

بسم الله الرحمن الرحيم

وبه نستعين

مطالعات دینی رسانه

- مدرس: حوریه بزرگی
- دانشگاه جامع امام حسین (ع)

• همراه 1402-1403

• امثال فائل اخلاق و شرع جاز نیست.

مهم ترین رویکردهای نظری در حوزه دین و رسانه

۱. ابزار گرایان (محتوا محور)

۲. ذات گرایان (فناور محور)

۳. تعامل گرایان



رویکرد اول: ابزارگرایی

INSTRUMENTALISTIC APPROACH

رویکردهای ابزار گرایانه

INSTRUMENTALISTIC APPROACH

- نظریه ابزارگرایی قدیمی ترین نظریه در حوزه رسانه و فناوری است و ریشه در آراء **ارسطو** دارد.
- **ارسطو برای فناوری هیچ هویت مستقلی قائل نبود و تکنولوژی را در خدمت فرهنگ قلمداد می کرد.**
- ابزارگرایان معتقدند تکنولوژی هدف دارد ولی هدف تکنولوژی را فرهنگ تعیین می کند.
- **ابزارگرایان فناوری را فاقد هویت مستقل پنداشته و به مثابه ابزاری در خدمت اهدافی متفاوت می دانند.**
- ابزارگراها معتقدند به دلیل ابزاری بودن، تفاوتی بین رسانه های سنتی و مدرن وجود ندارد و همه اینها تنها یک ابزارند که می توان آنها را در خدمت به هر هدفی استفاده کرد.
- برخی ابزارگرایان را ساده انگار و منتسب به طبیعی پنداران دوران افلاطون می دانند. در این نگاه ابزاری مکانیکی مانند کلنگ و ابزاری تکنولوژیک مانند رسانه های جمعی تفاوتی وجود ندارد. اینها همه ابزارهایی هستند که در خدمت بشر هستند و نسبت آنها با وجود آدمی و ماهیت جامعه، امری عارضی و تابعی است.

رویکردهای ابزار گرایانه

INSTRUMENTALISTIC APPROACH

- از منظر ابزارگراها، تکنولوژی به تنهایی واجد هیچ معنایی نیست، بلکه خنثی است.
- تکنولوژی هدف نیست، بلکه ابزاری است در خدمت اهداف انسانها.
- ابزار رسانه می تواند در اختیار مفاهیم و مضامین دینی قرار بگیرد همانطور که می تواند در اختیار هر مفهوم دیگری اعم از غیردینی و ضد دینی قرار بگیرد.
- رابرتسون در همین رابطه می گوید:
- «دیوانگی تمام عیار و بلاهت محض است اگر گفته شود کلیسا نباید به پذیرش تلویزیون تن در دهد. نیازها همان ها هستند و پیامها همان ها اما وسیله انتقال ارتباط می تواند عوض شود...»

رویکردهای ابزار گرایانه

INSTRUMENTALISTIC APPROACH

- **باربرو** یکی از دیگر ابزار گرایان نیز معتقد است به دلیل بحران های ناشی از مدرنیته، بشر جدید به دنبال هویت جدید فردی و جمعی است و نیاز مجدد برای راز و افسون حس می کند. از نظر وی، مدرنیته به هیچکدام از وعده هایش جز راززدایی و افسون زدایی از تفکر بشری عمل نکرد. آنچه مهم است، تعامل و همکاری ضروری رسانه ها و ادیان با یکدیگر است. زیرا هر دو ابزار نیز واسطه های فرهنگی مهمی برای اجابت نیاز مردم به راز و معنا و افسون در جهان هستند.

- بنابراین باربرو وسایل را با اهداف آنها توجیه می کند و معتقد است هدف از دین و رسانه نیاز مردم به معناست و با توجه به این نیاز این دو وسیله با هم رابطه دارند.

رویکردهای ابزار گرایانه

INSTRUMENTALISTIC APPROACH

- در میان ابزار گرایان، افراطی ترین دیدگاه از آن **کارل پوپر** **COREL POUPER** است.
- او به طور اصولی پرسش از ذات و ماهیت تکنولوژی رسانه ای را خطرناک قلمداد نموده و آن را گامی قهقرایی به سمت تاریکی، خرافات و برگشت به ارزش های قرون وسطایی معرفی می کند.

رویکردهای ابزار گرایانه

INSTRUMENTALISTIC APPROACH

- غالب ابزار گرایان، تکنولوژی را دارای ماهیت ابزاری می دانند نه خنثی.
- تمام کسانی که بر ابزار گرایی رسانه تاکید دارند برای رسانه اقتضائاتی قائلند اما تفاوت آنان با ذات گرایان در آن است که **ماهیت رسانه را ابزار می دانند**.
- هایدگر با قاطعیت بر خنثی گراییان ایراد می گیرد و حتی تلقی فناوری به فعالیت انسانی را نیز ناقص پنداشته و آن را خارج از دیدگاه ابزار گرایانه فناوری ارزیابی نمی کند.

رویکردهای ابزار گرایانه

INSTRUMENTALISTIC APPROACH

- رویکرد ابزار گرایانه، از یک زاویه، کارکردگرا است.

- کارکردگرا است چون بیشتر به کارکردهای تکنولوژی و ابزارهای ارتباطی معطوف است تا به ماهیت، فلسفه و تاریخ.

- بر همین اساس، در تعامل دین و رسانه، دین به عنوان مهم ترین نهاد معنا بخش در زندگی انسان، کارکرد اصلی و اساسی اش، معنا بخشی به زندگی می باشد و می توان این معنا بخشی را توسط ابزارهای معنا بخشی چون رسانه ی تلویزیون که دارای ماهیت ابزاری است، تقویت نمود. زیرا کارکردش سرگرمی است که می تواند در قالبهای مختلف کارکرد معنا بخشی به زندگی را نیز داشته باشد.

- بر همین اساس، از منظر جامعه شناسی ارتباطات دینی، کارکرد ارتباطات و رسانه های دینی، متدین کردن بی دینان و کافران نیست، بلکه خدمت به متدینان و پاسخ به نیازهای دینی و ارتباطی آنان است.

رویکردهای ابزار گرایانه

INSTRUMENTALISTIC APPROACH

- میان ابزارگرایی و کارکردگرایی، پیوستگی و ناگسستگی موجود است.
- ابزارگرایان با تمامی تنوعات و مشرب‌های فکری خود، رسانه‌ها را ابزاری تلقی می‌کنند که میتوانند در اختیار مفاهیم و مضامین دینی قرار گیرند و یا بالعکس در خدمت مفاهیم ضد دینی باشند.
- ذات و ماهیت رسانه‌ها ابزار است و نه بیشتر از آن و انسان با قدرت اراده و اختیار خود به هر شکلی که می‌خواهد می‌تواند از آن استفاده کند.
- در این نگاه انسان موجودی مختار و انتخاب‌گر است که آنچه در محیط طبیعی و پیرامونی اش خلق کرده، محصول اراده و انتخاب او می‌باشد.

رویکردهای ابزار گرایانه

INSTRUMENTALISTIC APPROACH

- در نگاه ابزارگراها، هر چیزی تابع قصد و اراده انسان است که در شبکه ارتباطی اثر می‌گذارد و هر گاه زمینه آن تغییر کند، آثار دیگری بر آن مترتب خواهد شد.
- پوپر، به تندی از ذات گرایان انتقاد می‌کند و بر این باور است نباید اختیار و انتخاب را از انسان سلب نمود و همه چیز را با چهره‌ای ماشینی و الکترونیکی دید.

رویکردهای ابزار گرایانه

INSTRUMENTALISTIC APPROACH

جمع بندی:

بر اساس این دیدگاه رسانه‌ها به مثابه‌ی ابزار می‌توانند در اختیار مفاهیم و مضامین دینی یا غیردینی قرار بگیرند.

البته این تصور که برخی گفته‌اند صاحبان نظریه ابزار گرایانه، رسانه را صرفاً ابزاری برای پیام‌هایی مختلف دانسته‌اند، نیز سطحی‌نگری و بی‌دقتی در نظریات آنان است. ابزار گرایان نیز برای رسانه اقتضائاتی قائلند اما تفاوتشان با ذات گرایان در آن است که ماهیت رسانه را ابزار دانسته‌اند، نه آنکه به ویژگی‌های هر رسانه و یا تناسب پیام‌های دینی با گونه‌های مختلف رسانه بی‌توجه باشند.

رویکرد ذات‌گرایی (جبر تکنولوژیک)

TECHNOLOGICAL DETERMINISM

- در این رویکرد دنیای سنت و مدرن در تقابل و تضاد با یکدیگر تعریف می‌شود.
- بر پایه همین تعریف، ذات‌گرایان معتقدند میان مفاهیم سنتی دین و ارزش‌های دنیای مدرن، جدایی و ناسازگاری ذاتی برقرار است. لذا، پیوند و اتصال میان دو حوزه که ذاتاً در تقابل با یکدیگرند، کاری بیهوده و حتی خطرناک خواهد بود.
- ذات‌گرایان به تباین دین و رسانه قائلند.
- از منظر این رویکرد، جریان‌ها و مشرب‌های فکری که از روح حاکم بر تکنولوژی غفلت می‌کنند، ساده‌انگار و سطحی‌نگر هستند.

رویکرد دوم: ذات گرایی (جبر تکنولوژیک) TECHNOLOGICAL DETERMINISM

رویکرد ذات‌گرایی (جبر تکنولوژیک)

TECHNOLOGICAL DETERMINISM

- ذات‌گرایان طیف‌های مختلفی را شامل می‌شوند:

- ۱. ذات‌گرایی فلسفی (PHILOSOPHICAL ESSENTIALISM)

- رسانه‌ها را نه صاحب اقتضای ویژه‌ای بلکه دارای ذات معینی می‌دانند که با هر غایت و هدفی سازگار نیست. مانند هایدگر

- ۲. ذات‌گرایی فرهنگی (CULTURAL ESSENTIALISM)

- ذات‌تکنولوژی را به شکلی عام و رسانه‌ها را به طور خاص دارای اقتضائاتی تاریخی و هویت فرهنگی ویژه‌ای که خود را تعین بخشیده می‌دانند. مانند نیل پستمن

ذات گرای فلسفی

- در میان ذات گرایان معروف ترین، هایدگر است.
- هایدگر با نقد و بررسی **هستی شناسانه** تکنولوژی، الگوی ابزار گرایی را ویران می کند.
- هایدگر بر خلاف تلقی سنتی، تکنولوژی را امری هستی شناختی می داند و معتقد است تکنولوژی با ساختار وجودی انسان عجین شده است.
- وی معتقد است ویژگی تکنولوژی تنها از طریق توافق و انطباق آن با نوع بشر، درک شدنی است.
- انسان وقتی خلقی می کند، آن مخلوق با انسان رابطه ای هستی شناسانه پیدا می کند و به گونه ای مرموز که انسان، خودش را با تمام وجودش، احساس و افکارش، موفقیت و شکست هایش در آن مخلوق می یابد.
- در واقع مخلوق و مصنوع از منظر هایدگر، انعکاسی از خود آفریننده و آینه وجود اوست. بنابراین، انسان با تکنولوژی رابطه ای بیرونی ندارد بلکه فناوری با ساختار او عجین شده است. تکنولوژی ابزار صرف نیست، بلکه گونه ای از **ظهور و انکشاف** وجود است که حقیقت انسانی در آن گسترده، دیده می شود و انعکاس پیدا نموده است.

ذات گرای فلسفی

- هایدگر بر همین مبنا هشدار شدیدی به انسان درباره خطر ذاتی تکنولوژی می‌دهد و می‌گوید: «انقلاب تکنولوژیک ما را مسحور به پذیرش و عمل بر اساس تفکر حساب گرایانه به عنوان تنها نوع تفکر کرده است، در نتیجه انسانیت اصیل و اصالت ذاتی بشر زایل شده است.»
- هایدگر هشدار می‌دهد که فناوری بخشی از هستی انسان است و انسان در فرایند وجود به دلیل رابطه ژرفی که با آن دارد محو و مسخر تکنولوژی می‌شود و انگاه ذات تکنولوژی بر انسانیت انسان غلبه می‌کند. از این رو از نظر او باید همواره، مستمر و مداوم با فناوری جنگید و مبارزه نمود.

ذات گرای فلسفی

- هایدگر با طرح تعبیر **گشتل (GE-STELL)** را به مثابه‌ی نامی برای بیان ماهیت تکنولوژی جدید را مطرح می‌کند.
- **گشتل** در واقع نام برای ماهیت یک شیء نیست بلکه نام نحوه خاصی از نامستوریت (انکشاف) است که سیطره‌اش بر عمق ذات تکنولوژی مدرن حاکم است و خودش امری تکنولوژیکی نیست. این روح حاکم بر تکنولوژی (گشتل) انسان را وا می‌دارد تا به واقعیت‌ها به گونه خاصی نگاه کند و آنها را نه صرفاً اشیاء بلکه **منبع ذخیره** لحاظ نماید. (علی‌زمانی، ۱۳۷۹، ۲۱۵) پس انسان در این (انکشاف) گرفتار می‌شود درحالی که خود کنترل کننده انکشاف یعنی مهار کننده گشوده‌ای که در آن تمام افعال و رهیافتهای ما متبلور شده‌اند، نمی‌باشد. (علی‌زمانی، ۱۳۷۹، ۲۱۸)
- **انکشاف حاکم در تکنولوژی جدید «نوعی تعرض» است.** تعرضی که طبیعت را در برابر این انتظار بیجا قرار می‌دهد که تامین کننده انرژی باشد تا بتوان انرژی را از آن حیث که انرژی است، از دل طبیعت استخراج کرد.
- نتیجه این نحوه انکشاف و درافتادن تعرض آمیز تبدیل شدن همه چیز به منبع ذخیره یا منبع لایزال ذخیره است. هر چند مجری این در افتادن تعرض آمیز انسان است اما عدم استتاری که امر واقع در هر لحظه معین خود را در آن آشکار می‌کند یا پس می‌کشد، تحت اختیار بشر نیست. بشر از آن جا که تکنولوژی را به پیش می‌راند، در این انضباط به عنوان نحوی انکشاف شرکت می‌جوید. اما آن عدم استتاری که این انضباط در قالب آن شکوفا می‌شود هیچ گاه ساخته دست بشر نیست.

ذات گرای فلسفی

- از نظر هایدگر، فناوری یا تکنولوژی، صرف کاربرد علم نیست، بلکه **شیوه هنرمندانه ساخت اجتماعی** نیز هست که وجود انسان را در آن آشکار و متجلی می‌شود.
- ماهیت تکنولوژی، انسان را در شرایطی قرار می‌دهد که بتواند جهان را با روشی معین و به صورت منظم ببیند.
- **رسانه ها نه ابزار صرف، بلکه به معنای عاملانِ فرایندهای سیاسی، اجتماعی و فرهنگی باید تلقی شوند.** این بدان معناست که همانگونه که غفلت از سرشت رسانه های تکنولوژیک مخاطره افرین است همان سان، رسانه ها فقط تکنولوژی نیستند، تا هر آنچه از ملزومات تکنولوژی باشد بر رسانه ها نیز قابل تطبیق باشند، بلکه رسانه ها را باید به منزله نظام های اجتماعی، سازمانها، شرکتهای پدیده های فرهنگی، کنشگران سیاسی و اجتماعی و ... فهم کرد.

ذات گرای فلسفی

- بنابراین بر اساس نظر هایدگر، از آنجا که ماهیت تکنولوژی و به تبع رسانه ها، با تسخیر طبیعت و فرهنگ، جهان بینی انسان را تشکیل میدهند و این تسخیر و تسلط انسانی با هیچ معنا و یا ماهیت دیگری قابل جهت دهی نیست (چون ماهیت مستقل خود را دارد) **تلاش برای دینی کردن رسانه ها و یا رسانه ای کردن دین، تلاشی بی فایده و یا بی معنا است.**
- تکنولوژی با دین به سبب داشتن دو ماهیت متضاد هیچگونه تعاملی نمی توانند داشته باشد.
- هر چند او وصول به **تفکر شاعرانه و منجی** را به عنوان راه حلی برای تعامل دین و رسانه معرفی می کند و معتقد است حضور یافتن ماهیت تکنولوژی در بطن خود، حاوی امکانی است که هرگز به ذهن خطور نمیکند که همانا پیدایش نیروی منجی گرا است. اما این تعبیر به زعم منتقدین به قدری مبهم است که راهکار روشنی نمیتوان از آن استخراج کرد.
- منبع برای مطالعه بیشتر: علی زمانی، امیرعباس، ماهیت تکنولوژی از دیدگاه هایدگر، مفید، شماره ۲۳، پاییز ۱۳۷۹

ذات گرای فلسفی

- هایدگر، با بررسی بنیادهای هستی شناسانه تکنولوژی و ابزار، برای نخستین بار تلاش کرد مباحث را از تعابیر ذهنی گرا و تنها ابزار گرایانه نجات دهد و آن را به یکی از پرسشهای اصلی فلسفه بدل نماید. و این مدعا را مطرح کند که تکنولوژی یک وسیله صرف نیست بلکه گونه ای از انکشاف و حقیقت است و هویت مستقل دارد.
- البته تمام ذاتگرایان قائل به این نیستند که رسانه ها نمیتوانند در رویه ای تعاملی با دین قرار بگیرند بلکه مدعا آن است که رسانه ها هویت مستقل از دین دارند، ابزار خنثی نیستند اما میتوانند با مفاهیم و مضامین دینی در تعامل قرار بگیرند.

ذات گرای فرهنگی

- نیل پستمن (۱۹۳۱-۲۰۰۳) از اندیشمندانی است که ذیل رویکرد ذات گرای فرهنگی قابل طرح است.
- دیدگاه وی شبیه هایدگر است و برای فناوری ذات و ماهیت مستقل قائل است و تنها تفاوت او با هایدگر صبغه فرهنگی است.
- در آمریکای قرن نوزدهم دو جهان بینی در کنار هم و در عین حال در رو در روی یکدیگر قرار گرفتند: تکنولوژی و سنت و فرهنگ. اما دیری نپایید که **تکنوپولی (انحصارگرایی تکنولوژی)** ظهور کرد و این امپراتور نوظهور با انگ بیخردی و جنون به رقیب خویش، او را نه حذف بلکه نامرئی و بی تاثیر کرد. (نیل پستمن، ۱۳۷۲، ۷۰-۷۱)
- پستمن میگوید: «در نظامهای تکنوکراسی (فن سالاری) دو فرهنگ به مثابه دو رقیب در کنار هم زیست میکنند و آن فناوری و فرهنگ است. ولی وقتی زمان حاکمیت تکنوپولی فرا میرسد، دیگر فرهنگ به فناوری واگذار میشود و فناوری اقتضات خود را بر فرهنگ تحمیل میکند.

ذات گرای فرهنگی

- به زعم نیل پستمن ریشه نهالِ فن‌سالاری ابزار و آلات یا تکنوکراسی در جامعه‌ی مدرن غرب، در قرون وسطای اروپا نهفته است.
- ظهور سه اختراع بزرگ در این قرن یعنی ساعت، صنعت چاپ و دوربین نجومی به ترتیب، تحول در ادراک از زمان، پایان دادن به عصر ارتباط شفاهی و از بین بردن پایه‌های اعتقادی جهان‌بینی یهودیت و مسیحیت را به دنبال داشت. (نیل پستمن، ۱۳۷۲، ۴۷-۴۸)
- می‌توان اولین نشانه‌های ظهور تکنوکراسی را در نیمه‌ی قرن هیجدهم در انگلستان و هم‌زمان با اختراع ماشین بخار دانست. گسترش و ظهور اختراعات در دهه‌ها و سال‌های بعد و تکمیل هر چیز با تکنیک، زندگی مادی و معنوی دنیای غرب را دستخوش دگرگونی کرد. (نیل پستمن، ۱۳۷۲، ۶۱)
- اختراعات قرن نوزدهم - مانند صنعت عکاسی و تلگراف، ماشین چاپ، تلفن، فیلم، تلگراف و بی‌سیم - و کاربرد آنها به انقلاب ابزار و وسایل ارتباط جمعی، مفهومی پرمعنی بخشیدند. (نیل پستمن، ۱۳۷۲، ۶۳)

ذات گرای فرهنگی

- نظام تکنوپولی یک نظام تمامیت خواه و انحصارگر است که جز خودش دیگران را نمیخواهد.
- وسایل و ابزاری که بشر خلق میکند در درون خود و همراه خود ایده ای را نیز حمل میکند که تاثیر آن به مراتب وسیع تر از کاربرد مورد نظر اولیه آن وسیله و ابزار است. نیل پستمن در کتاب «زندگی در عیش، مردن در خوشی» در اینباره میگوید:

- «اختراع عینک در قرن دوازدهم میلادی نه تنها باعث شد که چشمهای ضعیف قدرت بینایی بیشتری بیابند، بلکه این نگرش و باور را در انسانها بیدار ساخت که میتوان حتی در برابر ضعف های ناشی از کهولت یا سیرطبیعی بدن و اجزای آن سر تسلیم فرود نیاورد. به این ترتیب عینک این باور را که سیر طبیعی و فیزیولوژیک بدن انسان در مسیرزمان حاکمی مطلق است را دگرگون ساخت و آن را به باوری دیگر تبدیل کرد که هم روح و هم اجزای بدن، قابل اصلاح و ترمیم هستند.»

ذات گرای فرهنگی

- پستمَن با ستایش از نظریه استادش «مک لوهان» که میگوید «رسانه پیام است» معتقد است: فناوری تمام رقبایش را از بین میبرد، انسان که **تکنوپولی فرهنگ را غیرقانونی یا غیر اخلاقی نمیکند بلکه فقط غیرقابل رویت و بی اعتبار میسازد.**
- پستمَن معتقد است نظام اجتماعی‌ای که از مرحله تکنوکراسی گذر کند و به تکنوپولی برسد، ضرورتاً فرهنگ را به فناوری واگذار کرده است. وی به طور خاص در باب رسانه‌ی تلویزیون می‌گوید **از مهم‌ترین عناصر اولیه یک برنامه‌ی دینی آن است که از نوعی قداست معنوی و ماورای مادی برخوردار باشد، در حالی که تلویزیون ذاتاً «این‌جهانی» است و از این‌رو، جمع این دو مقوله، تبدیل یک برنامه‌ی قدسی به آیینی مادی است.**

ذات گرای فرهنگی

- وسایل تکنولوژیک هر کدام پیام و حقیقت شگفت انگیزی را در دورن خود دارند که تاثیر خود را بر روی روح و روان ما میگذارند.
- رسانه ها در دنیای امروز، با پرده برداری از دنیای پنهان و اسرار درون ما **زمینه شکوفایی باورهای جدیدی را در جهان فرهنگی ما خلق میکنند.** گر چه اسرار این جهان برای ما روشن نیست و در ورای دیدگان ما به شکلی پنهان صورت می پذیرد، اما به مرور و با گذر ایام، ما خود را در درون آن به سان کنشگر عادی می یابیم و کاری را انجام می دهیم که قبل از آن «تابو» بود و افکار ما تاب تحمل آن را نداشت ولی اکنون چتر روزمرگی بر آن سایه افکنده و عادی جلوه میکند.

ذات گرای فرهنگی

- پستمین معتقد است هر وسیله و ابزار جدید میتواند شکل و محتوای ویژه و تفکیک ناپذیر خود را به افکار عامه تحمیل کند و به دنبال آن نوع تفکر و شیوه تبیین و توان احساسی و عاطفی افراد را نیز تعیین کند و یا تغییر دهد.
- او معتقد است نظام اجتماعی که از مرحله تکنوکراسی گذر کند و به تکنوپولی برسد به الزام فرهنگ را به تکنولوژی واگذار کرده و فرهنگهای تکنوپولی به هیچ وجه نمیتوانند از تکنولوژی رسانه به عنوان ابزار بهره مند شوند.
- این بدان معناست که از دیدگاه پستمین در فرهنگ تکنوپولی، خواسته یا ناخواسته، ماهیت ذات گرایانه تکنولوژی، اقتضائات ذاتی خود را بر همه شئون زندگی انسانی اعم از سیاسی، دینی، فرهنگی، اقتصادی و ... تحمیل میکند. از این رو نمیتوان از آن انتظارات از پیش تعیین شده داشت.

ذات گرای فرهنگی

- در رویکرد ذات گرای فرهنگی که حمله مشهور مک لوهان رسانه پیام است نقطه عطفی برای آن بوده است و در واقع نقدی بر ابزارگرایی سنتی نسبت به رسانه است، امروزه دیگر رسانه مجرا یا فقط میانجی نیست، بلکه خود شامل ذاتی است که میتواند جهان نمادینی را خلق کند. به عنوان مثال در فیلمهای سینمایی مانند جنگ ستارگان یا نمایش ترومن، تصویری که از انسان، جهان و خلقت توصیف میشود جهانی بازتولید شده توسط رسانه است.
- در این رویکرد، رسانه نمیتواند دین را تعریف کند، زیرا خود تصویرساز است و نماد می افریند و نوعی غیردینی کردن امر مقدس است. رسانه به دلیل آنکه نمادهای دینی را پایین می آورد و نمایشی میکند، خود دربردارنده وجهی سکولار است.

نقد رویکرد ذات گرای فرهنگی

- به نظر میرسد پستمن دین را فقط در ساحت آخرت و معنویت آن تعریف میکند و تلویزیون و رسانه را فقط در خواستگاه میل و هوس دنیایی بشر میداند، در حالیکه دین، آخرت را بدون دنیا در نظر نمیگیرد، بلکه برنامه زندگی دنیا را در دست یابی به معنویت و آخرت پایه ریزی میکند و رسانه نیز با کارکردهای خود به نیازهای انسان پاسخ داده و در سبک زندگی او تاثیر بسزایی دارد.
- هرکدام از رسانه ها با توجه به ویژگیهای تکنولوژیک خود بر درک و فهم انسان تاثیراتی دارند و این مسئله نفی کردنی نیست ولی نگاه افراطی به سلطه تکنولوژی بر تمام ادراکات انسانی را به سخنی میتوان پذیرفت و البته پستمن هم این نظر را کاملاً تایید نکرده است. شاید اگر او به کارکردهای تلویزیون به عنوان یک رسانه پرمخاطب دقت بیشتری میکرد، میتوانست نسبت میان دین و رسانه را دست کم در کارکرد **هدایتی و ارشادی** بپذیرد.

ذات گرای فرهنگی

- در مطالعات حوزه دین و رسانه، دیدگاه‌های ذات گرا، مبنا و سنگ اصلی بحث «**دین رسانه ای**» هستند.
- اگر رسانه ها دارای ذات و سرشت مستقلی نباشند و فرهنگ و تاریخ و هویتی خاص را با خود به همراه نداشته باشند که در تعامل با دین آن اقتضائات ذاتی اش را بر دین و فرهنگ، تعیین ببخشد، خروجی برنامه های دینی رسانه ها همان دین واقعی با همان خصوصیات اولیه اش خواهد بود و هیچ نزاعی میان متفکران عالم درباره حضور دین در رسانه ها وجود نداشت.
- **جان کلام این است که: رسانه ها اقتضائات و ذاتی دارند که در صورت مواجهه با دین، تغییراتی را در جهان بینی دینی، ارزشها، سازمان های دینی و به طور کلی در تفسیرها، برداشتها و تلقی های دینی ایجاد میکنند و از این رو دینی که از رسانه ها انتشار می یابد، دین رسانه ای قلمداد میشود.**

از رسانه دینی تا دین رسانه‌ای

- «رسانه دینی» از واژه‌هایی است که بار مفهومی بسیار زیادی دارد. به عنوان مثال، استفاده از این واژه در یک همایش بین‌المللی در آمریکا یا اروپا، ذهن‌ها را به سمت برنامه‌های تلویزیونی ارشادی - تبلیغی هدایت میکند. (شبکه‌هایی که از جریان اصلی رادیو و تلویزیون دنیا کاملاً جدا هستند و به دنبال اجرای رسالت دینی خود با تلاش‌های فوق‌العاده زیاد هستند)
- رسانه دینی در جوامع دینی مانند ایران به معنای رسانه‌ای است که هویت، ماهیت و تعریف خود را از نظریه تا سیاست گذاری، از دین گرفته است تا بتواند در جامعه‌ای که تمام ارتباطاتش بر مبنای دین است، جایگاه خود را تعریف کند.
- ما با رسانه دینی، در جست و جوی رسالت عقب مانده و باقی مانده در حوزه ارتباطات دینی هستیم.
- بنابر این، بخش مهمی از مباحث ذیل رسانه دینی به مفهوم شناسی و الزامات رسانه دینی اختصاص دارد. در کشور ما تعریف‌های مختلفی برای رسانه دینی ارائه شده است: تعاریف ناظر به پیام، تعاریف ناظر به سازمان رسانه‌ای، تعاریف ناظر به مخاطب و تعاریفی که بین دو مولفه‌های از مولفه‌های یاد شده جمع میکند.
- از منظر هستی‌نگر، رسانه دینی، رسانه‌ای است که از نظریه تا عمل با مبانی دینی تعریف شده باشد و بر اساس آن عمل کند اما وقتی رسانه‌ای بدون آنکه هویت دینی داشته باشد یا از آن تعریف دینی شده باشد، برنامه یا محتوایی با مضمون دینی پخش میشود، آن مضمون «دین رسانه‌ای» است.

از رسانه دینی تا دین رسانه‌ای

- دین رسانه‌ای به بررسی حضور دین - به طور کلی - در رسانه می‌پردازد.
- این حضور گاه به شکل جزئی است و شامل برخی جنبه‌های دین و گاهی حتی برخی گزاره‌های خاص در یک جنبه دین می‌شود.
- در این حوزه، برخی از موضوعات به اصل حضور دین در رسانه اختصاص دارد و اینکه آیا انعکاس دین در رسانه ممکن است و در صورت تحقق چنین امری به طور کلی چه بر سر دین می‌آید.
- در شکل جزئی حضور بعضی از جنبه‌ها و ساحت‌های دین مانند عقاید، اخلاق و فقه یا جهان بینی و ایدئولوژی و مبانی معرفتی مورد بررسی قرار می‌گیرد.
- دین رسانه‌ای، دینی است که به صورت انضمامی در قالب برنامه‌های مختلف رسانه‌ای توزیع و انتشار می‌یابد.
- در مجموع، در مطالعات رسانه‌ای ذیل دین رسانه‌ای، بررسی شیوه‌ی ارائه دین در رسانه با توجه به گستره و ویژگی‌های اسلام است. این حوزه‌ی بحث کمتر صبغه ترجمه‌ای دارد و بیشتر ماهیت تولید دانش خواهد داشت.

رویکرد سوم: تعامل گرایی

رویکرد تعامل گرا

- تا قبل از دهه ۱۹۶۰، رویکرد غالب در میان ارتباط میان دین و رسانه تباین بود از ۱۹۶۰ به بعد تعامل میان دین و رسانه پذیرفته شد.
- قائلان بر این رویکرد میگویند دین بر رسانه تاثیر می‌گذارد و ارتباطات دینی نیز از رسانه تاثیر می‌پذیرد. بنابراین ارتباط بین دین و رسانه یک تعامل دو سویه است.
- بر طبق رویکرد تعامل گرا، رسانه نیز همانند هر مصنوع تکنولوژیک دیگر، اقتضائات، ظرفیت‌ها، امکانات و محدودیت‌های خاصی دارد که می‌توان با بررسی و شناخت دقیق آنها و مدیریت و مهندسی متناسب از حداکثر قابلیت رسانه در انتقال پیام دین بهره‌گیری نمود.
- تردیدی نیست که بخشی از این اقتضا، از ویژگی‌های طبیعی و محدودیت‌های ذاتی رسانه ناشی شده و قاعداً تغییرناپذیر و تعیین‌بخش خواهد بود و بخشی نیز، محصول درجه رشد و سطح تکامل رسانه و به بیانی ظرفیت‌های شناخته شده آن است که به دلیل ماهیت پویا و امکان خلق و کشف قابلیت‌های جدید همواره امکان تغییر و توسعه آن وجود دارد.

رویکرد تعامل گرا

- قابلیت‌ها و اقتضائات موجود رسانه به تبع اوضاع و شرایط متغیر فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، مذهبی و... جامعه استفاده‌کننده، همواره امکان **قبض و بسط** داشته و همه جوامع به یک اندازه از ظرفیت شناخته شده و بالفعل نیز استفاده نمی‌کنند.
- رسانه‌ها در تعامل با دین بر اساس اقتضای خودشان عمل می‌کنند اما اقتضای رسانه مستقل از شرایط اجتماعی نیست: نوع جامعه (دینی یا غیردینی) مخاطب (عام یا خاص)، نوع رسانه (مکتوب، جمعی، تعاملی و ...) در چگونگی تعامل رسانه و دین دخالت دارند.
- رسانه‌ها قابلیت‌های متفاوتی دارند که دین در بهره‌برداری از نمادسازی‌های هر یک از رسانه‌ها میتواند با مخاطبان ارتباط برقرار کند و مخاطبان میتوانند از واسطه‌های رسانه‌ای در بهره‌برداری از محتوای دینی سود جویند. باید به این قابلیت‌ها توجهی دوباره داشت تا بتوان مراتب مختلفی از پیام دین را انتقال داد. به طور مثال هیچ گاه تلویزیون و سینما که ویژگی بصری در آن پر رنگ است، نمیتوانند مفاهیم عمیق عرفانی، که ذهنی بودن جز جدایی ناپذیر آن است، را منتقل کنند.
- باید از هر رسانه‌ای در حد توانش انتظار داشت.^{۳۶}

رویکرد تعامل گرا

- لازم به ذکر است که تصرف در اقتضائات یک رسانه، دادن محتوای جدید، به کارگیری آن در عرصه مختلف و... مستلزم شناخت توأمان قابلیت‌ها و ظرفیت‌های تکنولوژیکی و ساختاری رسانه و ماهیت پیام منتخب برای انعکاس در رسانه است.

- «براساس این دیدگاه، مهم‌ترین قابلیت‌ها و محدودیت‌های رسانه در مورد اثرگذاری بر فرهنگ عمومی را می‌توان در پارامترهای ذیل مورد توجه قرار داد: تمرکز و فراگیری، جذابیت و سرگرم‌کنندگی، استفاده از مجاز و تمثیل، چرخه تکرار، پیام‌های پنهان و غیرمستقیم، مدیریت نظام‌مند پیام‌ها، منفعل‌سازی مخاطبان، اعتبار، برجسته‌سازی یا کوچک‌نمایی. (محمد سلیمی، فرهنگ، رسانه و فرایند سکولاریزاسیون، در: *مجموعه مقالات همایش سراسری رسانه تلویزیون و سکولاریسم*، ۱۳۸۶، ص ۲۴۹).

رویکرد تعامل گرا

- دیدگاه ابزارگرا و ذات گرا، هر کدام ابهاماتی دارد و رسا نیست و در واقع عنصر واسطی بین رسانه، دین و مخاطب وجود دارد که میتوان آن را به عنوان **فرهنگ** معرفی کرد، که بخش عظیمی از آن را فرهنگ عامه تشکیل میدهد. بنابر این دیدگاه، میتوان **گفت رابطه چندگانه ای بین دین، رسانه، مخاطب و فرهنگ وجود دارد و مخاطب از چارچوب و شبکه فرهنگ، دین و رسانه را می‌فهمد.**
- گیرتز معتقد است در این دیدگاه، فرهنگ نظامی از الگوهای معنادار است که در هیبت نمادها تجلی پیدا کرده، به شکلی تاریخی منتقل شده و نظامی فراهم آمده از اشکال نمادین است که انسان ها از طریق آن، دانش نگرش خود را نسبت به هستی محقق و به دیگران منتقل میکنند، نیز به کمک آن با هم ارتباط برقرار میکنند. بنابر این نقطه اشتراک دین، فرهنگ و رسانه بر سر معنا و نماد است.

رویکرد تعامل گرا

- در بین محققان معاصر، فعالیتهای **استوارت هوور** و همکاران وی را باید تلاشی در جهت تعامل گرایی دین و رسانه دانست.
- وی با اشاره به نقش رسانه ها در فرایند خلق و آفرینش نمادها و همچنین تفسیر و کاربرد این نمادها، بر تعامل رسانه و دین تاکید میکند.
- از منظر استوارت هوور، دین محدود به رویدادهایی نیست که در قلمروی مقدس رخ دهد، بلکه بخشی از **فرهنگ** است و دین و فرهنگ جدایی ناپذیرند.
- او دین را اینگونه تعریف میکند: «مجموعه ای از نمادهای نظامهای اعتقادی که از لحاظ فرهنگی معنادار هستند و نیز محل تلفیق این نمادها با یکدیگر است.»
- دین به عنوان جهانی نمادین یا عالم معارف و ارزش های غایی و رسانه ها به عنوان واسطه ارتباطات ، به سهم خودشان به وجود آورنده ابعاد ریشه ای و بنیادین فرهنگ به شمار می‌روند.

رویکرد تعامل گرا

- جانشینی رسانه به جای دین و نهادهای دینی
- طبق برخی نظریات، رسانه در عصر حاضر با ایفای کارکردهای متعدد عملاً وارد قلمرو استحفاظی دین شده و بسیاری از آنچه در گذشته، ادیان متکفل تأمین آن بودند، اینک خواسته یا ناخواسته به رسانه محول شده است.
- به بیان هورسفیلد:
- رسانه‌ها در مقام عوامل ایجاد تحول، به عرضه منبعی جایگزین برای اطلاعات و احساسات دینی، ارشاد اخلاقی، آیین‌ها و گردهمایی‌ها، نه تنها برای جمعیتی عظیم، که حتی برای اعضای نهادهای دینی خود می‌پردازند. سازمان‌های مذهبی شاید دیگر حتی برای اعضای خود تنها منبع اطلاعات، حقیقت و رفتار دینی نباشند.

رویکرد تعامل گرا

- امروزه برخی کارکردهای انحصاری ادیان همچون تلاش مستمر در جهت سامان‌دهی به نظام اعتقادی و جهان‌بینی افراد و اعطای تصویری واقع‌بینانه از جهان ماوراء، اینک تا حد زیاد به رسانه‌ها محول شده است.
- رسانه‌ها باور می‌سازند، نگرش می‌دهند، در باورها دخل و تصرف می‌کنند، اقناع می‌سازند، آرمان می‌دهند، قدسیت می‌بخشند، قدسیت‌زدایی می‌کنند و خلاصه، همه یا بخش قابل توجهی از کارکردهای نهادهای دینی گذشته را عهده‌دار شده‌اند.
- **بدین ترتیب، مخاطب رسانه‌ها، عملاً نیاز کمتری به مراجعه و بهره‌گیری از نهادهای دینی احساس می‌کند.**
- کارکرد دیگر نهادهای دینی ارتباط دادن انسان با عوامل غیبی، سامان دادن به تجربیات قدسی و تشریع احکام و دستورالعمل‌های خاص برای تداوم و تقویت این تجربیات بوده است. رسانه‌ها در این حوزه نیز به رقابت با دین پرداخته‌اند. تجربیات گوناگون ادراکی، احساسی، عاطفی و زیباشناختی ناشی از ارتباط با محصولات و برنامه‌های رسانه‌ای، اعم از مکتوب و الکترونیک، بسیاری از رخنه‌های معنوی و روحی انسان معاصر را هرچند به صورت بدلی پر کرده‌اند.

رویکرد تعامل گرا

- اگر دین در گذشته عاملی برای فراروی از مسائل دنیوی و روزمره و پرداختن به امور روحی و معنوی به شمار می‌رفت، اینک رسانه‌ها مایل به ایفای چنین نقشی هستند.
- البته، این نیاز در جامعه نوین به دلایل گوناگونی تضعیف شده و در مواردی نیز تغییر شکل یافته است. اما در تأمین همین نیاز اندک نیز رسانه‌ها بیش از نهادهای دینی فعالند.
- این جایگزینی نیز از دید برخی علتی دارد: مشکل نهادهای دینی در دنیای معاصر آن است که عمدتاً به صورت آیین‌های دینی عمل می‌کنند و آیین عمدتاً متکی بر عادت است و طراوت و تازگی آن بسیار اندک است. در مقابل، رسانه‌ها هر روز فرم و محتوای خویش را تغییر می‌دهند و نیاز به طراوت ظرف و ظروف مورد احتیاج انسان را پاسخ می‌گویند.

رویکرد تعامل گرا

- دین آیینی حتی از جوهریت دین، که معنویت فردی و رابطه با طراوت و معنادار با امر مقدس باشد تهی است و نمی‌تواند با طراوت عرضه شده از سوی نهادهای رقیب رقابت کند.
- این‌گونه نظرسنجی‌ها و آمارها موجب می‌شوند که دین‌داران و روحانیان توجه بیشتری به رسانه‌ها مبذول دارند. کلیسای الکترونیک تا حدی نتیجه عکس‌العمل به همین واقعیات بوده است.
- بسیاری از محققان نیز به این نکته تصریح کرده‌اند که در حال حاضر، شکاف میان گرایش سنتی به ماوراءالطبیعه، که ایمان در چارچوب آن شکل می‌گیرد، و مقولات تازه زندگی در حال افزایش بوده و شیوه‌های تازه پاسخ به نیازهای ماوراءالطبیعی این شکاف را کمتر می‌کنند. برای مثال، تجربه یک فیلم که دنیایی آرمانی در جهان امروزین خلق می‌کنند، بسیار بیشتر از حضور در اماکن مذهبی می‌تواند برای افراد نسل تازه دلچسب باشد. **(ما این نکته را قبول نداریم و قائل به اصالت ارتباطات انسانی فطرت محور در نسبت با ارتباطات رسانه ای هستیم)**

رویکرد تعامل گرا

- به بیان دیگر، رسالتی که رسانه‌ها برای خود قایلند تا حدی با رسالت تعریف شده ادیان دست‌کم در شکل و ظاهر همسویی و همخوانی دارد:
- رسانه‌ها عموم توده‌ها را مورد خطاب قرار می‌دهند، باور و اعتقاد می‌سازند، ارزش و آرمان خلق می‌کنند، الگو و معیار به دست می‌دهند، سبک و شیوه زندگی تولید می‌کنند، اطلاعات و آگاهی می‌دهند، تعلیم و تربیت می‌کنند، تذکار و هشدار می‌دهند، ارشاد و راهنمایی می‌کنند، شور و نشاط می‌آفرینند، احساس و عاطفه برمی‌انگیزانند، ترس و دلهره ایجاد می‌کنند، آرامش و تسکین می‌دهند، تحریک و تحریص می‌کنند، مناسک و آیین می‌سازند، نماد خلق می‌کنند، در واقعیت و جان آدمیان متناسب با خواست خود تغییر ایجاد می‌کنند.
- برخی اندیشمندان با تأکید بر مناسک‌سازی به عنوان یکی از کانون‌های تلاقی دین و رسانه بر این باورند که استفاده از رسانه‌ها در تصورات هستی‌شناختی انسان ریشه دارد. از این‌رو، رسانه‌ها در زندگی روزمره آدمیان نقش شبه دینی ایفا می‌کنند. مقوله مناسک باید این چشم‌انداز وسیع را مورد نظر قرار دهد. معناسازی ملازم با رویه و رفتار رسانه‌ها، دارای ابعاد جوهری، هستی‌شناختی و اسیل‌است... برخی از جنبه‌های اجتماعی و فرهنگی نوین، رسانه‌ها، نمادها، تمثیل‌ها، ارزش‌ها و کارکردهای رسانه‌ها را آکنده از مضامین دینی می‌کند.
- - استوارت ام هوور و نات لاندبای، طرح موضوع، در: بازاندیشی درباره رسانه، دین و فرهنگ، ص ۱۶.

رویکرد تعامل گرا

- برخی نویسندگان در مقام داوری میان دیدگاه‌هایی که رسانه را عمدتاً به دلیل خاستگاه یا عملکرد غالباً سکولار، ابزار مناسبی برای انعکاس و انتقال پیام دین نمی‌دانند، بر این باورند که برای فهم بهتر تعامل رسانه و دین، باید آنها را **درچارچوب پارادایم پساسکولار همراه با رویکردی فرهنگ‌گرا** مورد تحلیل و ارزیابی قرار داد. این رویکرد بر مفروضات زیر مبتنی است:
- ۱. رسانه می‌تواند محتوای سکولار عرضه کند، ولی ماهیت یا عملکرد رسانه‌ای هرگز سکولار نیست.
- ۲. رسانه در بیان مفاهیم و باورهای دینی، ناچار از نظام نشانه‌های خود استفاده می‌کند و از این نظر، همه رسانه‌ها به یک اندازه مفاهیم قدسی و آسمانی را زمینی می‌کنند. البته زمینی‌کردن هرگز به معنای سکولارکردن نیست.
- ۳. رویکرد ماهیت‌گرا یا رویکرد معتقد به عملکرد رسانه‌ای (ذات گرا و ابزارگرا)، که در پارادایم سکولار یا مدرنیته عمل می‌کند، راساً نیستند و به بازنگری نیاز دارد.

رویکرد تعامل گرا

- ۴. رسانه‌ها، بستری برای تعامل دین و فرهنگ مردم‌پسند هستند. از این‌رو، ارائه دین در رسانه‌ها از مسیر فرهنگ مردم‌پسند هر جامعه‌ای می‌گذرد.
- ۵. فهم تعامل دین، رسانه و فرهنگ مردم‌پسند، به کمک رویکردی فرهنگ‌گرا در پارادایم پساسکولاریسم ممکن می‌شود. در این معنا، رسانه‌های جمعی در حال سکولار کردن مفاهیم و باورهای دینی در برنامه‌های خود نیستند، بلکه بیش از پیش از مفاهیم و استعاره‌های فرهنگ‌پسند برای ساختن برنامه‌های دینی کمک می‌گیرند. **عرفی سازی دین**
- ۶. در نتیجه، رسانه‌ها ماهیتا دینی سکولار شده به مردم عرضه نمی‌کنند، بلکه دینی آغشته به فرهنگ عامه‌پسند را به نمایش درخواهند آورد.
- ۷. این فرایند برآمده از ماهیت رسانه‌ها نیست، بلکه رسانه‌ها فقط آن را تشدید می‌کنند. بنابراین، همواره باید یک جریان پالایش دین از مطالب عامه‌پسند در سطوح گوناگون جامعه، از جمله در رسانه‌ها وجود داشته باشد.



اگر سحر نداشته باشی موفقیت نداری اگر هم چند روزی موفق
بودی این موفقیت اساسی نیست. اگر برنامه ای معنوی
می خواهی تنظیم کنی باید روی سحر تنظیم کنی تا طلوع آفتاب

والسلام على من اتبع الهدى