

مقدمه

کتاب «رسانه، دین و فرهنگ» بخش‌ها و فصل‌های به هم پیوند خورده‌ای هستند که در چپ‌نش آن تلاش شده انگیزه باز نمودن دریچه و برداشتی نوین و بی‌سابقه از مثلث دین و فرهنگ و رسانه پی گرفته شود و این سه را به هم نزدیک نماید. سلسله مقالات و پژوهش‌هایی که عمدتاً در نشست‌های علمی حول موضوع و در کشورهای مختلف و با گرایش‌های علمی دینی ارتباطی و رسانه‌های جمعی و مبتنی بر نگرش‌های جامعه‌شناسانه و روان‌شناسی اجتماعی مقوله‌ای جدید از ارتباطات را ارائه داده‌اند، از فرایند ترکیب بررسی سه موضوع ارتباطی مهم و تأثیرگذار یکی از منظر اجتماعی و بیرونی، یکی از نگاه به درون و باطن و دیگری از زبیده این دو یعنی فرهنگ، رسانه‌های*1* جمعی، دین و فرهنگ را مورد کنکاش قرار داده است که در حدّ خود کاری جدید و قابل تمجید است.

گرچه در پیکره کلی کتاب می‌توان اشکالات فراوانی به مترجم و برگردان آن کرد، و در بسیاری جاها عبارت‌ها، بار ارزشی و نهفته خودش را به خواننده نمی‌رساند و پیام آن حاصل نمی‌شود. اما در مجموع، کتاب از بخش‌ها و سرفصل‌ها با عنوان بندی‌های خوبی بهره برده که می‌توان منظور و مسیر کتاب را پی گرفت و از آن بهره مند شد.

مطالب کتاب در چهار بخش عمده آورده شده است.

بخش اول: تحلیل رسانه‌ها، دین و فرهنگ (در چهار فصل)

که به ترتیب طرح موضوع، نگاه به فصل مشترک این سه و رابطه دین و رسانه در نقش دهی به فرهنگ و اهمیت فن آوری و نقش سه بعدی آن با نظریات مختلف را مورد بررسی قرار می‌دهد.

در بخش دوم: نگاه به رسانه، دین و فرهنگ در جامعه معاصر است که در پنج فصل به طرح موضوع می‌پردازد: در قسمتی از فصل اول که به رابطه دین و تحولات مدرنیته می‌پردازد این چنین می‌خوانیم:

«... علم و مادی‌گری اقتدار معنوی را از بین برده بود و دین از کانون نهادها و زندگی رویایی آدمی در شرف حذف بود پیچ و مهره‌های ساخته شده در کارخانه آرمانی موردنظر «آدام اسمیت» جایی برای رقص فرشتگان نگذاشته بود. آن‌ها تحت سیطره سیستم منظم بودند که دست پنهان بازار سرمایه داری آن را به وجود آورده بود نه دست خداوند. رازونیاژ جای خود را به اندازه‌گیری و محاسبه و نامتناهی جای خود را به متناهی داده بود و...».

فصل دوم به جایگاه مهم و ارزش مند رسانه‌های گروهی در مقدس سازی دوباره فرهنگ معاصر و ناامیدی از مدرنیته می‌پردازد که در قسمتی از آن آمده است:

«تحولات ژرفی که در شیوه گردهم آیی انسان‌ها و نحوه ارتباطشان با یک دیگر به وقوع پیوسته است، آگاهی

فزاینده ای را (به وجود آورده است) (اما) مدرنیته به وعده هایش در زمینه آزادی های اجتماعی و سیاسی و فرهنگی وفا نکرد... مدرنیته، عقلانی کردن جهان، تا حدود زیادی معنا و مضمون را از بین برد....».

نویسنده در فصل سوم آیین فرهنگ مردم را تحلیل می کند.

«جنبه های رسمی بیرونی و تحولات درونی و معنوی نشان می دهد که چگونه می توانیم در عین حال که از آیین های دینی برای توضیح جنبه های مختلف فرهنگی دین گریزی مردم استفاده می کنیم، هر دو را هم بپذیریم و هم نپذیریم. ... برجستگی (آیین ها) و مناسک در چارچوب عملکرد آن نوعی عمل ارادی و آگاهانه است که بخشی از رفتار یا تعامل آدمیان در جریان اجرای آن و یا جنبه ای از زندگی اجتماعی یا منطقی از زمان انتخاب را دربر می گیرد و در مورد آن تأمل و ژرف اندیشی می شود».

در فصل چهارم، عوارض فروپاشی و زوال امر قدسی، ناپهنجاری و بحران در مناسک را بیان می نماید:

«مشکلات بی شماری که فراروی رفاه غرب قرار دارد، از یک سو در ترکیب و تلفیق با کثرت درخواست ها و مطالبات بی سابقه آن ها و از سوی دیگر ملازمت با پراکندگی جغرافیایی جوامعی که توان قابل توجهی برای ایجاد انسجام و حمایت اجتماعی ندارند، بسیاری را به این باور رسانده که ظاهراً جامعه مدنی از بن بست فعلی سربرمی آورد. جامعه مدنی مثل سازمانی اجتماعی بیانگر هیچ فضیلت و رجحان ایدئولوژیکی مسلطی نیست. بلکه قادر به اعاده رابطه کیفی افراد با ساختارها و در نتیجه بهبود وضع مناسک است که ممکن است راه حل به شمار آید. آیا این جامعه عاری از سلطه چگونه خواهد توانست بدون آگاهی یا داشتن دیدگاهی مشترک و بدون پشتوانه صورت و شکل خاصی از مقدسات به بقای خود ادامه دهد؟ این امر چگونه ممکن می شود؟».

فصل پنجم به شبکه تجلیات جمعی با عناوین مختلف و نمادهای متفاوت می پردازد و موضوع را بررسی می کند. در جامعه ای که رسانه ها، فرهنگ و دین در قالب به هم بافته ای از شعائر جمعی با هم در ارتباطاند.

بخش سوم: به رسانه، دین و فرهنگ به عنوان نهادهای در حال تغییر می پردازد که در چهار فصل مرتب شده است.

فصل اول درباره تحول دین در عصر هم گرایانه رسانه ها و فرآیند امورات دینی در عرصه فرهنگ الکترونیکی و گسترش آن و کیفیت رابطه آن با همدیگر و نتایج و اثرات آن بحث می نماید.

فصل دوم نقش رسانه در آفرینش معنا و روش مطالعات دینی را مورد ارزیابی قرار می دهد.

و در فصل سوم تلویزیون دینی را به عنوان ایفاگر نقش مناسک جبران گر در مقیاسی بزرگ تر در اجتماع و هم چنین تأملی دوباره در جذابیتی که تلویزون برای بینندگان خود دارد، مورد مذاقه قرار می دهد.

فصل چهارم، ابعادی از مقاومت از طریق فرهنگ شفاهی رسانه ای را مورد بررسی قرار می دهد.

در قسمت گویندگان تلویزیونی می خوانیم:

«روش های ارتباطی آن ها اغلب از الگوی انسان ماشینی سرچشمه می گیرد و مسئولان و مجریان تلویزیونی با استفاده از منطق انگیزه ارگانیکسم، نتیجه و وعده مردم پسند و عده کانون اقتداری را می دهند که متکی بر خداست. از لحاظ اجتماعی نیز چون فاقد کارکردند مایل به تبعیت از الگوی انسان ماشینی هستند.»

در بخش چهارم: رسانه دین و فرهنگ را از ناحیه ایمان فردی مورد بررسی قرار می دهد که این نیز در پنج فصل پی ریزی شده است.

تحلیلی روان‌شناسانه از دین در جهان رسانه ای شده و تأثیرات شگرف و متقابل آن به شکل نفوذ در اجتماعات و بینندگان و گروه‌های مختلف و رشد ارزش‌های جمعی در این بین. در قسمتی از این فصل آمده است :
«... ترسیم تصویری از آینده که نیروهای تفکر مثبت از جمع مؤمنان، تعیین‌کننده محتوای پیام رسانه‌ها خواهند بود... اگر در پایان روز، تعداد زیادی از مردم با هم هم‌فکری کنند و برای رویدادهای همان روز دست به دعا بردارند هم اخبار ساعاتی را که خفته ایم و هم اخبار فردا را تحت تأثیر قرار خواهند داد. این اوج بعد مسئولیت‌آور (کاربرد توان فردی در مسائل مختلف) دعا و نیایش است».

در فصل بعدی موضوع آرمان‌گرایی و انقلابی را از بعد ارزشی و به عنوان شاخصی از رویکردهای اثرگذار دینی در فرهنگ و اجتماع خوب مورد بررسی قرار می‌گیرد.

و در فصل بعد دریافت معنای دین از تلویزیون را با ارائه الگویی جدید برای دین‌پژوهی و تحقیقات رسانه‌ای در حال شکل‌گیری به تصویر می‌کشاند. (معنای اجتماعی و معنای تحقق‌یافته فردی هم به عنوان معنای لازم و ملزوم یکدیگر بخشی از روابط و کنش‌های رفتاری اجتماعی را در این بین به بحث می‌کشاند).
در فصل چهارم هم به رسانه‌ها و شکل‌گیری حوزه عمومی دینی آن می‌پردازد. در قسمتی از این فصل آمده است :

«نسل رو به رشد که تحت تأثیر عمیق فرهنگ مصرف‌گرایی است یا دینی رشد یافته و بزرگ شده است که به صورت کالا در آمده و بدان به گونه‌ای کالاهای قابل خرید نگاه می‌شود. فرآیند تجاری شدن، بسته‌بندی و قیمت‌گذاری در بازار دین تقریباً همه چیز را از صلیب گرفته تا بلور شامل می‌شود».

در فصل نهمی هم به خلاصه مطالب دین رسانه‌ای پرداخته است که مروری بر آن بی‌فایده نیست.
دین از طریق متون در تلاش برای اثرگذاری و ساخت فرهنگ‌ها است. از نگاهی، درهم‌آمیختگی فن رسانه‌ای با چرخش فرهنگی دینی، نیاز به نظم و انسجام دارد.

رابطه تحولات رسانه‌ای در عصر مدرنیته با فرهنگ غالب و سیطره افکنش و رابطه آن با دین رسانه‌ای که از نگاه صور و اشکال در حال تغییر اجتماع، فرهنگ‌ها و مخصوصاً جوانان جایگاه خاصی دارد، قابل توجه است که از آن به رابطه دین و رسانه با آیین و مناسک جمعی دینی و بازتاب آن، بررسی نقش پیکره دین در چشم‌انداز کلان فرهنگ پسمدرنیته با نگاه به عناصر و تشکلهای جمعی در منظر دینی و رسانه‌ای را می‌توان اشاره کرد.
نگاه به اماکن دینی مثل کلیسا از منظر دینی و رسانه‌ای با نتایج و پی‌آمدهای تغییرات رسانه‌ای - فرهنگی در رسانه‌ای کردن دین در فرهنگ امروزی و وابستگی رسانه‌ای شدن دین و مذهب به عنوان مسئله فراروی مطالعات دینی قرار دارد.

پدیده تلویزیون دینی و نگاه دین رسانه‌ای به آن در حل موقعیت‌ها و احوالات مناقشه‌برانگیز و هم‌سازی جدید شفاهی دین، نقش تلویزیون دینی در بحران فرهنگی امروزه برای تسکین و آرامش و رفتارهای معنی‌دار و معنا بخشی که از ناحیه دین روانی مورد توجه است و بازیافت معنویت از دست رفته زمان با توجه به وساطت دینی در منظر عمومی و اجتماعی و چگونگی واسطه شدن دین در معنا سازی و کاربرد آن در تلویزیون دینی و نشان دادن حضور دین در محیط زندگی فردی و رسانه‌ای همه، گوشه‌هایی از مباحث مهم این کتاب را تشکیل می‌دهد.

تأثیرپذیری نویسندگان از فرهنگ و آموزه های اجتماعی و جامعه ی خود، به عنوان نمونه، تأثیرپذیری از عقاید «ماکس وبر» و یا «امیل دورکیم» و پرداختن به مباحث دینی از منظر مسیحیت و با توجه به موقعیت فرهنگی و دینی خود، شرایط را برای تطبیق و قیاس بسیار مشکل می نمایند. تنها تحلیل و بررسی از ناحیه عکس العمل علمی و شناختی تبلیغی و مقابله با هجوم است که برای شناخت جریان های دقیق و وقایع و حرکت آینده قابل توجه به نظر می رسد به هر حال حوزه تحلیل علمی در این زمینه به شکل طرح یافته در ابتدای راه خویش است و با دشواری ها و موانعی مواجه است که ممکن است به آن آسیب نیز برساند.

پی نوشت :

1. منظور از رسانه جمعی، رسانه ای شدن و کل متن فرهنگی ارتباطات و فراتر از رادیو و تلویزیون و نشریات.