

سلطه، مقاومت و تغییر فرهنگی

مهري بهار *

چکیده

در این مقاله به نوع رابطه زندگی روزمره با دین و رسانه پرداخته می‌شود. بدین لحاظ ضمن اشاره بر نحوه اثرگذاری رسانه‌ای چون تلویزیون در "بازتولید نظام مسلط فرهنگی" از عوامل و شرایط اجتماعی - فرهنگی و انسانی مؤثر در شکل‌گیری مقاومت فرهنگی نیز بحث شده است. فرض این مقاله این است که کاربران دینی با توجه به نوع تلقی و داوری که در مورد مراسم دینی در زندگی روزمره دارند، می‌توانند در ارائه و تولید نحوه جدیدی از دین ورزی خاص در کنار (در برخی شرایط در مقابل) انتظارات دینی و فرهنگی که از طریق رسانه ارائه می‌شود، مؤثر و منشا عمل واقع شوند.

واژگان کلیدی: سلطه، مقاومت، رسانه دینی، زندگی روزمره.

مقدمه

برخی محققان حوزه دین در مورد سنت‌های فرهنگی و مراسم مذهبی به اهمیت و اثرگذاری آنها بر ساختار زندگی اجتماعی توجه کرده‌اند (هورسفیلد، ۱۳۶۶؛ هور ۱۳۸۲؛ محدثی، ۱۳۸۱؛ هال، ۱۳۸۲). در مجموع آنان ضمن توضیح مفهومی نظری و تاریخی از اندیشه و آداب و مراسم دینی به ارتباط این حوزه با زندگی روزمره افراد پرداخته‌اند. آنان در «حوزه تغییرات دینی» پرسش‌های جدی چون، ریشه‌های تغییر، کارکرد، دامنه و تنوع اندیشه را درباره مراسم مطرح کرده‌اند که هر یک موجب توسعه فضای مفهومی جدیدی در مطالعات دینی و فرهنگی در ایران شده است. برای بررسی وضعیت دینداری و رابطه آن با ساختار سیاسی و زندگی نو، نیاز داریم تا با استفاده از نظام مفهومی مکتب انتقادی و مطالعات فرهنگی و به طور خاص نظریه جان فیسک و کسب اطلاعات، تجربه‌ها و گفتمان‌های دینی جدید به بازنمایی زندگی و رفتارهای دینی افراد بپردازیم.

به نظر می‌رسد در دوره جدید، مراسم دینی و به طور خاص مراسم عاشورای حسینی در ایران از وضعیتی بی‌مکان و بی‌زمان برخوردار است. اگر در گذشته برنامه‌های مذهبی در مساجد، تکایا و حسینیه‌هایی خاص اجرا می‌شد، در دوره جدید در همه جا (هیئت‌ها، حسینیه‌ها، تکایای موقتی و خانه‌ها) و به طور خاص در خیابان‌ها و حتی فضاهای مجازی جاری است و به لحاظ شکل و نحوه انجام مراسم متفاوت از مراسم سنتی مرسوم در گذشته (دهه‌های پنجاه و شصت قرن معاصر) است. با توجه به این وضعیت در حوزه دینی است که امکان فرض و گمان جدید امکان‌پذیر شده است. فرض ما در این وضعیت حاکی از وقوع تغییرات عمده در نگرش، عمل و رفتار دینی مردم ایران است. با توجه به این فرض است که سؤالات اساسی در زمینه با صورت‌بندی جدید، سبک جدید در رفتارهای دینی و مراسم مذهبی قابل بررسی است:

۱- اولاً شکل و صورت جدید مراسم به سبک هیئت‌های جدید و با حضور گسترده نسل جوان چگونه و تحت چه شرایطی است؟ آیا بین این صورت با سنت‌های قدیمی دین رابطه‌ای وجود دارد یا اینکه تحت شرایط اجتماعی، سیاسی دوره جدید با ویژگی‌ها و مختصات فعلی دینداری ایجاد شده است؟

۲- نقش رسانه‌های جمعی در شکل‌دهی به مراسم جدید عاشورایی چیست؟ چه تناسبی بین نحوه انجام این مراسم از طریق رسانه و رواج آن در حوزه عمومی و به طور خاص در کوچه، خیابان و بازار به واسطه مداحان از یک سو و اشاعه این نوع مراسم و رفتار دینی از طریق توزیع نوارهایی مختص به مجالس مذهبی وجود دارد؟

۳- آیا این نوع عمل و مراسم دینی در مقایسه با حوزه رسمی دینی و ایدئولوژی زیست مستقلی پیدا کرده است و مکانیزم‌های مستقل از شکل سنتی آن وجود دارد یا اینکه به نوعی کپی برداری از سازمان رسمی دینی درآمده است؟

۴- چه تناسبی بین مراسم جدید که بیشتر در خیابان‌ها در ایام عزاداری برگزار می‌شود با نوع مراسمی که از طریق رسانه‌ها تبلیغ می‌شود و یا در مراکز دینی به صورت کنترل شده از طرف دولت ارائه می‌شود، وجود دارد؟ آیا رهاشدگی مراسم دینی خیابانی نوعی اعتراض به مراسم رسمی که حکایت از تلقی رسمی و سازمان دینی حاکم بر آن است، نمی‌باشد؟ به عبارت دیگر، کنترل رسانه رسمی و دولت که بر مراسم اعمال شود، چه وضعیتی دارد؟ در نهایت اینکه اهمیت رسانه و نقش آن در ساخته شدن این گونه مراسم کجا است؟ چگونه و با چه ادعایی می‌گوییم که مراسم خیابانی به فرهنگ روزمره و زیست فرهنگی نزدیک شده و مسیر آن از چه طریقی محقق می‌گردد؟

مجموعه سؤالات فوق را می‌توان در قالب سؤالی کلی مطرح کرد. تبدیل سؤالات به سوال واحد براساس این پیش فرض ممکن است: مراسم دینی که با زندگی روزمره پیوند داشته و درعین حال سیال نیز است، متفاوت از مراسم دینی است که از طریق سازمان‌های رسمی طرح، نظارت، مدیریت و اجرا می‌شود. طرح این سوال از این لحاظ اهمیت دارد که چه تناسبی بین این دو سطح دینی رفتار و مراسم در ایران وجود دارد؟ آیا این دو سطح در تعارض با یکدیگرند یا اینکه در وضعیت ارتباطی و پیوسته باهم قرار دارند؟

تأملات نظری منتج از مطالعات فرهنگی

در این مقاله به میزان انطباق میان مراسم دینی در متن جامعه و شکل جدید آن با پیام‌های ایدئولوژیکی و مسلط در فرهنگ ما اشاره می‌شود. بدین لحاظ لازم است هر یک از دو سطح رفتار و مراسم دینی بیان و رابطه آنها بازگو شود. از یک طرف سازمان‌های رسمی دینی سعی دارند تا از طریق اعمال سیاست‌های فرهنگی و دینی خاصی بر نحوه عمل و رفتار دینی و اجرای مراسم مذهبی که بیشتر در ایام عاشورا و به صورت مراسم خیابانی و در قالب هئیت‌های سینه‌زنی و زنجیرزنی برگزار می‌شود، سلطه یابند و آن را قاعده‌مند کنند. از طرف دیگر تفاوت‌های عمده‌ای در نحوه اجرای مراسم، شعارها، متن و رویکرد مراسم خیابانی با آنچه مورد نظر سازمان‌های رسمی دینی است، وجود دارد. به عبارت دیگر، مراسم جدیدی که بیشتر در سطح شهر، محلات و در خیابان‌ها در قالب هئیت‌های عزاداری اجرا می‌شود، متفاوت از نوع مراسم عزاداری است که مورد نظر سازمان‌های رسمی دینی است.

با وجود کنترل همه جانبه در حوزه دین از طریق سازمان‌های رسمی در اجرای مراسم دینی، این مسئله مطرح است که چگونه این نوع رفتار دینی متفاوت امکان بروز و ظهور می‌یابد؟ نوع رابطه این نوع مراسم با مراسم مورد تأیید سازمان‌های رسمی چگونه است؟ آیا می‌توان شکل‌گیری و بقای این نوع مراسم (که نو و متفاوت از صورت رسمی مراسم است) را براساس مفهومی توضیح داد که گرامشی از آن با نام سازمان رضایت یاد می‌کند. از نظر او ایدئولوژی مسلط در بقای خود به رضایت کارگزاران و کاربران اقدام کرده که نتیجه آن رضایت آنها است (گرامشی، ۱۳۹۷: ۱۹۸-۱۹۹). بر خلاف نظر گرامشی که طبقه سیاسی و جامعه را به پذیرفتن ارزش‌های اخلاقی، سیاسی و فرهنگی خود ترغیب می‌کند، تحلیل مارکسیستی گرامشی از رسانه‌های گروهی و فرهنگ عامه، به درک او از هژمونی به منزله ابزار فرهنگی و ایدئولوژیک متمرکز است که گروه‌های حاکم در جامعه از جمله طبقه حاکم، سلطه خود را با تضمین «رضایت خود جوش» گروه‌های تابع از جمله طبقه کارگر حفظ می‌کند. به نظر می‌آید که مراسم و بقای آن به لحاظ مقاومتی که از طرف کاربران دینی در مقابل نظام فرهنگی مسلط صورت می‌گیرد، شکل جدیدی می‌یابد که اتفاقاً این مقاومت نظام‌مند و آگاهانه نیز است.

سازمان‌های رسمی دینی، مراسم عزاداری را که بیشتر در مساجد، تکایا و خیابان‌ها برگزار می‌شوند و متأثر از برنامه‌های تلویزیونی‌اند، تأیید می‌کنند. از مواردی که بر این تأییددالات می‌کند می‌توان به پخش گزارش‌های تلویزیونی و سپس بحث و بررسی موافقان و مخالفان در مطبوعات در این زمینه اشاره کرد. نقد و نفی مراسمی که به صورت سیال و شناور میان مردم در کوچه و خیابان‌ها اجرا می‌شود، در مرحله اول جنبهٔ اعتراض نسبت به مراسم رسمی دینی دارد؛ ولی با نقادی و ورود آن به حوزهٔ رسمی، به آن مهر تأیید زده می‌شود. به عبارت دیگر، این نوع کار (نقد و بررسی) راهی در مسیر به رسمیت شناختن آن است.

در زمینهٔ رابطهٔ رسانه‌های گروهی و زندگی روزمره دو دیدگاه متفاوت را می‌توان بررسی کرد. نخست دیدگاه آدورنو و هورکهایمر در مکتب انتقادی و سپس دیدگاه افرادی چون جان فیسک^۱ در حوزهٔ مطالعات فرهنگی. با توجه به تقدم دیدگاه اصحاب فرانکفورت در مورد ساماندهی حوزهٔ فرهنگ از طریق رسانه‌ها، لازم است به نحوهٔ نگرش این دیدگاه اشاره شود. به لحاظ تاریخی، گفته می‌شود که رسانه‌ها به منزلهٔ ابزارهای نظام سرمایه‌داری در اختیار این نظام قرار می‌گیرند و عامل انتقال معانی، نگاه‌های جدید و در عین حال کنترل‌کننده نیروهای

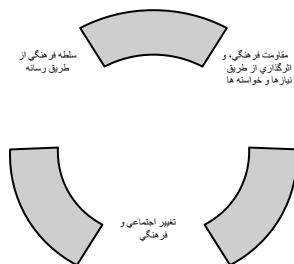
۱. فیسک (۱۹۹۴: ۴۱) معتقد است که خوانندگان (مخاطبان، تماشاگران، کاربران، عزاداران و ...) ایدئولوژی مسلط را به چالش می‌کشند و در مقابل آن مقاومت می‌کنند.

اجتماعی‌اند. بدین سبب مردم صرفاً مصرف‌کننده کالاهای تولیدشده‌اند، لذا از طریق رسانه در حالی که هویت فردی خود را از دست می‌دهند، هویت جمعی آنان نیز شکل گرفته‌است. بدین سبب، کنترل فرهنگی بر جامعه از طریق رسانه‌ها، نه به صورت اعمال زور و یا تهدید بلکه به صورت یک میل باطنی و داوطلبانه صورت می‌پذیرد.

در مقابل دیدگاه اول، که قائل به این است که پس از کسب تجربه‌های بسیار در جامعه جهانی، رسانه در تعامل با زندگی روزمره پراهمیت شده و عمل فرهنگی وضعیت ارتباطی جدیدی یافته‌است؛ در دیدگاه دوم، رسانه‌ها امکان عمل را برای مصرف‌کنندگان با اعمال ارزش‌ها و رهبری بر آن فراهم و مصرف‌کنندگان در مراحل بعدی بر اساس میل باطنی و علاقه داوطلبانه عمل می‌کنند. در این جریان هم رسانه، هم مردم و هم سازمان و نهادها همگی تعیین‌کننده‌اند.

در نگاه رقیب به نقش مخاطبان در پذیرش و انتقال فرهنگ اهمیت داده شده‌است. فیسک (۱۹۸۹: ۲۸) مراسمی را که کاربران جدید تولید کرده‌اند، فرآیندی سراسر درکشمکش می‌داند. از نظر او نزاع بر سر معانی تجربه اجتماعی کشمکش بر سر شخص بودگی و رابطه‌اش با نظم اجتماعی و نزاع بر سر متون و کالاهای آن نظم است. خوانش‌های متعدد است که موجب بازتولید روابط اجتماعی می‌شود و آن را دوباره برقرار می‌کند. بنابراین قدرت، مقاومت، فرار و گریز به ناچار درون هم ساختار می‌یابند.

ادعای ما این است که مراسم مذهبی در ایران از دهه هفتاد (۱۳۷۰) به بعد به شکلی جدید (برای مثال، هیئت‌های پاپ‌گونه (جباری، ۱۳۷۸: ۴۴۰) در خیابان‌ها و خارج از مساجد و تکایا و در زمان‌های متفاوت (از یک بامداد به بعد) تغییر شکل داده و تغییرات آن طی فرآیندی سه وجهی صورت گرفته‌است. این فرایند را به این صورت می‌توان مطرح کرد: ۱ - کنترل سازمان رسمی دین از طریق رسانه، ۲ - مقاومت مردمی، ۳ - تعامل بین رسانه و متن جامعه. این سه نوع رابطه در شکل زیر نشان داده شده‌است:



نمودار ۱- فرآیند سه وجهی تعامل دین، رسانه و جامعه

بر اساس این مدل، مشاهده می‌کنیم که رابطه‌ای چند جانبه بین فرهنگ دینی و مراسم از طریق رسانه‌ها و جامعه برقرار است. نتیجه مترتب بر این تعامل، تغییر فرهنگی و دینی در جامعه و به تبع آن مراسم، آن است. نوع تغییر فرهنگی و دینی که طی فرایندی در این مراسم ایجاد شده، سبب می‌شود تا مراسم دینی جدید مشروعیت خود را در بین مردم کسب‌کند. این مشروعیت تنها به سبب تأیید نظام فرهنگی نیست، بلکه طی تعامل محقق شده است. در بحث‌های روشنفکری دینی که از سکولاریسم، مدرنیسم، عقلانیت دینی، دین عرفی سخن می‌رود، از دین و گفتمان‌های عمومی مردم و رفتارهای عملی و اخلاقی (در تعامل با رسانه) بحثی در نمی‌گیرد که حکومت از آن انتظار دارد؛ بلکه رفتار خاص دینی ساخته می‌شود که بر اثر مقاومت در مقابل دین رسمی شکل گرفته است.

بهرتر است اندکی در مورد عناصر مدل فوق توضیح داده شود و نحوه پیوستگی بین دین روزمره با دین رسمی نشان داده شود.

(۱) در این نمودار یک صورت از رابطه به کنترل رسمی و قانونی دین از طریق رسانه دینی بر می‌گردد، یعنی نظارتی که بر سنت‌های دینی برای بازتولید فرهنگ دینی مسلط صورت می‌گیرد.

(۲) وجه دیگر، در قالب مقاومت‌های اجتماعی و فرهنگی است که بر اساس نیازهای جدید به واسطه افراد و گروه‌های اجتماعی جدید شکل می‌گیرد. مقاومتی که مردم در مقابل نیازها، آرزوها و فشارهای فرهنگی (دینی) و اجتماعی از خود نشان می‌دهند. مقاومتان کسانی هستند که پیوسته قواعد بازی را که از سوی نظام فرهنگی مسلط طراحی شده است، بر هم می‌زنند و از لحاظ ماهیت گروه و خواسته و نیازهای جدید انواع مقاومت (گفتمان مقاومتی) شکل می‌گیرد. مقاومت از راه‌های گوناگون بروز می‌کند: طفره رفتن از انجام کار، فرار از حوزه‌ای که کنترل اجتماعی در آن وجود دارد و ابداع روش‌های جدید در برون رفت از حوزه کنترلی، دم به تله ندادن، در رفتن و دور زدن و انضباط‌هایی که قدرت اعمال می‌کند، راه‌های دیگری است که به مقاومت منجر می‌شود (رضایی، ۱۳۸۴: ۱۰۹). این معنی در بیان فیسک هم دیده می‌شود. او مدعی است که کارناوال‌ها ضمن به سرخه گرفتن نظم موجود، قواعدی که سامانده زندگی و فرهنگ مسلط است را نیز درهم می‌شکنند. زندگی روزمره در جهان امروز وقتی جاری است که علی‌رغم کنترل اجتماعی شدید دائماً نقض شود (فیسک، ۱۹۹۸: ۷۶).

در مراسم، جوانان شهری که با عناصر مدرن آشنایی دارند و به صورت فعال عمل می‌کنند، حاضر می‌شوند. آنان در فکر تغییر رفتارها و مراسم‌اند و بیشتر علیه سنت‌های حاکم

و رفتارهای رسمی دین می‌تازند و بدین گونه از راه‌ها، وسایل و ابزار جدید در انتقال معانی مورد نظرشان استفاده می‌کنند.

تأکید بر وجود عنصر مقاومت که جان فیسک از آن سخن می‌راند حاکی از آن است که مصرف‌کنندگان (کاربران مراسم) قدرت دستکاری در مراسم را داشته‌اند و سیاست عامه (دین و رفتار دینی)، سیاست زندگی روزمره دینی آنان (دین و مناسک روزمره) است. دوسرتو (۱۹۹۸: ۴۹۸)، به نوبه خود فضای جدیدی را که این کاربران تولید می‌کنند موجی فرض می‌کند که کاربران جدید در داخل آن حرکت می‌کنند و رفته‌رفته آنها را به فضای خودشان تبدیل می‌کنند.

با توجه به نظر فیسک و دوسرتو مقاومت فرهنگی با کنشگر فعال مرتبط است. به نظر می‌رسد رفتارها و گفتمان‌های شکل گرفته در میان مردم عادی که برگرفته از سبک زندگی آنهاست با قرائت مرسوم از دین رسمی متفاوت است. از جمله مقولاتی که متن مراسم دینی جدید را شکل داده و در عین حال از آن تأثیر پذیرفته موسیقی است. موسیقی که بعد از اسلام همواره با ممنوعیت دینی روبرو بود و تا مدت‌ها نیز در مراسم عزاداری به کار نمی‌رفت، به مثابه ابزاری نظم دهنده، شوری در فضای جدید دینی ایجاد کرد و سبک‌های جدیدی از عزاداری آفرید. این سبک‌های جدید مداحانی پدید آورد که به جای سال‌ها شاگردی و کسب تجربه در محضر استادان مجرب، خلق الساعه به مداحانی بدل می‌شوند که به این عمل به منزله شغلی برای پول درآوردن می‌نگرند و نه امری دینی و خداپسندانه. از این طریق بود که موسیقی پاپ نیز به دست مداحان به روشی برای قاعده شکنی مراسم عزاداری تبدیل شد و در نهایت تحولی بزرگ و عمده در مراسم عزاداری صورت گرفت که طی آن متون و موسیقی‌ای ایجاد شد که از ایدئولوژی حاکم فارغ بود.

تولید ابژه‌ها، رنگ‌ها، تصاویر و تغییر سالانه هر یک از آنان نمونه دیگری از اعمال سلاقی و ذائقه‌های گوناگون در این حوزه است که در مراسم جدید واقع می‌شود. مقاومت ایجاد شده از طریق مکان و زمان، گریز به مکان‌های بی نام، گذرا و استفاده از مکان‌های عزاداری موقت به جای مکان‌های ثابتی چون مساجد و تکایا نیز به واسطه مراسم جدید امکان پذیر شده است.

(۳) عنصر سوم در مدل ارائه شده، معطوف به پذیرش نوآوری گروه‌ها و مقاومت‌های صورت گرفته در برابر نظام حاکم است. هرگاه ضدیت بین ایدئولوژی مسلط و گروه‌های مقاومت‌کننده، گسترش یابد، تعارض شکل می‌گیرد و نظام فرهنگی دچار هرج و مرج می‌شود. به همین سبب است که هم گروه مسلط و هم گروه‌های مقاومت به گونه‌ای آشتی و رابطه‌ای

پیوندی و تعاملی دست می‌یابند. تعامل بین این دو، سبب می‌شود تا پذیرش نوآوری از طرف گروه‌های مسلط به درونی کردن مقاومت‌ها در نظام سلطه منجر شود. وجه سوم، تعاملی است که بین رسانه و جامعه در یک فرایند شکل می‌گیرد و به نقش رسانه اشاره می‌کند. یک وجه رسانه‌ای شدن محتوای این هیئت‌ها یعنی وابسته شدن به امر نمایشی و تصویری شدن مراسم در تلویزیون و رواج بازار سی‌دی و نوارهای مذهبی از یک طرف، حضور انبوه مداحان جدید از طرف دیگر کمک می‌کند تا مراسم شکل رسانه‌ای به خود بگیرد. بدیهی است که پخش و اجرای مراسم از طریق رسانه محیطی مناسب برای برنامه‌های دینی در تلویزیون باز کرده است. تحولات اجتماعی و فرهنگی در سطح رسانه و مراسم، ظهور رویکردهای نو به رسانه به قرائت‌های جدید و به تغییر مراسم منجر شده است. تغییری که رسانه و جامعه (مردم- واقعیت‌های اجتماعی گروه‌های اجتماعی) در آن نقشی بسزا و گسترده دارند.

در جامعه ایرانی با فرض اینکه رسانه‌ای چون صدا و سیما، دولتی است، ایدئولوژی حاکم را تبلیغ می‌کند. پس چگونه است که این رسانه توانسته است در جریان تغییر فرهنگی و دینی که در جامعه دیده می‌شود، مؤثر واقع شود؟ و چه تحولاتی از طریق این رسانه در شرایط فعلی فرهنگی ایران به وجود آمده است؟ به نظر می‌رسد رسانه رسمی برای اینکه بتواند کنترل خود را بر جامعه و فرهنگ و دین روزمره اعمال کند، می‌کوشد تا با به رسمیت شناختن سلیقه و نیاز مردم (از جمله سبک و سیاق زندگی، سبک دینداری و ارتباط مفاهیم دینی با زندگی، مد و کالاهای دینی) امکان ورود عناصر جدیدی را در گفتمان رسمی فراهم کنند و با توجه به قرائت‌های متفاوت از دینداری مردم، مراسم دینی روز به روز بیشتر متحول می‌شود و مؤلفه‌های جدید خود را شکل می‌دهد.

در این نظام دینی و شبکه جدید مراسم، تعبیر متعددی از جریان فعالیت‌های دینی و خوانش‌های متفاوت در حال تولید است که به مقاومت دینی می‌انجامد. با توجه به تجربه تغییرات دینی در ایران (در حوزه مراسم عاشورای حسینی در تهران) می‌توان مثال‌های متعددی ارائه داد. به طور خاص، استفاده از وسایل جدید موسیقی، تولید ساز و آوازهای جدید، خوانش‌های جدید از مقتل‌های مربوط به حادثه کربلا، انتقال مراسم به زمان و مکان‌های متفاوت، تلاش در کسب مخاطبان جدید و غیرهم‌شکل که به کارناوالی شدن مراسم می‌انجامد، همگی مصادیق عمده مقاومت در مقابل نظام فرهنگی مسلط است که در نهایت از طریق رسانه‌های رسمی پذیرفته و تأیید می‌شود. گرچه به کارگیری این وسایل در

آغاز به معنی مقاومت بوده، ولی در گذر زمان به منزله بخشی از مراسم و فرهنگ دینی معرفی شده است.

از دیگر سو، نیازهای جدید، بالطبع به فراهم آوردن فضای مناسب در شکل‌گیری مقاومت فرهنگی کمک می‌کنند. بدین صورت جامعه با رفتارهای دینی جدید در مقابل گزاره‌های دینی خاص و مسلط، مقاومت می‌کند و رسانه نیز به جهت هم‌نوایی با مخاطبان و هم‌سلیقگی با آنها به این مقاومت تن می‌دهد. در نتیجه هر دو در یک متن واحد جامعه و مراسم دینی را تشکیل می‌دهد، اتفاق می‌افتد. مهم‌ترین کار رسانه، تقلیل محتوای برنامه‌های دینی، مفاهیم آن به موضوعات و تصاویر و شمایل قابل مصرف عموم است که به نوعی به تجاری عمل کردن رسانه تقلیل می‌یابد (هورسفیلد، ۱۹۹۸). برای مثال اگر جامعه متن جدید، موسیقی جدید و رنگ جدید و غیره بیافریند، رسانه برای ارائه سیمای مردمی و عامه‌پسند این نوآوری‌ها را در حد ممکن به رسمیت می‌شناسد. درحقیقت سازمان‌های رسمی دینی ضمن اینکه ایدئولوژی خود را از طریق رسانه دولتی و دینی تحمیل می‌کند، رسانه نیز خود را تا حد ممکن تابع توده و فرهنگ روزمره او می‌سازد.

تغییر فرهنگی دینی

تحولات اخیر اجتماعی و فرهنگی در مراسم سبب شده است تا جامعه به نوعی دین خودمانی که بنیان خودمانی در آن یافت می‌شود، گرایش پیدا کند. به طوری که قهرمانان آن به شکل قهرمانان استعلایی که همانند ما زیست می‌کنند، معرفی می‌شوند. دورکیم (۱۳۷۸): ۵۰۰-۵۳۶) در کتاب صور بنیادینی حیات دینی به دو وجه دیالکتیکی لذت‌گرایی و ریاضت‌گرایی اشاره می‌کند. او مدعی است که پرداختن به وجه لذت‌گرایی از آن وجوهی است که مراسم را به شکل امروزی و تفریحی نزدیک می‌کند، به طوری که تمام مؤلفه‌های مراسم دست‌یافتنی و اغلب آمیخته با امور زمینی، این جهانی، ملموس و عینی می‌شود. نمونه آن مداحی است که یکباره به مسائل زیبایی، وصف عشق و صفای چهره قهرمانان دینی منتهی می‌شود (نمونه آن شعرهای بنیامین در وصف صورت و زیبایی حضرت ابوالفضل در سال ۱۳۸۴ است).

رسانه برای ورود به زندگی مدرن، امورشده جدید را به رسمیت می‌شناسد. نمونه حوادث جدید، مراسم جدیدی است که در دوره جدید از طرف مردم تولید و از طریق رسانه به رسمیت شناخته می‌شود. نقش رسانه در تسلیم به مقاومت مردمی و به گونه‌ای که نوعی شباهت و هم‌ذات‌پنداری در برنامه‌ها با متن جامعه و با متن رسانه شکل می‌گیرد، مهم است،

به گونه‌ای که دین و رسانه به تعامل با یکدیگر می‌پردازند. به اصطلاح دین و رسانه با هم تلاقی و هم‌گرایی مشترک دارند (هوور، ۱۳۸۲: ۱۵۹).

هم‌ذات‌پنداری در رسانه از طریق اهمیت به امر دیداری و تجسمی صورت می‌گیرد. مراسم امروز هر چه بیشتر به تبیین اموری مثل عکس، شمایل، تصاویر و آنچه دیدنی است، نزدیک می‌شود. این تسلیم به مقاومت شکل‌گرفته مردمی که از طریق همذات‌پنداری هنری صورت می‌گیرد، به تعامل بین جامعه، رسانه و فرهنگ مسلط کمک می‌کند.

حال می‌پرسیم که واکنش رسمی در مقابل این گونه مراسم چگونه می‌تواند باشد؟ آیا دین حاکم به نابودی این گونه مراسم دست می‌بازد یا با آن به تعامل می‌پردازد؟ به نظر می‌آید نظام سلطه در قبال ایجاد تفاوت در دههٔ اخیر، واکنش‌های متعددی نسبت به سبک عزاداری که در خیابان‌ها شکل گرفته است، از خود بروز داده است:

۱- عکس‌العمل اول این است که به تخریب این‌گونه مراسم بپردازد و آنان را به تحریف و دوری از سنت‌های اصیل دینی و باورهای آنان را به باورهای عامیانه که منحرف است به نام تحریفات عاشورا متهم کند.

۲- عکس‌العمل دوم آن است که مراسم دینی شکل گرفته به سبک جدید خیابانی را مدیریت کند. این مدیریت می‌تواند از طریق سازمان تبلیغات، رسانه‌های جمعی، سازمان‌های دینی و با هدایت از طریق آموزش‌های مداحی و غیره باشد.

۳- با وقوف به اینکه مراسم دینی به لحاظ تحول و ضرورت‌های اجتماعی در حال تغییر است، مقامات رسمی کوشیده‌اند تا مراسم را به نحوی از طریق رسانه و فضای ایجاد شده کنترل و مدیریت کنند. در این که نقش رسانه برای تعامل با متن شکل گرفته جامعه فعلی عزاداران به سبک جدید چگونه است، باید به نحوهٔ عمل و کنترل فرهنگی رسانه به شکل زیر توجه شود.

(۱) اینکه برای رسانه لازم است تا این پدیده نو شکل دینی را با سبک و موسیقی و کاربران جدید آن به‌منزلهٔ واقعیتهای گریزناپذیر با مختصات خاص خود به رسمیت بشناسد و به موجودیت آن اعتراف کند.

(۲) در مراسم توجه به تفکیک دو امر از یکدیگر لازم است: محتوای امر اعتقادی و استعلایی و توجه به امر روزمره که از جمله آن مراسم عامه و دین عامه است. به عبارتی باور به اینکه خط مشی امام حسین(ع) با دفاع از سنت‌ها و فرهنگ عاشورایی یکی نمی‌باشد (محدثی، ۱۳۸۱: ۹۴). به روایتی موضوع مطالعات دین زیست شده مردم که متن آن برخاسته

از اعتقادات و رفتارهای دینی مردم و واقعیت‌های روزمره مردم است با مفاهیم اصلی دین که موضوع آن فقط تفهیم اندیشه خدا، کتاب مقدس و سنت پیامبر است، الزاماً یکی نیست. (۳) با توجه به تحولات اخیر اجتماع دینی - ایرانی به خصوص در حیطهٔ مذهب و فرهنگ شاهد آن هستیم که روند این‌گونه مراسم با استفاده از ابژه‌های به کار رفته چون عکس ائمه و یاران امام حسین(ع)، تصویر شخصیت‌های دینی، متن، موسیقی، فضا و مکان جدید خود از ویژگی‌های دین و مراسم عامه است که هرچه بیشتر به امر روزمره نزدیکتر شده است. البته روزمره شدن اعتقادات با تمام تبعات منفی آن که امر تکراری، عادی، قاعده‌مند و نهادی شده است (محدثی، ۱۳۸۱: ۹۴) خیلی هم بد نیست؛ چرا که امکان توده‌ای شدن مراسم به معنای حضور مراسم در هر فضا و هر زمان و رواج سریع اعتقادات دینی بین اقشار مختلف جامعه است.

ایجاد مراسم به سبک جدید می‌تواند مصداق مفهوم بازتولید بوردیو^۱ نیز باشد. مراسم جدید، رمزگان‌های جدید و کاربران جدیدی دارد که مراسم را به دلخواه خود بازتولید و اطاعت منفعلانه ناشی از سلطه را به نفع خود با تغییر ارزش‌های آن هدایت می‌کند. این مراسم نظام و روابط اجتماعی، زمان، مکان، دیالوگ خاص خود را دارد و فرصت‌های دینی را به نفع خود تمام می‌کند و مراسم جدیدی با سبک جدید می‌آفریند.

آنچه به نام جریان بازتولید فرهنگی و دینی محقق می‌شود در مسیر تعامل بین رسانه رسمی، مقاومت و نوآوری سامان می‌یابد. بدین لحاظ است که مجموعه رفتار، سنت و نمادهایی که در مراسم مذهبی به سبک جدید بر پا می‌شود دارای ویژگی‌های خاصی است که آن را از مراسم درون مسجد یا محافل مذهبی متمایز می‌کند. این ویژگی‌ها چنین است:

۱- این نوع مراسم مدیریت واحدی ندارد، یعنی دارای مدیریت متمرکز و آشکار نیست.

یک مدیریت طبیعی و اجتماعی است که مردم آن را می‌سازند و شکل می‌دهند.

۲- وابسته به مکان و زمان خاصی نیست. به عبارت دیگر، در همه زمان‌ها و مکان‌ها امکان بروز و ظهور می‌یابد.

۳- متن نوحه‌ها ثابت نیست. از این نظر بسیاری از متون با فرهنگ عامه و عناصر آن پیوند می‌خورد. برای مثال متون و نوحه‌ها، بیشتر بر اساس موزیک پاپ تهیه می‌شود و از مسائل اجتماعی بیشتر سخن می‌گوید تا مسائل دینی.

۱. بوردیو (۱۳۸۰) از نظریه پردازانی است که مفهومی از ساخت اجتماعی (سرمایه اقتصادی و طبقات اجتماعی) در جوامع سرمایه داری را با ساختاری از نمادها و نشانه‌های فرهنگی تلفیق کرده است. بوردیو در تحلیل خود از چگونگی بازتولید ساختارها در شرایط اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی در خلال زمان، به نظام آموزشی نقش محوری داد.

- ۴- مراسم عامه پسند است از این رو به مسائل روزمره بیشتر نزدیک می‌شود و تمام هم خود را به کار می‌برد تا اشتیاق تماشاگر و مخاطب را برانگیزد. تماشگری که هم او را با کلام خود آشنا می‌کند و هم او با کلام تماشاگر آشنا می‌شود.
- ۵- نمادهای دینی مقدس در مراسم در سطح اعتقادات روزمره نزول پیدا می‌کند (استفاده از تصویر، شمایل، عکس و موسیقی).
- ۶- با آن‌که این مراسم در کلیت خود نظم یافته است اما با گوناگونی‌های و برداشت‌های متفاوتی روبرو است؛ لذا، این مراسم رفتار و فرم واحدی ندارد و از این رو تغییر در آن بسیار زیاد و سریع است.
- ۷- مراسم در عین حال که از مؤلفه‌های مراسم مدرن برخوردار است از وجه زیباشناختی نیز بهره برده است.
- ۸- بحث‌ها و دیالوگ‌های خودمانی دارد. اجرای مراسم ارادی و از روی آگاهی مردمی انجام می‌پذیرد.
- ۹- جانشینی حاشیه به جای متن و استفاده از مداح (به جای سخنرانی و روضه‌خوانی) به جای روحانی از ویژگی‌های عمده مراسم به سبک جدید است.

نتیجه‌گیری

در مراسم عزاداری به سبک جدید خیابانی به نظر می‌رسد نوعی نگاه نقد گونه به عزاداری سنتی در حال شکل‌گیری است. وجه پنهان و نهفته مقاومتی که از نظر داشتن وجه دینی آن، مخالف ندارد و در نتیجه تکذیب نیز نمی‌شود. از طرفی، خصلت مردمی دارد و خصلت فرهنگی نیز می‌یابد. مقاومت پنهانی است که نه با کلام تنها، بلکه با ژست و رفتار مردمی بیان می‌شود. لذا محبوب نیز قلمداد می‌شود.

از این رو ما شاهد چیزی خلاف نظر آدورنو و هورکهایمر در بحث از صنعت فرهنگ‌ایم مبنی بر آن که مردم در نظام سرمایه داری و مدرن قدرت خود را از دست می‌دهند (فردیت مستقلی ندارند و رفتارهای آنها انفعالی است) و به مرور با پذیرش جمعی و اجماعی که متضمن فرمانبری از مظاهر قدرت و بقای نظام سرمایه‌داری که از طریق رسانه اعمال و حاصل می‌شود، تن می‌دهند (استریناتی، ۱۳۸۰: ۹۷). معمولاً رسانه شکل‌دهنده ایده رسمی در هر فرهنگ است. رسانه ابزاری است در دست سازمان‌های رسمی که وضعیت پیرامونی‌اش را متأثر می‌کند، در حالی که شواهد متعدد در متن جامعه دینداران در انجام مراسم دینی نشان دهنده وضعیتی دیگر است. هم افراد و گروه‌های اجتماعی و هم جامعه امری انفعالی نیستند.

افراد و گروه‌های اجتماعی با طرح نیازها و انتظارات و مفاهیم جدید خود به مقاومت فرهنگی می‌پردازند. در این صورت مقاومتی شکل می‌گیرد که متن جامعه دینی از خود بروز می‌دهد و رسانه را وادار می‌سازد برای کنترل بر افکار و انتظارات جدید و نزدیکی با سلیق افراد و مصرف‌کننده‌های کالاهای ارائه شده در یک تعامل دوسویه، قرار دهد.

رسانه تنها شکل دهنده رفتار و ساختار فرهنگی نیست، بلکه رسانه در تعاملی مستمر با سازمان‌های رسمی فرهنگی و متن قرار می‌گیرد. به روایتی، کنترل دولت و حضور نهادها و سازمان‌ها که تا اندازه‌ای متأثر از رسانه است، متعادل می‌شوند و همین امر سبب تغییر در ساختار و نوع عزاداری خیابانی می‌شود. حاصل این تعامل طی زمان منجر به تغییر فرهنگ دینی از لحاظ رفتاری، نگرشی و اطلاعاتی و اعتقادی می‌شود.

منابع فارسی

- بورديو، پير (۱۳۸۰)، نظريه کنش: دلایل عملی و انتخاب عقلانی، ترجمه مرتضی مردیها، تهران: انتشارات نقش رنگار.
- دورکیم، امیل (۱۳۷۸)، صور بنیانی حیات دینی، ترجمه باقر پرهام، تهران: نشر مرکز.
- دورینگ، سایمن (۱۳۷۸)، مطالعات فرهنگی، ترجمه حمیرا مشیرزاده، تهران: موسسه فرهنگی آینده پویان.
- دوستو، میشل (۱۳۸۲)، قدم زدن در شهر، در مطالعات فرهنگی، ویراسته سایمن دورینگ، مترجم حمیرا مشیرزاده، تهران: انتشارات آینده پویان.
- رحمانی، جبار (۱۳۸۴)، مناسک عزاداری و گفتمان کربلا، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- رضایی، محمد (۱۳۸۴)، بحران در بازتولید هژمونی دولت از طریق گفتمان مدرسه، پایان نامه دکتری، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- محدثی، حسن (۱۳۸۱)، «سنت‌های عاشورایی و روزمره شدن اعتقاد»، آفتاب، شماره ۱، بیست و سوم، اسفند.
- محمدی، مجید (۱۳۸۲)، دین و ارتباطات، تهران: انتشارات کویر.
- هال، استوارت و تونی جفرسون (۱۳۸۲)، مقاومت از طریق مناسک، در رسانه، دین و فرهنگ، تهران: انتشارات سروش.
- هوور، استوارت (۱۳۸۲)، بازاندیشی درباره دین و رسانه و فرهنگ، ترجمه مسعود آریایی‌نیا، تهران: انتشارات سروش.

منابع لاتین

- De Certeau, Michael (1998), *The Practice of Everyday Life*, In John Storey (Ed) *Culture Theory and Popular Culture: A Reader*, London: Prentice Hall.
- Dunning, Simon (2004 [1993]), *The Cultural Studies Reader: A Critical Introduction*, London: Routledge.
- Fiske, John (1994), *Television Culture*, London: Routledge.
- Fiske, John (1998), *Understanding Popular Culture*, London: Routledge.
- Gramsci, Antonio (1961), *Selection from the Prison Notebooks*, Trans, Quentin Hoare and Geoffrey Nowell Smith, New York: International Publishers.
- Horsfield, P.(1984), *Religious Television: The American experience*, New York: Longman.
- Lefebvre, Henri (1984), *Everyday Life in the Modern World*, Translated by Sacha Rabinovitch, New Brunswick, N.J.: Transaction.