۶. نقش سازمان های «ماسونی» در تخریب هویت ها

«فراماسونری»، جریان مرموز و پنهانی بود که با کارکردهای سیاسی - امنیتی و تخریبی با پشتوانه فرقه های یهودی در قرن هجدهم پدید آمد و نخستین لژهای خود را در انگلستان بنا نهاد. «از بدو تأسیس فراماسونری... به شدت تلاش می شد تا ماهیت و پیشینه این فرقه در هاله ای از ابهام پوشیده بماند و فراماسونری نه به عنوان نهادی نوپدید، بلکه به مثابه تداوم نحله ای کهن و رازآمیز جلوه گر شود که قدمت آن به گذشته های دور می رسد. این تمهید به منظور استتار ماهیت [حقیقی] فراماسونری و ایجاد جاذبه ای جادویی برای آن بود و در موفقیت این فرقه و رشد سریع آن تأثیر فراوان داشت» (۱).

ص: ۱۵۵

۱- عبدالله شهبازی، زرسالاران یهودی و پارسی استعمار بریتانیا و ایران، مؤسسه مطالعات و پژوهش های سیاسی، تهران، ۱۳۷۹، ج ۱، ج ۴، ص ۱۵.

بسیاری از نویسندگان غربی که خود فراماسون یا وابسته به جریان های ماسونی بودند، کوشیده اند تا پیشینه فراماسونری را به گیلدها یا انجمن های صنفی و به طور مصداقی انجمن صنفی ماسون ها (بنایان) مرتبط جلوه دهند و گاه تلاش هایی نیز برای پیشینه سازی های عجیب داشته اند. جیمز اندرسون، پایه گذار این نحله ها، عقبه فراماسونری را به آدم علیه السلام می رساند و فهرستی متناقض و بلندبالا از پادشاهان باستانی ماسون همچون: سلیمان، نمرود و... ارائه می داد.

جالب است بدانید بنیان گذاران فراماسونری همچون دزاگولیه، چسترفیلد، متسکیو، رمزی و... از فاسدترین افراد جامعه خود بوده اند. فساد مالی، فساد جنسی، برده داری، بی وفایی به همسر و زراندوزی، بی اعتقادی به مذهب و دین از ویژگی های اخلاقی اینان بوده است. همچنین این گروه کاملاً تحت تأثیر یهودیان و استادان جهود پرورش یافته اند. پیشینه فراماسونری به فرقه مرموز یهودی به نام «کابالا» و نیز فرقه سرّی دیگری به نام «روزنکروتی» برمی گردد.

«سده شانزدهم و هفدهم میلادی، دوران شکوفایی جادوگری، کیمیاگری، غیب گویی، طالع بینی و انواع علوم خفیه و نفوذ فوق العاده در دربارها و محافل اشرافی و فرهنگی اروپاست. این موجی است که [بر خلاف پنداشته ها] دقیقاً با رنسانس ایتالیا آغاز شد و اومانیزم هایی همچون پیکودولا میراندولا مروّجان بزرگ آن بودند»^(۱).

«قبالا» یا «کابالا»، گرایشی در یهودیت است که با امور ضد دینی جادو و آنچه «هنرهای سیاه»^(۲) می نامیدند، پیوند دارد. در میان آثار این فرقه، اسطوره های یهودی از جمله اسطوره مظلومیت یهودیان نیز القا می شود.^(۳)

ص: ۱۵۶

۱- همان، ص ۹۴.

۲- Black Arts.

۳- چنان که کورت سلیگمان در کتاب تاریخ جادوگری به آن می پردازد.

برداشت نادرستی در میان برخی اهل نظر وجود دارد که رنسانس و جدایی از مسیحیت ضعیف شده قرون وسطا را موجب روشنی، عقلانیت، خروج از خرافه گرایی و تجربه محوری در غرب می پندارند؛ حال آنکه هم زمان با دوره رنسانس، امور موهوم، عطش فراگیری قدرت های ماورایی و سکولار و پرداختن به جادو و علوم خفیه با محوریت طریقت یهودی کابالا و آرمان های تحریف شده در اروپا حیاتی دوباره یافت. پیکودولامیراندولا که به پدر کابالیسم مسیحی معروف است، می گفت: «هیچ علمی چون جادو و کابالا حقانیت مسیح را بر ما ثابت نمی کند.»^(۱) این جمله مثنی است نمونه این خروار که مسیحیت دست کم پس از رنسانس، خود را در آینه یهودیت و از طریق نگاه یهودی بازشناسی کرده است. یهودیان نیز از این طریق، عمل مسیحیان را در راستای منافع خویش تعریف کرده اند. پیکودولامیراندولا در آثار نوشتاری اش، پیش گویی آینده را از طریق رؤیا، زنان غیب گو، ارواح و تفأل و نیز پیش گویی با پرندگان و امعا و احشای حیوانات تأیید کرده است. وی تلاش می کرد با یاری گرفتن از کابالا که آن را از استادان یهودی خود آموخته بود، به مقصود خویش برسد.^(۲)

تبیین جهان از طریق کابالا- و واژگان عبری یهودی و نیز مسائلی که جادوگری ها و علوم خفیه اقتضا می کرد، جهان بینی و طریقتی خاص را پدید آورد که با اجرای مأموریت های بزرگ در راستای منافع قدرت های سرمایه سالار مناسب بود. ویژگی این نگاه آن بود که نه آشکارا، بلکه مخفیانه و با تسخیر کردن گلوگاه سیاست مداران و اهل نفوذ و قرار دادن آنها در جریان این مسلک ویرانگر، سیاست های خویش را در سراسر

ص: ۱۵۷

۱- ویل دورانت، تاریخ تمدن، ترجمه: صفدر تقی زاده و ابوطالب صارمی، تهران، سازمان انتشارات و آموزش انقلاب اسلامی، ۱۳۶۷، ج ۵، ص ۵۶۰.

۲- زرسالاران یهودی و پارسی، ص ۹۶.

دنیا به پیش برد. کم کم لژهای فراماسونری با رسوخ در بیشتر کشورهای دنیا، انبوه سیاست مداران و روشن فکران را در خود هضم کردند و بدین ترتیب، یکی از پنهان ترین عوامل پیشبرد فرهنگ غربی و سیاست استعمار و استثماری آن شکل گرفت.

ارتباط با شیطان و پیروی از آن، یکی دیگر از ویژگی ها یا دست کم اتهام هایی است که همواره در مورد فراماسونری وجود داشته است. فرقه روزنکروتس که یکی از پایه های اصلی شکل گیری فراماسونری است، یکی از جنبه های حضور شیطان در فراماسونری را روشن می سازد. «یک نویسنده قدیمی می گوید: [فرقه روزنکروتس] دسته ای از یهودیان و کابالیت های عبری بودند... دیگری می گوید: شیطان پیشوای او [روزنکروتس، بنیان گذار فرقه روزنکروتس] بود و مبادی [اعتقادی] او انکار ذات باری تعالی و طعن در مبدأ تثلیث و تحقیر عذرا [مریم مقدس] و تمام قدیسین بود. به جمعیت مزبور اتهام های دیگری نیز مطرح است؛ مانند هم پیمان بودن با شیطان، قتل کودکان، ترکیب زهرها، رقص با شیاطین و غیره».^(۱)

کارکردهای سیاسی، اطلاعاتی، دسیسه گرانه و تخریبی فراماسونری به تدریج در امور سیاسی و فرهنگی دنیا به شدت تأثیر گذاشت و اصل ماجرای جهانی شدن تحت سیطره تمدن مادی و شیطانی را بنا نهاد. برای مثال، در طرح اسکناس های یک دلبری که ده ها سال پیش از طرح آشکار نظم نوین جهانی از زمان جرج بوش اول، طراحی شده است، نکته مهمی نهفته است. عبارت «نظم نوین جهانی» به دور شمایل برج و علامت فراماسونری که کاملاً مشابه نماد شیطان در اسلام است (در مراسم «رمی جمرات» در حج)، افشاکننده طرحی است که جریان مخوف فراماسونری برای آینده بشریت و بر اساس اندیشه شیطانی اش درافکنده است. ستونی که مسلمانان، آن را در «رمی جمرات» حج سنگ باران می کنند تا نمادی از طرد شیطان باشد، در شهر واشینگتن و نزدیکی کاخ

ص: ۱۵۸

۱- محمد عبدالله عنان، تاریخ جمعیت های سری و جنبش های تخریبی، علی هاشمی حائری، تهران، کتاب خانه بهجت، ۱۳۵۸، ص ۹۲.

سفید سبز شده است و به عنوان نماد فراماسونری شناخته می شود. در آموزه های فراماسونری، هر فراماسون، سنگ صافی می شود که شایستگی پی ریزی بنای جهانی مورد نظر اندیشه های ضد دینی و مستبدانه الیگارشی یهودی را می یابد. بر این اساس، آرمان سیاسی فراماسون ها، «جهان وطنی»^(۱) معرفی شده است.

آرمان های جهانی فراماسونری با تشکیلاتی یک پارچه و با راهبردهای فرهنگی خاصی به پیش می رفت. ترویج لیبرالیسم یا اباحه گری و اومانیزم به معنای نشانیدن انسان به جای خدا از جمله این راهبردهای فرهنگی بوده است. طرح و پی گیری این راهبردها، بیشتر دو هدف اساسی را پی می گرفت:

۱. سرمایه داری غربی در پی آن گونه پیشرفت مادی بود که بر محور خواست های نفسانی و حیوانی انسان ها شکل می گرفت. پس در اندیشه جدید، این خواهش ها باید به گونه ای تقدیس می شدند و جلوه ای ایدئولوژیک و علمی می یافتند.

۲. غرب در پی زدودن آن ارزش های سنتی و باورهای مذهبی بود که اصلی ترین مانع فعالیت افسار گسیخته و همه جانبه آنها در راستای هدف های مورد نظرشان به شمار می رفت. تساهل و تسامح دینی از جمله اموری بودند که فراماسون ها با هدف تضعیف باورها و سنت های مذهبی تبلیغ می کردند. «آزادی»، «برابری»، «برادری» (به حرّیت، مساوات و اخوت نیز ترجمه شده است)، از شعارهای اصلی لژهای ماسونی است. آزادی از نظر آنها به معنای اباحه گری و لاقیدی است. برابری و برادری نیز با هدف کاستن از جایگاه عالمان دینی و دین داران بزرگ در حد انسان های معمولی و حتی پایین تر مورد نظر بود.^(۲)

ص: ۱۵۹

۱- کاسموپولیتیسیم.

۲- حدیث پیمان، ص ۱۸۴.

دئیسم (لامذهبی) که به معنای باور حداقلی به خداوند بدون شریعت و پیامبر و کتاب های الهی است، نخست مورد توجه فراماسون ها بود، ولی به تدریج آنان به همین خدای حداقلی نیز کافر شدند. به دلیل همین هویت ضد دینی شان، گروه های مسیحی و نهاد کلیسا به شدت در برابر فراماسونری واکنش نشان دادند. پاپ کلمان دوازدهم در سال ۱۷۳۸م. پیوستن مقام های کلیسا و دیگران را به جریان فراماسونری ممنوع ساخت. همچنین پاپ بندیکت چهاردهم در سال ۱۷۵۱م. در یک فرمان رسمی، حرکت های ماسونی را به شدت محکوم کرد. البته مبارزه کلیسا با فراماسونری که در پی تحقق بخشیدن به آرمان های عصر روشن گری بودند، هرگز نتیجه نداد و اندیشه های ماسونی، به تدریج حتی کلیسا و مقام های روحانی را نیز زیر نفوذ خود در آورد. (۱)

فراماسون ها که نخست در حاکمیت سیاسی کشورهای غربی سهمیم شده بودند، در دوران توسعه جریان استعماری غرب، از شکل های ماسونی خود که مناسب عملیات سرّی و اطلاعاتی و تخریبی بود، در گسترش اندیشه های سکولار و انسان _ خدایی نزد نخبگان سیاسی و اقتصادی کشورهای غیر غربی و بیشتر خاورمیانه ای بهره جستند. آنها با عضوگیری از این گونه افراد، هویت سنّتی و تاریخی آنها را می گرفتند و شخصیت نو و کاذبی را که مورد نظر فراماسون ها بود، به آنها القا می کردند.

لژهای ماسونی در دهه های نخست ورود خود به کشورهای غیر غربی، برای تازه واردان، جاذبه ای فرهنگی و سیاسی داشت، ولی بعدها و پس از آنکه دیدگاه های غربی از طریق نظام آموزشی سکولار و تک ساحتی به اندیشه و ذهنیت جامعه راه یافت، جاذبه خویش را از دست داد و بیشتر به شکل کارکردهای اطلاعاتی _ سیاسی به کار خود ادامه داد. این جریان در ایران نیز نفوذ چشم گیری پیدا کرد. از فراماسون های متقدّم ایران می توان به میرزا ملکم خان اشاره کرد. اندیشه های غرب گرایانه و ضد دینی وی معروف است.

ص: ۱۶۰

شاید بتوان گفت بیشتر کسانی که در روی آوردن به قبله غرب از میرزا ملکم پیروی کردند، متعلق به لژهای فراماسونری بوده اند.

۷. آسیب های تلویزیون دینی در غرب

۷. آسیب های تلویزیون دینی در غرب

موضوع تلویزیون دینی، بسیار پیش تر از آنکه در جامعه ما دغدغه شود، در غرب و به ویژه در امریکا مسئله ای جدی بوده است. تعریف و جایگاه تلویزیون دینی در غرب با آنچه به عنوان رسانه دینی می شناسیم، متفاوت است. آنچه در فهم تلویزیون دینی در امریکا ضروری است، آن است که این ژانر فرهنگی در حوزه رسانه ها، جزئی جدا از دیگر جنبه های فرهنگی موجود در غرب و به ویژه در ایالات متحده امریکا نیست. تلویزیون دینی در امریکا، معنا و مضمون فرهنگی خود را از جایگاه دین در حوزه غیر مذهبی رسانه ها می گیرد. بنابراین، گسترش و سوسه انگیز نقش این رسانه، خود را هم در فرآیند دین زدایی و هم در دگرگونی های رخ داده در زمینه پخش برنامه های تلویزیونی آشکار ساخته است. برای مثال، کوئنتین شولتز (۱۹۹۱م.) در کتاب تلویزیون دینی و فرهنگ امریکا؛ تجارت دین جمعی، مدعی است از انجیل، دین زدایی شده و مسیح نیز به نوعی کالا و محصول مصرفی تبدیل گشته است. این در حالی است که ارزش های فردگرایی و مصرف گرایی موجود در این فرهنگ تقدیس می شود.

شهرت برنامه های تلویزیون دینی به عنوان نمونه ای قابل بررسی در امریکا، دست کم معلول چهار عامل است:

الف) تلویزیون دینی با تلاش رابرتسون (۱) به ابزار پیشرفت جناح راست مذهبی در عرصه سیاست امریکا تبدیل شد. رابرتسون که نخستین ایستگاه تلویزیون دینی را در سال ۱۹۶۱ م. و اولین شبکه ماهواره ای دینی (CBN) را در سال ۱۹۷۷ م. دایر کرد، در سال

ص: ۱۶۱

۱۹۸۸ م. در انتخابات ریاست جمهوری توفیقی نیافت، ولی بعدها از نفوذ زیادی برخوردار شد. (۱)

اندیشه رابرتسون بر پایه اندیشه های صهیونیسم مسیحی بود. او مبلغ و مشوق ایجاد کشور اسرائیل و راه اندازی جنگ آخرالزمانی برای ایجاد زمینه های ظهور مجدد مسیح بود. وی و هم فکرانش با انحراف جدی که در مسیحیت ایجاد کردند، مصداقی از همان ادیان نوظهوری هستند که غرب همواره در راهبرد خود برای هجمه به سنت های شرقی به وجود آورده است. آنان متأسفانه بسیاری از مسیحیان را در حمایت از اسرائیل و سنت یهودی از خود یهودیان جلوتر انداخته اند.

ب) دیگر عامل اثرگذار در توجه به تلویزیون دینی، توانایی آن در به تصویر کشیدن و در نتیجه، دادن امکان معرفی فراگیر ظرفیت جناح راست مذهبی (افراطی انجیل گرا) است. از جمله این امکان ها، اقتدارگرایی، بومی گرایی، بیگانه ترسی و به شکل افراطی تر آن، نظامی گری و گرایش به حکومت دینی از نوع کاملاً قوم گرایانه و نژادپرستانه است. این نگاه، مسیح را از عامل صلح و مهربانی خارج می کند و تعریفی قیصرگونه و زره پوش از مسیح به دست می دهد تا بدین وسیله، روحیه جنگ جویانه و تجاوزکارانه ایالات متحده را توجیه کند. (۲)

ج) عامل سوم گرایش به تلویزیون دینی از نوع غربی به ویژه امریکایی اش، حفظ ارزش های سرمایه داری است. بدین ترتیب که برنامه های دینی چونان عامل حفظ سیطره و برتری فرهنگی مسیحیت انجیل گرا عمل می کنند و بدین سان راه را بر ورود دیگر اندیشه ها و جهان بینی ها می بندند. آن گاه به طور پیوسته به دیگر ادیان زنده و به

ص: ۱۶۲

۱- لین اسکافیلد کلارک _ استورات ام. هوور، بازاندیشی درباره رسانه، دین، فرهنگ، مسعود آریایی نیا، سروش، ۱۳۸۲، چ

۱، ص ۳۰.

۲- همان، صص ۳۰ و ۳۱.

ویژه اسلام حمله می کنند تا چهره ای کریه از آن به نمایش بگذارند.

ماکس وبر در کتاب اخلاق پروتستان و روح سرمایه داری به بستر شدن مذهب پروتستان در ایجاد شبکه بزرگ سرمایه داری می پردازد. به باور او، چون مسیحیت کاتولیک نمی تواند خواسته های سرمایه داری را برآورده کند، از این رو، رفورمیسم و تحول مذهب به سوی پروتستانتیسم با ویژگی های متناسب با سرمایه داری پدید آمد. مذهب یهود نیز که از عوامل پیدایش سرمایه داری و نظام کنونی غرب است، بر رسانه های غربی حاکمیت دارد. امروزه بسیاری از برنامه های تلویزیون دینی در غرب در راستای هدف های یهودیت است.

سومبارت، دوست و همکار ماکس وبر کتابی درباره عاملیت یهود در ایجاد نظام سرمایه داری نوشت، ولی نفوذ یهودیان هیچ گاه اجازه نداد که نوشته وی به طور گسترده در دنیا منتشر شود. این در حالی است که کتاب ماکس وبر (مذهب پروتستان و روح سرمایه داری) بارها در سراسر دنیا به چاپ رسیده است. بنابراین، تبلیغ مذهبی در رسانه تلویزیونی غرب، تکیه گاهی برای حفظ غلبه اندیشه سرمایه سالارانه است.

ساموئل هانتینگتون، نظریه پرداز نظریه جنگ تمدن ها، غرب را ساخته شده بر مبنای یهودیت و مسیحیت معرفی می کند. از این رو، وقتی تمدن غرب را مقابل تمدن های دیگر و به ویژه فرهنگ اسلامی قرار دهد، عنوان «تمدن یهودی - مسیحی» را به کار می برد. بنا بر آنچه گذشت، تلویزیون دینی در غرب، خارج از دو حوزه مسیحیت و یهودیت معنا نمی یابد.

د) عامل چهارم، تناقضی است که در ادعاها و عمل گردانندگان این رسانه ها تجلی یافته است. صاحبان این رسانه ها، از سویی مدعی هواداری از اخلاق دینی اند و از سوی دیگر، عملکردی کاملاً سؤال برانگیز دارند. رسوایی های مالی و جنسی که به ویژه در اواخر دهه هشتاد رخ داد، به تردیدها و بدگمانی هایی فراگیر درباره آنها انجامید. از جمله دیگر موارد، سوء استفاده های مالی، فعالیت های بازرگانی نادرست، بی کفایتی در

اداره امور، جمع آوری سرمایه و سقوط اخلاقی ستاره های این شبکه های به اصطلاح دینی است.

این در حالی است که می توان جایگاه و فلسفه وجودی تلویزیون دینی در غرب را نیز به نقد کشید. آیا وجود شبکه هایی که تنها به مسائل مذهبی می پردازند، در کنار صدها شبکه ای که کاملاً غیردینی و حتی ضددینی هستند، خود، عامل مهم تحکیم سکولاریسم نیست؟

این نکته، هشدار است که فهم آن می تواند رسانه های ما به ویژه تلویزیون را از آسیب جدی حفظ کند. تلویزیون یا هر قالب رسانه ای در غرب، اگر پسوند دینی یا مذهبی داشته باشد، تنها به این معناست که نفس «موضوع» محتوای برنامه ها و فرآورده های آن، مسائل مذهبی است. البته این امر در غرب با هدف های خاص و حتی چنان که گذشت در جهت تحکیم سکولاریسم و اقناع گرایش های دینی جوامع مختلف صورت می گیرد؛ گرایش هایی که چه بسا در صورت نداشتن خوراک مذهبی غربی، به سمت ادیانی همچون اسلام کشیده شوند. این در حالی است که نگاه ما به رسانه دینی، تنها به معنای پرداختن به مسائل دینی و مذهبی نیست؛ زیرا اگر این تعریف را داشته باشیم، آسیب خواهیم دید.

رسانه دینی بر اساس نگاه فرهنگ اسلامی، به این معناست که تمام تولیدها و فرآورده های آن، با اندیشه دینی هماهنگ باشند؛ زیرا اسلام «دین جامع» است. اگر معنای جامعیت اسلام را به درستی بشناسیم، آن گاه معنای هماهنگی رسانه و محتویاتش را با دین خواهیم دانست. برای مثال، سراسر داستان یک فیلم یا سریال تلویزیونی، روابط فردی و اجتماعی است و در واقع، داستان بازتاب یا بازسازی زندگی است. باید دانست زندگی، تنها به واسطه چند نماد مذهبی، تعریف دینی یا غیردینی نمی یابد، بلکه تمام مسائل زندگی اعم از اندیشه، اخلاق و رفتار است که معیارهای دینی و غیردینی را در خود باز می نمایند. بنابراین، فیلم یا سریال به واسطه هماهنگی مناسباتش با اسلام،

تعریف دینی یا غیردینی می یابد و به حضور نمادهای مذهبی همچون نماز، مسجد، روزه و... نیازی جدی ندارد. برای مثال، فیلمی درباره کافران، نه تنها نمادهای مذهبی ندارد، بلکه بر عکس، عوامل و نمادهای ضدمذهبی در آن فراوان یافت می شود. این در حالی است که اگر بر اساس تعریف اسلامی و بنا بر آموزه های قرآن، زندگی یک کافر را بازسازی کنیم و در واقع، حقیقت این نوع سلوک را نمایش دهیم، یک فیلم کاملاً دینی ساخته ایم؛ همچنان که قرآن کریم به اوصاف کفار و منافقان و مشرکان و به ویژه بنی اسرائیل می پردازد. مهم این است که از این نمایش ها، «پیام» دینی استخراج شود.

در هر صورت، دینی یا غیردینی بودن رسانه در فرهنگ اسلامی، با تعریف غربی کاملاً متفاوت است. البته آموزش مسائل دینی و مذهبی اقتضا می کند که در کنار شبکه ها و برنامه های مختلف، شبکه یا شبکه هایی به موضوع های دینی و مذهبی پردازند.

تمام کاستی ها و آسیب هایی که در آغاز این سخن به چهار عنوان اصلی آن اشاره شد، رسانه های ما را نیز تهدید می کند. البته به سبب نوع اداره رادیو و تلویزیون در جمهوری اسلامی ایران، این گونه تهدیدها ضعیفند، ولی آسیب های دیگری گریبان گیر رسانه ملی است که بدان ها خواهیم پرداخت.

۸. مناسب سنت و رسانه

۸. مناسب سنت و رسانه

بسیاری، سنت را در قالب قواعد آن می فهمند. به عبارت دیگر، سنت را مجموعه ای از آداب و رسوم و قواعدی تعریف می کنند که شکلی از مراسم آیینی دارد، در حالی که مفهوم و مصداق سنت، حتی نه به معنای اصیل آن، بلکه به معنای رایج آن بسیار گسترده تر است. به هر حال، دست کم باید پذیرفت که مناسک در سنت چه به معنای اصیل دینی آن و چه در اشکال قالبی یا تقلبی اش، جایگاهی بی بدیل دارد.

پژوهش های موجود درباره این قواعد و آداب در سنت ها، بسیار جالب توجه است و به خوبی «رسانه ای» بودن مناسک سنتی را می نمایاند. برخی از نظریه پردازان حوزه

ارتباطات رسانه ای، این نظریه را مطرح کرده اند که مناسک سنتی در وهله اول، به بقای نظام و ساختار موجود اجتماعی و تقویت هنجارها کمک می کند. بر همین اساس، کسانی مانند اتما(۱) (۱۹۹۰ م.) و دایان(۲) و کاتز(۳) (۱۹۹۲ م.) با توضیح آثار ویکتور ترنر،(۴) این نظریه را گسترش داده اند.

ترنر (۱۹۷۴ م.) در تحلیل خود از نمایش ها و مناسک اجتماعی، مفهوم «بازتابندگی(۵) فرهنگی» را گسترش می دهد و بر آن است که هر آداب و مناسکی سه مرحله دارد:

الف) نخست شرکت کنندگان در مراسم، از زندگی روزانه خویش فارغ می شوند؛(۶) یعنی همان رخدادی که برای مخاطب رسانه ها، شنوندگان سخنرانی ها و حتی کسانی که هیپنوتیزم می شوند، روی می دهد، برای شرکت کنندگان مراسم آیینی هم اتفاق می افتد. در رسانه ها و میان فیلم سازان، مشهور است که می گویند فیلم سینمایی باید در ده دقیقه اول، مخاطب را کنجکاو سازد و آماده پی گرفتن ماجرای فیلم کند.

سخنران اگر در همان آغاز، مخاطب را با روش های مختلف جذب نکند، به دشواری می تواند از عهده اجرای سخنرانی برآید و مخاطب را از دست ندهد. همچنین جذب مخاطب، به معنای تمرکز یافتن مخاطب بر موضوعی خاص از میان موضوع های گوناگون در ذهن انسان هاست. این مسئله در مورد هیپنوتیزم، برجسته تر است. در اجرای هیپنوتیزم، نخست فرد از خود و ذهنیت هایش غافل می شود و سپس با فعال شدن ناخودآگاهی و غیرفعال شدن خودآگاهی، به عنوان بخش های اصلی ذهن، به تدریج، اراده هیپنوتیزم شونده به دست هیپنوتیزم کننده می افتد.

ص: ۱۶۶

۱- Ettema

۲- Dayan

۳- Katz

۴- Victor Turner

۵- Reflexivity

۶- رسانه، دین، فرهنگ، ص ۴۰.

اگر بخواهیم مراسم آیینی و سنتی را در رسانه نمایش بدهیم و هدفمان به نوعی شرکت دادن مخاطب به صورت مجازی در آن مراسم باشد، آیا آن تمرکزی که لازمه ورود شرکت کننده در مراسم آیینی است، در مخاطب رسانه ای آن مراسم نیز واقع می شود یا خیر؟

تجربه و پژوهش ها نشان می دهد نمایش حساب نشده مراسم های آیینی و سنتی، به تدریج، آن را به مسئله ای کلیشه ای و سپس ظاهری بدل می کند. حتی اگر آن مراسم سنتی از نوع مراسم های مرتبط با وحی باشد، کم کم، در ذهن مخاطب، به سنت قالبی بدل می گردد.

از آنچه گذشت، دو نتیجه برمی آید:

یک _ برنامه های رسانه ای و مراسم و مناسک آیینی و سنتی، مقدمه مشترکی دارند که متمرکز شدن ذهن مخاطب درباره موضوع برنامه و غافل شدن از موضوع های دیگر است.

دو _ اگر مناسک و برنامه های سنتی یا مذهبی بخواهد در رسانه بازتاب یابد، ایجاد زمینه اهمیتی دوچندان می یابد؛ زیرا هم می خواهد مخاطب را جذب کند و هم مخاطب جذب شده را وارد مناسک سازد.

بنابراین، ایجاد زمینه در حوزه های مختلف برای ورود مخاطب به برنامه های مناسک دینی و سنتی و به کارگیری مهارت های رسانه ای برای جلوگیری از فرار مخاطب یا خروج وی از فضای منطقی ایجاد شده، نقش اساسی در رسیدن به هدف رسانه دینی دارد.

صدا و سیما در سال های اخیر، برخی مراسم های مذهبی به ویژه ایام سوگواری اهل بیت علیه السلام را پخش می کند. اگرچه روزهای پخش چنان برنامه هایی، خود، مقدمه ای برای ایجاد پذیرش در مخاطب را فراهم می کند، ولی ویژگی یکسانی پیام، برای مخاطبان غیر یکسان، ما را بر آن می دارد تا در تدوین و پخش این برنامه ها دقت فراوانی داشته

باشیم. می دانیم که رسانه اقتضاهای خاصی دارد و با فضای حاکم بر چنین مراسم هایی متفاوت است. برای مثال، در یک مراسم جشن میلاد یا سوگواری، نخست قرآن تلاوت می شود تا هم فضای مجلس آماده شود و هم نورانیت و آمادگی آن ایجاد شود، ولی بنا بر اقتضای برنامه های رسانه ای باید پخش این برنامه ها به گونه ای دیگر باشد. پس نیازی نیست ترتیب مراسم، همان گونه که اجرا می شود، نمایش داده شود. مهم تر از همه اینکه نفس حضور در مراسم، بزرگ ترین آمادگی ذهنی و روحی را به صورت ارادی در مخاطب به وجود می آورد و این مقدمه اصلی، در مخاطب رسانه ای مناسک موجود نیست. از این رو، چه بسا موضوع هایی در اصل مراسم مطرح شود که شرکت کننده به سطح آمادگی پذیرش آن رسیده باشد، در حالی که مخاطب رسانه ای آن مراسم، بینش لازم را نداشته باشد. همین مسئله، پی آمدهای منفی به همراه خواهد داشت. مطالبی که در مورد اهل بیت علیهم السلام بیان می شود، ولی در نظر برخی، اغراق آمیز می نماید، در واقع، عین حقیقت است و کاملاً در حوزه معرفت شیعی عقلانی و پذیرفته شده است، ولی مشکل آنجاست که این مطالب در جایگاه خود بیان نشده اند. در بیان معصوم علیه السلام آمده است: «كَلَّمَ النَّاسَ عَلَى قَدْرِ عُقُولِهِمْ؛ با مردم به اندازه ظرفیت عقلی شان سخن بگو.» (۱) مصداق این حدیث، چنین مواردی است. به ویژه درباره ولایت اهل بیت علیهم السلام که از دشوارترین موضوع ها است، بیان این مطالب، برای افکار عمومی ناآماده، نتیجه ای نامطلوب به بار می آورد.

مخاطب رادیو و تلویزیون می تواند در هر حالتی به تماشای برنامه پردازد؛ در حال خوردن، خوابیدن، دعوا کردن، عصبانیت و... این مسئله نیز نمایش مطالب، مراسم، مکان ها و آیین های سنتی و مذهبی را برای اثرگذاری بر مخاطب دشوار می کند.

ص: ۱۶۸

۱- این عبارت برگرفته از روایت رسول گرامی اسلام صلی الله علیه و آله است که فرمود: «إِنَّا مَعَاشِرَ الْأَنْبِيَاءِ أُمِرْنَا أَنْ نُكَلِّمَ النَّاسَ عَلَى قَدْرِ عُقُولِهِمْ». محمد کلینی، اصول کافی، ج ۱، ص ۲۳.

ب) پس از آن، مرحله آستانه ای است که در آن، تصویرهای پیشین افراد درباره نظم اجتماعی به حالت تعلیق درمی آید و به مقوله بازتاب توجه به دگرگونی ها امکان ظهور می دهد. (۱) تمام آنچه در فلسفه وجودی مناسک دینی وجود دارد، در این مرحله است که همان «تذکر» باشد.

عالم ملکوت، عالم حقایق است، در حالی که ما در عالم شهود و ماده زندگی می کنیم. جهان ماده، حجابی از غفلت را به تدریج برای انسان به وجود می آورد که او را از عالم ملکوت و نظم حقیقی حاکم بر آن دور می کند. فلسفه مناسک دینی، یادآوری عالم ملکوت است که جاودانی و حقیقت انسانی متعلق به آن است. برای مثال، حرکت های نماز با عقل جزئی مادی نگر توجه پذیر نیست، بلکه با نظم حاکم بر عالم ملکوت هماهنگ است. از این رو، لازمه آن فراموشی دل بستگی ها به این دنیا است. کنار گذاشتن این دل بستگی ها، لازمه ورود به عالم دیگر است که فلسفه وجودی نماز از آن است.

ج) مرحله «الحاق مجدد» که در آن، شرکت کنندگان در مراسم، آماده پذیرش موقعیتی جدید در زندگی اجتماعی می شوند. به باور ترنر، فیلم و دیگر فرآورده های رسانه ها، افراد را وارد مرحله آستانه ای می کنند، (آنچنان که در مناسک سنتی و رسانه ای رخ می دهد) و در طول آن، از زندگی روزانه خود فاصله می گیرند و برای تحول آمادگی می یابند. این امر سبب می شود مراسم عبادی در جامعه نقش خلاق داشته باشد و نقشی محافظه کارانه ایفا نکند. (۲)

مرحله های مناسک، در مورد فراگرد رسانه ها و به ویژه در مورد سینما و تلویزیون و تا اندازه ای رادیو صادق است. این مطلب هم می تواند بسیار خطرناک باشد و هم می تواند

ص: ۱۶۹

۱- همان، ص ۴۰.

۲- همان، صص ۴۰ و ۴۱.

فرصت بی مانند تاریخی پدید آورد. بل (۱۹۹۲م). در توضیح این عبارت می گوید:

آیینی کردن، وسیله ای است برای تمیز و تفکیک فعالیت های مختلف از یکدیگر و ایجاد تمایز کیفی میان «مقدس» و «نامقدس». آیینی کردن، چنین تفکیکی را به واقعیت اندیشه ارجاع داده و فرو می کاهد تا به قدرت عامل و فاعل انسانی اعتلا بخشد. (۱)

رسانه، وسیله ای توانا برای آیینی کردن و آیینی کردن، روشی برای قداست بخشیدن است. پس این خطر هست که ارباب رسانه ها از این قابلیت برای اولویت و تقدس بخشیدن به باورهایی که به سودای آنها فعلیت می دهد، استفاده کنند. متأسفانه تاریخ رسانه ها به ویژه سینما و تلویزیون در غرب، براساس همین روند انحراف آمیز بوده است. برای مثال، در فیلم های سینمایی غربی و به ویژه هالیوودی در این چند دهه اخیر، گاهی کار تا بدان جا می رسد که مثلاً در فیلم تایتانیک، خیانت و روابط نامشروع جنسی و در فیلم هایی همچون هری پاتر و ارباب حلقه ها، جادوگری و امور موهوم، شکلی از آیین و قداست پیدا می کنند. به تازگی، حتی فیلم هایی برای تبلیغ شیطان پرستی در هالیوود تولید می شود که شیطان را در حد قداست پرستش بالا- می برد. البته آنچه بیش از همه در آیینی شدن رسانه ای نقش دارد، نوع زندگی غربی و شاخصه هایی همچون مصرف گرایی و فرد گرایی بوده است.

آن سوی سکه آیینی کردن رسانه ای، فرصتی تاریخی برای باز تولید سنت های کهن و اصیل است. اگر با کاربرد مهارت های بصری و با لحاظ کردن اقتضاهای رسانه ای (رسانه ای کردن مناسک دینی)، آیین ها و مفاهیم اصیل خود را در کانون توجه رسانه قرار دهیم، نتیجه بسیار مطلوب خواهد بود.

ص: ۱۷۰

یکی از اساسی‌ترین نیازهای رسانه در جوامع دینی، شناخت درست از انسان‌شناسی دینی مخاطب است. به باور استوارت ام. هوور از پژوهشگران حوزه رسانه و دین «این انسان‌شناسی [دینی مخاطب] می‌تواند با تمرکز بر تفکر مربوط به مخاطب به مثابه کنش فرهنگی و اجتماعی آغاز شود».^(۱)

سخن ام. هوور بسیار اساسی است؛ به ویژه اگر بدانیم بسیاری از صاحب‌نظران ارتباطات جمعی، مخاطب را نه به عنوان کنش‌گر فراگرد ارتباطی، بلکه تنها به عنوان طرف‌پذیرنده تصور می‌کردند. از همین رو، قدرت رسانه‌های جمعی را فوق‌تصور می‌پنداشتند و نظریه‌هایی همچون «سوزن‌ترریق» و «گلوله و هدف» را برای تبیین اثرگذاری رسانه‌های گروهی مطرح می‌ساختند. این نظریه‌ها بر این اصل استوار است که رسانه اثری مستقیم دارد و مخاطب در مقابل پیام آن خلع سلاح است. از این رو، خواسته یا ناخواسته آن را می‌پذیرد و این پایان فرآیند یا فراگرد ارتباط رسانه‌ای است، در حالی که امروزه نزد عالمان علم ارتباط جمعی، این‌گونه نظریه‌ها رنگ باخته و اعتراف کرده‌اند که مخاطب، یک موجود پذیرنده صرف نیست.

در نظریه‌های جدید، نوعی افراط هست که باید در بهره‌برداری از آنها دقت کرد. مخاطبان رسانه بر اساس نوع شخصیت، تحصیلات، رشد عقلانی، روحیه (از نظر گوشه‌گیر یا فعال بودن) و میزان باورمندی به امور ماورای طبیعی در طیف گسترده‌ای قرار می‌گیرند. یک طرف این طیف گسترده، انفعال و در سوی دیگر آن، فعال بودن، یعنی گزینش‌گری با اراده و تحلیل‌گری بوده است. البته دایره انتخاب‌های مخاطب فعال، محدود است و خود نیز از این نکته آگاه است، ولی مهم آن است که ما در این

ص: ۱۷۱

فضای جدید، برای مخاطب، شأنی از آگاهی و گزینش گری بدانیم. این امر، نتیجه ای گران بها در پی دارد و ما را به سمت رسانه ای هدایت می کند که هم از قابلیت های تکنیکی برخوردار است و هم بر مبنای انسان شناسی دینی و ارزش های الهی استوار است. آن نتیجه این است که در تولید برنامه های رسانه ای از لحظه ایجاد ذهنیت تا آخرین مراحل تولید، این اصل مهم را حاضر می دانیم که مخاطب در سیطره و اراده ما نیست. وی موجودی عاقل، گزینش گر و دارای احساسات و دوست دار زیبایی است و همه اینها را با هم می خواهد.

رسانه دینی در بخش مخاطب شناسی و نیز جذب مخاطب، دشواری های فراوانی دارد. حال اگر در فضای رقابتی موجود، از قالب هایی بهره گیرد که شأن مخاطب را در جنبه های مختلف شخصیتی در نظر نمی گیرد، بالطبع اگر مخاطبی داشته باشد، آن را از دست می دهد. اگر مخاطب را در مقابل انبوه شبکه های تلویزیونی، گزینش گر و در عین حال، دوست دار زیبایی و با نیامندی های فطری و غریزی بدانیم، آن گاه در تولید برنامه ها، به سمت زیبایی، تنوع و خلاقیت در تولید پیش خواهیم رفت. اگر انسان را از دیدگاه معرفت دینی بشناسیم، در خواهیم یافت که این انسان بیشترین اثرپذیری اش را از دیگر انسان ها خواهد داشت. به عبارت دیگر، انسان بیشتر از هر چیزی، از دیگر انسان ها تأثیر می پذیرد؛ آن هم در ارتباط های مستقیم.

استادان علم ارتباطات و رسانه ها در غرب، به این حقیقت رسیده و راهبردهای رسانه ای خویش را بر این اساس و با طراحی نظریه «جریان دو مرحله ای الگوی ارتباط» به مرحله کارآمدی رسانده اند. خلاصه آنکه نظریه ارتباط دو مرحله ای بر آن است که اطلاعات به صورت غیرمستقیم و از طریق رهبران فکری (لیدرها، نخبگان، با نفوذان و اثرگذاران) به مردم می رسد. اینان از بازده رسانه ها بیشترین استفاده را می کنند. با دیگران درباره موضوع های معینی بحث می کنند و بیش از دیگرانی که در محیط پیرامونند، در سازمان ها شرکت می جویند. آنها کم و بیش برای دیگران به صورت کارشناس عمل می کنند

و اطلاعات برگرفته از رسانه ها را برابر فهم عوام بیان می دارند. (۱)

الگوی جریان دو مرحله ای الگوی تزریقی

رسانه های جمعی

افراد جامعه

رهبران فکری

افراد مرتبط با یک رهبر فکری

رسانه های جمعی

بنابراین، شناخت درست ما از مخاطب در تدوین راهبردها و در نتیجه، اثرگذاری نهایی رسانه ها تأثیر اساسی دارد. امروزه به اعتراف استراتژیست های رسانه ای غرب، الگوهای دو مرحله ای تأثیری ژرف تر دارد و اثرگذاری رسانه را به قلمرو جدیدی وارد می سازد. مخاطب شناسی، در تصمیم گیری های کلان رسانه ای بسیار کارگشاست.

ص: ۱۷۳

۱- سون ویندال، بنوسیگناتیزر، جین اولسون، کاربرد نظریه های ارتباطات، ترجمه: دکتر علیرضا دهقان، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها، چ ۱، ۱۳۷۶، صص ۹۶ و ۹۷.

مخاطب، انسان است و انسان، مجموعه ای از ویژگی هاست. پیامی که در رسانه، تولید و فرستاده می شود، هرچه با ویژگی های مخاطب هماهنگ تر باشد، اثرگذاری بیشتری خواهد داشت. در اینجا پرسش این است که کدام ویژگی های مخاطب در مقابل رسانه جلوه نمایی می کند؟ بی گمان، شکل ظاهری مخاطب جزو ویژگی های اوست، ولی آیا این ویژگی ها در بحث جذب مخاطب و داد و ستد با وی، نقشی خواهد داشت؟

در واقع، انسان با مسائل موجود در جهان، بر اساس نیازهای خویش ارتباط برقرار می کند. رسانه نیز با همه ویژگی هایش، از این قاعده مستثنا نیست. بنابراین، رسانه ای که می خواهد تعامل بیشتری با مخاطب داشته باشد، باید بیش از همه پاسخ گوی نیازهای وی باشد. در اینجا، بحث شناخت نیازهای انسان مطرح می شود و از همین جا، رسانه های دینی و غیردینی از هم متمایز می گردند؛ زیرا آموزه های وحیانی، تعریف و توصیفی از نیازهای انسان دارند که با برداشت سکولار و غیردینی از نیازهای انسان کاملاً متفاوت است. این مسئله در تولید برنامه ها و حتی ساختار رسانه ای آنها تفاوت های آشکاری ایجاد خواهد کرد.

در اندیشه دینی، انسان بدون مدد وحیانی نمی تواند خود را بشناسد و بنا بر برخی روایت ها، اگر خود را بشناسد، خدا را نیز شناخته است. این در حالی است که چون بشر غربی از وحی بریده است (حتی انسان مسلمانی که شناختش را به طور کامل با وحی منطبق نساخته است)، شناختش از خودش بسیار انحراف آمیز است. پس دایره نیازهای حقیقی انسان که معرفت درباره آنها جز از طریق وحی حاصل نمی شود، با دایره نیازهایی که انسان برای خود می پندارد، افزون بر برخی هم پوشانی ها در بخش های جزئی، در بخش های دیگر متفاوت خواهد بود.

نیازهای

حقیقی

انسان

نیازهای

غیر حقیقی

ص: ۱۷۴

بخشی از نیازهای حقیقی که خود انسان آنها را درک می کند.

حال اگر حوزه پوشش و توانایی رسانه ها؛ یعنی عرصه مانور رسانه ها را با دایره ای دیگر به نمایش بگذاریم، نتیجه جالب تر می شود؛ زیرا رسانه با توجه به محدودیت هایش، نمی تواند به تمامی نیازهای انسانی (حقیقی یا تمایلات انسانی) پاسخ دهد و تنها بخش کوچکی را پوشش می دهد.

تمایلات

جولانگاه

رسانه ها

نیازهای حقیقی

حوزه مشترک

ص: ۱۷۵

بخش کوچکی که از هم پوشانی این سه حوزه به دست می آید، خود، می تواند سرآغازی برای رسانه دین مدار باشد تا مخاطب را بدون هیچ گونه شبهه، مزاحمت یا خسته کنندگی، برای هم سخنی و هم دلی و هم فکری آماده سازد. این حوزه مشترک، باید در پژوهشی جداگانه شناسایی شود تا رسانه دین مدار، جغرافیای عملیاتی خویش را بهتر بشناسد. اگر از آن بخش از نیازهای انسانی که رسانه در پاسخ به آنها کارآیی دارد، به خوبی بهره گرفته شود، می توان راه را برای ورود بیشتر مخاطب به عرصه نیازهای حقیقی اش فراهم ساخت. در این صورت، رسانه دینی، بزرگ ترین رسالت خویش را به انجام رسانیده است.

۱۰. فرصت های رسانه دینی در قلمرو جهانی شدن

۱۰. فرصت های رسانه دینی در قلمرو جهانی شدن

از جهانی شدن، تعریف های فراوانی شده است؛ از تعریف هایی که جهانی شدن را یک سره غربی شدن (۱) یا امریکایی شدن (۲) (کردن) جهان تعریف می کنند تا نظریه هایی که منطق فرهنگی سرمایه داری متأخر و مرحله نوین سرمایه داری را بر محل جهانی شدن می دانند؛ همچنین نظریه هایی که جهانی شدن را ترجمان نظریه موج سوم آلون تافلر و دهکده جهانی هربرت مارشال و مک لوهان در عرصه فرهنگی _ اجتماعی با وسایل ارتباطی و شبکه ارتباطات مجازی تلقی می کنند.

نگرش ها و رویکردها نیز همچون تعریف های گوناگون هستند. کسانی همچون رولاندر برتسون، جهانی شدن را امری محتوم می دانند و برخی مانند فوکویاما، صورت لیبرال _ دموکراسی را محتوای اصلی و موضوع اجتناب ناپذیر و در واقع، دستور کار جهانی شدن _ یا به عبارت بهتر در اینجا _ جهانی سازی می دانند. به باور او «ممکن است لیبرال _

ص: ۱۷۶

۱- Westernization

۲- Americanization

دموکراسی، نقطه پایان تکامل ایدئولوژیک بشر و آخرین شکل حکومت بشری باشد»^(۱).

همچنین برخی دیگر، جهانی سازی را جهان نگری و اندیشه در مقیاس جهان واحد معرفی می کنند. در این سوی جهان و با فاصله بسیار از حوزه فرهنگی و تمدنی غرب، رویکردها جالب ترند. برخی به این باورند که جهان گستری و هیولای جهانی سازی، چندان شتابان و فراگیر است که کسی را یارای اندیشیدن درباره آن نیست تا برای پیوستن به این موج خروشان، راهبردی توان مند برگزیند. این روند فزاینده، قدرت اندیشیدن را از دولت _ ملت ها گرفته است و خواسته یا ناخواسته، ما را در گیر خود کرده است. از این رو، ما نیز باید بر این ماشین تندرو سوار شویم و گرنه از دنیا عقب خواهیم ماند.^(۲)

به باور اینان، حتی ارزش های سنتی که مانعی بر سر این راه هستند، باید حذف شوند. انفعال و خودباختگی و خودکم بینی، خلاصه رویکردی است که این جریان نسبت به دین و ارزش های بومی دارد. نظریه پردازان این اندیشه، توسعه تکنولوژی و ارتباطات، جهانی شدن فرهنگ، کاهش اختلاف ها و نزاع ها و جهانی اندیشیدن را شاهدی برای اثبات رویکرد خود می دانند. برخی نیز که انگار به پایان خط رسیده اند، دغدغه فرهنگ ملی، ارزش های دینی و زبان بومی را به همین توسعه فرهنگ جهانی با پشتوانه ارزش های انسان محور و سودانگاران غربی نسبت می دهند و این روند را شبه جبری توصیف می کنند.

در این حال، چون جستار ما درباره رسانه ها و شناخت فرصت تاریخی آن در این

ص: ۱۷۷

۱- فرانسیس فوکویاما، مقاله «فرجام تاریخ و آخرین انسان»، ترجمه: علی رضا طیب، فصلنامه سیاست خارجی، ۱۳۷۲، ش ۲ و ۳، ص ۵۷.

۲- سید کاظم سید یاقری، مقاله «جهانی شدن و دین، فرصت ها و چالش ها»، مقالات چهارمین کنگره دین پژوهان، دفتر اول، دبیرخانه دین پژوهان کشور، ۱۳۸۲، چ ۱، ص ۱۹۲.

عرصه است، تنها برخی نکته های ضروری را بیان می کنیم:

۱. با کنار گذاردن کلیدواژه های به کار رفته در تعریف های مختلف «جهانی شدن»، نتیجه های مهمی به دست می آید؛ از جمله: فشردگی زمان و مکان، یک پارچگی سیستم، شبکه ای بودن، برتری نظام سرمایه داری، وابستگی عمومی، پیچیدگی ارتباطات، حذف مرزها، تضعیف دولت ها و

این ویژگی های جهان جهانی شده که برگرفته از کلام اندیشمندان است، وصف خود نظام تکنولوژیک است و نه یک دوره خاص تاریخی که مسئله جهانی شدن در آن مطرح شده است. به بیان دیگر، موج سهمگین تسری نظام تکنولوژیک به دنیا که از دهه هفتاد میلادی اوج گرفت، موضوع هایی را در سراسر دنیا پدید آورد که برای توضیح و فهم آن از عنوان «جهانی شدن» سود جستند. حال پس از آن سال ها، گویا این دلیل را فراموش کرده اند و در پی تفسیر «جهانی شدن» می گردند. پس از انقلاب صنعتی، تمام عنوان هایی که با عنوان کلیدواژه های جهانی شدن مطرح هستند، چونان پی آمدهای نظام صنعتی مدرن مطرح بوده اند. البته به تدریج با رشد صنایع گوناگون، این پی آمدها شکل جدی تری به خود گرفت و با جهش صنایع ارتباطی و مخابراتی شکلی تازه یافت، به گونه ای که بسیاری، آن را موضوعی نوظهور پنداشتند.

نکته اصلی اینکه موضوع جهانی شدن به عنوان یک پدیده نوظهور، آدرسی اشتباه است و برای شناخت دقیق محتوای جهانی شدن، باید با رجوع به خود مدرنیته، از اصل تمدن غرب پرسش کرد.

۲. جهانی شدن با توصیف «فشردگی زمان و مکان» که کسانی همچون هاروی و کاستلز مطرح کرده اند، یکی از بهترین توصیف ها در مورد پی آمدهای نظام صنعتی امروزی است. تفسیری از فشردگی زمان و مکان که ما را در کار بست رویکردها و راهبردهای درست یاری رساند، آن است که فاصله آغاز و انجام امور، کوتاه تر می شوند و بدین ترتیب، سرعت تجربه کردن بشر به واسطه ابزار صنعتی جدید و تکنولوژی ارتباطی،

شتاب بی سابقه ای می گیرد. در گذشته چه بسا قرن ها طول می کشید تا باطل بودن یک اندیشه ثابت شود، ولی اکنون بشر همه چیز را زود تجربه می کند و به درستی یا نادرستی آن حکم می کند؛ موضوع های کلانی همچون «تمدن» نیز از این قاعده مستثنا نیست. غرب با این سرعت، شتاب بیشتری به سوی نقطه پایان خویش گرفته است. ما از این تعبیر، یعنی سرعت روزافزون و فشردگی زمان و مکان، نتیجه ای کاملاً عکس نتیجه غرب گرایان می گیریم. آنها می گویند باید غربی بشویم و ارزش ها را کنار بگذاریم؛ چون در حال غربی شدن است، در حالی که این نگاه می گوید به سمت ارزش ها برویم؛ زیرا هرچه غرب به پیش می رود، به سمت نابودی و باطل بودن خویش گام بر می دارد و اعتماد عمومی به فرهنگ غربی از میان می رود. بنابراین، رفته رفته، خلأ به وجود آمده در اذهان انسان ها، این پرسش را پیش می کشد که چه فرهنگی را باید جایگزین کنیم؟ این فرصتی برای منادیان حقانیت دین است تا این خلأ را با نسیم روح نواز و انسان ساز معنویت پر کنند.

متأسفانه در راهبردهای رسانه ای در رسانه ملی، چنان که باید و شاید به این رویکرد جهانی توجه نشده است و حتی با آن منفعلانه برخورد می شود و بیشتر بر تهدیدهای جهانی شدن تأکید می گردد. بهتر است سازمان صدا و سیما به تجربه ای تازه دست بزند و شبکه ای انگلیسی زبان برای افکار عمومی غرب راه اندازی کند تا در آن، تولید برنامه ها بر اساس پارادایم های معنویت، آرامش و حقیقت باشد.

در این صورت و با داشتن برنامه های با کیفیت، انسان های بی شماری مخاطب آن خواهند شد و فرصتی برای بیان مواضع جمهوری اسلامی پدید خواهد آورد.

۳. برای تحول شخصیت آدمی، دو مرحله اساسی وجود دارد: نخست، خروج از شخصیت پیشین و شکستن دل بستگی های ذهنی و اعتقادی گذشته؛ دوم، جایگزین کردن تدریجی شخصیت جدید.

بر این اساس، در پروژه جهانی سازی، طرح مفاهیمی همچون معضل ملیت و قومیت،

بحران هویت و بحران ارزش های دینی و بومی، به مرحله اول تحول شخصیت ملت ها و اقوام مربوط است. همچنین مباحثی مانند نظم نوین جهانی، پایان تاریخ، حاکمیت لیبرال _ دموکراسی، دهکده جهانی و یکسان سازی فرهنگ به مرحله دوم نظر دارد. به باور کلمن جیمز، در عصر جهانی شدن، انسان بدون ارزش های بومی، شیفته ارزش های غیربومی و جهانی می شود و به مفاهیمی اعتقاد می یابد. آن گاه بر اساس آن معنا سازی می کند و ارزش هایی که در پیشینه او ریشه ندارد؛ یعنی هویت های ملی، سست می شود. (۱)

این برداشت رایج درباره پی آمدهای فرهنگی «جهانی شدن» یا «جهانی سازی» با شبهه ها و پرسش هایی روبه رو است که مهم ترین آنها به قرار زیر است: فرهنگ جای گزین یا پارادایم های «لیبرال _ دموکراسی و نظم نوین جهانی»، به شدت دچار مشکل درونی است. حتی بسیاری از گروه ها در غرب و حتی رسانه ها و سیاست مدارانش به سمت شرق، مکتب های شرقی و مذاهب مختلف در آن و دیگر مصداق های فرهنگ غیر غربی کشیده شده اند. حال این فرهنگ رو به زوال و پرتناقض چگونه می تواند جای گزین فرهنگ های دیگر شود؟

فرهنگ ها و ارزش های ملی و دینی گوناگون، به واسطه تخریب روشن فکران و هجمه های فرهنگی غرب و نفوذ نظام تکنولوژیک و نظام آموزشی سکولار، آسیب اساسی دیده اند، ولی این امر موجب نشده است تا هر فرهنگی را به صورت جای گزین بپذیرند.

در حقیقت، پی آمدهای فرهنگی جهانی سازی از نظر فرهنگی، نیمی از کار تبلیغی مسلمانان را آسان کرده اند؛ زیرا فرهنگ انسان ساز اسلام نیز برای تبلیغ نیاز دارد تا اقوام

ص: ۱۸۰

۱- سعید انبار لویی، «رادیو و اینترنت» فصل نامه پژوهش و سنجش، بهار و تابستان ۱۳۷۹.

و انسان ها را از برداشت های گذشته خارج سازد و این کاری است که تابوی جهانی سازی انجام داده است. امروز بشر از وجود پیشین خود خارج شده است، در حالی که در پی هویت جایگزین می گردد. رسانه دینی با توجه به این رویکرد جهانی می تواند هویت دینی را در کالبدی زیبا و پاسخگو به جهانیان معرفی کند و راه را برای آینده ای روشن هموار سازد.

ص: ۱۸۱

۱. احمدی، بابک، معمای مدرنیته، تهران، نشر مرکز، چاپ اول، ۱۳۷۷.

۲. اسکافیلد کلارک، لین و استوارت ام. هور، بازانديشي درباره رسانه، دين، فرهنگ، برگردان: مسعود آريايي نيا، سروش، چاپ اول، ۱۳۸۲.

۳. الياده ميرچا، فرهنگ و دين، برگزيده مقالات دايره المعارف دين، هيئت مترجمان، زير نظر بهاءالدين خرمشاهي، تهران، طرح نو، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامي، ۱۳۷۴.

۴. پارسانيا، حميد، سنت، ايدئولوژي، علم، قم، نهاد نمايندگي مقام معظم رهبري در دانشگاه ها، مرکز آموزش و پژوهش سازمان تبليغات اسلامي، ۱۳۸۰.

۵. _____، حديث پيمانه، قم، نهاد نمايندگي مقام معظم رهبري در دانشگاه ها، انتشارات معارف، چاپ پنجم، ۱۳۸۰.

۶. تامپسون، جان. ب.، رسانه ها و مدرنيته، تهران، ترجمه: مسعود اوحدي، سروش.

۷. حر عاملي، محمد بن حسن، وسائل الشيعه، قم، مؤسسه آل البيت.

۸. داوري اردكاني، رضا، فرهنگ، خردآزادي، تهران، ساقی، چاپ اول، ۱۳۷۸.

۹. _____، فارابي مؤسس فلسفه اسلامي چاپ سوم، مؤسسه مطالعات و تحقيقات فرهنگي.

۱۰. _____، اتوبي و عصر تجدد، تهران، ساقی، ۱۳۷۹.

۱۱. دورانت، ويل، تاريخ تمدن، برگردان: صفدر تقی زاده و ابوطالب صارمی، تهران، سازمان انتشارات و آموزش انقلاب اسلامي، ۱۳۶۷.

۱۲. رباني گلپايگاني، علي، ريشه ها و نشانه هاي سکولاريسم، تهران، مؤسسه فرهنگي دانش و اندیشه معاصر، چ دوم، ۱۳۸۱.

۱۳. زرشناس، شهريار، مدرنيته، آزادي، پسامدرنيسم، فرهنگ سراي اندیشه، چاپ اول، ۱۳۷۸.

۱۴. سورين، ورنر و جيمز تانكارد، نظريه هاي ارتباطات، برگردان: علي رضا دهقان، تهران، دانشگاه تهران، چاپ اول، ۱۳۸۱.

۱۵. سید باقری، سید کاظم، جهانی شدن و دین فرصت‌ها و چالش‌ها، مقالات چهارمین کنگره دین پژوهان، دفتر اول، دبیرخانه دین پژوهان کشور، چاپ اول، ۱۳۸۲.

ص: ۱۸۲

۱۶. شهبازی، عبدالله، زرسالاران یهودی و پارسی، استعمار بریتانیا و ایران، تهران، مؤسسه مطالعات و پژوهش های سیاسی، چاپ اول، ۱۳۷۹.
۱۷. ضیمران، محمد، اندیشه های فلسفی در پایان هزاره دوم، تهران، انتشارات هرمس، چاپ اول، ۱۳۸۰.
۱۸. عبدالله عنان، محمد، تاریخ جمعیت های سری و جنبش ها تخریبی، علی هاشمی حائری، تهران، کتاب خانه بهجت، ۱۳۵۸.
۱۹. فوکویاما، فرانسیس، فرجام تاریخ و انسان واپسین (آخرین انسان)، برگردان: علی رضا طیب، فصل نامه سیاست خارجی، ۱۳۷۲، شماره ۲ و ۳.
۲۰. کلینی، محمد، اصول کافی، تهران، انتشارات اسلامیه، ۱۳۶۴.
۲۱. گروهی از نویسندگان، پست مدرنیته و پست مدرنیسم، تعاریف، نظریه ها و کاربردها، مجموعه مقالات، ترجمه: حسینعلی نوروزی، تهران، نقش جهان، ۱۳۸۰.
۲۲. گیبینز، جان. آر، سیاست پست مدرنیته، برگردان: منصور انصاری، تهران، گام نو، ۱۳۸۱.
۲۳. گیدنز، آنتونی، پی آمدهای مدرنیت، محسن ثلاثی، تهران، نشر مرکز، چاپ اول، ۱۳۷۷.
۲۴. محمدی ری شهری، محمد، میزان الحکمه، قم، انتشارات دارالحدیث، ۱۳۷۷.
۲۵. معتمدنژاد، کاظم، وسایل ارتباط جمعی، تهران، چاپ و انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی، ۱۳۵۴.
۲۶. نصر، سید حسین، جوان مسلمان و دنیای متجدد، برگردان: مرتضی اسعدی، تهران، طرح نو، چاپ چهارم، ۱۳۸۲.
۲۷. _____، نظر متفکران اسلامی درباره طبیعت، تهران، خوارزمی، ۱۳۷۷.
۲۸. ویندال، سون، بنوسیگنایتر و جین اولسون، کاربرد نظریه های ارتباطات، برگردان: علی رضا دهقان، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها، چاپ اول، ۱۳۷۶.
۲۹. یاسپرس، کارل، آغاز و انجام تاریخ، برگردان: محمدحسن لطفی، تهران، انتشارات خوارزمی، ۱۳۶۲.
- (ب) نشریه
۳۰. انبارلویی، سعید، «رادیو و اینترنت»، فصل نامه پژوهش و سنجش، بهار و تابستان ۱۳۷۹.
۳۱. بازرگان، بهمن، درباره وضعیت پست مدرن و برخی پی آمدهای آن، مجله فرهنگ و توسعه، شماره ۲۹ و ۳۰، مهر و آبان

١٣٧٦.

ص: ١٨٣

۳۲. بودریارد، ژان، گسترش تکنولوژی و تعمیق فضای مجازی، ماهنامه سیاحت غرب، شماره ۱۶.

۳۳. پستمن، نیل، فضای مجازی و سؤالات پیش رو، ماه نامه سیاحت غرب، سال دوم، شماره ۱۷.

۳۴. ریفکین، جرمی، از مدرنیسم تا پست مدرنیسم، ماه نامه سیاحت غرب، شماره ۱۵.

۳۵. گرینفیلد، دیوید، اعتیاد مجازی، ماه نامه سیاحت غرب، شماره ۱۸.

۳۶. ویلبر، شان. پ.، دنیای مجازی، جامعه، هویت، برگردان: امیر نیک فرجام، نیم سالانه زیبا شناخت، شماره ۱۱.

(ج) پایگاه اینترنتی

۳۷. سلطان فر، محمد، فرهنگ مجازی در عصر اطلاعات: ۲۱/۷/۸۳ WWW.Bashgah.net.

ص: ۱۸۴

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

